



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ
ของผู้โดยสารชาวไทย

โดย

ณิชาดา ชี้อัสตย์สกุลชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ
โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2567

FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF THAI PASSENGERS
TO CHOOSE FULL-SERVICE AIRLINES

BY

NICHADA SUESATSAKULCHAI



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION PROGRAM IN BUSINESS INNOVATION
TUXSA ONLINE MASTER'S DEGREE PROGRAM
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2024

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

ณิชาดา ซื่อสัตย์สกุลชัย

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ
ของผู้โดยสารชาวไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารธุรกิจ

เมื่อ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2568

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณฑิธร สติมานนท์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้า
อิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร. ฐรี สิริสุนทร)

ประธานคณะกรรมการบริหารการศึกษา
แบบออนไลน์



(รองศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ อุดยุทธิกุล)

| | |
|---------------------------------|---|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ | ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย |
| ชื่อผู้เขียน | ณิชาดา ชื่อสัตย์สกุลชัย |
| ชื่อปริญญา | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (นวัตกรรมทางธุรกิจ) |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย | โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร. ฐิติ สิริสุนทร |
| ปีการศึกษา | 2567 |

บทคัดย่อ

ผลกระทบจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน ทำให้สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นการลดต้นทุนและเสนอราคาที่ประหยัดกว่าแก่ผู้โดยสารได้ ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ในการศึกษาได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการสายการบิน “การบินไทย” ซึ่งเป็นหนึ่งในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเน้นผู้โดยสารที่เดินทางด้วยชั้นประหยัด จำนวนทั้งสิ้น 435 ตัวอย่าง ทั้งนี้ได้เก็บข้อมูลผ่านการลงพื้นที่และข้อมูลสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบินปีละ 1 ครั้ง เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 56 - 65 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,001 บาท จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และส่วนใหญ่ยังคงตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินประเภทนี้ในอนาคต

จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าถดถอยโลจิสติก พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการทางด้านหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ หมวดยุทธศาสตร์พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน หมวดยุทธศาสตร์ความสะอาดทั่วไป และบรรยากาศบนห้องโดยสาร หมวดยุทธศาสตร์บริการบนเครื่องบิน และหมวดยุทธศาสตร์ความปลอดภัยก็ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

คำสำคัญ: สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ, ผู้โดยสาร, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| | |
|--------------------------------|---|
| Independent Study Title | Factors Influencing the Decision of Thai Passengers to Choose Full-Service Airlines |
| Author | Nichada Suesatsakulchai |
| Degree | Master of Business Administration (Business Innovation) |
| Major Field/Faculty/University | TUXSA Online Master's Degree Program Thammasat University |
| Independent Study Advisor | Associate Professor Puree Sirasontorn, Ph.D. |
| Academic Year | 2024 |

ABSTRACT

The growing competition in the airline industry has compelled full-service airlines to revise their service strategies in order to stay competitive with low-cost carriers, which focus on minimizing operating costs and offering lower fares to passengers. This study aims to examine the factors influencing the decision of Thai passengers to choose full-service airlines. The sample consisted of 435 Thai respondents, including both those who had and had not used Thai Airways—one of Thailand's full-service airlines. The sample data were collected through fieldwork using an online questionnaire and analyzed using logistic regression.

The findings revealed that most respondents traveled by air once a year, were female, aged between 56 and 65 years, held a bachelor's degree, worked as company employees, and had an average monthly income of more than 80,001 baht. The majority expressed high satisfaction with the service quality of full-service airlines and indicated a likelihood of choosing this type of airline for future travel.

The logistic regression analysis showed that demographic factors—specifically gender, age, and occupation—significantly influenced passengers' decisions to choose full-service airlines. In addition, aspects of service quality in terms of tangibility such as flight attendant professionalism, overall in-flight convenience and

cabin atmosphere, in-flight services, and duty-free offerings also had a significant impact on the decision-making process.

Keywords: Full-Service Airlines, Passenger, Decision to Choose



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความเมตตาและการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน ซึ่งผู้วิจัยมีความซาบซึ้งใจและขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ภู่รี สิริสุนทร อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑิธร สติมานนท์ ประธานกรรมการสอบค้นคว้าอิสระ ที่ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ชี้แนะแนวทางการดำเนินงานวิจัยอย่างเป็นระบบอันนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมทั้งให้กำลังใจและคำปรึกษาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของการทำค้นคว้าอิสระ

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการ TUXSA ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานตอบข้อซักถาม และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจเสมอมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลอันมีคุณค่า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนจนการค้นคว้าอิสระเสร็จอย่างสมบูรณ์ สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณิชาดา ชื้อสัตย์สกุลชัย

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | (1) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | (2) |
| กิตติกรรมประกาศ | (4) |
| สารบัญตาราง | (7) |
| สารบัญแผนภาพ | (9) |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา | 5 |
| 1.3 ขอบเขตในการศึกษา | 5 |
| 1.4 นิยามศัพท์ | 6 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในการศึกษา | 7 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 8 |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 8 |
| 2.2 ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 15 |
| 2.3 ข้อแตกต่างในงานศึกษาที่ผ่านมาและการศึกษาในครั้งนี้ | 26 |

| | |
|---|-----|
| บทที่ 3 วิธีการวิจัย | 28 |
| 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา | 28 |
| 3.2 สมมติฐานในการศึกษา | 29 |
| 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 30 |
| 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 32 |
| 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 34 |
| 3.6 การวิเคราะห์ทางสถิติ | 35 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล | 48 |
| 4.1 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ศึกษา | 48 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา | 49 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน | 72 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ | 80 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 80 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ | 82 |
| 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย | 83 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป | 84 |
| รายการอ้างอิง | 86 |
| ภาคผนวก | 88 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย | 89 |
| ภาคผนวก ข ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรต่างๆ | 102 |
| ภาคผนวก ค การแปลงค่าเกณฑ์การประเมินของปัจจัยต่างๆ | 109 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ | 18 |
| 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ | 23 |
| 3.1 การกำหนดตัวแปรในการศึกษา | 37 |
| 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) ของกลุ่มตัวอย่าง | 48 |
| 4.2 จำนวน ความถี่และสัดส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง | 49 |
| 4.3 จำนวน ความถี่และสัดส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง | 50 |
| 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | 53 |
| 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | 54 |
| 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | 61 |
| 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง | 62 |
| 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ | 63 |
| 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความเอาใจใส่ | 64 |
| 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย | 66 |
| 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการตระหนัก ถึงปัญหา | 67 |
| 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการค้นหา ข้อมูล | 68 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.13 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการประเมินผลทางเลือก | 69 |
| 4.14 | ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการตัดสินใจใช้บริการ | 70 |
| 4.15 | จำนวน ความถี่และสัดส่วนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ของผู้โดยสารชาวไทยของกลุ่มตัวอย่าง | 72 |
| 4.16 | ผลการทดสอบความเหมาะสมของสมการค่าถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี | 72 |
| 4.17 | ผลลัพธ์ค่าสถิติการวิเคราะห์ค่าการถดถอยโลจิสติก | 74 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 1.1 สถิติจำนวนผู้โดยสารภาพรวม 10 ปี (ปี 2557 - 2566) | 2 |
| 1.2 ส่วนแบ่งทางการตลาดสายการบินในการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางบินระหว่างประเทศปี พ.ศ 2566 | 3 |
| 2.1 รูปแบบการวัดคุณภาพการบริการด้วยเครื่องมือ SERVQUAL | 9 |
| 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process) | 12 |
| 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา | 28 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

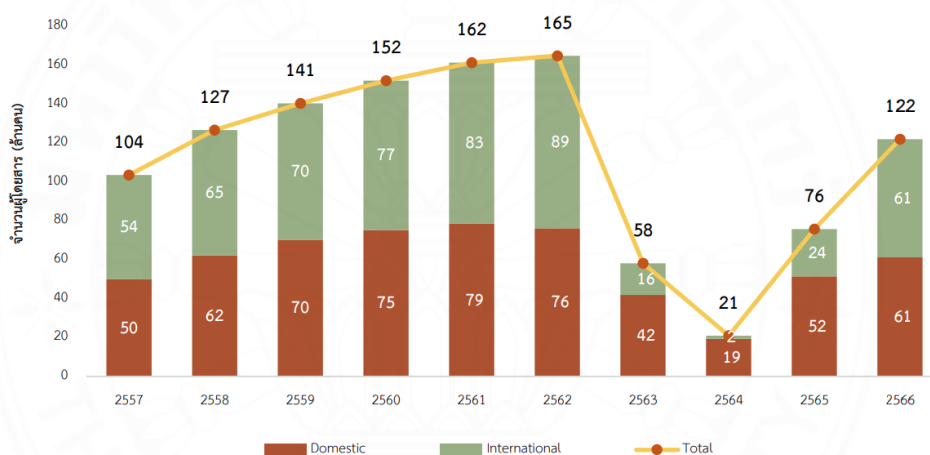
ปัจจุบันนี้การขนส่งทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมโลก การขนส่งทางอากาศถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมากในอุตสาหกรรมการบิน โดยการเดินทางด้วยเครื่องบินโดยสารนั้นเป็นทางเลือกในการเดินทางอันดับต้นๆ ที่เป็นที่นิยมในการเลือกใช้ เนื่องจากเป็นการบริการขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น ในปัจจุบันนี้มีสายการบินต่างๆ จำนวนมากที่ให้บริการการขนส่งผู้โดยสาร มีทั้งการให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Airline) และสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ซึ่งจะมีรูปแบบของเส้นทางการบินที่เหมือนกัน แต่จะมีรูปแบบในการให้บริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รูปแบบการดำเนินกลยุทธ์การตลาด รวมไปถึงอัตราการคิดค่าโดยสารที่แตกต่างกัน สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ที่ให้บริการในประเทศไทย ได้แก่ การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ เอมิเรตส์ (Emirates) อีวีเอแอร์ (EVA Air) และคาเธ่ย์แปซิฟิก (Cathay Pacific) เป็นต้น (วีรยา ทยานวิวัฒน์, 2563)

คุณสมบัติของสายการบินนอกเหนือจากการใช้เพื่อโดยสารในการเดินทางแล้วยังสามารถใช้เป็นสัญลักษณ์บ่งบอกถึงรสนิยมและภาพลักษณ์ของผู้เดินทางได้ ดังนั้นสายการบินจึงมีการแข่งขันในรูปแบบการให้บริการเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพในการให้บริการ โดยสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ คือสายการบินที่จัดอยู่ในประเภทสายการบินที่มีผลิตภัณฑ์และบริการแบบครบวงจร ตามมาตรฐานสากลโลก เช่น การบริการห้องรับรองพิเศษ ฌ ท่าอากาศยาน การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนเที่ยวบิน การบริการที่นั่งประเภทชั้นหนึ่ง (First Class) ชั้นธุรกิจ (Business Class) โดยมีเป้าหมายในการมอบประสบการณ์การการบินที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสารที่ต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นลดต้นทุนเพื่อเสนอราคาตัวที่ถูกกว่า แต่ในหลายกรณีอาจไม่มีความยืดหยุ่นในการรองรับผู้โดยสารที่เผชิญกับปัญหาการล่าช้าหรือยกเลิกเที่ยวบิน นอกจากนี้มาตรการรองรับ เช่น การจัดหาที่พัก หรือการโยกย้ายไปยังเที่ยวบินอื่น มักไม่ได้รวมอยู่ในนโยบายการให้บริการ (เหมือนฝันหมัดเลขา, 2561) ดังนั้นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจึงเป็นตัวเลือกสำหรับผู้โดยสารที่ให้ความสำคัญกับความความสะดวกสบาย ความครบถ้วนของบริการ และประสบการณ์การเดินทางที่เหนือกว่า

อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือเชื้อไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ต้นปี 2563 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินโลกได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง และเสียหายเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินต้องลดปริมาณเที่ยวบินไปจนกระทั่งการยกเลิกเที่ยวบิน ส่งผลให้ปริมาณการขนส่งทางอากาศทั้งจำนวนผู้โดยสาร จำนวนเที่ยวบิน และการขนส่งสินค้าทางอากาศลดลงหากเทียบจากปีที่ยังไม่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นอย่างมาก และก่อให้เกิดการแข่งขันเพื่อการครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1

สถิติจำนวนผู้โดยสารภาพรวม 10 ปี (ปี 2557 - 2566)

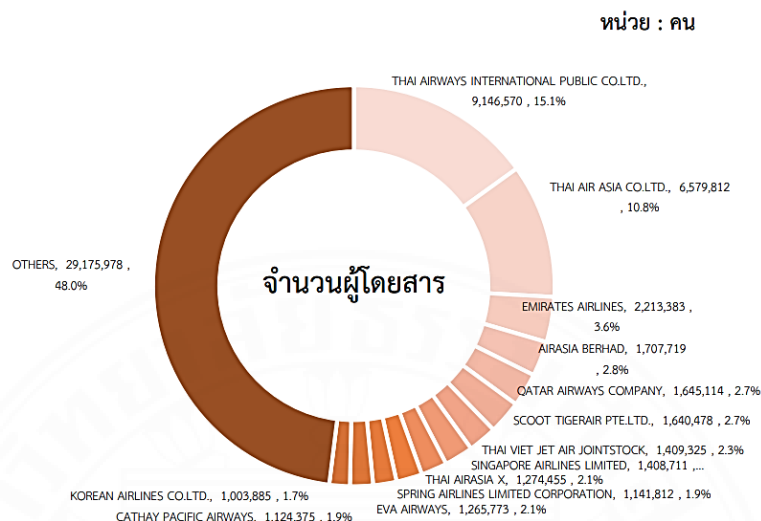


หมายเหตุ. จาก สถิติจำนวนผู้โดยสารภาพรวม 10 ปี (ปี 2557 - 2566) ประจำปี 2566 โดย สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2566, (<https://md.go.th/wp-content/uploads/2024/10>)

จากภาพที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า 10 ปีที่ผ่านมา การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศลดลงอย่างเห็นได้ชัด แต่เมื่อผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นกับระบบความปลอดภัยและการให้บริการเพิ่มขึ้น ประกอบกับการคลี่คลายของสถานการณ์โควิด - 19 ส่งผลทำให้ในปี 2566 จำนวนผู้โดยสารฟื้นตัวขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 61 ของจำนวนผู้โดยสารภายในประเทศ อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารยังถือว่าไม่มากนักเมื่อเทียบกับจำนวนผู้โดยสารก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ภาพที่ 1.2

ส่วนแบ่งทางการตลาดสายการบินในการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางบินระหว่างประเทศปี พ.ศ 2566



หมายเหตุ. จาก รายงานส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินในการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางบินระหว่างประเทศ ประจำปี 2566 โดย สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2566, (<https://investor-th.airportthai.co.th/transport.html>)

การดำเนินธุรกิจสายการบินภายใต้สภาวะการแข่งขันเพื่อครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดต้องปรับการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและการแข่งขันทางธุรกิจจากการดำเนินการในปี 2566 พบว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของการดำเนินการของสายการบินระหว่างประเทศในประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีส่วนแบ่งทางการตลาดการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศมากที่สุดโดยมีจำนวนมากถึง 9.14 ล้านคน รองลงมาได้แก่ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด มีการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศจำนวน 6.57 ล้านคน ลำดับสามได้แก่ สายการบินแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ เอมิเรตส์แอร์ไลน์มีการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศจำนวน 2.21 ล้านคน และอันดับ 4 ได้แก่ บริษัท แอร์เอเชีย เบอร์ฮัดมีการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศจำนวน 1.70 ล้านคน โดยจะเห็นได้ว่าปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำเช่น บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด เริ่มเข้ามาบดบาทและสามารถครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2566) ดังแสดงในภาพที่ 1.2

ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบต้องเผชิญการแข่งขันทางการตลาดในด้านราคากับคู่แข่งที่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำ โดยสายการบินเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนฝูงบินและขยายเส้นทางการบินในอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าสายการบินมีแนวทางการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน แต่เนื่องจากเส้นทางที่จำกัดและการให้บริการที่สามารถทดแทนกันได้ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างสายการบินในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการให้บริการ ที่เป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจสายการบิน (บุษยรังสี ศฤงฆไพบุลย์, 2565)

ทั้งนี้ การแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินทำให้สายการบินแต่ละรายจำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือเพื่อรักษฐานลูกค้าเดิม รวมถึงหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ในการสร้างความแตกต่างเพื่อให้ลูกค้าใหม่เกิดความมั่นใจในการใช้ และยกระดับคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและก่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการของสายการบิน (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย เนื่องจากสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเป็นผู้ให้บริการที่มอบประสบการณ์การเดินทางที่ครบวงจร และสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร โดยครอบคลุมทั้งอาหารและเครื่องดื่มฟรี ระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน เช่น หน้าจอส่วนตัว รวมถึงที่นั่งหลายระดับให้เลือกใช้บริการ นอกจากนี้สายการบินยังมีความรับผิดชอบในกรณีที่เกิดเหตุขัดข้องจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย โดยอาจรวมถึงการจัดหาโรงแรมที่พักชั่วคราวหรือบริการรับ-ส่งเพิ่มเติมให้แก่ผู้โดยสาร ด้วยเหตุนี้ ราคาบัตรโดยสารของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจึงมีสูงกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ ที่เน้นการลดต้นทุนเพื่อเสนอราคาที่ประหยัดกว่า ประกอบกับภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ความต้องการเดินทางลดลง สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจึงเผชิญความท้าทายทางเศรษฐกิจมากขึ้น

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยอันจะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรักษฐานลูกค้า สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และรับมือกับการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำในตลาด รวมถึงเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและวางแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยที่นั่งชั้นประหยัด โดยเน้นในหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (Tangibility) เป็นหลักโดยแยกเป็น 4 ส่วน คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร การบริการบนเครื่องบิน (In flight Service) และสินค้าปลอดภาษี (Duty Free)

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (สายการบิน “การบินไทย”) ซึ่งเป็นหนึ่งในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเน้นผู้โดยสารที่เดินทางด้วยชั้นประหยัดและเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบตามมาตรฐานสากลทั่วโลก โดยบริการขั้นต่ำที่ผู้โดยสารจะได้รับโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม ประกอบด้วย น้ำหนักสัมภาระลงทะเลเปียน อย่างน้อย 20 กิโลกรัม บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง และบริการเลือกที่นั่งโดยมีเป้าหมายในการมอบประสบการณ์การบินที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสาร

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา สำหรับการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และแนวคิดที่เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ มาใช้ประกอบการศึกษาในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยให้ความสำคัญกับความสะอาดสบาย ความครบถ้วนของบริการ โดยเน้นในหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็นหลัก โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน อันได้แก่ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร การบริการบนเครื่องบิน และสินค้าปลอดภาษี เพื่อมอบประสบการณ์การบินที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสาร

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาของการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568

1.4 นิยามศัพท์

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ หมายถึง ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบตามมาตรฐานสากลทั่วโลก โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายและความครบถ้วนของการบริการ โดยบริการขั้นต่ำที่ผู้โดยสารจะได้รับโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม ประกอบด้วย น้ำหนักสัมภาระลงทะเปียนอย่างน้อย 20 กิโลกรัม บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง บริการเลือกที่นั่ง และการบริการห้องรับรองพิเศษ ณ ท่าอากาศยาน โดยมีเป้าหมายในการมอบประสบการณ์การบินที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสาร โดยการวิจัยครั้งนี้มีสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ได้แก่ สายการบิน “การบินไทย”

คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงระดับของการบริการที่ดี ประกอบด้วย ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ และด้านความเอาใจใส่

คุณภาพการบริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการประกอบด้วยปัจจัยที่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ เช่น

1. บุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน หมายถึง เสื้อผ้าและการแต่งกายของพนักงาน การที่พนักงานมีท่าทางสุภาพ รอยยิ้ม และการแสดงออกที่น่าพึงพอใจ มีความสำคัญต่อการให้บริการที่ดี การดูแลลูกค้าด้วยท่าทางที่อบอุ่นและเอาใจใส่ก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความประทับใจ
2. ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร หมายถึง ภาพลักษณ์ของสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องโถงของสายการบิน การตกแต่งภายในเครื่องบิน หรือการจัดวางที่นั่งบนเครื่องบิน ล้วนมีผลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสาร รวมถึง เครื่องบินที่ทันสมัย ระบบความบันเทิงภายในเครื่อง อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม และอุปกรณ์เสริม เช่น ผ้าห่ม ถุงเท้า หรือ ชุดสิ่งของอำนวยความสะดวก (Amenity kit)
3. การบริการบนเครื่องบิน หมายถึง การจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มที่สะท้อนถึงคุณภาพการบริการของสายการบิน โดยประกอบด้วยเมนูอาหารที่หลากหลาย เช่น อาหารนานาชาติ อาหารท้องถิ่น หรืออาหารพิเศษตามความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร เช่นอาหารมังสวิรัต รวมถึงการใช้วัสดุที่สะอาดใหม่ การบำรุงที่ได้มาตรฐาน และการจัดจ้านที่สวยงาม นอกจากนี้ ยังมีบริการเครื่องดื่มหลากหลายประเภท เช่น น้ำผลไม้ ชา กาแฟ หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยถูกจัดเตรียมและเสิร์ฟด้วยความสุภาพและความเป็นมืออาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

4. สินค้าที่บริการขายบนเครื่อง หมายถึง สินค้าหรือบริการเพิ่มเติมที่จำหน่ายบนเครื่องบิน เช่น สินค้าปลอดภาษี ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์พิเศษของสายการบินที่มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์

ผู้โดยสาร หมายถึง ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างน้อย 1 ครั้ง ใน 1 ปีที่ผ่านมา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในการศึกษา

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย โดยสามารถนำไปใช้ในการรักษาฐานลูกค้า รักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน และรับมือกับการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพการให้บริการในหมวดหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ได้แก่ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศภายในห้องโดยสาร การบริการบนเครื่องบิน และสินค้าปลอดภาษี โดยสามารถนำไปปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อมอบประสบการณ์การเดินทางที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5.2 ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ดึงดูดผู้โดยสารให้เข้ามาใช้บริการ และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับสายการบินรูปแบบอื่นได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถประยุกต์ผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการงานด้านบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสูงสุดในการส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจบริการเนื่องจากคุณภาพการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดความประทับใจในเชิงบวกแก่ผู้ใช้บริการและส่งผลให้ผู้ใช้บริการนั้นบอกต่อความประทับใจนี้แก่บุคคลที่รู้จัก ซึ่งช่วยให้สามารถรักษารฐานผู้ใช้บริการเดิมและมีผู้ใช้บริการใหม่เพิ่มขึ้น รวมถึงหากการบริการมีคุณภาพจะทำให้ธุรกิจเหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจ หากได้รับการตอบสนองตรงกับสิ่งที่ต้องการหรือคาดหวัง

Tsoukatos and Mastrojianni (2010) กล่าวว่าคุณภาพการบริการคือ คุณภาพสัมพันธ์ของการบริการ โดยลูกค้าเห็นได้จากการเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพการบริการที่แท้จริงของบริษัทกับความคาดหวังของพวกเขา สิ่งนี้นำไปสู่การสร้างช่องว่างระหว่างบริการที่นำเสนอโดยองค์กรและความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับองค์กรที่จะต้องเข้าใจความคาดหวังด้านคุณภาพการบริการของลูกค้า สิ่งนี้จะช่วยให้พวกเขาปิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของระดับคุณภาพการบริการได้

ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม (2552) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นการตอบสนองความต้องการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ Corney (2001) กล่าวถึงแนวคิดคุณภาพการบริการ ว่าเป็นเรื่องของการควบคุมคุณภาพการบริการเพื่อให้เกิดผลดีที่สุด โดยเริ่มตั้งแต่การให้บริการจนจบกระบวนการ ทั้งนี้ คุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับความเป็นเลิศของบริการ สอดคล้องกับงานของคณุตม์ ระเบิดเมทนี (2557) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึงลักษณะการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งเจ้าของธุรกิจหรือผู้ให้บริการ

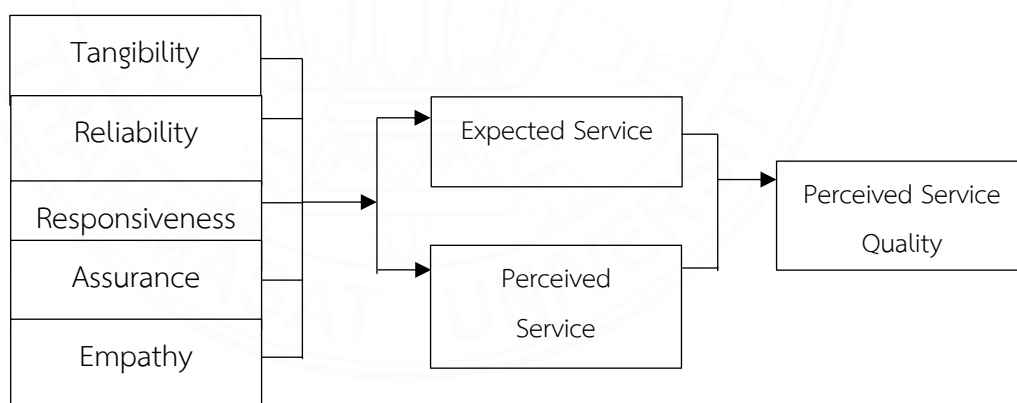
ควรคำนึงถึงเพื่อให้สามารถรับรู้ถึงเกณฑ์กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าได้โดยจะต้องสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น ให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการ หมายถึงลักษณะการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการ ในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงระดับของการดำเนินงานในการปฏิบัติต่อผู้รับบริการว่า สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลนั้นๆ มากเพียงใด

ปัจจุบันแนวคิดในการวัดคุณภาพที่นิยมใช้ในการวัดคุณภาพการให้บริการคือ มาตรฐาน “SERVQUAL” ที่ถูกพัฒนาขึ้นและปรับปรุงโดย Parasuraman, et al. (1985) โดยเป็นแนวคิดที่ใช้วัดโครงสร้างคุณภาพการให้บริการ ผ่านการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้า กับการรับรู้ที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการจริง ซึ่งเครื่องมือ SERVQUAL นี้ถือเป็นวิธีหลักที่ใช้ในการวัดการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ดังแสดงในภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1

รูปแบบการวัดคุณภาพการบริการด้วยเครื่องมือ SERVQUAL



หมายเหตุ. จาก “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality.” โดย Parasuraman, et al., 1988. *Journal of Retailing*, 6(41), 12-40.

จากภาพที่ 2.1 Parasuraman, et al. (1988) กล่าวถึงแนวคิดการวัดคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน อันได้แก่

ด้านที่ 1 ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (Tangibility) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้อย่างชัดเจน การมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

ด้านที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความน่าเชื่อถือโดยเกี่ยวข้องกับความสม่ำเสมอในการให้บริการ ซึ่งในแต่ละครั้งควรเป็นไปอย่างถูกต้อง สามารถให้บริการได้ตามสัญญา ไว้วางใจได้

ด้านที่ 3 ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการแสดงความรับผิดชอบ มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน และให้บริการด้วยความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้า

ด้านที่ 4 การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงได้ง่ายมีความสะดวกในการติดต่อ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

ด้านที่ 5 ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การให้ความเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล

กล่าวได้ว่าเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ หรือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุดในการกำหนดแนวความคิดและการวัดคุณภาพการบริการ เห็นได้จากการที่ SERVQUAL ถูกใช้โดยงานวิจัยในอุตสาหกรรมบริการและบริบทต่าง ๆ เช่น การดูแลสุขภาพ การธนาคาร บริการทางการเงิน ธุรกิจการโรงแรม รวมถึงในอุตสาหกรรมสายการบินด้วยเช่นกัน Sultan and Simpson (2000) ได้ทำการตรวจสอบเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผู้โดยสารของสายการบินที่แข่งขันกันในตลาดแอดแลนติกโดยใช้มาตราส่วน Servqual และพบว่าชาวอเมริกันและชาวยุโรป เชื่อว่าความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของคุณภาพการให้บริการของสายการบิน

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ “คุณภาพการบริการ” คือ การให้บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างมีคุณภาพและตรงตามความคาดหวัง โดยการศึกษาครั้งนี้ การวัดคุณภาพการให้บริการด้วยมาตราส่วน SERVQUAL ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (Tangibility) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้อย่างชัดเจน การมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ เช่น การมีห้องโดยสารที่สะอาดปลอดภัย คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และความสะอาดสบายของที่นั่ง เป็นต้น ซึ่งผู้โดยสารสามารถคาดคะเนการบริการที่จะได้รับอย่างชัดเจน

ด้านที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของสายการบินในการให้บริการอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ และตรงตามที่ได้ให้คำมั่นหรือสัญญาไว้กับผู้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเวลา คุณภาพ หรือกระบวนการให้บริการ เช่น การรักษาความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน ไม่ยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินกะทันหันโดยไม่มีเหตุผลชัดเจน การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน รวมถึงการที่พนักงานมีความชำนาญและสามารถให้บริการได้อย่างมีมาตรฐาน ทุกครั้งที่ผู้โดยสารใช้บริการหรือพูดอีกนัยยะหนึ่งก็คือผู้รับบริการควรจะต้องรู้สึกว่าได้รับบริการที่ได้ผลออกมาเช่นเดิมทุกครั้งเป็นต้น

ด้านที่ 3 ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมของผู้ให้บริการในการให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างเต็มที่ แสดงถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ พร้อมทั้งสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทันท่วงที และมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนาน และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม

ด้านที่ 4 การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงได้ง่ายมีความสะดวกในการติดต่อ เช่น การมีระบบแจ้งเตือนในการให้บริการต่างๆ เช่น มี ข้อความทางโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาเช็คอิน รวมถึง การที่บุคลากรหรือนักบินมีความเชี่ยวชาญสามารถนำเครื่องขึ้น (Take-off) และนำเครื่องลง (Landing) ได้อย่างราบรื่น เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

ด้านที่ 5 ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การให้ความเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล เช่น พนักงานมีการปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเท่าเทียม มีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ และเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีตลอดการเดินทาง เป็นต้น

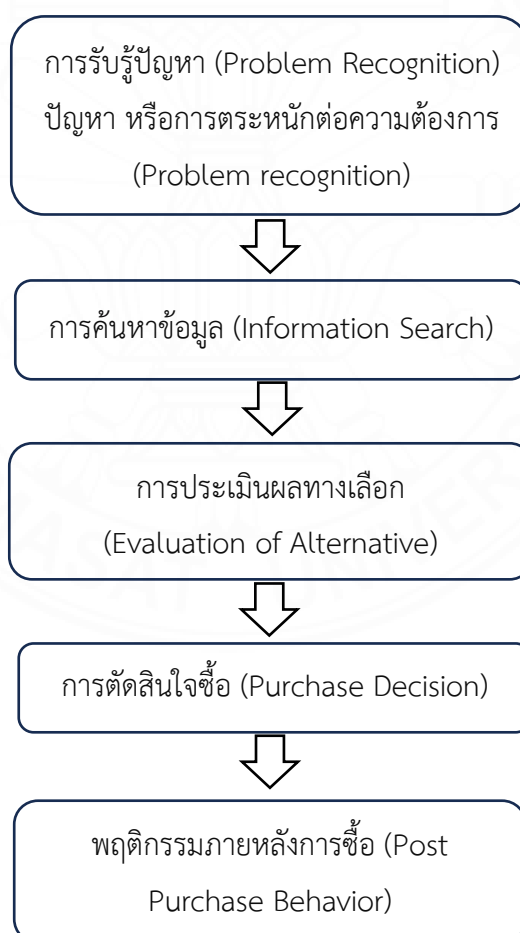
2.1.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ คือ กระบวนการสำคัญที่นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อการเลือกและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจพบว่า มีนักวิชาการได้อธิบายถึงการตัดสินใจและกระบวนการในการตัดสินใจซื้อหรือการเลือกรับบริการสิ่งต่างๆ ดังนี้

Kotler (1999) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน เช่น การรับรู้ แรงจูงใจ ทักษะคติและการเรียนรู้บุคลิกภาพ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีองค์ประกอบของการตัดสินใจ 5 ขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

ภาพที่ 2.2

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process)



หมายเหตุ. จาก “Marketing in the network economy.” โดย Achrol and Kotler, 1999, *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 146-163.

1. การรับรู้ปัญหา หรือการตระหนักต่อความต้องการ (Problem recognition)

หมายถึง บุคคลสามารถรับรู้ความต้องการของตนเอง หรือเกิดจากสิ่งเร้าที่มากระตุ้น ซึ่งเมื่อความต้องการที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับหนึ่งจะกระตุ้นให้มนุษย์ได้เกิดการเรียนรู้ที่จะจัดการกับสิ่งที่มากระตุ้น โดยอาจจะมีประสบการณ์ในอดีตที่จะนำมาใช้เพื่อตอบสนองได้อย่างที่ต้องการ

2. การค้นหาข้อมูล หรือการแสวงหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง

ผู้บริโภคที่ถูกสิ่งเร้ามากระตุ้นให้เกิดความต้องการ จะทำการรวบรวมหรือแสวงหาข้อมูล โดยอาจเป็นข้อมูลทั่วไป หรืออาจเกิดการแสวงหาข้อมูล ซึ่งแหล่งข้อมูลหลักๆของผู้บริโภค มี 4 ประเภทด้วยกัน ได้แก่

- แหล่งข้อมูลส่วนตัว (Personal sources) ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว คนคุ้นเคย เพื่อนบ้าน เป็นต้น

- แหล่งข้อมูลทางธุรกิจ (Business sources) ได้แก่ ตราสินค้า ฉลากสินค้า ตัวแทนขายหรือพนักงานขาย โฆษณา เป็นต้น

- แหล่งข้อมูลที่มีการเปิดเผยทั่วไป (Public sources) ได้แก่ องค์กรเพื่อผู้บริโภค สื่อมวลชน

- แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ (Experiential sources) ได้แก่ การใช้สินค้า การตรวจสอบสินค้า

ระดับความเกี่ยวข้องและอิทธิพลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ จะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท และลักษณะของผู้บริโภคที่จะทำการตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่แล้วแหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือมากที่สุด คือแหล่งข้อมูลส่วนตัว (Personal Sources) โดยแหล่งข้อมูลแต่ละประเภทมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อที่แตกต่างกัน

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) หมายถึง การประเมิน

แนวทางเลือกหลังจากที่ได้ค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล จะนำมาพิจารณาเป็นแนวทางเลือกที่มีศักยภาพ โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติซึ่งจะใช้เป็นเกณฑ์ในการเก็บข้อมูล ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงตราสินค้าที่แข่งขันกันในตลาด อีกทั้งทราบถึงลักษณะของสินค้าทั้งหมด เช่นคุณสมบัติที่สำคัญของสินค้า ต้นทุนของสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการพิจารณาคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและเกณฑ์การประเมินของผู้บริโภคนักการตลาดจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างและนำเสนอคุณสมบัติที่โดดเด่นและสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือก เพื่อส่งเสริมให้สินค้าหรือบริการของตนได้รับการยอมรับและเลือกใช้มากขึ้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หมายถึง การตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า

หรือบริการหลังจากการประเมินผลแนวทางเลือกต่างๆ แล้ว ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะทำการซื้อ หรือ

พัฒนากลายเป็นความตั้งใจซื้อ และทำการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการตัดสินใจซื้อนี้จะเป็นการตอบสนองต่อสิ่งที่มากระตุ้น การตัดสินใจซื้อจะเกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภค หรือกระบวนการในการเรียนรู้ ความตั้งใจซื้อจะสมบูรณ์เมื่อเกิดการตัดสินใจซื้อจริง ซึ่งสิ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจ คือ การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น การแจกคูปองหรือบัตรกำนัลส่วนลด ก็เป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้ หรือ การวางสินค้าบนชั้นขายของ ในการตัดสินใจซื้อในแต่ละครั้งนั้น ผู้บริโภคจะต้องทำการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- การเลือกที่จะซื้อสินค้านั้นหรือไม่ ในความเป็นจริงแล้วมีแนวทางเลือกในการซื้อสินค้านั้น 3 แนวทางเลือก คือ ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ซื้อสินค้าอื่นทดแทน หรือเลือกที่จะไม่ซื้อเลย

- ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน
- ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน
- ถ้าซื้อจะซื้อจำนวนเท่าใด
- ถ้าซื้อจะซื้ออย่างไร

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อไม่ได้สิ้นสุดลงแค่เมื่อผู้ซื้อกระทำการซื้อสินค้านั้น ข้อมูลในการใช้สินค้าหรือบริการจะป้อนกลับ (Feedback) เพื่อนำไปสู่การซื้อซ้ำในอนาคต ผู้บริโภคจะมีข้อมูลการรับรู้ในสินค้า และเกิดทัศนคติต่อสินค้านั้น ซึ่งถ้าผลในการใช้สินค้านั้นเป็นที่น่าพึงพอใจจะนำไปสู่การซื้อซ้ำ แต่ตรงกันข้ามหากผลของการใช้สินค้านั้นไม่น่าพึงพอใจ อาจส่งผลให้ไม่เกิดการซื้อซ้ำในครั้งถัดไป ดังนั้นการโฆษณาจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ และต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอยู่เสมอ เช่น การส่งข่าวสารโปรโมชั่นให้ผู้บริโภคอยู่เสมอๆ หรือมีการส่งเสริมการตลาดอยู่เสมอๆ ซึ่งนักการตลาดต้องให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าหรือบริการให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด และถ้าผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจก็ต้องแก้ไข้ปัญหาเพื่อให้ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคตรงกับปฏิบัติการของสินค้าจากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นกล่าวได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีลำดับขั้นตอน คือ ผู้บริโภคต้องมีความต้องการและทำการเสาะหาข้อมูลมาประกอบการพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทาง และประเมินทางเลือกว่าจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

จากข้อแนวคิดและทฤษฎีในการตัดสินใจที่ได้กล่าวไปข้างต้น สรุปได้ว่ากระบวนการในการตัดสินใจมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้บริโภคจะต้องมีกระบวนการคิดตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า และบริการแต่ละชนิด โดยในการวิจัยครั้งนี้จะนำเอากระบวนการตัดสินใจทั้ง 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ปัญหาหรือการตระหนักต่อความต้องการ การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล

การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มาใช้ในการรักษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นปัจจัยที่สามารถวัดได้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติพฤติกรรมและการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ของบุคคล ทำให้บุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกันมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ หมายถึง อายุของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติ การบริโภคสินค้าหรือบริการ รวมถึงความต้องการในด้านอื่นๆ ที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้มีอายุน้อยจะชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ และให้ความสนใจกับกระแสนิยม ในขณะที่กลุ่มผู้มีอายุมากจะสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

ในด้านของเพศ โดยทั่วไปเพศชายและเพศหญิงมักมีพฤติกรรมและทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้ความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการมีความหลากหลายตามไปด้วย โดยเฉพาะในปัจจุบันที่บทบาทและพฤติกรรมของแต่ละเพศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด เช่น การที่ผู้หญิงเข้ามามีบทบาทในตลาดแรงงานและสังคมมากขึ้น ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการบริโภคและการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างไปจากในอดีต

ในด้านสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจได้แก่ อาชีพ การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังของครอบครัวโดยสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจส่งผลให้บุคคลมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือคุณลักษณะทางกายภาพของบุคคลที่สามารถวัดได้ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีองค์ประกอบที่หลากหลาย ซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาเลือกใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มาใช้ในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของผู้ใช้บริการในการใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

2.2 ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

Yu-Kai HUANG (2010) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของสายการบินส่งผลต่อการใช้บริการของผู้โดยสารโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL: กรณีศึกษาในประเทศไทยใต้หวัน

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินในประเทศ ได้หวั่น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการตอบสนองเป็นคุณลักษณะของคุณภาพการบริการสายการบินที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้โดยสาร โดยการให้บริการอย่างมีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมบริการมีความหลากหลาย ดังนั้นการตอบสนอง การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และความเอาใจใส่ เป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่นสายการบินใส่ใจในด้านการจัดเตรียมหนังสือพิมพ์บนเครื่อง ความเร็วในการตอบสนองต่อคำขอและข้อร้องเรียนของพนักงาน การออกเดินทางและการมาถึงตรงเวลา เป็นต้น

Chien-Chang Choua (2011) ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการให้บริการของสายการบินโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประเมินคุณภาพการให้บริการของสายการบิน ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่สำคัญอันดับแรกคือความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในความปลอดภัย ประการที่สองคือ การตอบสนองได้แก่ ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน และความสะดวกสบายและความสะอาดของที่นั่ง ประการที่สามคือ ความเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รองลงมาคือ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการของสายการบิน สรุปได้ว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับมิติการบริการ มิติที่สำคัญที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ อันดับที่สองคือ การตอบสนอง อันดับที่สามคือ ความเอาใจใส่ ตามมาด้วยลักษณะหลักฐานทางกายภาพและรูปแบบของการให้บริการบนเที่ยวบินตามลำดับ

Mateja Kos Koklica (2017) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินแบบครบวงจร วิจัยนี้ใช้แบบสำรวจผู้โดยสาร 382 คน เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผลที่ตามมาในบริบทของอุตสาหกรรมสายการบิน ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในแต่ละประเภทของสายการบินคือ คุณภาพของพนักงานที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยเฉพาะเมื่อเลือกสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ ผู้โดยสารจะให้ความสำคัญมากขึ้นกับคุณภาพของการบริการซึ่งถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำสำหรับสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบเมื่อเทียบกับสายการบินต้นทุนต่ำ

วีรยา ทยานุวัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษาสายการบินนกแอร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้หรือกำลังใช้บริการของสายการบินนกแอร์ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ผู้โดยสาร

มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่อยู่ในระดับคุณภาพการบริการดีทุกด้าน ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการ สายการบินนกแอร์โดยรวมอยู่ในระดับดี ผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และตัวแปรที่ส่งผลกับคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านการสร้างความมั่นใจ

ณัฐกานต์ ชินวงศ์อมร (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์คุณภาพการให้บริการสายการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการก่อนการบิน โดยเฉพาะด้านความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองการให้บริการอย่างรวดเร็ว ด้านชื่อเสียงของสายการบิน และด้านความกระตือรือร้นในการบริการตามลำดับ ทั้งนี้ในด้านคุณภาพการให้บริการบนเครื่องบินพบว่า ความชำนาญของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ความเต็มใจในการให้บริการ ความพร้อมของอุปกรณ์ภายในห้องโดยสาร ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษา และอัธยาศัยที่ดีของพนักงานตามลำดับ ขณะเดียวกัน ด้านคุณภาพการให้บริการหลังเที่ยวบิน พบว่า การติดตามความพึงพอใจของลูกค้าหลังการใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ มาตรฐานการจัดการสัมภาระ โปรแกรมสะสมไมล์ และความตรงต่อเวลาในการเดินทางถึงจุดหมาย ตามลำดับ

ตารางที่ 2.1

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|---------------------|---|---|--|
| Yu-Kai HUANG (2010) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินในประเทศไทยได้หวั่น | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการศึกษาแบบสมการโครงสร้าง (SEM) กลุ่มตัวอย่างคือ ชาวไต้หวันที่ทำการบินระหว่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งครั้ง ระยะเวลาในการศึกษาคือ เดือนมิถุนายนถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2550 | การตอบสนองเป็นคุณลักษณะของคุณภาพการบริการสายการบินที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้โดยสาร โดยเฉพาะด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ พบว่าการใส่ใจในด้านการจัดเตรียมหนังสือพิมพ์บนเครื่องบิน การตกแต่งภายใน ความสะอาดสบายบนเครื่อง คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความบันเทิงบนเครื่องบินส่งผลต่อตัดสินใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบิน |

ตารางที่ 2.1

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (ต่อ)

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|------------------------------------|--|---|---|
| Chien- Chang Choua (2011) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การประเมินคุณภาพ การให้บริการของสาย การบิน | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการศึกษาแบบ การวิเคราะห์โมเดล สมการโครงสร้าง (SEM) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารชาวไต้หวันที่ เดินทางด้วยสายการบิน ระหว่างประเทศ ระยะเวลาในการศึกษา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2554 | ความน่าเชื่อถือและความมั่นใจใน ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่สุด และปัจจัยที่ผู้โดยสารให้ ความสำคัญรองลงมาคือด้าน หลักฐานทางกายภาพโดยเฉพาะ ในแง่มุมของน้ำหนักรสัมภาระ ซึ่งสะท้อนถึงระดับความใส่ใจของ สายการบินต่อการให้บริการ ผู้โดยสาร |
| Mateja Kos Koklica (2017) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพ การบริการของสาย การบินต้นทุนต่ำ | เป็นงานวิจัยเชิง ปริมาณใช้วิธีการศึกษา แบบการวิเคราะห์ โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารที่เดินทาง ด้วยสายการบินสาย ต้นทุนต่ำ ระยะเวลา ในการศึกษาคือ ช่วงปี พ.ศ. 2560 | ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการในแต่ละประเภทของสาย การบินคือ ด้านหลักฐานทาง กายภาพ เช่น ภาพลักษณ์ของ อาคารผู้โดยสารหรือภาพลักษณ์ ขององค์กร และคุณภาพของ บุคลากรส่งผลในเชิงบวกต่อความ พึงพอใจ และความพึงพอใจ ดังกล่าว ส่งผลในเชิงบวกต่อความ ตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ |

ตารางที่ 2.1

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (ต่อ)

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|----------------------------------|---|---|--|
| วีรยา ทยานุวัฒน์ (2563) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา คุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้โดยสาร ในการเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสถิติการวิเคราะห์ ความถดถอยเชิงพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารที่เคยใช้ บริการหรือกำลังใช้ บริการของสายการบิน นกแอร์ ระยะเวลาใน การศึกษาคือ ช่วงปี พ.ศ. 2560 | ตัวแปรที่ส่งผลกับคุณภาพ การบริการต่อการตัดสินใจใช้ บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใน ประเทศสายการบินนกแอร์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ ด้านหลักฐาน ทางกายภาพ ได้แก่ สภาพห้อง โดยสารบนเครื่องบินมีความ สะอาด ถูกสุขลักษณะเช่นเดียวกับ สภาพห้องน้ำบนเครื่องบินมีความ สะอาด และภายในห้องโดยสารมี อุณหภูมิที่เหมาะสม มีแสงสว่าง เพียงพอต่อการใช้งาน ขนาดและ ความกว้างของที่เก็บสัมภาระ เพียงพอต่อการใช้งาน รวมถึง ขนาดและความกว้างของเก้าอี้ โดยสารมีความเหมาะสม สะดวกสบาย |
| ณัฐกานต์ ชินวงศ์อมร (2559) | วัตถุประสงค์เพื่อ สำรวจการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสายการ บินระหว่างประเทศ | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสถิติการวิเคราะห์ ความถดถอยเชิงพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการ | คุณภาพการบริการบนเครื่องบินใน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อรรถาศัยที่ดีของพนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน และทักษะด้านภาษา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ เลือกใช้สายการบินระหว่าง ประเทศ |

ตารางที่ 2.1

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (ต่อ)

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|----------|--------------|---|------------|
| | | สายการบินระหว่าง ประเทศ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ สุวรรณภูมิ ระยะเวลา ในการศึกษาคือ กรกฎาคม ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 | |

จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบงานวิจัยพบว่า ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ การบริการในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ งานวิจัยจะศึกษาในช่วงเวลาก่อนเกิดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ซึ่งหลังจากการแพร่ระบาดนั้นสายการบินหลายสายได้ปิดตัวลง หรือมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีการลดต้นทุน ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่เป็นตัวแปรต้นในการศึกษาวิจัยจึงมีความเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นอย่างมาก อีกทั้งในมิติของคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ จากงานวิจัยในอดีตพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็นลำดับแรก แต่ในเชิงวิชาการกลับยังไม่มีการศึกษาแบบเจาะจงเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แน่ชัดของผู้โดยสาร ด้วยเหตุผลนี้เองในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็นหลักเพื่อพัฒนาการบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน

ธนพร กลมกลิ้ง (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย ในเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียในเส้นทางดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานะเป็น

นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000–25,000 บาท ทั้งนี้ ระดับความสำคัญของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยในกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ พบว่าด้านที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ รองลงมาคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ การตัดสินใจซื้อ และการประเมินทางเลือกตามลำดับ ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร

ปรัชญพัชร วันอุทา (2555) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารที่ตัดสินใจใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ทั้งนี้ ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารประกอบด้วย 5 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ได้รับความสำคัญมากที่สุดคือ ขั้นตอนการประเมินหลังการซื้อ โดยเฉพาะในเรื่องความพึงพอใจต่อภาพรวมของการให้บริการของสายการบิน รองลงมาคือ ขั้นตอนการซื้อ ซึ่งผู้โดยสารให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องราคาค่าโดยสารที่อยู่ในงบประมาณที่ตั้งไว้ และความสะดวกในการซื้อบัตรโดยสาร

สหวัฒน์ ธีระธรรม (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ เช่น จำนวนครั้งที่ใช้บริการ และวิธีการชำระค่าบัตรโดยสาร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านภาพลักษณ์ห้องรับรองพิเศษและการส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภูกิจ พงศ์อาษา (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์โดยภาพรวมต่างกัน นอกจากนี้ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินสายการบินแอร์ เอเชียเอ็กซ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Tuck Sai Boey (2012) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสายการบิน ที่ให้บริการเต็มรูปแบบและต้นทุนต่ำในประเทศมาเลเซีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสายการบินทั้งสองประเภท ผลจากการศึกษาพบว่า ความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และการตัดสินใจใช้บริการสายการบินสามารถวิเคราะห์และเปรียบเทียบประเด็นด้านงานวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 2.2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|--------------------------------|---|--|---|
| ธนพร กลมกลิ้ง (2566) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์ เอเชียในเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการศึกษาคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย เส้นทางในประเทศไทย ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาศึกษา มกราคม - มีนาคม พ.ศ. 2566 | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ โดยด้านที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญมากที่สุดคือการตระหนักถึงความต้องการ |
| ปรัชญพัชร วันอุทา (2555) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์ | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการศึกษาคำ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสถิติ T-Test และ (F-Test) กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสาร | พบว่าผู้โดยสารที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความ |

ตารางที่ 2.2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ (ต่อ)

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|-------------------------------|--|--|---|
| | เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ 2) ศึกษาขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ | ที่ใช้บริการในเส้นทางบินระหว่างประเทศของสายการบิน 5 อันดับแรกที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ศึกษา ในปี พ.ศ. 2555 | แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารมี 5 ขั้นตอน ซึ่งขั้นตอนที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ขั้นตอนการประเมินหลังการซื้อ |
| สหวัดน์ ธีระธรรม (2563) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินในประเทศไทยเส้นทางบินภายใน ประเทศในเขต กรุงเทพมหานคร ระยะเวลาศึกษาในปี พ.ศ. 2563 | ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมวิธีการชำระค่าบัตรโดยสาร เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านภาพลักษณ์ห้องรับรองพิเศษและการส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |
| ภูกิจ พงศ์อาษา (2562) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ | กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจ |

ตารางที่ 2.2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ (ต่อ)

| ผู้วิจัย | วัตถุประสงค์ | วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา | ผลการศึกษา |
|-------------------------|---|--|---|
| | | กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่ใช้บริการ สายการบินแอร์เอเชีย เอ็กซ์ ระยะเวลา กันยายนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 | เลือกใช้บริการสายการบิน สายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์ โดยภาพรวมต่างกัน และ ส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านสินค้าและ บริการ มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ |
| Tuck Sai Boey (2012) | วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกสายการบินที่ให้ บริการเต็มรูปแบบและ สายการบินต้นทุนต่ำใน ประเทศมาเลเซีย | เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีสถิติการวิเคราะห์ ความถดถอยเชิงพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารสายการบิน โดยสารในประเทศ มาเลเซีย ระยะเวลาใน การศึกษา ในปี พ.ศ. 2555 | พบว่า ความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สาย การบินแบบให้บริการ เต็มรูปแบบ |

จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบประเด็นด้านงานวิจัยพบว่า ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน ส่วนใหญ่ผู้วิจัยศึกษาและใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการในประเภทสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นรูปแบบการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และดึงดูดให้กลุ่มลูกค้ารีบตัดสินใจซื้อ แต่ยังขาดการศึกษาวิจัยในประเด็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีผู้บริโภคให้ความสนใจในการใช้บริการเช่นกัน เนื่องจากมีการให้บริการแบบไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการนำสัมภาระเก็บใต้ท้องเครื่อง การใช้ห้องรับรองพิเศษก่อนขึ้นเครื่องบิน การเลือกที่นั่งบนเครื่องบินรวมถึงมีอาหารให้บริการในเที่ยวบินที่มีคุณภาพ ซึ่งในด้านตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หากกำหนดกลุ่มประชากรเป็นผู้ใช้บริการสายการบินที่ให้บริการ

เต็มรูปแบบจะพบว่า ยังไม่มีการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินประเภทนี้อย่างชัดเจน โดยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาปัจจัย ด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นหลัก ดังนั้นจึงยังมีช่องว่างที่สามารถนำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มาใช้เป็นตัวแปรต้นในการศึกษาเพิ่มเติมได้

2.3 ข้อแตกต่างในงานศึกษาที่ผ่านมาและการศึกษาในครั้งนี้

จากการศึกษา และทบทวนวรรณกรรมการศึกษาในอดีตพบว่า งานที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน มีความแตกต่างระหว่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ด้านแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยในอดีตเป็นงานที่ศึกษาและใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการในประเภทสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นรูปแบบการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจและดึงดูดให้กลุ่มลูกค้ารีบตัดสินใจซื้อ แต่ยังคงขาดการศึกษาวิจัยในประเด็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีผู้บริโภคให้ความสนใจในการใช้บริการเช่นกัน เนื่องจากมีการให้บริการแบบไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการนำสัมภาระเก็บใต้ท้องเครื่อง การใช้ห้องรับรองพิเศษก่อนขึ้นเครื่องบิน การเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน รวมถึงมีอาหารให้บริการในเที่ยวบินที่มีคุณภาพ

ประเด็นที่ 2 ด้านขอบเขตของเนื้อหา งานวิจัยในอดีตเป็นงานที่ศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการแบบองค์รวมทุกตัวแปร ไม่ได้มุ่งเน้นในมิติใดมิติหนึ่ง ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยในอดีตจะพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็นลำดับแรก แต่ในเชิงวิชาการกลับยังไม่มีการศึกษาแบบเจาะจงเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แน่ชัดของผู้โดยสารที่ตัดสินใจใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้วยเหตุผลนี้เองในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็นหลักเพื่อพัฒนาการบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

ประเด็นที่ 3 ด้านเวลาในการทำการศึกษา งานวิจัยในอดีตศึกษาในขอบเขตของระยะเวลาโดยเป็นช่วงเวลาก่อนเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งหลังจากการแพร่ระบาดนั้นสายการบินหลายสายได้ปิดตัวลง หรือมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีการลดต้นทุน โดยเหตุผลนี้เองการศึกษาค้นคว้าพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่เป็นตัวแปรต้นในการศึกษาวิจัยจึงมีความเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นอย่างมาก

ประเด็นที่ 4 ด้านตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษา งานวิจัยในอดีตหากกำหนดขอบเขตด้านประชากรเป็นผู้ใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ จะเป็นการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ แต่ไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ การวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้วยสถิติการวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เนื่องจากมีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้

สรุปได้ว่าในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ในครั้งนี้มีความแตกต่างกับงานวิจัยในอดีตในด้านแนวคิดทฤษฎี ด้านขอบเขตเนื้อหา ด้านระยะเวลาในการทำการศึกษา และด้านตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษา โดยผู้ศึกษาจะนำแนวคิดเกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณภาพการบริการมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา เนื่องจากการเลือกใช้บริการของลูกค้าในสายการบินที่มีการแข่งขันกันสูงในหนึ่งเส้นทาง จะมีหลายสายการบินให้บริการ โดยหากราคาไม่ต่างกันมากลูกค้าจะเลือกที่คุณภาพการให้บริการของสายการบิน รวมทั้งปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเพื่อให้เข้าใจผู้บริโภคถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเน้นในหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ของผู้โดยสารชาวไทยได้อย่างละเอียดมากยิ่งขึ้น

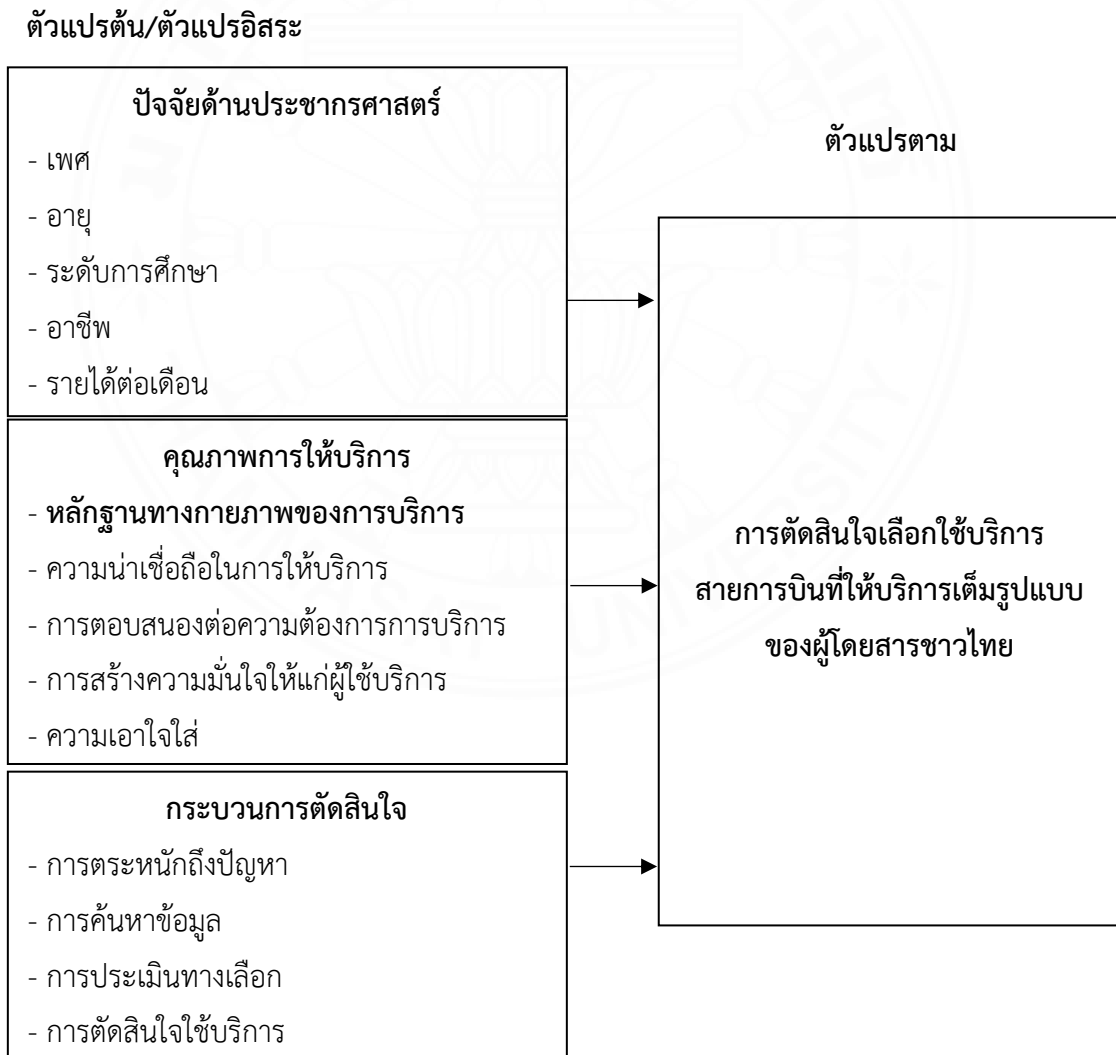
บทที่ 3 วิธีการศึกษา

3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย” ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ภาพที่ 3.1

กรอบแนวคิดการศึกษา



หมายเหตุ. จากการสรุปข้อมูลของผู้ศึกษา

3.2 สมมติฐานในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยโดยสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

3.2.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อายุที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยแตกต่างกัน

3.2.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.1 คุณภาพการบริการด้านหลักฐานทางกายภาพในหมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.2 คุณภาพการบริการด้านหลักฐานทางกายภาพในหมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.3 คุณภาพการบริการด้านหลักฐานทางกายภาพในหมวดการบริการบนเครื่องบินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.4 คุณภาพการบริการด้านหลักฐานทางกายภาพในหมวดสินค้าปลอดภาษีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

3.2.3 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ

สมมติฐานที่ 1 กระบวนการตัดสินใจด้านการตระหนักถึงปัญหาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 2 กระบวนการตัดสินใจด้านการค้นหาข้อมูลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 3 กระบวนการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือกส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

สมมติฐานที่ 4 กระบวนการตัดสินใจด้านการตัดสินใจใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการสายการบิน “การบินไทย” ซึ่งเป็นหนึ่งในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเน้นผู้โดยสารที่เดินทางด้วยชั้นประหยัดและเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบตามมาตรฐานสากลทั่วโลก โดยบริการขั้นต่ำที่ผู้โดยสารจะได้รับโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม ประกอบด้วย น้ำหนักสัมภาระลงทะเบียน อย่างน้อย 20 กิโลกรัม บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง และบริการเลือกที่นั่งโดยมี

เป้าหมายในการมอบประสบการณ์การบินที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งผู้โดยสารเคยใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีที่ผ่านมาซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็นการศึกษากลุ่มประชากรขนาดใหญ่และไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างโดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการของ W.G. Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05 โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{กรณีทราบค่าสัดส่วนของประชากร ใช้สูตร } n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

$$\text{และกรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร หรือ } p = 0.5 \text{ ใช้สูตร } n = \frac{z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (กำหนดขนาดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05)

z แทน ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ (ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96)

$$n = \frac{(1.96)^2}{4 \times (0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาค้างนี้ต้องไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง และเพื่อให้ได้ผลการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่แม่นยำในการวิเคราะห์สมมติฐาน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยค้างนี้ โดยเพิ่มจำนวนตัวอย่างสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 ขั้นตอนการออกแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด แบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น สำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยจะเป็นคำถามปลายปิด ที่สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ จำนวน 5 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ ใช้วัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ใช้วัดข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ใช้วัดข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ ใช้วัดข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบได้แก่ 1) หลักฐานทางกายภาพของการบริการ โดยแบ่งหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็น 4 ส่วน คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร การบริการบนเครื่องบิน และสินค้าปลอดภาษี 2) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ 3) การตอบสนองต่อความต้องการการบริการ 4) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และ 5) ความเอาใจใส่ โดยคำถามปลายปิด ที่ถามความคิดเห็นในระดับต่างๆ ในลักษณะส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินค่าความเห็น 5 ระดับของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ได้แก่ 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจใช้บริการ โดยคำถามปลายปิด ที่ถามความคิดเห็นในระดับต่างๆ ในลักษณะส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินค่าความเห็น 5 ระดับของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

โดยแบบสอบถามจะใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ โดยลักษณะของคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกในลักษณะการประมาณค่า (Rating scale) มาใช้เป็นเกณฑ์ประเมินผลในการวิจัยมีเกณฑ์ดังนี้

| ระดับความคิดเห็น | ระดับคะแนน |
|--------------------|------------|
| เห็นด้วยมากที่สุด | 5 |
| เห็นด้วยมาก | 4 |
| เห็นด้วยปานกลาง | 3 |
| เห็นด้วยน้อย | 2 |
| เห็นด้วยน้อยที่สุด | 1 |

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สูตรการคำนวณของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

กำหนดเกณฑ์ความหมายของคะแนนเฉลี่ยสำหรับการประเมินแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

| | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|
| คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย |
| คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย จำนวน 1 ข้อ

3.4.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ศึกษา

3.4.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity Test) แบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและ

ความสอดคล้องของหัวข้อวิจัยที่ศึกษาให้มีความเหมาะสมก่อนที่จะนำไปเผยแพร่เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาไปทดลองกับผู้โดยสารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ก่อนที่จะนำไปใช้จริงสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เลือก และใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่นเพียงพอต่อการนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่มีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ซึ่งหากมีค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 เป็นเกณฑ์ ซึ่งสามารถพิจารณาจากเกณฑ์ การประเมินค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาดังนี้

เกณฑ์ของการแปลความหมายของคะแนน

| | |
|-------------------------|----------------------------|
| มากกว่า 0.9 | หมายถึง ดีมาก |
| มากกว่า 0.8 | หมายถึง ดี |
| มากกว่า 0.7 | หมายถึง พอใช้ |
| มากกว่า 0.6 | หมายถึง ค่อนข้างพอใช้ |
| มากกว่า 0.5 | หมายถึง ต่ำ |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 | หมายถึง ไม่สามารถยอมรับได้ |

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการสายการบิน “การบินไทย” ซึ่งเป็นหนึ่งในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยผู้โดยสารเคยใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้ง ใน 1 ปีที่ผ่านมา พร้อมข้อความชี้แจงว่าข้อมูลที่ได้รับจะเก็บเป็นความลับ และวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเท่านั้น โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในภาพรวมเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสบายใจในการตอบ ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

3.5.1 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสำรวจ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

3.5.2 อธิบายรายละเอียดและวิธีการตอบแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามผ่านคำชี้แจงในแบบสอบถามออนไลน์

3.5.3 รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ แล้วนำข้อมูลที่ได้อภิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและนำเสนอทั้งในรูปแบบตารางหรือกราฟ พร้อมทั้งบรรยายผลและสรุปผล

3.6 การวิเคราะห์ทางสถิติ

หลังจากที่ได้ข้อมูลที่มีการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป แล้วนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลในการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ ดังนี้

3.6.1 สถิติที่ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถวัดเป็นค่าได้ จึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดจัดลำดับ (Ordinal Scale) และวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.2 สถิติที่ใช้อธิบายคุณภาพการบริการ ได้แก่ 1) หลักฐานทางกายภาพของการบริการ โดยแบ่งหมวดคุณภาพการให้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการเป็น 4 ส่วน คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร การบริการบนเครื่องบิน และสินค้าปลอดภาษี 2) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ 3) การตอบสนองต่อความต้องการการบริการ 4) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และ 5) ความเอาใจใส่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้มาตราวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3.6.3 สถิติที่ใช้อธิบายกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ได้แก่ 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก และ 4) การตัดสินใจใช้บริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้มาตราวัดแบบอันตรภาค วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อและทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis) และวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้เครื่องมือ และการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

เพื่อวิเคราะห์ และอธิบายสมมติฐานที่การศึกษานี้ตั้งไว้ ผู้ศึกษาใช้แบบจำลองทางสถิติการวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยกำหนดตัวแปรตาม (Y) เชิงกลุ่มที่มีการกำหนดค่าเพียง 2 ค่า คือ 1 หมายความว่าเกิดเหตุการณ์เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และ 0 หมายความว่าเกิดเหตุการณ์ที่ไม่เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเท่านั้น ส่วนตัวแปรต้นคือ (X) ผู้ศึกษาจึงกำหนดมาเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย การศึกษานี้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ กำหนดให้ผลของการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นตัวแปร Y มีค่าเพียง 2 ค่าอันได้แก่

Y = 1 หมายความว่า เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

Y = 0 หมายความว่า ไม่เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

โดยสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์มีรูปแบบดังนี้

$$\text{Prob}(Y) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X)}}$$

โดยที่ $0 \leq E(Y) \leq 1$; $E(Y) = P(\text{event})$ P คือ การเลือกใช้บริการ และ (Y) มีค่าเท่ากับ 1

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{ THAI} + \beta_2 \text{ FRE} + \beta_3 \text{ SEX} + \beta_4 \text{ AGE} + \beta_5 \text{ BAR} + \beta_6 \text{ OCC} + \beta_7 \text{ INC} + \beta_8 \text{ SQ(TANG 1)} + \beta_8 \text{ SQ(TANG 2)} + \beta_8 \text{ SQ(TANG3)} + \beta_8 \text{ SQ(TANG4)} + \beta_8 \text{ SQ(REL)} + \beta_8 \text{ SQ(RES)} + \beta_8 \text{ SQ(ASSUR)} + \beta_8 \text{ SQ(EMP)} + \beta_9 \text{ DK(PR)} + \beta_9 \text{ DK(IS)} + \beta_9 \text{ DK(EA)} + \beta_9 \text{ DK(PD)} + \mathcal{E}$$

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|------------------------------------|---|--|
| ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ (DE) | THAI = ท่านเคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” อย่างน้อย 1 ครั้ง ใน 1 ปีที่ผ่านมา หรือไม่ | 1 = ใช่ 2 = ไม่ใช่ |
| | FRE = ท่านเคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” บ่อยแค่ไหน | 1 = ปีละ 1 ครั้ง 2 = ปีละ 2 ครั้ง 3 = ปีละ 3 ครั้ง 4 = ปีละ 4 ครั้ง 5 = ปีละ 5 ครั้ง 6 = ปีละ 6 ครั้ง 7 = ปีละ 7 ครั้ง 8 = ปีละ 8 ครั้ง 9 = ปีละ 9 ครั้ง 10 = ปีละ 10 ครั้ง 11 = มากกว่า 10 ครั้งต่อปี |
| | SEX = เพศ | 1 = ชาย 2 = หญิง 3 = LGBTQ |
| | AGE = อายุ | ค่า 1 = อายุไม่เกิน 25 ปี ค่า 2 = อายุ 26 - 35 ปี ค่า 3 = อายุ 36 - 45 ปี ค่า 4 = อายุ 46 - 55 ปี ค่า 5 = อายุ 56-65 ปี ค่า 6 = อายุ 66 ปีขึ้นไป |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|---------------------------------------|---|--|
| | BAR = ระดับการศึกษา | ค่า 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่า 2 = ปริญญาตรี ค่า 3 = ปริญญาโท ค่า 4 = สูงกว่าปริญญาโท |
| | OCC = อาชีพ | ค่า 1 = นักเรียน/นักศึกษา ค่า 2 = พนักงานบริษัท ค่า 3 = รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค่า 4 = ธุรกิจส่วนตัว / แม่บ้าน ค่า 5 = อื่นๆ__ (เติมเอง) |
| | INC = รายได้ | ค่า 1 = ต่ำกว่า 20,000 บาท ค่า 2 = 20,001 – 30,000 บาท ค่า 3 = 30,001 – 40,000 บาท ค่า 4 = 40,001 – 50,000 บาท ค่า 5 = 50,001 – 60,000 บาท ค่า 6 = 60,001 – 70,000 บาท ค่า 7 = 70,001 – 80,000 บาท ค่า 8 = มากกว่า 80,001 บาท |
| ปัจจัยด้านคุณภาพ การบริการ (SQ) | ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (TANG) | |
| | หมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (TANG1) | |
| | TANG1 = หมวดบุคลากรพนักงาน ต้อนรับบนเครื่องบิน ข้อคำถาม เช่น การมีพนักงานต้อนรับ บนเครื่องบินที่น่ารัก และยิ้มแย้มสดใส และเครื่องแต่งกาย หรือชุด ที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินใส่ เป็นต้น | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|--------------|--|--|
| | หมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร (TANG2) | |
| | TANG2.1 = ประเภทห้องผู้โดยสาร ข้อคำถาม เช่น การตกแต่งภายใน เครื่องบิน การจัดวางที่นั่งบน เครื่องบิน อุปกรณ์เสริม ชุดสิ่งของ อำนวยความสะดวก เป็นต้น | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |
| | TANG2.2 = ประเภทความสะอาด ภายในห้องน้ำ ข้อคำถาม เช่น ความสะอาดและกลิ่นที่สดชื่นของ ห้องน้ำซึ่งเป็นกลิ่นหอมเฉพาะตัว เช่น กลิ่นดอกกล้วยไม้ เป็นต้น | |
| | TANG2.3 = ประเภทความบันเทิง บนหน้าจอ ข้อคำถามเช่น ระบบ ความบันเทิงที่ทันสมัย ขนาดหน้าจอ ควรมีความใหญ่และกว้างขึ้น เป็นต้น | |
| | TANG2.4 = ประเภทชุดสิ่งของ อำนวยความสะดวกและของที่ระลึก ข้อคำถาม เช่น บริการแจกชุดสิ่งของ อำนวยความสะดวก การแจกของ ที่ระลึก เป็นต้น | |
| | หมวดการบริการบนเครื่องบิน (TANG3) | |
| | TANG3 = หมวดการบริการบน เครื่องบิน ข้อคำถาม เช่น การจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม ที่สะท้อนถึงคุณภาพการบริการของ สายการบิน ซึ่งประกอบด้วย เมนูอาหารที่หลากหลาย เป็นต้น | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|--------------------------------|---|--|
| | หมวดสินค้าปลอดภาษี (TANG4) | |
| | TANG4 = หมวดสินค้าที่บริการขายบนเครื่อง ข้อคำถามเช่น สินค้าปลอดภาษี ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์พิเศษของสายการบินที่มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์เป็นต้น | |
| | หมวดความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (REL) | |
| ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (SQ) | REL1 = ความตรงต่อเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำที่บางครั้งอาจจะมีการดีเลย์ หรือยกเลิกเที่ยวบินกระทันหัน REL2 = ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการล่าช้าหรือการยกเลิกเที่ยวบินได้ เช่น การแจ้งเตือนล่วงหน้าหากเกิดการล่าช้า หรือการโยกย้ายผู้โดยสารไปยังสายการบินเที่ยวบินร่วม ในเที่ยวบินที่ใกล้เคียงหากมีเหตุการณ์ยกเลิกเที่ยวบิน REL3 = เส้นทางการบินที่หลากหลาย และมีเวลาออกเดินทางที่ยืดหยุ่นหรือครอบคลุมช่วงเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ REL4 = มีความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เช่น หากผู้โดยสารต้องการเปลี่ยนแปลงวันเดินทาง เวลาเดินทาง หรือการขอ | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|--------------|--|--|
| | ยกเลิกตัว พร้อมนโยบายขอคืนเงิน ที่สะดวกและเหมาะสม | |
| | หมวดการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (RES) | |
| | RES1 = มีความรวดเร็วในการบริการ เช่น การเสิร์ฟอาหาร การตอบ คำถาม หรือการให้ความช่วยเหลือ ของพนักงานที่ทันใจ RES2 = มีช่องทางการจัดการข้อ ร้องเรียนของลูกค้าที่ตอบสนองได้ รวดเร็วและมีมาตรฐาน เช่น การส่ง แบบสำรวจผ่านทางอีเมลหลังการใช้ บริการและการตอบกลับ ข้อเสนอแนะอย่างทันท่วงที RES3 = มีระบบการจองและ การรับชำระเงินที่ถูกต้องและ สะดวกรวดเร็ว | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |
| | หมวดการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (ASSUR) | |
| | ASSUR1 = มีระบบแจ้งเตือนใน การให้บริการต่างๆ เช่น การแจ้ง เตือนผ่านข้อความทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อถึงเวลาเช็คอิน ASSUR2 = พนักงานของ สายการบินให้ความมั่นใจในความ เชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพ ASSUR3 = ท่านสามารถติดต่อ สายการบินได้อย่างสะดวกผ่าน | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|-------------------------------|---|---|
| | ช่องทางต่างๆ หากมีคำถามหรือข้อสงสัย และได้รับคำตอบที่น่าเชื่อถือและชัดเจน | |
| หมวดความเอาใจใส่ (EMP) | | |
| | <p>EMP1 = พนักงานแสดงความใส่ใจและตอบสนองต่อปัญหา เช่น การดูแลผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ได้แก่ ครอบครัวที่มีเด็กทารก ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยิน โดยสายการบินจะอนุญาตให้ผู้โดยสารกลุ่มนี้ขึ้นเครื่องบินเป็นกลุ่มแรก เพื่อให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถช่วยนำทางไปยังที่นั่ง ช่วยจัดเก็บสัมภาระ และอธิบายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่ตั้งของห้องน้ำที่ใกล้ที่สุด เป็นต้น</p> <p>EMP2 = พนักงานของสายการบินแสดงความเอาใจใส่และปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เหยียดเชื้อชาติ ภาษา หรือสถานะทางสังคม</p> <p>EMP3 = สายการบินแสดงความเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร เช่น การให้บริการเลือกอาหารล่วงหน้าสำหรับผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดในการรับประทานอาหาร (เช่น อาหาร</p> | <p>ระดับความคิดเห็น</p> <p>1 = ไม่เห็นด้วย</p> <p>2 = เห็นด้วยน้อย</p> <p>3 = เห็นด้วยปานกลาง</p> <p>4 = เห็นด้วยมาก</p> <p>5 = เห็นด้วยมากที่สุด</p> |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|---|--|---|
| | มังสวิรัตแบบฮินดู อาหารปราศจาก กลูเตน หรืออาหารสำหรับผู้ป่วย โรคเบาหวาน) | |
| กระบวนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสายการ บินที่ให้บริการเต็ม รูปแบบ (DK) | หมวดการตระหนักถึงปัญหา (PR) | |
| | <p>PR 1 = ช่องทางการจองสายการบิน ที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เช่น การจองผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน โดยตรงช่วยให้ผู้โดยสารสามารถ เลือกที่นั่ง ชื้อน้ำหนักระเป๋า เพิ่มเติม หรือสั่งจองอาหารล่วงหน้า ได้ทันที</p> <p>PR 2 = ต้องการลดเวลาใน การเดินทาง เช่น การเลือกเส้นทาง บินที่ตรงและรวดเร็วขึ้น หรือ การหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนเครื่อง บ่อยครั้งที่อาจเกิดขึ้นกับสายการบิน ต้นทุนต่ำ</p> <p>PR 3 = ท่านเลือกใช้บริการ เนื่องจากท่านเคยประสบปัญหาหรือ ความไม่สะดวกจากการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำมาก่อน เช่น การล่าช้าในการเดินทาง การบริการ ไม่เป็นที่พึงพอใจ หรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง</p> | <p>ระดับความคิดเห็น</p> <p>1 = ไม่เห็นด้วย</p> <p>2 = เห็นด้วยน้อย</p> <p>3 = เห็นด้วยปานกลาง</p> <p>4 = เห็นด้วยมาก</p> <p>5 = เห็นด้วยมากที่สุด</p> |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|--------------|--|---|
| | หมวดการค้นหาข้อมูล (IS) | |
| | <p>IS 1 = ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ท่านมักค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของสายการบิน รีวิวเกี่ยวกับสนามบินหรือสายการบิน รีวิวจากผู้โดยสาร หรือแหล่งข้อมูลออนไลน์อื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ</p> <p>IS 2 = ท่านมีการหาข้อมูลจากบุคคลรอบข้างที่เคยใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ</p> <p>IS 3 = ท่านให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพการบริการ ราคา และการดูแลผู้โดยสาร</p> | <p>ระดับความคิดเห็น</p> <p>1 = ไม่เห็นด้วย</p> <p>2 = เห็นด้วยน้อย</p> <p>3 = เห็นด้วยปานกลาง</p> <p>4 = เห็นด้วยมาก</p> <p>5 = เห็นด้วยมากที่สุด</p> |
| | หมวดการประเมินผลทางเลือก (EA) | |
| | <p>EA 1 = พิจารณาจากความคุ้มค่าและความพึงพอใจในหลายด้าน เช่น ราคาเมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ คุณภาพการบริการที่เหนือกว่า</p> <p>EA 2 = พิจารณาจากความสะดวกสบายของสนามบินที่ท่านไปเช็คอิน เช่น การมีร้านค้าปลอดภาษี หลากหลาย ร้านอาหารที่มีตัวเลือกมากมาย</p> | |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|--------------|--|--|
| | EA 3 = พิจารณาจากมาตรฐานและความปลอดภัยของสายการบิน เช่น การที่สายการบินมีเหตุการณ์ฉุกเฉินน้อยหรือไม่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร EA 4 = พิจารณาจากความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของสายการบิน เช่น การได้รับรางวัลนานาชาติ อันดับต้น หรือการได้รับรางวัลติดต่อกันหลายปี | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |
| | หมวดการตัดสินใจใช้บริการ (PD) | |
| | PD 1 = ท่านตัดสินใจใช้บริการจากเงื่อนไขน้ำหนักสัมภาระที่อนุญาต โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และความยืดหยุ่น เช่น สามารถเช็คอินสัมภาระล่วงหน้าได้ โดยไม่ต้องรอคิว PD 2 = ท่านตัดสินใจใช้บริการจากโปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์ เช่น ส่วนลดพิเศษ สะสมไมล์ หรือ การ อัปเกรดที่นั่ง PD 3 = ท่านตัดสินใจใช้บริการจากความสะดวกสบายในการจองตั๋วกับสายการบินผ่านช่องทางที่สะดวก เช่น เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย หรือ แอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันครบครัน | ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 3.1

การกำหนดตัวแปรในการศึกษา (ต่อ)

| กรอบการศึกษา | ตัวแปรต้น | การกำหนดค่าตัวแปร |
|---|---|---|
| การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (DFSA) | การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (DFSA) | |
| | DFSA 1 = ในอนาคตคุณจะใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอีกหรือไม่ | 1 = เลือกใช้บริการ 0 = ไม่เลือกใช้บริการ |

การศึกษานี้มีตัวแปรต้นมากกว่า 1 (x) สมการ Logistic Response Function จะเป็นดังต่อไปนี้

$$P(\text{ซื้อ } Y = 1) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}}$$

$$P(\text{ไม่ซื้อ } Y = 0) = \frac{1 - e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}}$$

ทำการปรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามให้อยู่ในรูปแบบเชิงเส้น โดยการหาค่า Odd Ratio ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

$$\ln(\text{Odds}) = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = X_i$$

$$\text{หรือ } \ln(\text{Odds}) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n$$

กำหนดให้

$Y_i = 1$ ถ้ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

$Y_i = 0$ ถ้ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

P_i (event) = ความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารจากกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

X_i = Function ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการ
เต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

U_i = Error Term

Ln = Natural Logarithms ($\log_e x$)

โดยกำหนดให้ i เป็นกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการ
เต็มรูปแบบ และไม่สนใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

การประมาณค่าพารามิเตอร์

การประมาณค่าพารามิเตอร์จะใช้ภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) โดยมี
สมการดังนี้

$$L = \prod_{i=1}^n \frac{1}{1 + e^{-(x\beta)_i}}$$

ระดับนัยสำคัญที่จะพิจารณา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน
ที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย โดยพิจารณาระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือ
มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ณ สนามบินสุวรรณภูมิกับผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการสายการบิน “การบินไทย” ซึ่งเป็นหนึ่งในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเน้นผู้โดยสารที่เดินทางด้วยชั้นประหยัด จำนวน 435 คน ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ศึกษา

ตารางที่ 4.1

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) ของกลุ่มตัวอย่าง 30 คน

| ตัวแปร | Cronbach's Alpha |
|--|------------------|
| ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | 0.91 |
| ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | 0.753 |
| ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง | 0.859 |
| ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ | 0.78 |
| ด้านความเอาใจใส่ | 0.921 |
| ด้านการตระหนักถึงปัญหา | 0.811 |
| ด้านการค้นหาข้อมูล | 0.759 |
| ด้านการประเมินทางเลือก | 0.824 |
| ด้านการตัดสินใจใช้บริการ | 0.844 |
| รวมทั้งฉบับ | 0.952 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ค่าถามในแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัคมากกว่า 0.7 ทั้งในภาพรวมทั้งฉบับ และจำแนกเป็นรายด้าน หมายถึง แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

4.2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

4.2.1 ผลการวิเคราะห์การให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบสายการบิน “การบินไทย”

จากการศึกษาข้อมูลการให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามสามารถแจกแจงความถี่ และสัดส่วนโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.2

จำนวน ความถี่และสัดส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

| บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | จำนวนความถี่ (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|--|-------------------|------------------|
| การให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” | | |
| ใช่ | 289 | 66.44 |
| ไม่ใช่ | 146 | 33.56 |
| รวม | 435 | 100 |
| จำนวนครั้งในการใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” | | |
| ไม่เคยใช้บริการ | 146 | 33.56 |
| ปีละ 1 ครั้ง | 98 | 22.53 |
| ปีละ 2 ครั้ง | 71 | 16.32 |
| ปีละ 3 ครั้ง | 53 | 12.18 |
| ปีละ 4 ครั้ง | 32 | 7.36 |
| ปีละ 5 ครั้ง | 13 | 2.99 |
| ปีละ 6 ครั้ง | 6 | 1.38 |
| ปีละ 7 ครั้ง | 1 | 0.23 |
| ปีละ 8 ครั้ง | 2 | 0.46 |
| ปีละ 9 ครั้ง | 1 | 0.23 |
| มากกว่า 10 ครั้งต่อปี | 12 | 2.76 |
| รวม | 435 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 435 คน เคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 66.44 และไม่เคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 33.56 โดยผู้ที่เคยใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการปีละ 1 ครั้ง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 22.53 รองลงมาเคยใช้บริการปีละ 2 ครั้ง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.32 เคยใช้บริการปีละ 3 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 12.18 เคยใช้บริการปีละ 4 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.36 เคยใช้บริการปีละ 5 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 เคยใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.76 เคยใช้บริการปีละ 8 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.46 เคยใช้บริการปีละ 7 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.23 และเคยใช้บริการปีละ 9 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.23 ตามลำดับ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถแจกแจงความถี่ และสัดส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3

จำนวน ความถี่และสัดส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

| บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | จำนวนความถี่ (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|---------------------------------------|-------------------|------------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 158 | 36.32 |
| หญิง | 268 | 61.61 |
| ไม่ระบุเพศ (LGBTQ) | 9 | 2.07 |
| รวม | 435 | 100 |
| อายุ | | |
| ไม่เกิน 25 ปี | 35 | 8.05 |
| 26 - 35 ปี | 102 | 23.45 |
| 36 - 45 ปี | 92 | 21.15 |
| 46 - 55 ปี | 73 | 16.78 |
| 56 - 65 ปี | 110 | 25.29 |
| 66 ปีขึ้นไป | 23 | 5.29 |
| รวม | 435 | 100 |

ตารางที่ 4.3

จำนวน ความถี่และสัดส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | จำนวนความถี่ (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|---------------------------------------|-------------------|------------------|
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 21 | 4.83 |
| ปริญญาตรี | 291 | 66.9 |
| ปริญญาโท | 111 | 25.52 |
| สูงกว่าปริญญาโท | 12 | 2.76 |
| รวม | 435 | 100 |
| อาชีพ | | |
| นักเรียน/นักศึกษา | 22 | 5.06 |
| พนักงานบริษัท | 196 | 45.06 |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 56 | 12.87 |
| ธุรกิจส่วนตัว / แม่บ้าน | 128 | 29.43 |
| อื่นๆ | 33 | 7.59 |
| รวม | 435 | 100 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| ต่ำกว่า 20,000 บาท | 42 | 9.66 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 71 | 16.32 |
| 30,001 – 40,000 บาท | 96 | 22.07 |
| 40,001 – 50,000 บาท | 53 | 12.18 |
| 50,001 – 60,000 บาท | 38 | 8.74 |
| 60,001 – 70,000 บาท | 25 | 5.75 |
| 70,001 – 80,000 บาท | 13 | 2.99 |
| มากกว่า 80,001 บาท | 97 | 22.3 |
| รวม | 435 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.61 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเพศหญิงอาจเป็นกลุ่มที่มีความสนใจหรือให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบมากกว่าเพศชาย ในขณะที่กลุ่มอายุของ

ผู้ตอบแบบสอบถามกระจายอยู่ในช่วงวัยทำงานตอนต้น อายุ 26–35 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.45 และวัยกลางคน อายุ 56–65 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.29 ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มักมีบทบาทสำคัญในชีวิตการทำงานหรือครอบครัว และอาจมีความต้องการในการเดินทางทั้งในเชิงธุรกิจและส่วนตัว

ในด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.9 ซึ่งแสดงถึงศักยภาพในการรับรู้คุณค่าและตัดสินใจเลือกใช้บริการที่มีมาตรฐานและคุณภาพสูง

ในด้านอาชีพ กลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.06 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอาชีพมั่นคง รายได้สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง

ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มที่มีรายได้อยู่ในช่วง 30,001–40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.07 และมากกว่า 80,001 บาท คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนสูงที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง สะท้อนถึงฐานะทางเศรษฐกิจในระดับที่สามารถเลือกใช้บริการที่มีราคาสูงกว่าเพื่อแลกกับคุณภาพของการบริการและประสบการณ์การเดินทางที่เหนือกว่า

จากข้อมูลทั้งหมดนี้สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงในวัยทำงานและวัยกลางคน ที่มีการศึกษาระดับสูง มีอาชีพที่มั่นคง และมีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ควรให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบิน

4.2.3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

จากการศึกษาข้อมูลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ได้แก่ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ มีผลดังนี้

ตารางที่ 4.4

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ตัวแปร | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|--------|------|------|-------------------|
| ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | TANG | 4.14 | 0.53 | เห็นด้วยมาก |
| ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | REL | 4.55 | 0.55 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง | RES | 4.45 | 0.6 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ | ASSUR | 4.49 | 0.62 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านความเอาใจใส่ | EMP | 4.53 | 0.58 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | | 4.43 | 0.48 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.43) เมื่อพิจารณารายด้านได้ผลดังนี้ มีความเห็นด้วยต่อด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.55) มีความเห็นด้วยต่อด้านความเอาใจใส่ ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53) มีความเห็นด้วยต่อด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.49) มีความเห็นด้วยต่อด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.45) และมีความเห็นด้วยต่อด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ในระดับมาก (Mean = 4.14) ตามลำดับ และสามารถจำแนกข้อความรายข้อของคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ แต่ละด้านได้ดังตารางที่ 4.5-4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการ
เต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ

| คุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-----------------------|
| หมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (TANG1) | | | |
| การมีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่น่ารัก และยิ้มแย้ม สดใส จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมสร้าง ประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้โดยสารและเพิ่ม ความน่าพึงพอใจในบริการของสายการบิน | 4.47 | 0.73 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| เครื่องแต่งกาย หรือชุดที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ใส่ เช่น การใส่ชุดไทย เพิ่มความประทับใจและ ประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสาร | 4.03 | 0.92 | เห็นด้วย มาก |
| หมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร (TANG2) | | | |
| ประเภทห้องผู้โดยสาร | | | |
| สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรใส่ใจคุณภาพ ของเบาะที่นั่งให้มีความสะดวกสบาย เช่น เบาะที่นั่ง ต้องไม่แข็งและแคบเกินไปและมีความกว้างขวาง | 4.58 | 0.68 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| การมีระยะห่างระหว่างแถวที่นั่งที่กว้างขึ้น ช่วยเพิ่ม คุณภาพการบริการและความสะดวกสบายให้กับ ผู้โดยสาร | 4.57 | 0.65 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| จำนวนที่นั่งบนเครื่องบินควรมีจำนวนที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการนั่ง ทำให้เห็นความ แตกต่างระหว่างสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ และสายการบินต้นทุนต่ำ | 4.51 | 0.69 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| ควรมีที่นั่งที่สามารถปรับเอนได้มากเพียงพอ เช่น ที่พนักงานหลังสามารถเอนได้ไกลขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสาร สามารถนอนเอนสบายและเพิ่มความสะดวกสบาย ในการเดินทาง | 4.52 | 0.7 | เห็นด้วย มากที่สุด |

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-------------------|
| เครื่องบินใหม่ที่มีการตกแต่งห้องโดยสารที่สวยงาม มีความอบอุ่นและผ่อนคลาย เช่น การประดับตกแต่งบนหน้าต่างในช่วงเทศกาลคริสต์มาส หรือ ตกแต่งความเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเดินทางและความสะดวกสบายได้ดี | 3.98 | 0.9 | เห็นด้วยมาก |
| การมีผ้าห่มคุณภาพดีที่หนา นุ่ม และสบาย รวมถึงหมอนที่เหมาะสม สามารถช่วยเพิ่มคุณภาพและประสบการณ์การเดินทางที่ดีให้กับท่าน | 4.42 | 0.7 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ประเภทความสะอาดภายในห้องน้ำ | | | |
| ความสะอาดและกลิ่นที่สดชื่นของห้องน้ำซึ่งเป็นกลิ่นหอมเฉพาะตัว เช่น กลิ่นดอกกล้วยไม้ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น ครีมทาผิว หรือ แปรงสีฟัน | 4.45 | 0.74 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ประเภทความบันเทิงบนหน้าจอระบบ In-Flight Entertainment (IFE) | | | |
| การมีระบบความบันเทิงที่ทันสมัย เช่น การอัปเดตภาพยนตร์ใหม่ทุกเดือนให้เหมือนกับการรับชม Netflix ที่บ้าน รวมถึงการมีเพลงที่ทันสมัยตบใจทย้ทุกช่วงวัย และมีคำบรรยาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้โดยสารหลากหลายกลุ่ม | 4.31 | 0.77 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| หน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน ควรมีขนาดใหญ่และกว้างขึ้น เพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชม พร้อมทั้งปรับปรุงให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้ระบบสัมผัส (Touch Screen) แทนการใช้รีโมท | 4.2 | 0.79 | เห็นด้วยมาก |

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการ
เต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-----------------------|
| สามารถเชื่อมต่อแอปสายการบินในมือถือเข้ากับ หน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินเพื่อรับชม หนังโปรดและฟังเพลงโปรด เช่น การให้ผู้โดยสาร กรอกชื่อผู้ใช้งานเพื่อทำการล็อกอินและรับชมรายการ โปรดที่เป็นส่วนตัวตามแต่ละบุคคล | 4.14 | 0.9 | เห็นด้วย มาก |
| หน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินควรมี โหมดสำหรับเด็กที่รวบรวมหนัง ภาพยนตร์ เพลง และเกมส์สำหรับเด็ก | 4.15 | 0.86 | เห็นด้วย มาก |
| ประเภทชุดสิ่งของอำนวยความสะดวกและ ของที่ระลึก | | | |
| มีบริการการแจกชุดสิ่งของอำนวยความสะดวก (เช่น ผ้าปิดตา ที่อุดหู ถุงเท้า) เพื่อเพิ่มความรู้สึกถึงการเป็น คนสำคัญและเสริมสร้างประสบการณ์ที่พรีเมียม | 4.2 | 0.8 | เห็นด้วย มาก |
| สายการบินควรแจกของที่ระลึก เช่น ตุ๊กตาตัวเล็ก หรือเข็มกลัดสายการบิน เพื่อให้ผู้โดยสารได้เก็บเป็น ความทรงจำว่าเคยใช้บริการ | 3.74 | 1.08 | เห็นด้วย มาก |
| หมวดการบริการบนเครื่องบิน (TANG3) | | | |
| ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม | | | |
| คุณภาพอาหารที่เสิร์ฟในสายการบินที่ให้บริการแบบ เต็มรูปแบบ ควรมีรสชาติที่ดี อร่อย และถูกปาก | 4.52 | 0.67 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| ความหลากหลายของเมนูอาหารควรมีตัวเลือก มากกว่า 2 ซ้อย เช่น อาหารแบบตะวันออก ตะวันตก และมังสวิรัต เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลาย ของผู้โดยสาร | 4.35 | 0.77 | เห็นด้วย มากที่สุด |

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการ
เต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-----------------------|
| สายการบินควรเพิ่มเมนูอาหารใหม่ ๆ เพื่อต้อนรับ เทศกาลต่าง ๆ เช่น เมนูพิเศษสำหรับช่วงตรุษจีน หรือ คริสต์มาส เพื่อเพิ่มอรรถรสในการเดินทาง | 4.18 | 0.84 | เห็นด้วย มาก |
| ขนาดของอาหารที่เสิร์ฟบนสายการบิน เช่น การเพิ่ม ขนาดของจานหลักให้มีปริมาณที่ใหญ่ขึ้น รวมถึง การเพิ่มเมนูเรียกน้ำย่อยและของหวาน เช่น ไอศกรีม | 4.01 | 0.87 | เห็นด้วย มาก |
| ให้ความสำคัญกับอุณหภูมิของอาหารที่เสิร์ฟ โดยควร อยู่ในระดับที่เหมาะสม เช่น ไม่ร้อนหรือเย็นเกินไป | 4.39 | 0.7 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| มีการโปรโมตเมนูอาหารโดยการเชิญเซฟที่มีชื่อเสียง มารังสรรค์เมนูพิเศษ เช่น การที่เซฟชื่อดังชาวไทย ออกแบบเมนูอาหารไทยให้เป็นหนึ่งในตัวเลือกของ เมนูอาหารบนเครื่องบิน | 3.91 | 0.97 | เห็นด้วย มาก |
| มีการแจกเมนูอาหารให้ผู้โดยสารได้อ่านก่อนเริ่มเสิร์ฟ พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดลำดับการให้บริการ เช่น การเสิร์ฟเครื่องดื่มและของว่าง (เช่น ถั่ว) ก่อน ตามด้วยอาหารจานหลัก และแสดงรายการเครื่องดื่มที่ มีให้เลือก | 4.01 | 0.92 | เห็นด้วย มาก |
| มีเครื่องดื่มที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชา หรือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ชาหลายประเภท ได้แก่ ชาจีน ชาเขียวญี่ปุ่น ชาอินเดีย ชาฝรั่ง ชาไทย เป็นต้น | 4.17 | 0.83 | เห็นด้วย มาก |
| การมีเครื่องดื่มชิกเนเจอร์เช่น ชาไทยสูตรพิเศษเฉพาะ สายการบิน หรือค็อกเทลสูตรพิเศษที่มีแค่เฉพาะ สายการบินนี้ | 4.14 | 0.88 | เห็นด้วย มาก |
| การออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะอาหารที่มีความ สวยงาม หลากหลาย หรือมีลวดลายที่ดึงดูดน่าสนใจ | 3.91 | 0.91 | เห็นด้วย มาก |

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-------------|
| หมวดสินค้าปลอดภาษี (TANG4) | | | |
| สินค้าปลอดภาษีที่มีเอกลักษณ์ ร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และเสนอขายเฉพาะในสายการบิน เช่น ถุงผ้าที่มีลวดลายสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน หรือ กระติกน้ำร้อนแบบพกพาที่ออกแบบร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง | 3.77 | 0.94 | เห็นด้วยมาก |
| สายการบินที่มีสินค้าปลอดภาษีพร้อมส่วนลดราคาพิเศษที่สามารถซื้อได้บนเครื่องบินเท่านั้น เช่น สินค้าน้ำหอมแบรนด์นี้มีส่วนลดร้อยละ 20 จากราคาปกติ ซึ่งไม่สามารถได้รับส่วนลดนี้จากที่อื่น | 3.93 | 0.95 | เห็นด้วยมาก |
| แคตตาล็อกของสินค้าปลอดภาษีควรมีความหลากหลาย และมีการอัปเดตหน้าปกแคตตาล็อก รวมถึงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ | 3.93 | 0.92 | เห็นด้วยมาก |
| ค่าเฉลี่ย | 4.14 | 0.53 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.14) เมื่อพิจารณารายละเอียด ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ในหมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (TANG1) การมีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่น่ารัก และยิ้มแย้มสดใส จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้โดยสารและเพิ่มความน่าพึงพอใจในบริการของสายการบิน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.47) และเครื่องแต่งกาย หรือชุดที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินใส่ เช่น การใส่ชุดไทย เพิ่มความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสาร มีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.03) ตามลำดับ

ในหมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร (TANG2) ได้ผล การศึกษาดังนี้

1. ในด้านห้องผู้โดยสาร สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรใส่ใจคุณภาพของ เบาะที่นั่งให้มีความสะดวกสบาย เช่น เบาะที่นั่งต้องไม่แข็งและแคบเกินไป และมีความกว้างขวาง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.58) การมีระยะห่างระหว่างแถวที่นั่งที่กว้าง ขึ้น ช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการและความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วย ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.57) การมีที่นั่งที่สามารถปรับเอนได้มากเพียงพอ เช่น ที่พนักพิงหลัง สามารถ เอนได้ไกลขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถนอนเอนสบายและเพิ่มความสะดวกสบาย ในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.52) จำนวนที่นั่งบน เครื่องบิน ควรมีจำนวนที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการนั่ง ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่าง สายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบและสายการบินต้นทุนต่ำ มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.51) การมีผ้าห่มคุณภาพดีที่หนา นุ่ม และสบาย รวมถึงหมอนที่เหมาะสม สามารถช่วย เพิ่มคุณภาพและประสบการณ์การเดินทางที่ดี กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.42) และเครื่องบินใหม่ที่มีการตกแต่งห้องโดยสารที่สวยงาม มีความอบอุ่นและผ่อนคลาย เช่น การประดับตกแต่งบนหน้าต่างในช่วงเทศกาลคริสต์มาส หรือ ตกแต่งความเป็นเอกลักษณ์ของ สายการบิน ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเดินทางและความสะดวกสบายได้ดี กลุ่มตัวอย่างมีความเห็น ด้วย ในระดับมาก (Mean = 3.98) ตามลำดับ

2. ในด้านความสะอาดภายในห้องน้ำ ความสะอาดและกลิ่นที่สดชื่นของห้องน้ำ ซึ่งเป็นกลิ่นหอมเฉพาะตัว เช่น กลิ่นดอกกล้วยไม้ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น ครีมนวดมือ หรือแปรงสีฟัน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.45)

3. ในด้านความบันเทิงบนหน้าจอระบบ การมีระบบความบันเทิง ที่ทันสมัย เช่น การอัปเดตภาพยนตร์ใหม่ทุกเดือนให้เหมือนกับการรับชม Netflix ที่บ้าน รวมถึงการมีเพลงที่ทันสมัย ตอบโจทย์ทุกช่วงวัย และมีคำบรรยาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้โดยสารหลากหลายกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.31) หน้าจอของระบบความบันเทิงบน เครื่องบิน ควรมีขนาดใหญ่และกว้างขึ้น เพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชม พร้อมทั้งปรับปรุงให้ทันสมัยมาก ยิ่งขึ้น เช่น การใช้ระบบสัมผัสแทนการใช้รีโมท กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.2) หน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินควรมีโหมดสำหรับเด็กที่รวบรวมหนัง ภาพยนตร์ เพลง และเกมส์สำหรับเด็ก กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.15) สามารถเชื่อมต่อแอปสายการบินในมือถือ เข้ากับหน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินเพื่อรับชม หนังโปรดและฟังเพลงโปรด เช่น การให้ผู้โดยสารกรอกชื่อผู้ใช้งานเพื่อทำการล็อกอินและรับชม

รายการโปรดที่เป็นส่วนตัวตามแต่ละบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.14) ตามลำดับ

4. ในด้านชุดสิ่งของอำนวยความสะดวกและของที่ระลึก บริการการแจกชุดสิ่งของอำนวยความสะดวก (เช่น ผ้าปิดตา ที่อุดหู ถุงเท้า) เพื่อเพิ่มความรู้สึกถึงการเป็นคนสำคัญและเสริมสร้างประสบการณ์ที่พรีเมียม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.2) และสายการบินควรแจกของที่ระลึก เช่น ตุ๊กตาตัวเล็ก หรือเข็มกลัดสายการบิน เพื่อให้ผู้โดยสารได้เก็บเป็นความทรงจำว่าเคยใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 3.74) ตามลำดับ

ในหมวดการบริการบนเครื่องบิน (TANG3) ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม คุณภาพอาหารที่เสิร์ฟในสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ควรมีรสชาติที่ดี อร่อย และถูกปาก กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.52) การให้ความสำคัญกับอุณหภูมิของอาหารที่เสิร์ฟโดยควรอยู่ในระดับที่เหมาะสม เช่น ไม่ร้อนหรือเย็นเกินไป กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.39) ความหลากหลายของเมนูอาหารควรมีตัวเลือกมากกว่า 2 ซ้อย เช่น อาหารแบบตะวันตก ตะวันออก และมังสวิรัติ เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.35) สายการบินควรเพิ่มเมนูอาหารใหม่ๆ เพื่อต้อนรับเทศกาลต่างๆ เช่น เมนูพิเศษสำหรับช่วงตรุษจีน หรือคริสต์มาส เพื่อเพิ่มบรรยากาศในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.18) การมีเครื่องดื่มที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ชาหลายประเภท ได้แก่ ชาจีน ชาเขียวญี่ปุ่น ชาอินเดีย ชาฝรั่ง ชาไทย เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.17) การมีเครื่องดื่มชิกเนเจอร์ เช่น ชาไทยสูตรพิเศษเฉพาะสายการบิน หรือค็อกเทลสูตรพิเศษที่มีแค่เฉพาะสายการบินนี้ กลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.14) ขนาดของอาหารที่เสิร์ฟบนสายการบิน เช่น การเพิ่มขนาดของจานหลักให้มีปริมาณที่ใหญ่ขึ้น รวมถึงการเพิ่มเมนูเรียกน้ำย่อยและของหวาน เช่น ไอศกรีม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.01) การมีการแจกเมนูอาหารให้ผู้โดยสารได้อ่านก่อนเริ่มเสิร์ฟ พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดลำดับการให้บริการ เช่น การเสิร์ฟเครื่องดื่มและของว่าง (เช่น ถั่ว) ก่อน ตามด้วยอาหารจานหลัก และแสดงรายการเครื่องดื่มที่มีให้เลือก กลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.01) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะอาหารที่มีความสวยงาม หลากหลาย หรือมีลวดลายที่ดึงดูดน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 3.91) และมีการโปรโมตเมนูอาหารโดยการเชิญเซฟที่มีชื่อเสียงมารังสรรค์เมนูพิเศษ เช่น การที่เซฟชื่อดังชาวไทยออกแบบเมนูอาหารไทยให้เป็นหนึ่งในตัวเลือกของเมนูอาหารบนเครื่องบิน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 3.91) ตามลำดับ

ในหมวดสินค้าปลอดภาษี (TANG4) แคตตาล็อกของสินค้าปลอดภาษีควรมีความหลากหลาย และมีการอัปเดตหน้าปกแคตตาล็อก รวมถึงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็น

ด้วยในระดับมาก (Mean = 3.93) สายการบินที่มีสินค้าปลอดภาษีพร้อมส่วนลดราคาพิเศษที่สามารถซื้อได้บนเครื่องบินเท่านั้น เช่น สินค้าน้ำหอมแบรนด์นี้มีส่วนลดร้อยละ 20 จากราคาปกติ ซึ่งไม่สามารถได้รับส่วนลดนี้จากที่อื่น กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 3.93) และสินค้าปลอดภาษีที่มีเอกลักษณ์ร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และเสนอขายเฉพาะในสายการบิน เช่น ถุงผ้าที่มีลวดลายสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน หรือ กระจกน้ำร้อนแบบพกพาที่ออกแบบร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ

| คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-------------------|
| ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (REL) | | | |
| ความตรงต่อเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำที่บางครั้งอาจจะมีการดีเลย์ หรือยกเลิกเที่ยวบินกระทันหัน | 4.59 | 0.65 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการล่าช้าหรือการยกเลิกเที่ยวบินได้ เช่น การแจ้งเตือนล่วงหน้าหากเกิดการล่าช้า หรือการโยกย้ายผู้โดยสารไปยังสายการบินเที่ยวบินร่วม ในเที่ยวบินที่ใกล้เคียงหากมีเหตุการณ์ยกเลิกเที่ยวบิน | 4.62 | 0.61 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เส้นทางการบินที่หลากหลาย และมีเวลาออกเดินทางที่ยืดหยุ่นหรือครอบคลุมช่วงเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ | 4.49 | 0.7 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| มีความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เช่น หากผู้โดยสารต้องการเปลี่ยนแปลงวันเดินทาง เวลาเดินทาง หรือการขอยกเลิกตั๋ว พร้อมนโยบายขอคืนเงินที่สะดวกและเหมาะสม | 4.51 | 0.7 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 4.55 | 0.55 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (REL) อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.55)

เมื่อพิจารณารายชื่อได้ผลการศึกษาดังนี้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการล่าช้า หรือการยกเลิกเที่ยวบินได้ เช่น การแจ้งเตือนล่วงหน้าหากเกิดการล่าช้า หรือการโยกย้ายผู้โดยสารไปยังสายการบินเที่ยวบินร่วม ในเที่ยวบินที่ใกล้เคียงหากมีเหตุการณ์ยกเลิกเที่ยวบิน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.62) ความตรงต่อเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำที่บางครั้งอาจจะมีการดีเลย์ หรือยกเลิกเที่ยวบินกระทันหัน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.59) การมีความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เช่น หากผู้โดยสารต้องการเปลี่ยนแปลงวันเดินทางเวลาเดินทาง หรือการขอยกเลิกตั๋ว พร้อมนโยบายขอคืนเงินที่สะดวกและเหมาะสม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.51) และเส้นทางการบินที่หลากหลาย และมีเวลาออกเดินทางที่ยืดหยุ่นหรือครอบคลุมช่วงเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการตอบสนอง

| คุณภาพการบริการ ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการตอบสนอง | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-------------------|
| ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการตอบสนอง (RES) | | | |
| มีความรวดเร็วในการบริการ เช่น การเสิร์ฟอาหาร การตอบคำถาม หรือการให้ความช่วยเหลือของพนักงานที่ทันใจ | 4.4 | 0.68 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| มีช่องทางการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ตอบสนองได้รวดเร็วและมีมาตรฐาน เช่น การส่งแบบสำรวจผ่านทางอีเมลหลังการใช้บริการและการตอบกลับข้อเสนอแนะอย่างทันทั่วทั้งที่ | 4.39 | 0.72 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| มีระบบการจองและการรับชำระเงินที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว | 4.55 | 0.7 | เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 4.7

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการตอบสนอง (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการตอบสนอง | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-------------------|
| ค่าเฉลี่ย | 4.45 | 0.6 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าและการตอบสนองอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.45) เมื่อพิจารณารายชื่อได้ผลการศึกษาดังนี้ การมีระบบการจองและการรับชำระเงินที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.55) การมีความรวดเร็วในการบริการ เช่น การเสิร์ฟอาหาร การตอบคำถาม หรือการให้ความช่วยเหลือของพนักงานที่ทันใจ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.40) และการมีช่องทางการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ตอบสนองได้รวดเร็วและมีมาตรฐาน เช่น การส่งแบบสำรวจผ่านทางอีเมลหลังการใช้บริการ และการตอบกลับข้อเสนอแนะอย่างทันท่วงที กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ

| คุณภาพการบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-------------------|
| ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ (ASSUR) | | | |
| มีระบบแจ้งเตือนในการให้บริการต่าง ๆ เช่น การแจ้งเตือนผ่านข้อความทางมือถือ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เมื่อถึงเวลาเช็คอิน | 4.43 | 0.75 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| พนักงานของสายการบินให้ความมั่นใจในความเชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพ | 4.51 | 0.68 | เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 4.8

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-------------------|
| ท่านสามารถติดต่อสายการบินได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่าง ๆ หากมีคำถามหรือข้อสงสัย และได้รับคำตอบที่น่าเชื่อถือและชัดเจน | 4.53 | 0.76 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 4.49 | 0.62 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.49) เมื่อพิจารณารายข้อได้ผลการศึกษาดังนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถติดต่อสายการบินได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่าง ๆ หากมีคำถามหรือข้อสงสัย และได้รับคำตอบที่น่าเชื่อถือและชัดเจน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53) พนักงานของสายการบินให้ความมั่นใจในความเชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.51) และการมีระบบแจ้งเตือนในการให้บริการต่างๆ เช่น การแจ้งเตือนผ่านข้อความทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เมื่อถึงเวลาเช็คอินกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.43) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความเอาใจใส่

| คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-------------------|
| ด้านความเอาใจใส่ (EMP) | | | |
| พนักงานแสดงความใส่ใจและตอบสนองต่อปัญหา เช่น การดูแลผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ได้แก่ ครอบครัวที่มีเด็กทารก ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีปัญหา | 4.53 | 0.66 | เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 4.9

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความเอาใจใส่ (ต่อ)

| คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-------------------|
| ทางการได้ยิน โดยสายการบินจะอนุญาตให้ผู้โดยสารกลุ่มนี้ขึ้นเครื่องเป็นกลุ่มแรก เพื่อให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถช่วยนำทางไปยังที่นั่ง ช่วยจัดเก็บสัมภาระ และอธิบายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่ตั้งของห้องน้ำที่ใกล้ที่สุด เป็นต้น | | | |
| พนักงานของสายการบินแสดงความเอาใจใส่และปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เหยียดเชื้อชาติ ภาษา หรือสถานะทางสังคม | 4.6 | 0.62 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| สายการบินแสดงความเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร เช่น การให้บริการเลือกอาหารล่วงหน้าสำหรับผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดในการรับประทานอาหาร (เช่น อาหารมังสวิรัตแบบฮินดู อาหารปราศจากกลูเตน หรืออาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน) | 4.46 | 0.72 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 4.53 | 0.58 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านความเอาใจใส่ อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53) เมื่อพิจารณารายข้อได้ผลการศึกษาดังนี้ พนักงานของสายการบินแสดงความเอาใจใส่และปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เหยียดเชื้อชาติ ภาษา หรือสถานะทางสังคม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.6) พนักงานแสดงความใส่ใจและตอบสนองต่อปัญหา เช่น การดูแลผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ได้แก่ ครอบครัวที่มีเด็กทารก ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยิน โดยสายการบินจะอนุญาตให้ผู้โดยสารกลุ่มนี้ขึ้นเครื่องเป็นกลุ่มแรก เพื่อให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถช่วยนำทางไปยังที่นั่ง ช่วยจัดเก็บสัมภาระ และอธิบายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่ตั้งของห้องน้ำที่ใกล้ที่สุด เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีความ

เห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53) และสายการบินแสดงความเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร เช่น การให้บริการเลือกอาหารล่วงหน้าสำหรับผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดในการรับประทานอาหาร (เช่น อาหารมังสวิรัตแบบฮินดู อาหารปราศจากกลูเตน หรืออาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน) กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.46) ตามลำดับ

4.2.4 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

จากการศึกษาข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 4.10

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ | ตัวแปร | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---------------------------------|--------|------|------|-------------------|
| ด้านการตระหนักถึงปัญหา | PR | 4.38 | 0.6 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านการค้นหาข้อมูล | IS | 4.25 | 0.67 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านการประเมินทางเลือก | EA | 4.34 | 0.6 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านการตัดสินใจใช้บริการ | PD | 4.36 | 0.62 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | | 4.33 | 0.53 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.33) เมื่อพิจารณารายด้านได้ผลการศึกษาดังนี้ มีความเห็นด้วยต่อด้านการตระหนักถึงปัญหา ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.38) มีความเห็นด้วยต่อด้านการตัดสินใจใช้บริการในระดับมากที่สุด (Mean = 4.36) มีความเห็นด้วยต่อด้านการประเมินทางเลือกในระดับ

มากที่สุด (Mean = 4.34) และมีความเห็นด้วยต่อด้านการค้นหาข้อมูล ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.25) ตามลำดับ และสามารถจำแนกข้อความรายชื่อของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย แต่ละด้านได้ดังตารางที่ 4.11 - 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.11

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการตระหนักถึงปัญหา

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการตระหนักถึงปัญหา | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-------------------|
| ด้านการตระหนักถึงปัญหา (PR) | | | |
| ช่องทางการจองสายการบินที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เช่น การจองผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน โดยตรงช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่ง ชื้อน้ำหนักระเป๋าเพิ่มเติม หรือสั่งจองอาหารล่วงหน้าได้ทันที | 4.57 | 0.62 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ต้องการลดเวลาในการเดินทาง เช่น การเลือกเส้นทางบินที่ตรงและรวดเร็วขึ้น หรือการหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนเครื่องบ่อยครั้งนี้อาจเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ | 4.45 | 0.73 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากท่านเคยประสบปัญหาหรือความไม่สะดวกจากการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมาก่อน เช่น การล่าช้าในการเดินทาง การบริการไม่เป็นที่พึงพอใจ หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง | 4.13 | 0.9 | เห็นด้วยมาก |
| ค่าเฉลี่ย | 4.38 | 0.6 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ในด้านการตระหนักถึงปัญหา อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53) เมื่อพิจารณารายข้อได้ผลการศึกษา ดังนี้ ช่องทางการจองสายการบินที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เช่น การจองผ่านเว็บไซต์ของสายการบินโดยตรง

ช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่ง ซืื่อน้ำหนักกระเป๋าเพิ่มเติม หรือสั่งจองอาหารล่วงหน้าได้ทันที กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.57) ความต้องการลดเวลาในการเดินทาง เช่น การเลือกเส้นทางบินที่ตรงและรวดเร็วขึ้น หรือการหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนเครื่องบ่อยครั้ง ที่อาจเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.45) และการเลือกใช้บริการเนื่องจากเคยประสบปัญหาหรือความไม่สะดวกจากการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมาก่อน เช่น การล่าช้า ในการเดินทาง การบริการไม่เป็นที่พึงพอใจ หรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการค้นหาข้อมูล

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการค้นหาข้อมูล | Mean | S.D. | การแปลผล |
|--|------|------|-------------------|
| ด้านการค้นหาข้อมูล (IS) | | | |
| ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ท่านมักค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของสายการบิน รีวิวเกี่ยวกับสนามบินหรือสายการบิน รีวิวจากผู้โดยสาร หรือแหล่งข้อมูลออนไลน์อื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ | 4.32 | 0.79 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ท่านมีการหาข้อมูลจากบุคคลรอบข้างที่เคยใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | 4.04 | 0.92 | เห็นด้วยมาก |
| ท่านให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพการบริการ ราคา และการดูแลผู้โดยสาร | 4.38 | 0.76 | เห็นด้วยมาก |
| ค่าเฉลี่ย | 4.25 | 0.67 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ในด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.25) เมื่อพิจารณารายข้อได้ผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพการบริการ ราคา และการดูแลผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.38) ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างมักค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของสายการบิน รีวิวเกี่ยวกับสนามบินหรือสายการบิน รีวิวจากผู้โดยสาร หรือแหล่งข้อมูลออนไลน์อื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.32) และการหาข้อมูลจากบุคคลรอบข้างที่เคยใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการประเมินผลทางเลือก

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-----------------------|
| ด้านการประเมินผลทางเลือก (EA) | | | |
| พิจารณาจากความคุ้มค่าและความพึงพอใจในหลาย ด้าน เช่น ราคาเมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ได้รับ คุณภาพการบริการที่เหนือกว่า | 4.44 | 0.71 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| พิจารณาจากความสะดวกสบายของสนามบินที่ท่านไป เช็คอิน เช่น การมีร้านค้าปลอดภาษีหลากหลาย ร้านอาหารที่มีตัวเลือกมากมาย | 4.11 | 0.91 | เห็นด้วย มาก |
| พิจารณาจากมาตรฐานและความปลอดภัยของสาย การบิน เช่น การที่สายการบินมีเหตุการณ์ฉุกเฉินน้อย หรือไม่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย ของผู้โดยสาร | 4.54 | 0.7 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| พิจารณาจากความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของ สายการบิน เช่น การได้รับรางวัลนานาชาติ อันดับ ต้นๆ หรือการได้รับรางวัลติดต่อกันหลายปี | 4.27 | 0.79 | เห็นด้วย มากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 4.34 | 0.6 | เห็นด้วย มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ในด้านการประเมินผลทางเลือก อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.34) เมื่อพิจารณารายข้อได้ผล การศึกษาดังนี้ พิจารณาจากมาตรฐานและความปลอดภัยของสายการบิน เช่น การที่สายการบินมีเหตุการณ์ฉุกเฉินน้อยหรือ ไม่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.54) พิจารณาจากความคุ้มค่าและความพึงพอใจในหลายด้าน เช่น ราคาเมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ คุณภาพการบริการที่เหนือกว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.44) พิจารณาจากความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของสายการบิน เช่น การได้รับรางวัลนานาชาติ อันดับต้นๆ หรือการได้รับรางวัลติดต่อกันหลายปี กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.27) และพิจารณาจากความสะดวกสบายของสนามบินที่ไปเช็คอิน เช่น การมีร้านค้าปลอดภาษีหลากหลาย ร้านอาหารที่มีตัวเลือกมากมาย กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 4.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการตัดสินใจใช้บริการ

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-------------------|
| ด้านการตัดสินใจใช้บริการ (PD) | | | |
| ท่านตัดสินใจใช้บริการจากเงื่อนไขน้ำหนักสัมภาระที่อนุญาตโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และความยืดหยุ่น เช่น สามารถเช็คอินสัมภาระล่วงหน้าได้ โดยไม่ต้องรอคิว | 4.37 | 0.74 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ท่านตัดสินใจใช้บริการจากโปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์ เช่น ส่วนลดพิเศษ สะสมไมล์ หรือการอัปเกรดที่นั่ง | 4.33 | 0.8 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ท่านตัดสินใจใช้บริการจากความสะดวกสบายในการจองตั๋วกับสายการบินผ่านช่องทางที่สะดวก เช่น เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย หรือแอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันครบครัน | 4.39 | 0.76 | เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ด้านการตัดสินใจใช้บริการ (ต่อ)

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ | Mean | S.D. | การแปลผล |
|---|------|------|-----------------------|
| ค่าเฉลี่ย | 4.36 | 0.62 | เห็นด้วย มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 435 คน มีความเห็นด้วยต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ในด้านการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.36) เมื่อพิจารณารายข้อ ได้ผลการศึกษาดังนี้ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการจากความสะดวกสบายในการจองตั๋วกับสายการบินผ่านช่องทางที่สะดวก เช่น เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย หรือแอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันครบครัน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.39) กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการจากเงื่อนไขน้ำหนักสัมภาระที่อนุญาต โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และความยืดหยุ่น เช่น สามารถเช็คอินสัมภาระล่วงหน้าได้โดยไม่ต้องรอคิว กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.37) และกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการจากโปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์ เช่น ส่วนลดพิเศษ สะสมไมล์ หรือการอัปเดตที่นั่ง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.33) ตามลำดับ

4.2.5 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

จากการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย มีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 4.15

จำนวน ความถี่และสัดส่วนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยของกลุ่มตัวอย่าง

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | จำนวนความถี่ (คน) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
|--|-------------------|------------------|
| การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในอนาคต | | |
| ใช้บริการ | 326 | 74.94 |
| ไม่ใช้บริการ | 109 | 25.06 |

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 435 คน ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในอนาคต จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 74.94 และตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในอนาคต จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 25.06

4.3 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

4.3.1 การทดสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี

ตารางที่ 4.16

ผลการทดสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี

| ค่าทางสถิติ | Chi-Square | df | Sig. (2-tailed) |
|-------------|------------|----|-----------------|
| 1 | 8.338 | 8 | 0.401 |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ของการทดสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี มีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : แบบจำลองมีความเหมาะสม

H_1 : แบบจำลองไม่มีความเหมาะสม

ในการทดสอบค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ของการทดสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.401 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธ

สมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า แบบจำลองมีความเหมาะสม จึงสามารถทำการศึกษาด้วย การวิเคราะห์ การถดถอยโลจิสติกเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ต่อไปนี้

4.3.2 การวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติก

การศึกษานี้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย การศึกษานี้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบกำหนดให้ผลของการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็น ตัวแปร Y มีค่าเพียง 2 ค่าอันได้แก่

$Y = 1$ หมายความว่า เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

$Y = 0$ หมายความว่า ไม่เลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

โดยสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์มีรูปแบบดังนี้

$$\text{Prob}(Y) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X)}}$$

โดยที่ $0 \leq E(Y) \leq 1$; $E(Y) = P(\text{event})$ P คือ การเลือกใช้บริการ และ (Y) มีค่าเท่ากับ 1

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{THAI} + \beta_2 \text{FRE} + \beta_3 \text{SEX} + \beta_4 \text{AGE} + \beta_5 \text{BAR} + \beta_6 \text{OCC} + \beta_7 \text{INC} + \beta_8 \text{SQ}(\text{TANG 1}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{TANG 2}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{TANG 3}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{TANG 4}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{REL}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{RES}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{ASSUR}) + \beta_8 \text{SQ}(\text{EMP}) + \beta_9 \text{DK}(\text{PR}) + \beta_9 \text{DK}(\text{IS}) + \beta_9 \text{DK}(\text{EA}) + \beta_9 \text{DK}(\text{PD}) + \epsilon$$

โดยรายละเอียดของตัวแปรข้างต้นอยู่ในภาคผนวก ง ตารางที่ 2 ค่าสถิติการวิเคราะห์ ค่าการถดถอยโลจิสติก

ตารางที่ 4.17

ผลลัพธ์ค่าสถิติการวิเคราะห์ค่าการถดถอยโลจิสติก

| Logistic Regression | | Cox & Snell R Squar | 0.497 | | |
|---|---------|---------------------|-----------|------------|----------------|
| Log Likelihood = 191.118 | | Nagelkerke R Square | 0.735 | | |
| ตัวแปรตาม: การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | | | | | |
| ตัวแปร | B | S.E. | Odd ratio | 95% CI Up. | Sig. (p-value) |
| THAI | 0.809 | 0.558 | 2.103 | 6.697 | 0.147 |
| FRE | -0.2 | 0.112 | 3.2 | 1.019 | 0.074 |
| SEX | 0.967 | 0.381 | 6.449 | 5.551 | 0.011* |
| AGE | 0.4 | 0.193 | 4.282 | 2.179 | 0.039* |
| BAR | -0.685 | 0.437 | 2.456 | 1.187 | 0.117 |
| OCC | -0.511 | 0.247 | 4.304 | 0.972 | 0.038* |
| INC | 0.086 | 0.098 | 0.779 | 1.32 | 0.378 |
| SQ(TANG 1) | 1.7 | 0.356 | 22.758 | 11.008 | 0.0** |
| SQ(TANG 2) | 1.678 | 0.646 | 6.739 | 18.992 | 0.009** |
| SQ(TANG 3) | 3.436 | 0.63 | 29.759 | 106.702 | 0.0** |
| SQ(TANG 4) | 0.713 | 0.346 | 4.251 | 4.016 | 0.039* |
| SQ(REL) | 0.324 | 0.604 | 0.288 | 4.522 | 0.592 |
| SQ(RES) | -0.893 | 0.5 | 3.192 | 1.091 | 0.074 |
| SQ(ASSUR) | 0.164 | 0.477 | 0.118 | 3.001 | 0.731 |
| SQ(EMP) | 0.519 | 0.501 | 1.071 | 4.49 | 0.301 |
| DK(PR) | 2.748 | 0.592 | 21.558 | 49.793 | 0.0** |
| DK(IS) | 0.431 | 0.374 | 1.325 | 3.205 | 0.25 |
| DK(EA) | -0.622 | 0.531 | 1.372 | 1.52 | 0.241 |
| DK(PD) | -0.421 | 0.452 | 0.866 | 1.592 | 0.352 |
| Constant | -38.342 | 4.991 | 59.014 | | 0.0 |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

หมายเหตุ. จากการคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

จากตารางที่ 4.17 ผลการประเมินค่าทางสถิติของแบบจำลองความน่าจะเป็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบพบว่า แบบจำลอง Log Likelihood มีค่าเท่ากับ 191.118a และ Cox & Snell R Square ที่อธิบายความแปรปรวน หรือความผันแปร ในการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกมีค่าเท่ากับ 0.497 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 ถือว่าความแปรปรวนในการศึกษานี้เป็นที่น่าเชื่อถือ อีกทั้ง สถิติทดสอบ Nagelkerke R square มีค่าเท่ากับ 0.735 สามารถสรุปได้ว่า แบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากการประมวลผลและประเมินค่าทางสถิติของแบบจำลองความน่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย โดยการวิเคราะห์ตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติกดังนี้

ปัจจัยการใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย”

การใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” (THAI) และจำนวนครั้งในการใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบิน “การบินไทย” (FRE) พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.147 และ 0.074 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพในการใช้บริการและความถี่ของการเดินทางกับสายการบิน “การบินไทย” ไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในครั้งถัดไป อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจัยดังกล่าวจะไม่แสดงนัยสำคัญทางสถิติ แต่สามารถพิจารณาในเชิงสนับสนุนจากกรอบแนวคิดด้านคุณภาพการบริการ โดยอ้างอิงตามแนวคิดของสตรอมยพงศ์ เทียงธรรม (2552) ซึ่งกล่าวว่า คุณภาพการบริการคือความสามารถในการให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างตรงตามความคาดหวัง เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ อีกทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษารัฐการณ์ ชินวงศ์อมร (2559) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

ในด้านของเพศ (SEX) อายุ (AGE) และอาชีพ (OCC) พบว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.011, 0.039 และ 0.038 ตามลำดับ มีค่าต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีค่า Exp (B) หรือค่า Odds

Ratio มากกว่า 1 วิเคราะห์ได้ว่าหากมีการจำนวนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้น 6.449, 4.282 และ 4.304 เท่า

ในด้านระดับการศึกษา (BAR) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.117 และ 0.378 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถจัดอยู่ในกลุ่มของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่ระบุว่า เพศ อายุ และอาชีพ เป็นตัวแปรประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้และการตอบสนองของผู้บริโภคในด้านต่างๆ โดยเพศหญิงมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความสะอาดและความใส่ใจในบริการมากกว่าเพศชาย ขณะที่กลุ่มวัยทำงานและผู้มีอาชีพมั่นคงมักจะเลือกใช้บริการที่สะดวกสบายและมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Phillip Kotler (1999) ที่ระบุว่า ปัจจัยภายในของผู้บริโภค เช่น อายุ เพศ และอาชีพ ล้วนมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่เน้นประสบการณ์ส่วนบุคคล การที่ผู้หญิงและกลุ่มวัยทำงานให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการมากกว่ากลุ่มอื่น สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการบริการที่ครบถ้วนและหรูหราซึ่งสายการบินแบบเต็มรูปแบบสามารถตอบสนองได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ Tuck Sai Boey (2012) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาของประเทศมาเลเซีย ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการเลือกสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบและต้นทุนต่ำต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ในด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (TANG) ได้แก่ หมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (TANG1) หมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร (TANG2) หมวดการบริการบนเครื่องบิน (TANG3) และหมวดสินค้าปลอดภาษี (TANG4) พบว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.0, 0.009, 0.0 และ 0.039 ตามลำดับ มีค่าต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรดังกล่าว มีค่า Exp (B) หรือค่า Odds Ratio มากกว่า 1 วิเคราะห์ได้ว่าหากมีการจำนวนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำ

ให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้น 22.758, 6.739, 29.759 และ 4.251 เท่า ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินแบบเต็มรูปแบบมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการที่ไม่สามารถหาได้จากสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะในหมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน หมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร หมวดการบริการบนเครื่องบิน และหมวดสินค้าปลอดภาษี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ข้อค้นพบดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดคุณภาพการบริการของคณุตม์ ระเบิดเมทธิ (2557) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าอย่างเต็มที่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yu-Kai Huang (2010) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายการบินที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้โดยสารในประเทศไต้หวัน โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ผลการวิจัยพบว่าการให้บริการ ที่มีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบิน เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการมีลักษณะหลากหลายการตอบสนองความต้องการ การสร้างความมั่นใจ และการเอาใจใส่ลูกค้าล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์กับผู้โดยสาร เช่น การบริการหนังสือพิมพ์และหนังสือบนเครื่อง ความรวดเร็วของพนักงาน และความตรงต่อเวลาในการเดินทาง

ในด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (REL) ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง (RES) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (ASSUR) และด้านความเอาใจใส่ (EMP) พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.592, 0.074, 0.731 และ 0.301 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองว่าการเดินทางด้วยเครื่องบินมีหน่วยงานกำกับดูแลให้มีมาตรฐานการบริการในระดับสากล และโดยเฉพาะสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบนั้นจะมีการยกระดับการให้บริการให้มีมาตรฐานที่สูงกว่าสายการบินต้นทุนต่ำเป็นปกติ เช่น การให้น้ำหนักสัมภาระมากกว่า การมีห้องรับรองพิเศษที่สนามบิน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ขัดแย้งกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการของ Tsoukatos & Mastrojanni (2010) ที่กล่าวว่า ลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพการบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของพวกเขา ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สหวัฒน์ ธีระธรรม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ห้องรับรองพิเศษและการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยในด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ได้แก่ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ความสะอาดและบรรยากาศภายในห้องโดยสาร การบริการบนเครื่องบิน และสินค้าปลอดภาษี ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้โดยตรงมากกว่าคุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพที่น่าประทับใจของพนักงาน ความสะอาดสบายของที่นั่ง คุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงสินค้าปลอดภาษีที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ ทั้งหมดล้วนมีบทบาทในการสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ที่ได้เสนอแบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งระบุว่าองค์ประกอบด้านทางกายภาพของการบริการ มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจเริ่มต้นของบริการ นอกจากนี้ยังสนับสนุนผลการศึกษาของ Mateja Kos Koklica (2017) และ Yu-Kai Huang (2010) ที่ชี้ว่าการตกแต่งภายใน ความสะอาดสบายบนเครื่อง และพนักงานต้อนรับเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกสายการบิน

ในขณะที่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการการบริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และความเอาใจใส่ ไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า คุณลักษณะเหล่านี้แม้จะมีความสำคัญในภาพรวมของการบริการ แต่ผู้โดยสารอาจไม่สามารถสังเกตเห็นหรือรับรู้ได้ชัดเจนในการตัดสินใจเบื้องต้น หรือมีความคาดหวังในระดับที่เท่าเทียมกันในทุกสายการบิน จึงไม่ใช่ปัจจัยที่สร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจน

ปัจจัยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

ในด้านการตระหนักถึงปัญหา (PR) พบว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.0 ตามลำดับ มีค่าต่ำกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีค่า Exp (B) หรือค่า Odds Ratio มากกว่า 1 วิเคราะห์ได้ว่าหากมีการจำนวนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้น 21.558 เท่า แสดงให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานของสายการบินเต็มรูปแบบที่สร้างความสะอาดสบาย และรักษาแผนการเดินทางให้กับผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี ผู้โดยสารมีความมั่นใจว่าจะไม่ได้รับปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางหากเลือกใช้บริการกับสายการบินเต็มรูปแบบ เป็นไปตามแนวคิดของ Phillip Kotler (1999) ที่ระบุว่า การรับรู้ปัญหา หรือการตระหนักต่อความต้องการ (Problem recognition) เป็นการที่บุคคลสามารถรับรู้ความต้องการของตนซึ่งอาจจะเกิดขึ้นเอง หรือเกิดจากสิ่งเร้าที่มากกระตุ้น

และประสบการณ์ในอดีตจะนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ ธนพร กลมกลิ้ง (2566) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียในเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ขั้นตอนที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ขั้นตอนการตระหนักถึงความต้องการ

ในด้านการค้นหาข้อมูล (IS) ด้านการประเมินทางเลือก (PA) และด้านการตัดสินใจใช้บริการ (PD) พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติพบว่ามีค่า Sig. (p-value) เท่ากับ 0.250, 0.241 และ 0.352 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยขัดแย้งกับแนวคิดของ Phillip Kotler (1999) ที่ระบุว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยขั้นตอนแรกคือการตระหนักถึงปัญหา ซึ่งเป็นจุดสำคัญในการกระตุ้นความต้องการและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขั้นถัดไป และหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของภูกิจ พงศ์อาษา (2562) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบความไม่สอดคล้องของผลการวิจัย เนื่องจากการผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินสายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบิน “การบินไทย” ซึ่งเป็นหนึ่งในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเน้นกลุ่มผู้โดยสารชั้นประหยัดที่ใช้บริการปีละ 1 ครั้ง มีลักษณะทางประชากรศาสตร์คือ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 56-65 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,001 บาท

ผลการศึกษาคณาคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเรื่องที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง ส่วนด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับความสามารถในการแก้ไขปัญหาการล่าช้าหรือการยกเลิกเที่ยวบินได้ เช่น การแจ้งเตือนล่วงหน้าหากเกิดการล่าช้า หรือการโยกย้ายผู้โดยสารไปยังสายการบินเที่ยวบินร่วมในเที่ยวบินที่ใกล้เคียงหากมีเหตุการณ์ยกเลิกเที่ยวบิน
2. ด้านความเอาใจใส่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับพนักงานของสายการบินที่แสดงความเอาใจใส่และปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เหยียดเชื้อชาติ ภาษา หรือสถานะทางสังคม
3. ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการที่สามารถติดต่อสายการบินได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่าง ๆ หากมีคำถามหรือข้อสงสัย และได้รับคำตอบที่น่าเชื่อถือและชัดเจน
4. ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการมีระบบการจองและการรับชำระเงินที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว

5. ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับ หมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การมีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่น่ารัก และยิ้มแย้มสดใส จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้โดยสารและเพิ่มความน่าพึงพอใจ ในบริการของสายการบิน หมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร สายการบิน ที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรใส่ใจคุณภาพของเบาะที่นั่งให้มีความสะดวกสบาย เช่น เบาะที่นั่งต้องไม่ แข็งและแคบเกินไปและมีความกว้างขวาง หมวดการบริการบนเครื่องบิน คุณภาพอาหารที่เสิร์ฟในสาย การบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ควรมีรสชาติที่ดี อร่อย และถูกปาก หมวดสินค้าปลอดภาษี สายการบินที่มีสินค้าปลอดภาษีพร้อมส่วนลดราคาพิเศษที่สามารถซื้อได้บนเครื่องบินเท่านั้น เช่น สินค้าน้ำหอมแบรนด์นี้มีส่วนลดร้อยละ 20 จากราคาปกติ ซึ่งไม่สามารถได้รับส่วนลดนี้จากที่อื่น และแคตตาล็อกของสินค้าปลอดภาษีควรมีความหลากหลาย และมีการอัปเดตหน้าปกแคตตาล็อก รวมถึงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

ผลการศึกษาระบบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเรื่องที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการค้นหาข้อมูล เมื่อพิจารณารายได้ พบว่า

1. ด้านการตระหนักถึงปัญหา พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับต้องการลดเวลาในการเดินทาง เช่น การเลือกเส้นทางบินที่ตรงและรวดเร็วขึ้น หรือการหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนเครื่อง บ่อยครั้ง ที่อาจเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ

2. ด้านการตัดสินใจใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการตัดสินใจใช้บริการจากความสะดวกสบายในการจองตั๋วกับสายการบินผ่านช่องทางที่สะดวก เช่น เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย หรือ แอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันครบครัน

3. ด้านการประเมินทางเลือก พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับพิจารณาจากมาตรฐานและความปลอดภัยของสายการบิน เช่น การที่สายการบินมีเหตุการณ์ฉุกเฉินน้อยหรือไม่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร

4. ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบ ข้อมูลในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพการบริการ ราคา และการดูแลผู้โดยสาร

สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในอนาคต

นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย โดยการวิเคราะห์ค่าการถดถอยโลจิสติกพบว่า ปัจจัยด้าน ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านอาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้

บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ ได้แก่ หมวดบุคลากรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน หมวดความสะดวกทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร หมวดการบริการบนเครื่องบิน และหมวดสินค้าปลอดภาษี เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษาค้างนี้มีดังต่อไปนี้

5.2.1 ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรให้ความสำคัญด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ เกี่ยวกับเรื่องของเครื่องแต่งกาย หรือชุดที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินใส่ เช่น การใส่ชุดไทย เพิ่มความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสาร รวมทั้งมีการมีการตกแต่งห้องโดยสารให้มีความสวยงาม มีความอบอุ่นและผ่อนคลาย เช่น การประดับตกแต่งบนหน้าต่างในช่วงเทศกาลคริสต์มาส หรือตกแต่งความเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเดินทางและความสะดวกสบายได้ดี อีกทั้งควรมีการบริการที่สามารถเชื่อมต่อแอปสายการบินในมือถือเข้ากับหน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินเพื่อรับชมหนังโปรดและฟังเพลงโปรด เช่น การให้ผู้โดยสารกรอกชื่อผู้ใช้งานเพื่อทำการล็อกอินและรับชมรายการโปรดที่เป็นส่วนตัวตามแต่ละบุคคล อาจมีการแจกของที่ระลึก เช่น ตุ๊กตาตัวเล็ก หรือเข็มกลัดสายการบิน เพื่อให้ผู้โดยสารได้เก็บเป็นความทรงจำว่าเคยใช้บริการ รวมทั้งมีการโปรโมตเมนูอาหารโดยการเชิญเซฟที่มีชื่อเสียงมารังสรรค์เมนูพิเศษ เช่น การที่เซฟชื่อดังชาวไทยออกแบบเมนูอาหารไทยให้เป็นหนึ่งในตัวเลือกของเมนูอาหารบนเครื่องบิน ออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะที่มีความสวยงาม หลากหลาย หรือมีลวดลายที่ดึงดูดน่าสนใจ และมีการนำเสนอสินค้าปลอดภาษีที่มีเอกลักษณ์ ร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และเสนอขายเฉพาะในสายการบิน เช่น ถุงผ้าที่มีลวดลายสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน หรือ กระติกน้ำร้อนแบบพกพาที่ออกแบบร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง

5.2.2 ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เกี่ยวกับเรื่องของควรมีการให้บริการเส้นทางการบินที่หลากหลาย และมีเวลาออกเดินทางที่ยืดหยุ่นหรือครอบคลุมช่วงเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ

5.2.3 ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง เกี่ยวกับเรื่องของกรณีช่องทางการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า

ที่ตอบสนองได้รวดเร็วและมีมาตรฐาน เช่น การส่งแบบสำรวจผ่านทางอีเมลหลังการใช้บริการและการตอบกลับข้อเสนอแนะอย่างทันท่วงที เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการ

5.2.4 ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรให้ความสำคัญด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับเรื่องของการมีระบบแจ้งเตือนในการให้บริการต่างๆ เช่น การแจ้งเตือนผ่านข้อความทางมือถือ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เมื่อถึงเวลาเช็คอิน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ

5.2.5 ผู้ให้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรให้ความสำคัญด้านความเอาใจใส่ เกี่ยวกับเรื่องของพนักงานควรแสดงความใส่ใจและตอบสนองต่อปัญหา เช่น การดูแลผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ได้แก่ ครอบครัวที่มีเด็กทารก ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยิน โดยสายการบินจะอนุญาตให้ผู้โดยสารกลุ่มนี้ขึ้นเครื่องเป็นกลุ่มแรก เพื่อให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถช่วยนำทางไปยังที่นั่ง ช่วยจัดเก็บสัมภาระ และอธิบายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่ตั้งของห้องน้ำที่ใกล้ที่สุด เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกได้รับการเอาใจใส่จากการให้บริการ

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็ม ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างดำเนินการตอบแบบสอบถามให้กับผู้วิจัยที่สนามบิน โดยเป็นช่วงเวลาที่เร่งรีบเนื่องจากใกล้เวลาขึ้นเครื่องบิน จึงอาจตอบแบบสอบถามอย่างเร่งรีบ หรือไม่ได้อ่านข้อความโดยละเอียดก่อนการตัดสินใจเลือกตอบคำถาม ส่งผลให้ผู้วิจัยอาจได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความคิดเห็นที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างในบางรายหากพบเหตุการณ์เช่นนี้

อีกทั้งมีการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้อาจไม่มีประสบการณ์ตรงในการรับบริการหรือเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสายการบินแต่ละประเภท ดังนั้นคำตอบที่ให้จึงอาจเกิดจากการรับรู้ผ่านการบอกเล่าจากผู้อื่น หรือข้อมูลจากสื่อในรูปแบบต่าง ๆ มากกว่าเกิดจากประสบการณ์จริง อันอาจกระทบต่อความน่าเชื่อถือและความแม่นยำของผลการวิเคราะห์

อีกหนึ่งข้อจำกัดสำคัญของงานวิจัยในครั้งนี้คือ การที่ผู้วิจัยไม่ได้กำหนดเส้นทางบินหรือสถานีปลายทางของผู้โดยสารไว้อย่างชัดเจน อาจทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์หรือเปรียบเทียบปัจจัยด้านระยะเวลาการเดินทางที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบได้อย่างลึกซึ้ง เนื่องจากการเดินทางระยะไกลซึ่งต้องใช้เวลาอันยาวนานอาจเป็นหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร

ข้อจำกัดในการวิจัยทั้ง 3 ประเด็นข้างต้นนี้สามารถบริหารจัดการได้ แต่อาจส่งผลกระทบต่อขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยหากต้องการคัดเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนแม่นยำ อาจเกินกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการวิจัย

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทยมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อการวิจัยในอนาคต โดยสามารถต่อยอดไปสู่การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ เพื่อให้สามารถวางแผนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแบบเต็มรูปแบบเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังสามารถต่อยอดการวิจัยไปสู่การวิเคราะห์แนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้าของสายการบิน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางการให้บริการที่สามารถเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้โดยสารได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถศึกษากลยุทธ์ด้านการให้บริการ โดยเฉพาะบทบาทของพนักงานและลูกเรือ ซึ่งถือเป็นตัวแทนสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมการให้บริการขององค์กร การศึกษาประเด็นนี้จะช่วยพัฒนาแนวทางการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปรับปรุงในจุดอ่อนที่ยังมีข้อบกพร่อง เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวม

อีกหนึ่งประเด็นที่ควรพิจารณาในการศึกษาครั้งต่อไป คือการเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารจัดการระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำ และสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ โดยเฉพาะในด้านการจัดการต่อปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ เช่น ความล่าช้าในการเดินทาง หรือกรณีการยกเลิกเที่ยวบิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาประเด็นดังกล่าวจะช่วยให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับแนวทางและประสิทธิภาพของการบริหารจัดการในสถานการณ์วิกฤตของสายการบินแต่ละประเภท ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการศึกษาในอนาคตอาจพิจารณาใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนอารมณ์ ความรู้สึก และแรงจูงใจของผู้บริโภค ร่วมกับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว หรือหากมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาของทางสายการบินอาจใช้เป็นวิธีการสังเคราะห์ตัวแปรจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผู้โดยสารและพนักงานมากำหนดเป็นแบบสอบถามใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มา กำหนดเป็นกลยุทธ์การให้บริการหรือการดำเนินงานของทางสายการบินในอนาคต



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็ก จำกัด.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd Edition). John Wiley & Sons, New York.
- Kotler, P. 1999. *Marketing management-the millennium edition*. Prentice Hall, New Jersey.

บทความวารสาร

- ปรัชญพัชร วันอุทา. (2555). การตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 2(2), 83.
- ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18(1), 219-231.
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2552). ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ. *Productivity World*, 14(83), 42-43.
- Achrol, R. S., & Kotler, P. (1999). Marketing in the network economy. *Journal of marketing*, 63(1), 146-163.
- Chien-Chang Choua. (2011). An evaluation of airline service quality using the fuzzy weighted SERVQUAL method. *Applied Soft Computing*, 11(2), 2117-2128.
- Corney, W.J. (2001). Comparing practices for capturing bank customer feed back—Internet versus traditional banking. *Bench marking: An International Journal*, 8(3), 240-250.
- Mateja Kos Koklica. (2017). An investigation of customer satisfaction with low-cost and full-service airline companies. *Journal of Business Research*, 80(1), 188-196.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.

- Sultan, F., & Simpson, Jr, M. C. (2000). International service variants: airline passenger expectations and perceptions of service quality. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 188-216.
- Tsoukatos, E., & Mastrojianni, E. (2010). Key Determinants of Service Quality in Retail Banking. *EuroMed Journal of Business*, 5(1), 85-100.
- Tuck Sai Boey. (2012). Factors Determining Choice of Full Service Airlines and Low Cost Carriers: The Case of Malaysia. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 1(2), 179.
- Yu-Kai Huang. (2010). The effect of airline service quality on passengers' behavioral intentions using SERVQUAL score: A TAIWAN Case study. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8(1), 2330-2343.

วิทยานิพนธ์

- คุณุตม์ ระเบิดเมทนี. (2557). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้ คุณค่าของตราสินค้าและความภักดีในตราสินค้าของธุรกิจให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [การศึกษาระดับปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐกานต์ ชินวงศ์อมร. (2559). *กลยุทธ์คุณภาพการให้บริการสายการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. [การศึกษาระดับปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนพร กลมกลิ้ง. (2566). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน Air Asia เส้นทางในประเทศของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร*. [การศึกษาระดับปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภูกิจ พงศ์อาษา. (2562). *กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียเอ็กซ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. [การศึกษาระดับปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุษยรังสี ศฤงฆ์ไพบูลย์. (2565). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ต่อการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารสายการบินไทยแอร์เอเชีย*. [การศึกษาระดับปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

- วีรยา ทยานุวัฒน์. (2563). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาสายการบินนกแอร์*. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สหวัดน์ ธีระธรรม. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เหมือนฝัน หมัดเลขา. (2561). *ความสัมพันธ์ของราคาและปัจจัยต่างๆ ต่ออุปสงค์การเดินทาง โดยเครื่องบิน*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2566). *สถิติจำนวนผู้โดยสารภาพรวม 10 ปี (ปี 2557 - 2566)*. <https://www.caat.or.th>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ของผู้โดยสารชาวไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ (Independent study) ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมทางธุรกิจ โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย ซึ่งแบบสอบถามในครั้งนี้จะใช้เวลา 8-10 นาที

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามนี้ ตามความเป็นจริงและครบถ้วนเพื่อให้ผลการวิจัยนี้สมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย โดยข้อมูลและความเห็นของท่านที่ตอบในแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ และเพื่อใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านคุณภาพการบริการ จำนวน 41 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านกระบวนการตัดสินใจ จำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย จำนวน 1 ข้อ

โดยสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ หมายถึง สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบตามมาตรฐานสากลทั่วโลก โดยบริการขั้นต่ำที่ผู้โดยสารจะได้รับโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม ประกอบด้วย น้ำหนักสัมภาระลงทะเลเบียน อย่างน้อย 20 กิโลกรัม บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง และบริการเลือกที่นั่งโดยมีเป้าหมายในการมอบประสบการณ์การบินที่ครบครันและหรูหราให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ได้แก่ สายการบินการบินไทย

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด (เพียงคำตอบเดียว)

1. ท่านเคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบินการบินไทย อย่างน้อย 1 ครั้ง ใน 1 ปีที่ผ่านมา หรือไม่
 - ใช่ (ไปต่อข้อ2)
 - ไม่ใช่ (ไปต่อส่วนที่ 2)
2. ท่านเคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบโดยสายการบินการบินไทยบ่อยแค่ไหน
 - ปีละ 1 ครั้ง
 - ปีละ 2 ครั้ง
 - ปีละ 3 ครั้ง
 - ปีละ 4 ครั้ง
 - ปีละ 5 ครั้ง
 - ปีละ 6 ครั้ง
 - ปีละ 7 ครั้ง
 - ปีละ 8 ครั้ง
 - ปีละ 9 ครั้ง
 - ปีละ 10 ครั้ง
 - มากกว่า 10 ครั้งต่อปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด (เพียงคำตอบเดียว)

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
 - ไม่ระบุเพศ (LGBTQ)
2. อายุ
 - ไม่เกิน 25 ปี
 - 26 - 35 ปี
 - 36 - 45 ปี
 - 46 - 55 ปี
 - 56-65 ปี
 - 66 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท
 - สูงกว่าปริญญาโท
4. อาชีพ
 - นักเรียน/นักศึกษา
 - พนักงานบริษัท
 - รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - ธุรกิจส่วนตัว / แม่บ้าน
 - อื่นๆ _____ (เติมเอง)

5. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 50,001 – 60,000 บาท | <input type="checkbox"/> 60,001 – 70,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 70,001 – 80,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 80,001 บาท |

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของสายการบินที่ให้บริการ เต็มรูปแบบ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด (เพียงข้อเดียว)

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|--|--|-----------------|----------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| | เห็นด้วย มากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วย ปานกลาง (3) | เห็นด้วย น้อย (2) | เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1) |
| | ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (Tangibility)*** | | | | |
| พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | | | | | |
| 1. การมีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่น่ารัก และยิ้ม แย้มสดใส จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมสร้าง ประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้โดยสารและเพิ่มความ น่าพึงพอใจในบริการของสายการบิน | | | | | |
| 2. เครื่องแต่งกาย หรือชุดที่พนักงานต้อนรับบน เครื่องบินใส่ เช่น การใส่ชุดไทย เพิ่มความ ประทับใจและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสาร | | | | | |
| ความสะอาดทั่วไปและบรรยากาศบนห้องโดยสาร | | | | | |
| ประเภทห้องผู้โดยสาร | | | | | |
| 3. สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบควรใส่ใจ คุณภาพของเบาะที่นั่งให้มีความสะอาดสบาย เช่น | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|---|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| เบาะที่นั่งต้องไม่แข็งและแคบเกินไปและมีความกว้างขวาง | | | | | |
| 4. การมีระยะห่างระหว่างแถวที่นั่งที่กว้างขึ้น ช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการและความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร | | | | | |
| 5. จำนวนที่นั่งบนเครื่องบินควรมีจำนวนที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการนั่ง ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบและสายการบินต้นทุนต่ำ | | | | | |
| 6. ควรมีที่นั่งที่สามารถปรับเอนได้มากเพียงพอ เช่น ที่พนักพิงหลังสามารถเอนได้ไกลขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถนอนเอนสบายและเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง | | | | | |
| 7. เครื่องบินใหม่ที่มีการตกแต่งห้องโดยสารที่สวยงาม มีความอบอุ่นและผ่อนคลาย เช่น การประดับตกแต่งบนหน้าต่างในช่วงเทศกาลคริสต์มาส หรือ ตกแต่งความเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน ช่วยเพิ่มประสบการณ์ การเดินทาง และความสบายได้ดี | | | | | |
| 8. การมีผ้าห่มคุณภาพดีที่หนา นุ่ม และสบาย รวมถึงหมอนที่เหมาะสม สามารถช่วยเพิ่มคุณภาพและประสบการณ์การเดินทางที่ดีให้กับท่าน | | | | | |
| ประเภทความสะอาดภายในห้องน้ำ | | | | | |
| 9. ความสะอาดและกลิ่นที่สดชื่นของห้องน้ำซึ่งเป็นกลิ่นหอมเฉพาะตัว เช่น กลิ่นดอกกล้วยไม้ | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|--|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น ครีมนวดมือ หรือแปรงสีฟัน | | | | | |
| ประเภทความบันเทิงบนหน้าจอระบบ In-Flight Entertainment (IFE) | | | | | |
| 10. การมีระบบความบันเทิงที่ทันสมัย เช่น การอัปเดตภาพยนตร์ใหม่ทุกเดือนให้เหมือนกับการรับชม Netflix ที่บ้าน รวมถึงการมีเพลงที่ทันสมัยตอบโจทย์ทุกช่วงวัย และมีคำบรรยาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้โดยสารหลากหลายกลุ่ม | | | | | |
| 11. หน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน ควรมีขนาดใหญ่และกว้างขึ้น เพื่อเพิ่มรรถรสในการรับชม พร้อมทั้งปรับปรุงให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้ระบบสัมผัส (Touch Screen) แทนการใช้รีโมท | | | | | |
| 12. สามารถเชื่อมต่อแอปสายการบินในมือถือเข้ากับหน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินเพื่อรับชมหนังโปรดและฟังเพลงโปรด เช่น การให้ผู้โดยสารกรอกชื่อผู้ใช้งานเพื่อทำการล็อกอินและรับชมรายการโปรดที่เป็นส่วนตัวตามแต่ละบุคคล | | | | | |
| 13. หน้าจอของระบบความบันเทิงบนเครื่องบินควรมีโหมดสำหรับเด็กที่รวบรวมหนัง ภาพยนตร์ เพลง และเกมส์สำหรับเด็ก | | | | | |
| ประเภทชุดสิ่งของอำนวยความสะดวกและของที่ระลึก | | | | | |
| 14. มีบริการการแจกชุดสิ่งของอำนวยความสะดวก (เช่น ผ้าปิดตา ที่อุดหู ถุงเท้า) เพื่อเพิ่มความรู้สึก | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|--|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| ถึงการเป็นคนสำคัญและเสริมสร้างประสบการณ์ที่พรีเมียม | | | | | |
| 15. สายการบินควรแจกของที่ระลึก เช่น ตุ๊กตาตัวเล็กหรือเข็มกลัดสายการบิน เพื่อให้ผู้โดยสารได้เก็บเป็นความทรงจำว่าเคยใช้บริการ | | | | | |
| การบริการบนเครื่องบิน (In flight Service) | | | | | |
| ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม | | | | | |
| 16. คุณภาพอาหารที่เสิร์ฟในสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ควรมีรสชาติที่ดี อร่อย และถูกปาก | | | | | |
| 17. ความหลากหลายของเมนูอาหารควรมีตัวเลือกมากกว่า 2 ซ้อย เช่น อาหารแบบตะวันออก ตะวันตก และมังสวิรัต เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของผู้โดยสาร | | | | | |
| 18. สายการบินควรเพิ่มเมนูอาหารใหม่ ๆ เพื่อต้อนรับเทศกาลต่าง ๆ เช่น เมนูพิเศษสำหรับช่วงตรุษจีนหรือคริสต์มาส เพื่อเพิ่มอรรถรสในการเดินทาง | | | | | |
| 19. ขนาดของอาหารที่เสิร์ฟบนสายการบิน เช่น การเพิ่มขนาดของจานหลักให้มีปริมาณที่ใหญ่ขึ้น รวมถึงการเพิ่มเมนูเรียกน้ำย่อยและของหวาน เช่น ไอศกรีม | | | | | |
| 20. ให้ความสำคัญกับอุณหภูมิของอาหารที่เสิร์ฟ โดยควรอยู่ในระดับที่เหมาะสม เช่น ไม่ร้อนหรือเย็นเกินไป | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|--|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 21. มีการโปรโมตเมนูอาหารโดยการเชิญเชฟที่มีชื่อเสียงมารังสรรค์เมนูพิเศษ เช่น การที่เชฟชื่อดังชาวไทยออกแบบเมนูอาหารไทยให้เป็นหนึ่งในตัวเลือกของเมนูอาหารบนเครื่องบิน | | | | | |
| 22. มีการแจกเมนูอาหารให้ผู้โดยสารได้อ่านก่อนเริ่มเสิร์ฟ พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดลำดับการให้บริการ เช่น การเสิร์ฟเครื่องดื่มและของว่าง (เช่น ถั่ว) ก่อนตามด้วยอาหารจานหลัก และแสดงรายการเครื่องดื่มที่มีให้เลือก | | | | | |
| 23. มีเครื่องดื่มที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ชาหลายประเภท ได้แก่ ชาจีน ชาเขียวญี่ปุ่น ชาอินเดีย ชาฝรั่ง ชาไทย เป็นต้น | | | | | |
| 24. การมีเครื่องดื่มซิกเนเจอร์ (signature) เช่น ชาไทย สูตรพิเศษเฉพาะสายการบิน หรือค็อกเทลสูตรพิเศษที่มีแค่เฉพาะสายการบินนี้ | | | | | |
| 25. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และภาชนะอาหารที่มีความสวยงาม หลากหลาย หรือมีลวดลายที่ดึงดูดน่าสนใจ | | | | | |
| สินค้าปลอดภาษี (Duty Free) | | | | | |
| 26. สินค้าปลอดภาษีที่มีเอกลักษณ์ ร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และเสนอขายเฉพาะในสายการบิน เช่น ถุงผ้าที่มีลวดลายสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน หรือ กระติกน้ำร้อนแบบพกพาที่ออกแบบร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|---|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 27. สายการบินที่มีสินค้าปลอดภาษีพร้อมส่วนลดราคาพิเศษที่สามารถซื้อได้บนเครื่องบินเท่านั้น เช่น สินค้าน้ำหอมแบรนด์นี้มีส่วนลดร้อยละ 20 จากราคาปกติ ซึ่งไม่สามารถได้รับส่วนลดนี้จากที่อื่น | | | | | |
| 28. แคนตาลีออคของสินค้าปลอดภาษีควรมีความหลากหลาย และมีการอัปเดตหน้าปกแคนตาลีออค รวมถึงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) | | | | | |
| 29. ความตรงต่อเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำที่บางครั้งอาจจะมีการดีเลย์ หรือยกเลิกเที่ยวบินกะทันหัน | | | | | |
| 30. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาการล่าช้าหรือการยกเลิกเที่ยวบินได้ เช่น การแจ้งเตือนล่วงหน้าหากเกิดการล่าช้า หรือการโยกย้ายผู้โดยสารไปยังสายการบินเที่ยวบินร่วม ในเที่ยวบินที่ใกล้เคียงหากมีเหตุการณ์ยกเลิกเที่ยวบิน | | | | | |
| 31. เส้นทางการบินที่หลากหลาย และมีเวลาออกเดินทางที่ยืดหยุ่นหรือครอบคลุมช่วงเวลามากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ | | | | | |
| 32. มีความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เช่น หากผู้โดยสารต้องการเปลี่ยนแปลงวันเดินทาง เวลาเดินทาง หรือการขอยกเลิกตั๋ว พร้อมนโยบายขอคืนเงินที่สะดวกและเหมาะสม | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|---|------------------------------|-----------------|----------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| | เห็นด้วย มากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วย ปานกลาง (3) | เห็นด้วย น้อย (2) | เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1) |
| ด้านความรับผิดชอบและการตอบสนอง (Responsiveness) | | | | | |
| 33. มีความรวดเร็วในการบริการ เช่น การเสิร์ฟอาหาร การตอบคำถาม หรือการให้ความช่วยเหลือของพนักงานที่ทันใจ | | | | | |
| 34. มีช่องทางการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ตอบสนองได้รวดเร็วและมีมาตรฐาน เช่น การส่งแบบสำรวจผ่านทางอีเมลหลังการใช้บริการและการตอบกลับข้อเสนอแนะอย่างทันท่วงที | | | | | |
| 35. มีระบบการจองและการรับชำระเงินที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็ว | | | | | |
| การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) | | | | | |
| 36. มีระบบแจ้งเตือนในการให้บริการต่าง ๆ เช่น การแจ้งเตือนผ่านข้อความทางโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อถึงเวลาเช็คอิน | | | | | |
| 37. พนักงานของสายการบินให้ความมั่นใจในความเชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพ | | | | | |
| 38. ท่านสามารถติดต่อสายการบินได้อย่างสะดวกผ่านช่องทางต่าง ๆ หากมีคำถามหรือข้อสงสัยและได้รับคำตอบที่น่าเชื่อถือและชัดเจน | | | | | |
| ความเอาใจใส่ (Empathy) | | | | | |
| 39. พนักงานแสดงความใส่ใจและตอบสนองต่อปัญหา เช่น การดูแลผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ได้แก่ ครอบครัวที่มีเด็กทารก ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยิน โดยสายการบินจะอนุญาตให้ผู้โดยสารกลุ่มนี้ | | | | | |

| คุณภาพการบริการ (Service Quality) | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|---|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วย |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| ขึ้นเครื่องเป็นกลุ่มแรก เพื่อให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถช่วยนำทางไปยังที่นั่ง ช่วยจัดเก็บสัมภาระ และอธิบายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่ตั้งของห้องน้ำที่ใกล้ที่สุด เป็นต้น | | | | | |
| 40. พนักงานของสายการบินแสดงความเอาใจใส่และปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เหยียดเชื้อชาติ ภาษา หรือสถานะทางสังคม | | | | | |
| 41. สายการบินแสดงความเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร เช่น การให้บริการเลือกอาหารล่วงหน้าสำหรับผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดในการรับประทานอาหาร (เช่น อาหารมังสวิรัตแบบฮินดู อาหารปราศจากกลูเตน หรืออาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน) | | | | | |

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด (เพียงข้อเดียว)

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|---|---------------------------|----------|---------|------|------------|
| | เห็นด้วยมากที่สุด | เห็นด้วย | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
| การตระหนักถึงปัญหา | | | | | |
| 1. ช่องทางการจองสายการบินที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เช่น การจองผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน โดยตรงช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่ง ชื่อน้ำหนักกระเป๋าเพิ่มเติม หรือสั่งจองอาหารล่วงหน้าได้ทันที | | | | | |
| 2. ต้องการลดเวลาในการเดินทาง เช่น การเลือกเส้นทางบินที่ตรงและรวดเร็วขึ้น หรือการหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนเครื่องบ่อยครั้งที่อาจเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ | | | | | |
| 3. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากท่านเคยประสบปัญหาหรือความไม่สะดวกจากการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมาก่อน เช่น การล่าช้าในการเดินทาง การบริการไม่เป็นที่พึงพอใจ หรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง | | | | | |
| การค้นหาข้อมูล | | | | | |
| 4. ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ท่านมักค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของสายการบิน รีวิวเกี่ยวกับสนามบินหรือสายการบิน รีวิวจากผู้โดยสาร หรือแหล่งข้อมูลออนไลน์อื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ | | | | | |

| การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการ เต็มรูปแบบของผู้โดยสารชาวไทย | ระดับความคิดเห็นของลูกค้า | | | | |
|---|------------------------------|-----------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| | เห็นด้วย มากที่สุด (5) | เห็นด้วย (4) | เห็นด้วย ปาน กลาง (3) | เห็นด้วย น้อย (2) | เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1) |
| 5. ท่านมีการหาข้อมูลจากบุคคลรอบข้างที่เคยใช้ บริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ | | | | | |
| 6. ท่านให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบข้อมูลใน ด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพการบริการ ราคา และ การดูแลผู้โดยสาร | | | | | |
| การประเมินทางเลือก | | | | | |
| 7. พิจารณาจากความคุ้มค่าและความพึงพอใจใน หลายด้าน เช่น ราคาเมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ ได้รับ คุณภาพการบริการที่เหนือกว่า | | | | | |
| 8. พิจารณาจากความสะดวกสบายของสนามบินที่ ท่านไปเช็คอิน เช่น การมีร้านค้าปลอดภาษี หลากหลาย ร้านอาหารที่มีตัวเลือกมากมาย | | | | | |
| 9. พิจารณาจากมาตรฐานและความปลอดภัยของ สายการบิน เช่น การที่สายการบินมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน น้อยหรือไม่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อ ความปลอดภัยของผู้โดยสาร | | | | | |
| 10. พิจารณาจากความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของ สายการบิน เช่น การได้รับรางวัลนานาชาติอันดับ ต้น ๆ หรือการได้รับรางวัลติดต่อกันหลายปี | | | | | |
| การตัดสินใจใช้บริการ | | | | | |
| 11. ท่านตัดสินใจใช้บริการจากเงื่อนไขน้ำหนัก สัมภาระที่อนุญาตโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และ ความยืดหยุ่น เช่น สามารถเช็คอินสัมภาระล่วงหน้า ได้ โดยไม่ต้องรอคิว | | | | | |

ภาคผนวก ข
ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรต่างๆ

ตารางที่ ข1

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ในภาพรวม

| คุณภาพการบริการ | | | |
|--------------------|-----|------|-------|
| | N | Mean | SD |
| TANG | 435 | 4.14 | 0.527 |
| REL | 435 | 4.55 | 0.548 |
| RES | 435 | 4.45 | 0.604 |
| ASSUR | 435 | 4.49 | 0.619 |
| EMP | 435 | 4.53 | 0.576 |
| SQ | 435 | 4.43 | 0.484 |
| Valid N (listwise) | 435 | | |

ตารางที่ ข2

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (TANG)

| คุณภาพการบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพของการบริการ (TANG) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| TANG1.1 | 435 | 1 | 5 | 4.47 | 0.735 |
| TANG1.2 | 435 | 1 | 5 | 4.03 | 0.922 |
| TANG1 | 435 | 1 | 5 | 4.25 | 0.703 |
| TANG2.1 | 435 | 1 | 5 | 4.43 | 0.500 |
| TANG2.2 | 435 | 1 | 5 | 4.45 | 0.743 |
| TANG2.3 | 435 | 1 | 5 | 4.20 | 0.675 |
| TANG2.4 | 435 | 1 | 5 | 3.97 | 0.792 |
| TANG2 | 435 | 1 | 5 | 4.26 | 0.525 |
| TANG3 | 435 | 1 | 5 | 4.16 | 0.596 |
| TANG4.1 | 435 | 1 | 5 | 3.77 | 0.938 |
| TANG4.2 | 435 | 1 | 5 | 3.93 | 0.948 |
| TANG4.3 | 435 | 1 | 5 | 3.93 | 0.922 |
| TANG4.4 | 435 | 1 | 5 | 3.88 | 0.826 |
| TANG | 435 | 1 | 5 | 4.14 | 0.527 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข3

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (REL)

| คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (REL) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| REL1 | 435 | 1 | 5 | 4.59 | 0.653 |
| REL2 | 435 | 1 | 5 | 4.62 | 0.608 |
| REL3 | 435 | 1 | 5 | 4.49 | 0.700 |
| REL4 | 435 | 1 | 5 | 4.51 | 0.697 |
| REL | 435 | 1 | 5 | 4.55 | 0.548 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข4

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (RES)

| คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (RES) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| RES1 | 435 | 1 | 5 | 4.40 | 0.679 |
| RES2 | 435 | 1 | 5 | 4.39 | 0.718 |
| RES3 | 435 | 1 | 5 | 4.55 | 0.702 |
| RES | 435 | 1 | 5 | 4.45 | 0.604 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข5

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่
ผู้ใช้บริการ (ASSUR)

| คุณภาพการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (ASSUR) | | | | | |
|--|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| ASSUR1 | 435 | 1 | 5 | 4.43 | 0.747 |
| ASSUR2 | 435 | 1 | 5 | 4.51 | 0.680 |
| ASSUR3 | 435 | 1 | 5 | 4.53 | 0.759 |
| ASSUR | 435 | 1 | 5 | 4.49 | 0.619 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข6

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านความเอาใจใส่ (EMP)

| คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ (EMP) | | | | | |
|--|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| EMP1 | 435 | 1 | 5 | 4.53 | 0.659 |
| EMP2 | 435 | 1 | 5 | 4.60 | 0.623 |
| EMP3 | 435 | 1 | 5 | 4.46 | 0.725 |
| EMP | 435 | 1 | 5 | 4.53 | 0.576 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข7

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (DK) ในภาพรวม

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ | | | |
|---------------------------------|-----|------|-------|
| | N | Mean | SD |
| PR | 435 | 4.38 | 0.600 |
| IS | 435 | 4.25 | 0.675 |
| EA | 435 | 4.34 | 0.604 |
| PD | 435 | 4.36 | 0.619 |
| DK | 435 | 4.33 | 0.530 |
| Valid N (listwise) | 435 | | |

ตารางที่ ข8

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (DK) ด้านการตระหนักถึงความต้องการ (PR)

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ (PR) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| PR1 | 435 | 1 | 5 | 4.57 | 0.623 |
| PR2 | 435 | 1 | 5 | 4.45 | 0.727 |
| PR3 | 435 | 1 | 5 | 4.13 | 0.903 |
| PR | 435 | 1 | 5 | 4.38 | 0.600 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข9

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (DK) ด้านการค้นหาข้อมูล (IS)

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการค้นหาข้อมูล (IS) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| IS1 | 435 | 1 | 5 | 4.32 | 0.789 |
| IS2 | 435 | 1 | 5 | 4.04 | 0.915 |
| IS3 | 435 | 1 | 5 | 4.38 | 0.760 |
| IS | 435 | 1 | 5 | 4.25 | 0.675 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข10

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (DK) ด้านการประเมินผลทางเลือก (EA)

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก (EA) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| EA1 | 435 | 1 | 5 | 4.44 | 0.707 |
| EA2 | 435 | 1 | 5 | 4.11 | 0.913 |
| EA3 | 435 | 1 | 5 | 4.54 | 0.699 |
| EA4 | 435 | 1 | 5 | 4.27 | 0.792 |
| EA | 435 | 1 | 5 | 4.34 | 0.604 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข11

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (DK) ด้านการตัดสินใจใช้บริการ (PD)

| กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ (PD) | | | | | |
|---|-----|---------|---------|------|-------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | SD |
| PD1 | 435 | 1 | 5 | 4.37 | 0.739 |
| PD2 | 435 | 1 | 5 | 4.33 | 0.801 |
| PD3 | 435 | 1 | 5 | 4.39 | 0.764 |
| PD | 435 | 1 | 5 | 4.36 | 0.619 |
| Valid N (listwise) | 435 | | | | |

ตารางที่ ข12

ค่าสถิติเชิงพรรณนาของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (DFSA)

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|------------------|-----------------------|
| ไม่เลือกใช้บริการ | 109 | 25.057 | 25.057 | 25.057 |
| ใช้บริการ | 326 | 74.943 | 74.943 | 100.000 |
| Total | 435 | 100.00 | 100.0 | |

ภาคผนวก ค
การแปลงค่าระดับเกณฑ์การประเมินของปัจจัยต่างๆ

ตารางที่ ค1

การแปลงค่าระดับเกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยความสำคัญในการวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติก

| ระดับ | ระดับความคิดเห็น | คะแนน |
|---------|-------------------|-------------|
| ระดับ 1 | ไม่เห็นด้วย | 1.00 – 1.80 |
| ระดับ 2 | เห็นด้วยน้อย | 1.81 – 2.60 |
| ระดับ 3 | เห็นด้วยปานกลาง | 2.61 – 3.40 |
| ระดับ 4 | เห็นด้วยมาก | 3.41 – 4.20 |
| ระดับ 5 | เห็นด้วยมากที่สุด | 4.21 – 5.00 |

| ปัจจัย | N | Mean | ระดับ |
|---------|-----|------|-----------|
| TANG1.1 | 435 | 4.47 | มากที่สุด |
| TANG1.2 | 435 | 4.03 | มาก |
| TANG1 | 435 | 4.25 | มากที่สุด |
| TANG2.1 | 435 | 4.43 | มากที่สุด |
| TANG2.2 | 435 | 4.45 | มากที่สุด |
| TANG2.3 | 435 | 4.20 | มาก |
| TANG2.4 | 435 | 3.97 | มาก |
| TANG2 | 435 | 4.26 | มากที่สุด |
| TANG3 | 435 | 4.16 | มาก |
| TANG4.1 | 435 | 3.77 | มาก |
| TANG4.2 | 435 | 3.93 | มาก |
| TANG4.3 | 435 | 3.93 | มาก |
| TANG4.4 | 435 | 3.88 | มาก |
| TANG | 435 | 4.14 | มาก |
| REL1 | 435 | 4.59 | มากที่สุด |
| REL2 | 435 | 4.62 | มากที่สุด |

ตารางที่ ค1

แปลงค่าระดับเกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยความสำคัญในการวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติก (ต่อ)

| ปัจจัย | N | Mean | ระดับ |
|--------|-----|------|-----------|
| REL3 | 435 | 4.49 | มากที่สุด |
| REL4 | 435 | 4.51 | มากที่สุด |
| REL | 435 | 4.55 | มากที่สุด |
| RES1 | 435 | 4.40 | มากที่สุด |
| RES2 | 435 | 4.39 | มากที่สุด |
| RES3 | 435 | 4.55 | มากที่สุด |
| REL | 435 | 4.45 | มากที่สุด |
| ASSUR1 | 435 | 4.43 | มากที่สุด |
| ASSUR2 | 435 | 4.51 | มากที่สุด |
| ASSUR3 | 435 | 4.53 | มากที่สุด |
| ASSUR | 435 | 4.49 | มากที่สุด |
| EMP1 | 435 | 4.53 | มากที่สุด |
| EMP2 | 435 | 4.60 | มากที่สุด |
| EMP3 | 435 | 4.46 | มากที่สุด |
| EMP | 435 | 4.53 | มากที่สุด |
| PR1 | 435 | 4.57 | มากที่สุด |
| PR2 | 435 | 4.45 | มากที่สุด |
| PR3 | 435 | 4.13 | มาก |
| PR | 435 | 4.38 | มากที่สุด |
| IS1 | 435 | 4.32 | มากที่สุด |
| IS2 | 435 | 4.04 | มาก |
| IS3 | 435 | 4.38 | มากที่สุด |
| IS | 435 | 4.25 | มากที่สุด |
| EA1 | 435 | 4.44 | มากที่สุด |
| EA2 | 435 | 4.11 | มาก |
| EA3 | 435 | 4.54 | มากที่สุด |

ตารางที่ ค1

แปลงค่าระดับเกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยความสำคัญในการวิเคราะห์ค่าถดถอยโลจิสติก (ต่อ)

| ปัจจัย | N | Mean | ระดับ |
|--------|-----|------|-----------|
| EA4 | 435 | 4.27 | มากที่สุด |
| EA | 435 | 4.34 | มากที่สุด |
| PD1 | 435 | 4.37 | มากที่สุด |
| PD2 | 435 | 4.33 | มากที่สุด |
| PD3 | 435 | 4.39 | มากที่สุด |
| PD | 435 | 4.36 | มากที่สุด |

ตารางที่ ค2

ผลลัพธ์ค่าสถิติการวิเคราะห์ค่าการถดถอยโลจิสติก

Model Summary

| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|----------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | 191.118 ^a | 0.497 | 0.735 |

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

| Step | Chi-square | df | Sig. |
|------|------------|----|-------|
| 1 | 8.338 | 8 | 0.401 |

| | | Variables in the Equation | | | | | 95% C.I. for EXP(B) | | |
|---------------------|----------|---------------------------|-------|--------|-------|-------|---------------------|-------|---------|
| | | B | S.E. | Wald | df | Sig. | Exp(B) | Lower | Upper |
| Step 1 ^a | THAI | 0.809 | 0.558 | 2.103 | 1 | 0.147 | 2.245 | 0.753 | 6.697 |
| | FRE | -0.200 | 0.112 | 3.200 | 1 | 0.074 | 0.819 | 0.658 | 1.019 |
| | SEX | 0.967 | 0.381 | 6.449 | 1 | 0.011 | 2.631 | 1.247 | 5.551 |
| | AGE | 0.400 | 0.193 | 4.282 | 1 | 0.039 | 1.492 | 1.021 | 2.179 |
| | BAR | -0.685 | 0.437 | 2.456 | 1 | 0.117 | 0.504 | 0.214 | 1.187 |
| | OCC | -0.511 | 0.247 | 4.304 | 1 | 0.038 | 0.600 | 0.370 | 0.972 |
| | INC | 0.086 | 0.098 | 0.779 | 1 | 0.378 | 1.090 | 0.900 | 1.320 |
| | TANG1 | 1.700 | 0.356 | 22.758 | 1 | 0.000 | 5.474 | 2.723 | 11.008 |
| | TANG2 | 1.678 | 0.646 | 6.739 | 1 | 0.009 | 5.352 | 1.508 | 18.992 |
| | TANG3 | 3.436 | 0.630 | 29.759 | 1 | 0.000 | 31.052 | 9.037 | 106.702 |
| | TANG4 | 0.713 | 0.346 | 4.251 | 1 | 0.039 | 2.040 | 1.036 | 4.016 |
| | REL | 0.324 | 0.604 | 0.288 | 1 | 0.592 | 1.383 | 0.423 | 4.522 |
| | RES | -0.893 | 0.500 | 3.192 | 1 | 0.074 | 0.409 | 0.154 | 1.091 |
| | ASSUR | 0.164 | 0.477 | 0.118 | 1 | 0.731 | 1.178 | 0.463 | 3.001 |
| | EMP | 0.519 | 0.501 | 1.071 | 1 | 0.301 | 1.680 | 0.629 | 4.490 |
| | PR | 2.748 | 0.592 | 21.558 | 1 | 0.000 | 15.610 | 4.894 | 49.793 |
| | IS | 0.431 | 0.374 | 1.325 | 1 | 0.250 | 1.539 | 0.739 | 3.205 |
| | EA | -0.622 | 0.531 | 1.372 | 1 | 0.241 | 0.537 | 0.190 | 1.520 |
| PD | -0.421 | 0.452 | 0.866 | 1 | 0.352 | 0.657 | 0.271 | 1.592 | |
| | Constant | -38.342 | 4.991 | 59.014 | 1 | 0.000 | 0.000 | | |

a. Variable(s) entered on step 1: THAI, FRE, SEX, AGE, BAR, OCC, INC, TANG1, TANG2, TANG3, TANG4, REL, RES, ASSUR, EMP, PR, IS, EA, PD