

อุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

สารนิพนธ์
ของ
สุนทรี จารุวัฒนสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
กุมภาพันธ์ 2553

อุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

สารนิพนธ์
ของ
สุนทรี จารุวัฒนสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
กุมภาพันธ์ 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

บทคัดย่อ

ของ

สุนทรี จารุวัฒนสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
กุมภาพันธ์ 2553

สุนทร จารุวัฒนสกุล. (2553). *อุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต*.
สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณิชกา ตันสกุล.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สัญชาติ และระดับการศึกษา ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสาร ได้แก่ อาชีพและรายได้ต่อเดือนของครอบครัว และลักษณะการเดินทางของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยแบ่งเป็นสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ นอกจากนี้ยังศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตจำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยมีอายุระหว่าง 42-49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไปไม่เป็นจำนวนมากที่สุด ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีอายุระหว่าง 26-33 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทเป็นจำนวนมากที่สุด

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์ต่อลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ – ภูเก็ต พบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลางต่อเรื่องราคา ค่าโดยสารของสายการบินไทยถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ ดังนั้นหากสายการบินไทยตระหนักถึงการขยายฐานลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญก็ควรหันมาพิจารณาในด้านการตั้งราคา

PASSENGERS DEMAND FOR AIRLINE SERVICES FROM BANGKOK TO PHUKET

ABSTRACT

BY

SOONTAREE JARUWATTANASAKUL

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Economics degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University

February 2010

Soontaree Jaruwattanasakul. (2010). *Passengers Demand For Airline Services From Bangkok To Phuket*. Master's Project, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School. Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assist. Prof. Nathaga Tanskul.

The purposes of this study were describing the personal factors (age, nationality and education level), economic and social factors (occupation and income per month) of the Bangkok-Phuket airlines passengers and also characteristic of their travel from Bangkok to Phuket. Examined the relationship of personal factors and economic & social factors to the demand of traveling by Thai Airways airline and other domestic airlines which fly from Bangkok to Phuket. Furthermore, this study also analysed the opinion of passengers through Thai Airways airline's services of Bangkok-Phuket route. The questionnaire was used as a tool for collecting data from 150 passengers. The statistics applied to analyse data are percentage, mean and Chi-square test.

The result revealed that most passengers of Thai Airways airlines were 42-49 years old, had a bachelor degree, were a government official and had family's income more than 50,001 baht per month. Meanwhile, most passengers of other airlines were 26-33 years old, had a bachelor degree, were an employee and had family's income not more than 30,000 baht per month.

Age, education level, occupation and income per month of passengers' family related to demand of traveling by Thai Airways airline and other airlines at the statistical significant at 0.05 level

The opinion about pricing compare to other airlines' price was only fair level therefore if Thai Airways airlines need to expand the customer base, they should concern about pricing.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง อุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ของ
สุนทรี จารุวัฒนสกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณิชกา ตันสกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัททิพย์ ราชภูรินิยม)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณิชกา ตันสกุล)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัททิพย์ ราชภูรินิยม)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เรณู สุขารมณ์)

วันที่ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณิชฎา ตันสกุล ประธานคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และกรรมการสอบสารนิพนธ์ อาจารย์ประพาฬ เฟื่องฟูสกุล ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและแก้ไขปรับปรุงสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณครูและอาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอนประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดเวลาที่ผ่านมา และขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคนสำหรับความช่วยเหลือและน้ำใจอันเปี่ยมล้นที่ได้มอบให้แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวของผู้วิจัยสำหรับโอกาส ความช่วยเหลือ คำแนะนำ การสนับสนุน และเป็นกำลังใจผลักดันให้ผู้วิจัยเกิดความมุ่งมั่นและอดทนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคและทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุนทรี จารุวัฒนสกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ขอบเขตของเนื้อหา	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	5
นิยามศัพท์	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
ข้อมูลบริษัทสายการบิน	10
ทฤษฎีอุปสงค์	13
อุปสงค์การขนส่งทางอากาศ	16
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	17
ลักษณะของธุรกิจบริการ	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล	40
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	41
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	60
สรุปผลการวิจัย.....	63
อภิปรายผล.....	66
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	72
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	73
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	78
ภาคผนวก ก.....	79
ภาคผนวก ข.....	82
ภาคผนวก ค.....	89
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	91

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนผู้เดินทางทางอากาศเข้าจังหวัดภูเก็ต ปี พ.ศ. 2542 ถึง 2551.....	1
2 แสดงรายละเอียดการให้ดำเนินการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ของสายการบินทั้ง 5 สายการบิน.....	3
3 ส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's)	23
4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การเดินทางไปจังหวัดภูเก็ต.....	31
5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อบริการ ของสายการบินไทย.....	32
6 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามสัญชาติ.....	45
7 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามสายการบิน.....	47
8 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบิน.....	49
9 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกใช้บริการสายการบิน.....	53
10 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกใช้บริการ สายการบิน.....	53
11 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้บริการสายการบิน.....	54
12 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของครอบครัว กับการเลือกใช้บริการสายการบิน.....	55
13 ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยเดินทางทางอากาศ จากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทย.....	56

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 1.....	8
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย 2.....	8
3 สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).....	11
4 เส้นอุปสงค์ต่อราคา.....	14
5 เส้นอุปสงค์ต่อรายได้.....	15
6 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น.....	16

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

เส้นทางจากกรุงเทพฯ ถึงภูเก็ตมีระยะทางประมาณ 840 กิโลเมตร (กรมทางหลวง. 2552: ออนไลน์) สามารถเดินทางได้หลากหลายรูปแบบแต่การเดินทางโดยเครื่องบินนับเป็นรูปแบบการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว ใช้เวลาบินโดยประมาณ 1 ชั่วโมง 15 นาที เนื่องจากภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล มีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยว ประกอบกับภูเก็ตมีสนามบินเปิดให้บริการเป็นสนามบินนานาชาติส่งผลให้ชาวต่างประเทศเดินทางมาภูเก็ตได้โดยตรง และยังสามารถเดินทางมายังกรุงเทพฯ ได้อย่างสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังมีผู้โดยสารที่ทำงานในกรุงเทพฯ เดินทางกลับภูมิลำเนาหรือไปติดต่อธุระได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศไปยังภูเก็ตที่เพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนผู้เดินทางทางอากาศเข้าจังหวัดภูเก็ต ปี พ.ศ. 2542 ถึง 2551

ปี พ.ศ.	เส้นทางการบินเข้า (Arrival) ภูเก็ต			เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ภายในประเทศ	ระหว่างประเทศ	รวม	
2542	1,037,843	495,244	2,851,403	12.64
2543	1,053,422	673,410	2,845,940	2.56
2544	1,086,859	684,174	2,353,510	0.32
2545	1,086,473	690,228	1,575,163	-0.53
2546	1,018,787	748,514	2,361,903	33.64
2547	1,339,312	1,022,591	1,767,301	-33.31
2548	1,105,733	469,430	1,776,701	49.41
2549	1,506,884	846,626	1,771,033	20.92
2550	1,737,898	1,108,042	1,726,832	0.19
2551	1,635,598	1,215,805	1,533,087	

ที่มา: กรมการขนส่งทางอากาศ. (2552). สถิติข้อมูลการขนส่งทางอากาศ. ออนไลน์.

จากตาราง 1 พบว่าจำนวนผู้เดินทางทางอากาศเข้าภูเก็ตเพิ่มขึ้นโดยตลอด ส่วนในปี 2548 มีจำนวนผู้เดินทางทางอากาศเข้าภูเก็ตลดลงเป็นอย่างมากเป็นจำนวนร้อยละ 33.31 ซึ่งมีสาเหตุหลักจากภัยธรรมชาติสึนามิ (Tsunami) ที่เกิดขึ้น

สายการบินที่เปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ตมีจำนวนมาก เริ่มจากสายการบินไทย (Thai Airways International) ที่เปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางนี้ โดยเที่ยวบินแรกบินวันที่ 17 มกราคม 2491 ส่วนสายการบินของไทยภาคเอกชนที่เปิดให้บริการ ได้แก่สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส (Bangkok Airways) นอกจากนี้เมื่อปี 2547 ได้เริ่มมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) เข้ามาเปิดให้บริการบินในเส้นทางบินภายในประเทศไทย ซึ่งได้แก่สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai AirAsia) ก็ได้เข้ามาแข่งขันในตลาดโดยเปิดให้บริการเส้นทางการบินเส้นนี้ด้วย ปัจจุบันมีสายการบินที่เปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต เป็นเส้นทางบินประจำ (Schedule flight) มีทั้งสิ้น 5 สายการบิน ได้แก่ การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ (Nok Air) และวันทูโก (One Two Go) โดยบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (2552: ออนไลน์) ได้รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต ในปี 2550 ดังนี้ การบินไทยมีส่วนการบินสูงสุด คือร้อยละ 20.92 อันดับสองได้แก่ บางกอกแอร์เวย์ส คือร้อยละ 9.87 รองลงมาคือ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ คิดเป็นร้อยละ 8.20 และ 7.96 ตามลำดับ สำหรับสายการบินอื่นๆ มีสัดส่วนรวมกันคิดเป็นร้อยละ 45.54 ของเที่ยวบินพาณิชย์ทั้งหมด

สายการบินที่เปิดให้บริการเส้นทางบินประจำกรุงเทพฯ-ภูเก็ตทั้ง 5 สายการบินนี้ ต่างก็มีลักษณะการดำเนินงานและการให้บริการที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันตามกลยุทธ์การบริหารของแต่ละสายการบิน อาทิ จำนวนเที่ยวบินที่ให้บริการต่อวัน เวลาการบิน ความจุของผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบิน พนักงานที่ให้บริการบนพื้นดินและบนเครื่องบิน จำนวนตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร เป็นต้น ซึ่งเป็นการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา ส่วนระดับราคาค่าตั๋วโดยสารเป็นการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งแสดงรายละเอียดลักษณะการดำเนินงานของแต่ละสายการบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินทั้ง 5 ดังตาราง 2

จากตาราง 2 จะเห็นได้ว่าสายการบินไทยมีระดับราคาค่าตั๋วโดยสารสูงที่สุดในบรรดาสายการบินที่ให้บริการจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต แต่สายการบินไทยก็มีความหลากหลายในบริการมากกว่า เช่น ประเภทที่นั่ง ความถี่ในการบิน เป็นต้น การแข่งขันของสายการบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตส่งผลดีต่อผู้โดยสารทำให้มีทางเลือกหลากหลายเหมาะสมกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาลักษณะของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทสายการบินเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์และดำเนินการได้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัทต่อไป

ตาราง 2 แสดงรายละเอียดการให้ดำเนินการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินทั้ง 5 สายการบิน

ลักษณะการให้บริการของสายการบิน	การบินไทย	บางกอกแอร์เวย์ส	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
- ประเภทที่นั่ง	ชั้นธุรกิจ/ประหยัด	ชั้นประหยัด	ชั้นประหยัด	ชั้นประหยัด	ชั้นประหยัด
- วันที่มีเที่ยวบินออกจากกรุงเทพฯ	ทุกวัน	ทุกวัน	ทุกวัน		ทุกวัน
- จำนวนเที่ยวบินที่ออกจากกรุงเทพฯ	9 เที่ยวบิน	4 เที่ยวบิน	8 เที่ยวบิน	ทุกวัน	1 เที่ยวบิน
- ราคา (Price) (บาทต่อเที่ยวบิน) ¹	2,120 (ชั้นประหยัด)	1,600	1,960	2 เที่ยวบิน	1,650
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	Cooling Summer 2009 ²	Flyer Pass-Fun ³	Amazing Destinations Amazing Fares ⁴	342.52 Smile Fare ⁵	Siam Pass ⁶

¹ เป็นราคาโดยสารที่ยังไม่รวมภาษี ค่าธรรมเนียม และค่าน้ำมัน และเป็นราคาจองผ่านเว็บไซต์ของบริษัทสายการบินที่ให้บริการนั้นๆ ซึ่งจอง ณ 11 กันยายน 2552 เพื่อเดินทางในวันที่ 24 ตุลาคม 2552

² เส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ราคา 1,060 บาทต่อเที่ยว ใช้เดินทางวันจันทร์ถึงพฤหัสบดีเท่านั้น เป็นราคายังไม่รวมภาษี ค่าธรรมเนียม และค่าน้ำมัน

³ บัตร 1 ใบราคา 9,000 บาท ประกอบด้วยบัตรโดยสาร 4 เที่ยวบินภายในประเทศ สามารถเดินทางเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินและวันเดินทางได้ 3 ครั้งโดยไม่เสียค่าธรรมเนียม ราคาบัตรโดยสารนี้รวมค่าภาษี เชื้อเพลิง ประกันวินาศภัย และภาษีสนามบินแล้ว

⁴ “เที่ยวประหยัดปลายปี เที่ยวบินได้ทุกที่กับแอร์เอเชีย” ราคาเริ่มต้น 599 บาท ช่วงเวลาสำรองที่นั่ง 31 สิงหาคม 2552 ถึง 13 กันยายน 2552 ช่วงเวลาเดินทาง 11 มกราคม 2553 ถึง 30 เมษายน 2553 เส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ราคาเริ่มต้น 599 บาท อัตราค่าโดยสารเป็นราคาที่รวมภาษีและค่าธรรมเนียมแล้ว (ยังไม่รวมภาษีสนามบินและภาษีมูลค่าเพิ่ม)

⁵ “ค้นหาตั๋วเครื่องบินแอร์ราคาประหยัดที่สุด” เส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายในเดือนกันยายน วันที่มีราคาต่ำโดยสารต่ำที่สุด ได้แก่ 13 15 16 17 และ 20 กันยายน 2552 (ข้อมูล ณ วันที่ 12 กันยายน 2552) ราคาต่ำโดยสารเท่ากับ 342.52 บาทต่อเที่ยว (ราคานี้ยังไม่รวมภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ) ทั้งนี้ราคาตัวขึ้นอยู่กับจำนวนที่นั่งที่เหลือในแต่ละเที่ยวบินและระยะเวลาจากวันที่จอง

⁶ บัตร Siam Pass สามารถเดินทางได้ไม่จำกัดเที่ยวบินและทุกเส้นทางภายในประเทศ อาทิ กรุงเทพฯ-ภูเก็ต บัตรแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แบบ 1 เดือนมูลค่า 15,000 บาท แบบ 2 เดือน มูลค่า 28,000 บาท และแบบ 3 เดือน มูลค่า 39,000 บาท ราคาดังกล่าวไม่รวมค่าภาษีสนามบิน

^{1/2/3/4/5/6} เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขของสายการบินนั้นๆ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยสายการบินต่างๆ ที่เปิดให้บริการในเส้นทางบินนี้ ดังนั้นบริษัทสายการบินจะก็ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่ปัจจุบันไม่ได้ใช้บริการกับสายการบินของตนให้หันมาเลือกใช้บริการได้
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินที่เปิดให้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารหรือผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัทสายการบินเหล่านั้น
3. ทำให้ทราบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการบินไทยเพื่อให้ผู้ที่ดูแลด้านการให้บริการลูกค้าทราบว่าควรปรับปรุงการให้บริการในด้านใดบ้างและพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของเนื้อหา

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินต่างๆ ที่เปิดให้บริการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยวิธีการสำรวจด้วยตัวอย่าง (Sample Survey)
2. การศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตซึ่งเป็นเส้นทางการบินประจำ (Schedule Flight) ของสายการบิน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งเป็นเส้นทางการบินประจำ (Schedule Flight) ของสายการบินโดยใช้บริการในชั้นประหยัด (Economy Class) เท่านั้นเนื่องจากเป็นผู้โดยสารที่มีสัดส่วนมากที่สุดในการบินแต่ละเที่ยวบิน โดยจะทำการเก็บข้อมูลผู้โดยสารจากกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 1 – 24 ตุลาคม พ.ศ. 2552 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวนี้นักท่องเที่ยวสายการบินต่างๆ จะดำเนินการบินตามตารางเวลาการบินภาคฤดูร้อน ปี 2552 ซึ่งเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 29 มีนาคม 2552 ถึง 24 ตุลาคม 2552

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1 อายุ

- 1) 18-25 ปี
- 2) 26-33 ปี
- 3) 34-41 ปี
- 4) 42-49 ปี
- 5) 50 ปีขึ้นไป

1.2 สัญชาติ

- 1) ไทย
- 2) อื่นๆ ระบุ.....

1.3 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่

2.1 อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 3) พนักงานเอกชน
- 4) เจ้าของธุรกิจ/ผู้ประกอบการ
- 5) อื่นๆ ระบุ.....

2.2 รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท

- 2) 30,001-40,000 บาท
- 3) 40,001-50,000 บาท
- 4) 50,001-60,000 บาท
- 5) มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป

3. ความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการ (7 P's) ของการบินไทย ในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตประกอบด้วย

- 3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
 - 3.2 ด้านราคา (Price)
 - 3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
 - 3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 - 3.5 ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People)
 - 3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
 - 3.7 ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence)
4. อุปสงค์การเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ประกอบด้วย
- 4.1 การเดินทางโดยสายการบินไทย
 - 4.2 การเดินทางโดยสายการบินอื่นๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อุปสงค์การเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต หมายถึง ความต้องการเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยพิจารณาจากลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินไทยหรือสายการบินอื่นๆ

2. ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง อายุ สัญชาติ และการศึกษาของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

3. ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

4. สายการบินไทย หมายถึง สายการบินที่ดำเนินงานโดยบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งดำเนินธุรกิจการบินพาณิชย์ให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต แต่ทั้งนี้ไม่รวมบริษัทลูกของสายการบินไทย ซึ่งได้แก่สายการบินนกแอร์

5. สายการบินอื่นๆ หมายถึง สายการบินที่ปัจจุบันเปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ประกอบด้วย 4 สายการบิน ดังนี้ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ (Bangkok Airways) สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai AirAsia) สายการบินนกแอร์ (Nok Air) และสายการบินวันทูโก (One Two Go)

6. เส้นทางบิน หมายถึง เส้นทางบินประจำ (Schedule flight) ที่สายการบินเปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากสนามบินสุวรรณภูมิ (กรณีของสายการบินนกแอร์และสายการบินวันทูโก หมายถึงจากสนามบินดอนเมือง) ถึงสนามบินภูเก็ต โดยไม่มีการแวะพักระหว่างเส้นทางบิน

7. เส้นทางบินประจำ (Schedule Flight) หมายถึง เส้นทางบินที่สายการบินเปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ไม่รวมการเช่าเหมาลำเครื่องบิน (Charter flight)

8. ผู้โดยสาร หมายถึง บุคคลที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินที่เปิดให้บริการเป็นเส้นทางการบินประจำ

9. ผู้โดยสารของสายการบินไทย หมายถึง บุคคลที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ในที่นั่งชั้นประหยัด (Economy Class)

10. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว หมายถึง รายได้ประจำที่เป็นตัวเงินรวมกับรายได้อื่นๆที่เป็นตัวเงินของสามีภรรยาหรือพ่อแม่ที่ได้รับภายใน 1 เดือน

11. ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกของผู้โดยสารที่มีต่อบริการของสายการบินไทย เส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

12. บริการ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่สายการบินได้ดำเนินการให้แก่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทย ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จำแนกประเภทตามส่วนประสมการตลาดการบริการ

13. ส่วนประสมการตลาดการบริการ หมายถึง ส่วนประกอบของการให้บริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการให้บริการ กระบวนการให้บริการ องค์ประกอบด้านกายภาพ

14. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง บริการต่างๆ ที่สายการบินได้ให้บริการแก่ผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ได้แก่ ตารางเวลาการให้บริการ ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน การจองตั๋ว การเช็คอิน และการโหลดกระเป๋าขึ้นเครื่อง

15. ราคา (Price) หมายถึง ราคาค่าโดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

16. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง รูปแบบต่างๆ ในการจำหน่ายตั๋วโดยสาร โดยมีผู้จำหน่ายคือสำนักงานขายตั๋วเครื่องบินของสายการบินไทยและตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน

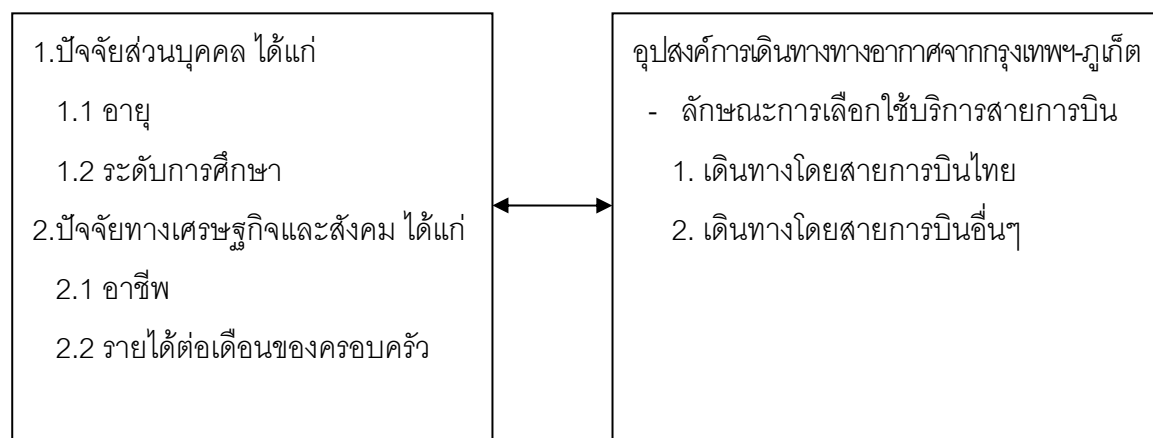
17. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารทางการตลาดที่สายการบินกระทำขึ้นเพื่อให้บุคคลทั่วไปรวมทั้งกลุ่มลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับสายการบิน ได้แก่ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

18. บุคลากรในการให้บริการ (People) หมายถึง พนักงานของสายการบินที่ให้บริการผู้โดยสาร

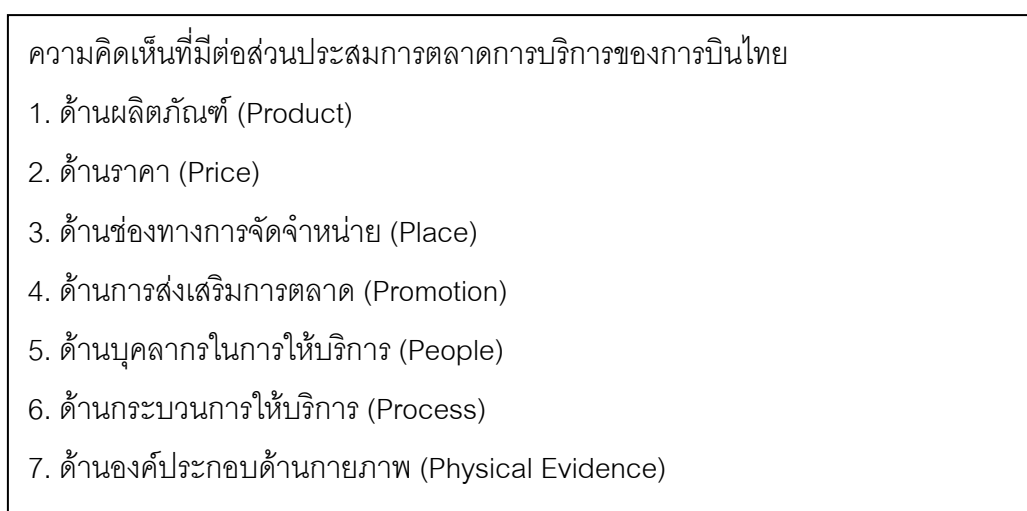
19. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการส่งมอบบริการ

20. องค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สถานที่ให้บริการหรือวัสดุสิ่งของที่จับต้องได้ที่สายการบินมีไว้เพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสาร ได้แก่ บริเวณประตู (Gate) ทางขึ้นเครื่องบิน การตกแต่งบริเวณภายในห้องโดยสาร การออกแบบลวดลายบนลำตัวเครื่องบิน ลักษณะของอาหารที่บริการบนเครื่องบิน และการออกแบบเครื่องแต่งกายของพนักงานสายการบิน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายข้อที่ 1 และ 2



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามความมุ่งหมายข้อที่ 3

สมมติฐานในการวิจัย

1. อายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของสายการบินที่ต่างกัน
2. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของสายการบินที่ต่างกัน
3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของสายการบินที่ต่างกัน
4. รายได้ต่อเดือนของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของสายการบินที่ต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

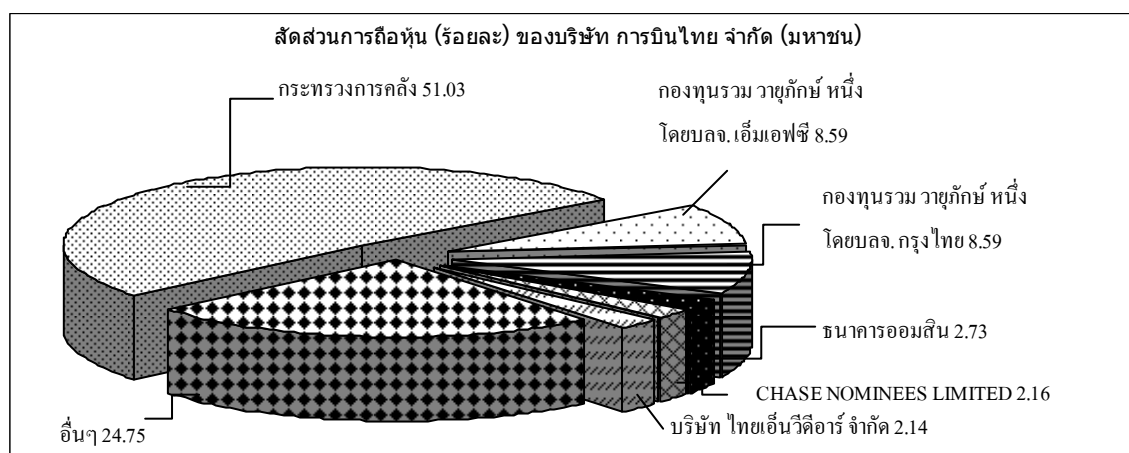
ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลบริษัทสายการบิน
 - 1.1 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
 - 1.2 บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด
 - 1.3 บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด
 - 1.4 บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด
 - 1.5 บริษัท วันทูโก แอร์ไลน์ จำกัด
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับอุปสงค์
 - 2.1 ทฤษฎีอุปสงค์
 - 2.2 อุปสงค์การขนส่งทางอากาศ
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 3.1 ความหมายของทัศนคติ
 - 3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติ
 - 3.3 ประเภททัศนคติ
 - 3.4 การวัดทัศนคติ
4. ลักษณะของธุรกิจบริการ
 - 4.1 ความหมายของการบริการ
 - 4.2 ลักษณะเฉพาะของการบริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 อุปสงค์การเดินทางไปภูเก็ต
 - 5.2 ความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อบริการของสายการบินไทย

1. ข้อมูลบริษัทสายการบิน

1.1 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การบินไทย. 2552: ออนไลน์)

การบินไทยเริ่มก่อตั้งขึ้นโดยการทำสัญญาร่วมทุนระหว่าง บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด (Thai Airways Company Limited: TAC) และสายการบินสแกนดิเนเวียน แอร์ไลน์ ซิสเต็ม (Scandinavian Airlines System: SAS) เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2502 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนิน



ภาพประกอบ 3 แสดงสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจุบันสายการบินไทยเปิดให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศ รวมทั้งสิ้น 12 จุดบิน โดยมี 331 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พิษณุโลก ขอนแก่น อุดรธานี อุบลราชธานี หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต กระบี่ และสมุย

1.2 บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (กรมการขนส่งทางอากาศ. 2552: ออนไลน์)

บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด ได้เริ่มดำเนินกิจการธุรกิจการบินพาณิชย์ภายในประเทศ ตั้งแต่ 23 ธันวาคม 2511 เป็นต้นมา ในฐานะเป็นหน่วยงานหนึ่งของ บริษัท กรุงเทพสหกล จำกัด โดยระยะแรกนั้น ได้ดำเนินกิจการการเดินอากาศประเภทเช่าเหมาลำ (Charter flight) ในนาม “สหกลแอร์”

1.3 บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด. 2552: ออนไลน์)

สายการบินไทยแอร์เอเชียเป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่เปิดให้บริการเป็นสายการบินแรกในประเทศไทย โดยวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2547 เริ่มให้บริการบินภายในประเทศตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2546 สายการบินไทยแอร์เอเชียเกิดขึ้นพร้อมกับการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับแวดวงการบินในประเทศไทย โดยการสร้างตลาดการบินในประเทศให้เติบโตขึ้นด้วยการเสนออัตราค่าโดยสารที่ประหยัดมากตามสโลแกนที่ว่า “ใครๆ ก็บินได้” มีศูนย์กลางการบินที่ทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เส้นทางการบินภายในประเทศจากกรุงเทพฯ มีทั้งสิ้น 10 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย อุบลราชธานี อุตรธานี หาดใหญ่ ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี นราธิวาส และนครศรีธรรมราช

1.4 บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด. 2552: ออนไลน์)

สายการบินนกแอร์กำเนิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2547 ในชื่อบริษัท สกายเอเชีย จำกัด (Sky Asia Co., Ltd.) เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่มีผู้ถือหุ้นหลักคือบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (ร้อยละ 39) และเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2549 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (Nok Airlines Co., Ltd.) สายการบินนกแอร์เปิดให้บริการบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตเมื่อเดือนตุลาคม 2547 และเมื่อมีนาคม 2550 นกแอร์เปิดให้บริการบินต่างประเทศเป็นครั้งแรกในเส้นทางกรุงเทพฯ-ฮานอย โดยให้บริการแบบเช่าเหมาลำ (Charter flight) แก่บริษัทเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในกลุ่มอมตะ และต่อมาในเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน นกแอร์เปิดให้บริการโดยสายเที่ยวบินกรุงเทพฯ-ฮานอย ในปี 2550 นกแอร์ได้ประกาศย้ายฐานการบินและเที่ยวบินทั้งหมดจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสู่ท่าอากาศยานดอนเมือง ปัจจุบันนกแอร์เปิดให้บริการการบินภายในประเทศ 9 จังหวัดหลักจากกรุงเทพฯ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ อุตรธานี กระบี่ ภูเก็ต ตรัง นครศรีธรรมราช อุบลราชธานี และเที่ยวบินระหว่าง เชียงใหม่-อุตรธานี เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน อีกทั้งยังได้ร่วมมือกับสายการบินเอส จี เอ (SGA) เพื่อเปิดเส้นทางบินใหม่ ดังนี้ เชียงใหม่-เชียงราย เชียงใหม่-ปาย กรุงเทพฯ-หัวหิน เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน นอกจากนี้ นกแอร์ได้เปิดเส้นทางบินระหว่างประเทศคือ กรุงเทพฯ-ฮานอย อีกด้วย

1.5 บริษัท วันทูโก แอร์ไลน์ จำกัด (บริษัท วันทูโก แอร์ไลน์ จำกัด. 2552: ออนไลน์)

สายการบินวันทูโก ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2546 เป็นสายการบินสัญชาติไทยรายแรกที่เข้ามาสู่ตลาดสายการบิน หลังจากที่ได้มีการเปิดเสรีทางการบินเมื่อปี 2544 สายการบินวันทูโกมีจุดกำเนิดมาจากการดำเนินการของสายการบินโอเรียนท์ไทย (Orient Thai Airlines) ซึ่งถือเป็นบริษัทแม่ของวันทูโก โดยมีประธานบริษัท (คุณอุดม ตันติประสงค์ชัย) ผู้บุกเบิกสายการบินเอกชนของไทย ปัจจุบันสายการบินวันทูโกเปิดให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศไปกลับกรุงเทพฯ ทั้งหมด 6 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต หาดใหญ่ ตรัง และปาย และมีฐานการบินอยู่ท่าอากาศยานดอนเมือง

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีอุปสงค์

1) ความหมายของอุปสงค์

อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายความว่า จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาสินค้านั้น หรือ รายได้ต่างๆของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. 2550: 35)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภครวมความสามารถในสนองความต้องการดังกล่าว กล่าวอย่างสั้นๆ อุปสงค์หมายถึงความต้องการ (want) บวกด้วยอำนาจซื้อ (purchasing power) ถ้าเป็นความต้องการที่เกินกว่าอำนาจซื้อ เราไม่เรียกว่า อุปสงค์หรือเราอาจเรียกปริมาณเสนอซื้อที่พร้อมด้วยอำนาจซื้อว่า เป็น Effective demand และเรียกความต้องการซื้อที่ยังที่พร้อมด้วยอำนาจซื้อ หรือการมีอำนาจซื้อแต่ยังไม่มีความต้องการซื้อว่าเป็น Potential demand (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2546: 25)

2) ฟังก์ชันของอุปสงค์ (Demand Function)

ฟังก์ชันของอุปสงค์ (Demand Function) คือ ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของสินค้าและบริการกับปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งมีตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคคือ ราคาสินค้าและบริการ รายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าและบริการที่สัมพันธ์กัน ความพอใจหรือรสนิยมของผู้บริโภค คาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต และจำนวนผู้บริโภคในตลาด (Maurice; et al. 1999: 27-28) สามารถเขียนเป็นฟังก์ชันของอุปสงค์ได้ ดังนี้

$$Q_d = f(P, M, P_R, C^P, P_e, N)$$

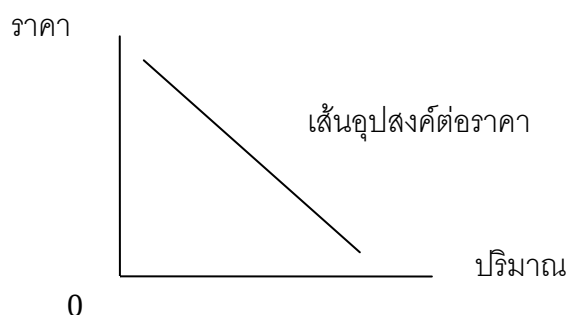
โดย	Q_d	คือปริมาณสินค้าและบริการ
	P	คือราคาสินค้าและบริการ
	M	คือรายได้ของผู้บริโภค
	P_R	คือราคาสินค้าและบริการที่สัมพันธ์กัน
	C^P	คือรสนิยมของสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค
	P_e	คือราคาสินค้าที่คาดคะเนในอนาคต
	N	คือจำนวนผู้บริโภคในตลาด

3) กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand)

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเสมอ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2550: 36)

4) อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) คือปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะหนึ่งๆ ณ ระดับต่างๆ กันของราคาสินค้าชนิดนั้น โดยที่กำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ ดังภาพประกอบ 4



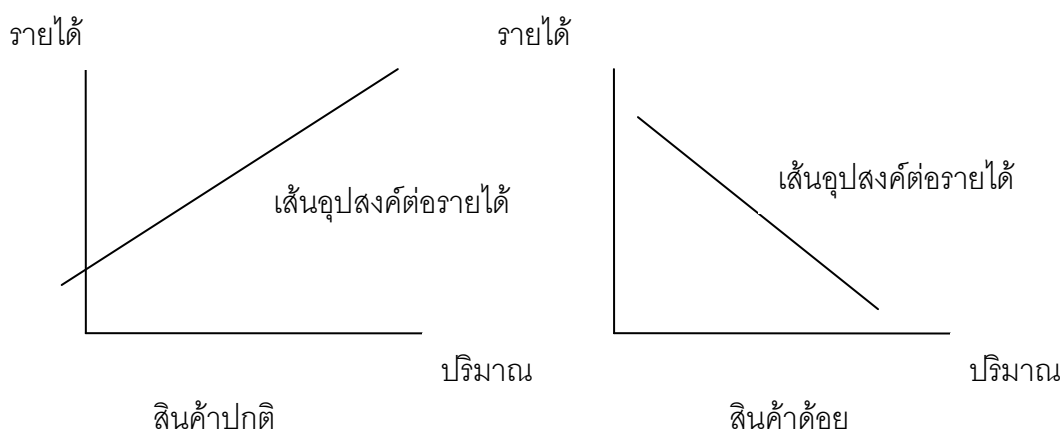
ภาพประกอบ 4 เส้นอุปสงค์ต่อราคา

ที่มา: นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2546). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. หน้า 26.

5) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand)

อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) คือปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับต่างๆ กันของรายได้ของผู้ซื้อ โดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ เส้นอุปสงค์ต่อรายได้ อาจเป็นเส้นที่ลาดจากซ้ายขึ้นไปขวา หรือลาดจากซ้ายลงมาทางขวาก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ

ชนิดของสินค้าที่ผู้บริโภคทำการซื้ออยู่ ถ้าสินค้าเป็นสินค้าปกติ (Normal goods) ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อและรายได้จะเป็นทิศทางเดียวกัน สำหรับกรณีของสินค้าด้อย (Inferior goods) ซึ่งผู้บริโภคจะบริโภคเฉพาะเมื่อตนเองมีรายได้ต่ำและเมื่อใดที่ตนมีรายได้สูงขึ้นก็จะหันไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นที่มีคุณภาพดีกว่าแทน เส้นอุปสงค์ต่อรายได้จะเป็นเส้นที่ลาดจากซ้ายลงมาขวา (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2546: 29) ดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 เส้นอุปสงค์ต่อรายได้

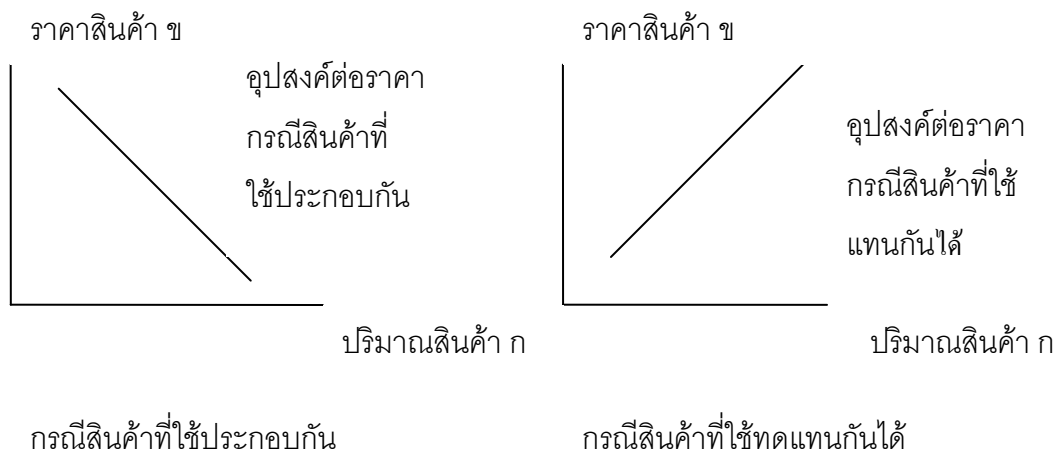
ที่มา: นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2546). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. หน้า 29.

6) อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (Cross demand)

อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (Cross demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับต่างๆ กันของราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ ลักษณะของเส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นจะเป็นเช่นไรนั้น ย่อมขึ้นกับลักษณะความสัมพันธ์ของสินค้า (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2546: 31) อาจแยกออกได้ดังนี้

ก. สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary goods) ตัวอย่างเช่น ปากกาและหมึก กล้องถ่ายรูปและฟิล์ม ความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อสินค้าหนึ่งกับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

ข. สินค้าที่ใช้แทนกันได้ (Substitute goods) ตัวอย่างเช่น สบู่หอมลักซ์และสบู่หอม บิอาร์ ความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อสินค้าหนึ่งกับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังภาพประกอบ 6



ภาพประกอบ 6 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น

ที่มา: นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2546). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. หน้า 31.

2.2 อุปสงค์การขนส่งทางอากาศ (Alexander T. Wells. 1994: 319-323)

1) ลักษณะอุปสงค์การขนส่งทางอากาศ

อุปสงค์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาโดยสารกับจำนวนผู้โดยสารที่ต้องการและสามารถซื้อตั๋วโดยสารนั้นได้ ลักษณะพื้นฐานของอุปสงค์คือเมื่อระดับราคาโดยสารลดลงจะมีจำนวนผู้โดยสารเดินทางมากขึ้น และในทางกลับกันเมื่อระดับราคาโดยสารสูงขึ้นจะมีจำนวนผู้โดยสารเดินทางลดลง นั่นคือกฎของอุปสงค์ (Law of demand) นั่นเอง

2) ตัวกำหนดอุปสงค์ (Determinants of Demand)

ระดับราคาโดยสารเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่สำคัญที่สุด แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่ราคา (Nonprice determinants) ซึ่งมีความสำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตั๋วโดยสาร ซึ่งได้แก่

ก. ความชอบหรือความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Preference of passengers)

การที่ผู้โดยสารมีความชอบหรือพึงพอใจต่อสายการบินใดสายการบินหนึ่งนั้น อาจเกิดจากภาพลักษณ์ของสายการบิน ประวัติหรือสถิติด้านความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา การบริการภาคพื้นดินและระหว่างเดินทาง ตำแหน่งที่ตั้งของประตู (gate) ประเภทเครื่องบิน ความถี่ของเที่ยวบิน เป็นต้น

ข. จำนวนผู้โดยสาร

จำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นในตลาดอาจเกิดมาจากจำนวนเที่ยวบินเชื่อมต่อ (Connecting flights) ที่เพิ่มขึ้น หรือจากอัตราการเติบโตของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น

ค. สถานะทางการเงินและระดับรายได้ของผู้โดยสาร

ตัวกำหนดอุปสงค์ที่ไม่ใช่ราคานี้เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจ ซึ่งได้แก่ระดับรายได้ส่วนบุคคล ระดับรายได้ที่นำมาใช้จ่าย และกำไร (ในกรณีของเจ้าของกิจการ) เป็นต้น ถ้าระบบเศรษฐกิจอยู่ในช่วงตกต่ำ มีอัตราการว่างงานสูง คำสั่งซื้อลดลง ส่งผลให้นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวต่างก็มีความต้องการเดินทางทางอากาศลดลงไปด้วย ในทางกลับกันเมื่อระบบเศรษฐกิจขยายตัว นักธุรกิจก็จะเดินทางบ่อยขึ้นและนักเดินทางก็จะไม่ลังเลที่จะจัดแผนการท่องเที่ยว

ง. ราคาตัวโดยสารของคู่แข่งและค่าใช้จ่ายการเดินทางที่เกี่ยวข้อง

เมื่อระดับราคาตัวโดยสารของคู่แข่งเพิ่มขึ้นในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงเดิมจะส่งผลให้ผู้โดยสารเปลี่ยนมาเลือกใช้สายการบินของเรา ซึ่งเป็นไปตามอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้แทนกันได้ (Substitute goods) นอกจากนี้อุปสงค์ยังมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางในแต่ละครั้งด้วย เช่น ค่าที่พัก ค่าเช่ารถ เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary goods) หากระดับราคาที่ลดลงซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางครั้งนั้นลดลงนั้นจะส่งผลให้ค่าตัวโดยสารที่ใช้สำหรับการเดินทางครั้งนี้ไม่เป็นเรื่องสำคัญหรือเป็นเรื่องเล็กน้อย

จ. ความคาดหวังของผู้โดยสารเกี่ยวกับราคาตัวโดยสารในอนาคต

หากผู้โดยสารคาดหวังว่าในอนาคตค่าตัวโดยสารจะมีราคาสูงขึ้น จะส่งผลให้ผู้โดยสารตัดสินใจซื้อตัวโดยสารนั้นในปัจจุบันทันทีเพื่อหลีกเลี่ยงราคาที่สูงขึ้นในอนาคต ในทางกลับกันหากผู้โดยสารคาดหวังว่าราคาตัวโดยสารจะลดลงในอนาคต เขายังไม่ซื้อตัวในปัจจุบันหรือซื้อในจำนวนลดลง

3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

3.1 ความหมายทัศนคติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542: 76) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอโดยมี องค์ประกอบในการเกิดทัศนคติ 3 ส่วนคือ

- 1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component)
- 2) ส่วนของความรู้สึก (Affective component)
- 3) ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106) กล่าวว่า Attitude ในภาษาไทยมีหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าที ความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Ready to act) ถ้าเรามีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราก็จะปฏิบัติออกมาในเชิงบวก แต่ถ้าเรามีความรู้สึกในเชิงลบเราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ดังนั้นทัศนคติจึงมีลักษณะ

- 1) ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positive)
- 2) ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act Negative)

ชิฟแมน และคานัค (Schiff man; & Kanuk. 1994: 657) ให้ความหมายว่า ทักษะคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พิจารณาหรือไม่พิจารณาต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก หรือจะเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทักษะคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องสังเกตว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 175) ให้ความหมายว่า ทักษะคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงของการปฏิบัติ และอารมณ์ของบุคคลที่ประเมินค่าบางสิ่งบางอย่างว่าพอใจหรือไม่พอใจ สิ่งนั้น ๆ อาจเป็นวัตถุบางสิ่งหรือแนวคิด (Idea) ก็ได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2537: 161-162) กล่าวว่า ทักษะคติเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลเป็นการจัดระเบียบแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ การจัดระเบียบดังกล่าวจะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ถ้าเราสังเกตจะเห็นว่ามนุษย์ทุกคนเมื่อใช้ชีวิตผ่านไประยะหนึ่งวันทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ และเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เสมอ และเขาจะมีกลไกที่สามารถประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา คนทุกคนจะมีระเบียบความคิดต่อทุกสิ่ง เป็นไปได้ในทางหนึ่งทางใด คือดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยก็คือคนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีใครที่มีใจเป็นกลางเห็นทุกอย่างเหมือนกัน เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคนทุกคนต่างมีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกันไปนั่นเอง

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อทักษะคติ (จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. 2551: 79 – 81)

ลูกค้าจะมีทักษะคติต่อการบริการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1) การจูงใจทางกาย ทักษะคติจะเกิดขึ้นขณะที่บุคคลกำลังดำเนินการตอบสนองความต้องการหรือแรงผลักดันทางร่างกายอยู่ โดยบุคคลจะสร้างทักษะคติที่ดีต่อสิ่งที่สามารถช่วยตอบสนองความต้องการดังกล่าว และในทางตรงกันข้ามบุคคลจะสร้างทักษะคติที่ไม่ดีต่อสิ่งที่ป็นอุปสรรคขัดขวางการตอบสนองความต้องการนั้น เช่นลูกค้ากำลังเดินซื้อของอยู่ในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและรู้สึกอยากเข้าห้องน้ำกะทันหัน หากลูกค้าสามารถใช้บริการห้องน้ำที่ สะอาดและหาง่าย ก็ย่อมเกิดทักษะคติที่ดีต่อการบริการของห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ ถ้าเป็นไปในทางตรงข้ามคือ บริการห้องน้ำไม่สะอาดและหายากลูกค้าก็ย่อมมีทักษะคติที่ไม่ดีได้เช่นกัน

2) ข่าวสารข้อมูล ทักษะคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารข้อมูลที่บุคคลได้รับ รวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นจากคำบอกเล่าหรือการใช้สื่อต่างๆ ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการเลือกเฟ้นสิ่งที่รับเข้ามา ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปเก็บสะสมและสร้างเป็นทักษะคติขึ้นมาได้ เช่นสวนสนุกแห่งหนึ่งได้ประชาสัมพันธ์เครื่องเล่นชนิดใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย ด้วยรูปที่แสดงให้เห็นถึงความสนุกสนานที่แปลกใหม่ของคนรุ่นใหม่ ผู้ชมต่างถูกชักจูงให้เกิดทักษะคติที่ดีไปด้วยว่า เครื่องเล่นชนิดนี้มีความทันสมัยด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีสูง มีความ

3) การเข้าร่วมกลุ่ม ทักษะที่ได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มที่บุคคลเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน และกลุ่มสังคมต่างๆ ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม การถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม สามารถสร้างทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้เกิดขึ้นได้ เช่น บุคคลเข้าร่วมกลุ่มเล่นกีฬากับเพื่อนร่วมงานเป็นประจำ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเพื่อความสนุกสนานมากกว่าการทำกิจกรรมนันทนาการแบบอื่นหรือครอบครัวหนึ่งชอบใช้บริการร้านตัดเสื้อแห่งหนึ่งส่งผลให้สมาชิกในครอบครัวถูกใจใช้บริการร้านตัดเสื้อเดียวกันไปตลอดได้

4) ประสบการณ์ การที่บุคคลมีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งใด ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลประเมินค่าสิ่งนั้นเป็นทัศนคติได้ เช่น ลูกค้าที่เข้าไปรับประทานอาหารในภัตตาคารแห่งหนึ่ง รู้สึกดีใจในรสชาติอาหารและการให้บริการด้วยความเอาใจใส่ของพนักงานเสิร์ฟอาหาร ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อภัตตาคารแห่งนั้นและคาดหวังว่าจะกลับไปรับประทานอาหารอีกต่อไป แต่ถ้ากลับไปรับประทานอาหารครั้งต่อไปแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเดิม ก็อาจทำให้ทัศนคติเปลี่ยนไปในทางที่ไม่ดีได้ตามประสบการณ์

5) บุคลิกภาพ ลักษณะท่าทางของบุคคลส่งผลทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติของบุคคลได้ บุคคลที่มีความคิดกว้างและเปิดโอกาสที่จะรับสิ่งต่างๆ ได้ง่ายย่อมเป็นคนที่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้รวดเร็วกว่าบุคคลที่มีความคิดแคบและไม่ยอมรับสิ่งใดๆ ง่ายนัก และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะเป็นไปได้ยากและล่าช้า เช่นแม่บ้านบางคนชอบไปจ่ายกับข้าวหรือของสดในตลาดสดมากกว่าในห้างสรรพสินค้าที่มีแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต ถึงแม้ว่าสินค้าจะจัดวางไว้เป็นหมวดหมู่และสะดวกต่อการเลือกซื้อมากกว่า แต่แม่บ้านเหล่านี้จะยึดติดกับการเลือกซื้อตามความพอใจกับแม่ค้าที่รู้จักคุ้นเคยกันมากกว่า เพราะได้ชอ้งตามลักษณะที่ตนต้องการ

3.3 ประเภททัศนคติ

ทัศนคติของลูกค้าต่อการบริการมีหลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์การได้รับการบริการประเภทต่างๆ ตามปัจจัยแวดล้อมตัวบุคคลนั้น ในที่นี้การแบ่งประเภททัศนคติของลูกค้าต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อลูกค้าในกระบวนการบริการทุกประเภทดังนี้

1) ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์บริการ เป็นทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อบริการที่ได้รับตามลักษณะและนโยบายของการนำเสนอบริการแต่ละประเภท เช่นบริการของธนาคารคือ การฝากถอนเงิน การให้สินเชื่อ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและบริการอื่นๆ บริการของโรงแรมคือ การเข้าพัก การจัดเลี้ยง และการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้อาจมีการกำหนดมาตรฐานของการบริการที่มีผลต่อทัศนคติ เช่น บริการส่งไปรษณีย์ด่วนภายใน 1 วันหรือบริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารฟรี 100 แผ่นแรก เป็นต้น

2) ทักษะติดต่อสภาพแวดล้อมของการบริการ เป็นทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรการบริการ โดยสภาพแวดล้อมภายในเกี่ยวข้องกับบรรยากาศของการบริการ การออกแบบตกแต่งภายใน และการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอกเกี่ยวข้องกับการออกแบบตัวอาคารสถานที่ เช่น การตกแต่งอาคารและบริเวณนอกอาคาร ตลอดจนการติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ

3) ทักษะต่อกระบวนการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อวิธีการนำเสนอบริการ และพฤติกรรมบริการของผู้ให้บริการ เช่น ทัศนคติของพนักงานให้บริการ อากัปกิริยาท่าทางในการให้บริการ การใช้คำพูดโต้ตอบในการบริการ ความรวดเร็วของการให้บริการ และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า เป็นต้น

3.4 การวัดทัศนคติ (Attitude Measures) (Martin Evans; et al. 2006: 69-71)

นักการตลาดมักค้นหาความคิดของลูกค้าโดยทำการเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเองให้หรือทำการเสนอผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งให้ลูกค้า แล้วทำการวัดทัศนคติของลูกค้าโดยการกำหนดคะแนนเป็นช่วงระดับ (Rating Scale) ที่แตกต่างกัน สามารถทำได้ด้วยวิธีต่างๆ ดังนี้

1) Semantic Differential Scales ลักษณะข้อความที่แสดงให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงออกมานั้นจะเป็นข้อความที่ตรงกันข้าม (Bipolar) เช่น ดี/เลว ร้อน/เย็น หยาบ/เรียบ แข็งแรง/อ่อนแอ แล้วให้ใส่ระดับอาจมี 5 หรือ 7 ระดับ เป็นต้น ตัวอย่าง เราสามารถถามทัศนคติผู้บริโภคเกี่ยวกับจดหมาย Direct Mail ที่ส่งให้ลูกค้าได้โดยให้ลูกค้าเลือกระดับที่ตรงกับความคิดของลูกค้ามากที่สุด ข้อดีของวิธีนี้คือ สะดวกในการเปรียบเทียบทัศนคติในระดับต่างๆ หรือใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ต่างชนิดกันได้ แล้วนำมาเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เราเห็นภาพรวมได้

2) Likert Scales ลักษณะข้อความที่ถามจะเป็นเรื่องที่เราน่าสนใจอยากจะรู้โดยระบุข้อความแต่ละเรื่องที่สนใจลงไป และให้ผู้ตอบเลือกระดับคะแนนที่ตรงกับความคิดของเขามากที่สุด ข้อควรระวังคือลักษณะข้อความทั้งที่เป็นทางบวก (Positive) และทางลบ (Negative) ควรจะกำหนดอย่างสม่ำเสมอ (Consistency) เพื่อให้ผู้ตอบไม่สับสนในการเลือกตอบ

วิธีการวัดทัศนคติทั้ง 2 วิธีนี้สามารถใช้วัดข้อมูลเชิงปริมาณได้โดยการกำหนดค่าในแต่ละระดับความคิดเห็น และกำหนดระดับค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ทั้งในแต่ละข้อความ (คำถาม) และในภาพรวมทั้งหมด (แบบสอบถามทั้งชุด)

4. ลักษณะของธุรกิจบริการ

4.1 ความหมายของการบริการ (พิภพ อุดร. 2547: 9-10)

การบริการ หมายถึง กระบวนการนำเสนออัตถประโยชน์หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการ โดยผ่านกิจกรรมหรือดำเนินการที่ผู้ให้บริการมอบให้ผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการให้บริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ หรืออาจจะเป็นการกระทำล้วนๆ โดยไม่มีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือใดๆ ก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการบริการหมายรวมถึงแต่การกระทำที่อำนวยความสะดวกใน

4.2 ลักษณะเฉพาะของการบริการ (พิภพ อุดร. 2547: 11-15)

ลักษณะที่สำคัญของกิจการบริการ แบ่งได้เป็น 7 เรื่องหลักดังนี้

1) ไม่มีตัวตนที่สัมผัสได้ (Intangible) การบริการเป็นการกระทำที่อำนวยความสะดวกที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ ดังนั้นผู้รับบริการจึงไม่ได้รับอะไรที่เป็นรูปธรรมจากผู้ให้บริการ สิ่งที่ผู้ได้รับคือกระบวนการหรือประสบการณ์ที่ติดตัวหรือตรึงใจไป ไม่สามารถห่อเอาบริการนั้นกลับบ้านไปได้ เช่นไปใช้บริการของคลับเพื่อฟังเพลงก็ได้แต่ความพึงพอใจกลับบ้าน จะห่อเอาเสียงเพลงบรรยากาศหรือตัวนักร้องกลับบ้านไปด้วยย่อมทำไม่ได้ หรือไปใช้บริการของสถานออกกำลังกาย ผู้ใช้บริการก็เพียงแต่มีสิทธิในการใช้สถานที่ อุปกรณ์ และคำแนะนำจากครูฝึก จะห่อสิ่งเหล่านั้นกลับไปด้วยก็ไม่ได้ ลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการที่ขายกระบวนการประสบการณ์ และอัตถประโยชน์ที่มักจะไม่มีตัวตนที่สัมผัสได้ ซึ่งเกิดขึ้นกับธุรกิจบริการแทบทุกประเภท ได้แก่ สายการบิน ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ สถานศึกษา เป็นต้น

2) การให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน (Simultaneous production and consumption of services) การให้บริการและการรับบริการจะต้องเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน เราไม่สามารถผลิตการบริการแล้วเก็บไว้เพื่อให้ลูกค้ามาซื้อในภายหลังได้ ปัญหาที่ตามมาคือการวางแผนกำลังการให้บริการ ตัวอย่างร้านอาหาร สามารถให้บริการอาหารได้ดีเฉพาะเวลาที่ลูกค้ามาถึงแล้วเท่านั้น จะทำรอเตรียมไว้อาหารก็ไม่มารับประทาน ให้เริ่มทำหลังจากที่ลูกค้ามาถึงแล้วลูกค้าก็ต้องเสียเวลาในการรอคอย ถ้าลูกค้าแห่กันมาในช่วงเวลาเดียวกัน เช่นช่วงเวลากลางวันหรือช่วงเย็น กำลังการให้บริการที่มีก็อาจจะไม่เพียงพอ ทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนาน พนักงานที่ให้บริการก็อาจต้องทำงานหนัก เหนื่อยและให้บริการได้ไม่ทั่วถึง ผลสุดท้ายลูกค้าก็ไม่พอใจ แต่ถ้าให้กิจการบริการวางแผนกำลังการให้บริการเผื่อไว้มากๆ ก็จะมีต้นทุนตามมาจากการลงทุนในสินทรัพย์ เช่นอาคารสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ ดอกเบี้ย ค่าจ้างพนักงาน เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นกับบริการหลายประเภท เช่น บริการของสายการบิน รถโดยสาร สถานที่พักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยว ที่มักจะมีลูกค้าแน่นหนาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่กลับจะค่อนข้างว่างในช่วงเวลาอื่นๆ ลักษณะเช่นนี้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดความยุ่งยากกับการจัดการแผนกำลังการให้บริการเท่านั้น แต่ยังส่งผลถึงการผันผวนของระดับรายได้อีกด้วย

3) ความสูญเสียโดยง่ายของการบริการ (Perishables) ปัญหาข้อนี้สืบเนื่องมาจากลักษณะในข้อ 2 เพราะในเมื่อกิจการไม่สามารถผลิตการบริการและเก็บไว้ขายในภายหลังทำให้เกิดการเสียรายได้ขึ้นทุกครั้งที่กิจการไม่ได้ใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่ ตัวอย่าง สายการบินสูญเสียรายได้จากการมีที่นั่งว่างเปล่าบนเครื่องบิน โรงละครสูญเสียรายได้จากบัตรที่จำหน่ายไม่หมด เป็นต้น การสูญเสียเหล่านี้เสียแล้วเสียเลย ไม่สามารถนำกลับมารวมๆ กันเพื่อให้มีจำนวนมากขึ้นแล้ว

4) ความไม่คงที่ของคุณภาพการบริการ (Heterogeneity) ปัญหานี้ก็สืบเนื่องจากลักษณะในข้อ 2 ของการบริการ กล่าวคือเมื่อการให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ไม่สามารถผลิตให้เสร็จสิ้นและนำไปผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพก่อนที่จะส่งมอบให้กับลูกค้าเหมือนสินค้าโดยทั่วไปได้ ทำให้การควบคุมคุณภาพของการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกันทุกครั้งเป็นไปได้ด้วยความยากลำบากโดยเฉพาะการบริการที่ต้องใช้พนักงานเป็นส่วนใหญ่ ในแต่ละวันพนักงานต้องพบกับลูกค้าที่มีลักษณะที่แตกต่างกันมีความต้องการที่แตกต่างกัน การให้บริการที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันทุกรายย่อมทำได้ไม่ถนัดนัก ลูกค้าบางคนก็มีความคาดหวังสูงบางคนก็ง่าย ๆ สบาย ๆ พนักงานต้องปรับการให้บริการทุกครั้งเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

5) ความลำบากในการจัดสมดุลของสัดส่วนระหว่างการใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติกับการใช้พนักงาน (Right balance of technology & human personnel) ปัญหาข้อนี้เป็นการขยายความจากข้อ 4 ที่จะทำให้การบริการมีคุณภาพที่สม่ำเสมออย่างต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาใช้จะทำให้ต้นทุนลดลงในระยะยาว เนื่องจากการทำงานมีความถูกต้องมากขึ้นทำให้ลดต้นทุนในการแก้ไขข้อผิดพลาดของงาน ทำให้การบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6) ความลำบากในการจัดสมดุลของสัดส่วนระหว่างความเข้มงวดและความยืดหยุ่นของระบบการให้บริการ (Flexible degrees of standardization and customization) ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการบริการ คือการปรับเงื่อนไขกระบวนการบริการให้มีความยืดหยุ่นสอดคล้องและตรงกับเงื่อนไขความต้องการของลูกค้า ปัญหาอยู่ที่ว่าหากทุกอย่างยืดหยุ่นไปหมดแล้วมาตรฐานการบริการจะอยู่ตรงไหน จะตัดสินกันอย่างไร ปัญหาดังกล่าวจะชัดเจนมากหากเราพูดถึงบริการวิชาชีพ (Professional Service) เช่นการตรวจสอบบัญชี การออกแบบอาคาร หรือการตรวจรักษาโรค บริการเหล่านี้ต้องอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางซึ่งโดยทั่วไปลูกค้าไม่สามารถระบุปัญหาหรือความต้องการที่ละเอียดและชัดเจนได้ การบริการดังกล่าวจึงต้องมีมาตรฐานและมักจะถูกควบคุมด้วยหน่วยงานในวิชาชีพนั้นๆ เอง

7) ส่วนประสมการตลาดของการบริการ (7 P's) เมื่อพูดถึงส่วนประสมทางการตลาดผู้บริหารและนักการตลาดก็มักจะนึกถึง 4 P's อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่เนื่องจากปัญหาและลักษณะเฉพาะของการบริการที่ได้กล่าวมาทั้งหมดทำให้ 4 P's ไม่เพียงพอต่อไป ดังนั้น เบอ์นาร์ต เอช บูมส์ และ แมรี โจ บิทเนอร์ (Bernard H. Booms and Mary Jo Bitner) ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการตลาดบริการ แนะนำว่าควรต้องพิจารณาเพิ่มอีก 3 P's อันได้แก่ บุคลากรในการบริการ

ตาราง 3 แสดงส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's)

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์ (Product)	คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์/ ระดับคุณภาพ/ อุปกรณ์เสริม/ หีบห่อ/ ใบรับประกันคุณภาพ/ สายผลิตภัณฑ์/ ตรายี่ห้อ
ราคา (Price)	ระดับราคา/ ความยืดหยุ่น/ เงื่อนไขการชำระเงิน/ ส่วนลดความแตกต่างของราคา/ การเปลี่ยนแปลงระดับราคา
ช่องทางการจำหน่าย (Place)	รูปแบบของช่องทาง/ ท่าเลที่ตั้ง/ พื้นที่ครอบคลุม/ การขนส่ง/ การจัดเก็บผลิตภัณฑ์
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ/ การโฆษณา/ การส่งเสริมการขาย/ การประชาสัมพันธ์/ พนักงานขาย
บุคลากรในการบริการ (People)	พนักงานที่ให้บริการลูกค้า/ พนักงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนแต่ไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง/ พนักงานที่ทำหน้าที่ในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการให้บริการลูกค้าที่มารับบริการ/ ลูกค้าคนอื่นๆ ในสถานบริการ
กระบวนการให้บริการ (Process)	ขั้นตอนการให้บริการ/ ความยุ่งยากของขั้นตอน/ ความยืดหยุ่นของขั้นตอน/ การมีส่วนร่วมของผู้รับบริการ
องค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence)	สถานที่ในการให้บริการ/ อุปกรณ์ในการให้บริการ/ บ้ายต่างๆ/ การแต่งกายของพนักงาน/ ประกาศนียบัตรต่างๆ/ รางวัลที่ได้รับ

ที่มา: พิกพ อุดร. (2547). สามประสานเพื่อบริการเป็นเลิศ. หน้า 15.

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับการเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

จุฑาพร สุระเชษฐคมสัน (2532: 112-116) ได้ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิระหว่างปี พ.ศ. 2520-2530 มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอุปสงค์หรือจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 10 สัญชาติ ได้แก่ฮ่องกง เยอรมัน ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541: 129-131) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต วิธีการวิเคราะห์ที่ใช้การออกแบบสอบถามถามจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปแยกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการประเมินจากแบบสอบถาม นำมาแจกแจงความถี่ ร้อยละ ส่วนที่สองเป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการวิเคราะห์ในส่วนแรกพบว่า จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ตมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันทั้งภูมิสำเนา ทักษะคิด รสนิยมและความต้องการท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยบวกคือ สภาพภูมิทัศน์ของท้องถิ่นและสาธารณูปโภคที่เพียบพร้อม ส่วนปัจจัยลบมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด พบว่าในจังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากที่สุดคือ ปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นปัญหาค่าครองชีพสูงและเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนที่สองของงานวิจัยเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับภูมิสำเนา ผลปรากฏว่าในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจัยทางด้านบวกในด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นและการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ส่วนปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรมและปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนในจังหวัดภูเก็ตปัจจัยทางด้านบวกในด้านสภาพภูมิอากาศที่ดี ความเป็นมิตรและอบอุ่น สิ่งแวดล้อมที่ดี และการอาบแดด ส่วนปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรมและปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นจะพบว่าปัจจัยในแต่ละท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน

สมชัย ศรีมาจันทร์ (2537: 46-108) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการเดินทางทางอากาศภายในประเทศไทย โดยแยกการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ศึกษาแบบจำลองที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ปริมาณการเดินทางโดยทางอากาศระหว่างกรุงเทพฯ กับจังหวัดต่างๆ ในอนาคต และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหรือตัวแปรที่มีผลต่อปริมาณการเดินทางทางอากาศกับปริมาณการเดินทางโดยทางอากาศระหว่างกรุงเทพฯ กับจังหวัดต่างๆ ตามลำดับ โดยแบบจำลองดังกล่าวได้ทำการศึกษาปริมาณการเดินทางโดยทางอากาศของเส้นทางระหว่างกรุงเทพฯ กับจังหวัดต่างๆ 6 จังหวัด คือ เชียงใหม่ พิษณุโลก อุบลราชธานี สงขลา (หาดใหญ่) ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี โดยใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่มกราคม 2529 ถึงเดือนธันวาคม 2531 ปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณการเดินทางภายในประเทศโดยทางอากาศ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยรายได้ของประชากรในจังหวัดใช้ค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อคนเป็นตัวแทน ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเดินทางใช้ราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อราคาค่าโดยสารโดยวิธีอื่น (โดยทางรถไฟชั้นหนึ่ง รถนอนปรับอากาศที่เป็นรถด่วนพิเศษ) เป็นตัวแทน ปัจจัยปริมาณเวลาที่สามารถประหยัดได้เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางโดยวิธีอื่น ใช้เวลาเดินทางตามตารางบินบวกกับเวลาที่ใช้สำหรับการเช็คอิน การขึ้นเครื่อง การรอรับกระเป๋า ปัจจัยทางด้านปริมาณแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวก ความนิยมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งบันเทิงเหล่านี้ รวมทั้งฤดูกาลท่องเที่ยวจะใช้จำนวนผู้มาเยือนชาวไทยและจำนวนผู้มาเยือนชาวต่างชาติเป็นตัวแทน นอกจากนี้ก็จะมีตัวแปรหุ่นของการเกิดอุบัติเหตุ ตัวแปรหุ่นจังหวัดสงขลาเนื่องจากที่จังหวัดจะมีผู้มาเยือนชาวมาเลเซียและชาวสิงคโปร์เป็นจำนวนมากและผู้มาเยือนเหล่านี้ส่วนมากจะเข้ามาประเทศทางชายแดนภาคใต้ซึ่งไม่ได้อยู่ในระบบการเดินทางโดยทางอากาศภายในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองที่ได้ ปัจจัยต่างๆ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระสามารถอธิบายปริมาณการเดินทางได้เป็นอย่างดีพอสมควร ค่าความยืดหยุ่นของปริมาณการเดินทางโดยทางอากาศต่อค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อคนมีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.89 รองลงมาคือค่าความยืดหยุ่นต่อจำนวนผู้มาเยือน

สญชัย ศรีมาจันทร์ (2537: 109-110) ได้สรุปผลการศึกษาในส่วนที่ 2 คือลักษณะผู้โดยสารที่นิยมเดินทางโดยทางอากาศและพฤติกรรมของผู้โดยสารเหล่านี้โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากการสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้โดยสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาจากผู้โดยสารที่อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ท่าอากาศยานดอนเมือง ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาทำการแจกแจงความน่าจะเป็นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละตัว จากนั้นนำไปใช้ในแบบจำลอง Logit เพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่าความน่าจะเป็นของข้อมูลแต่ละตัว ผลการศึกษาพบว่า ค่าความน่าจะเป็นของลักษณะผู้โดยสารที่นิยมเดินทางโดยทางอากาศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคล้ายคลึงกันมากพอสมควร กล่าวคือ ผู้โดยสารส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 21 ถึง 50 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและผู้โดยสารทั้งหมดก็มีแนวโน้มที่จะสมรสแล้วมากกว่ายังไม่ได้สมรส ผู้โดยสารชาวต่างชาติมีความน่าจะเป็นที่จะมาจากแถบยุโรปตะวันตกมากที่สุด ในขณะที่ผู้โดยสารชาวไทยส่วนมากมีที่อยู่อยู่ที่กรุงเทพฯ ระดับความรู้ของผู้โดยสารส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี ผู้โดยสารมักมีอาชีพเป็นลูกจ้างและรองลงมาคือเป็นนักธุรกิจ ผู้โดยสารชาวไทยและผู้โดยสารชาวต่างชาติจะมีความแตกต่างกันค่อนข้างมากก็ตรงที่ระดับรายได้ คือผู้โดยสารชาวต่างชาติโดยเฉลี่ยแล้วมีรายได้สูงกว่ามากประมาณ 1 ถึง 2 เท่า นอกจากนี้ยังพบว่าผู้โดยสารชาวไทยเกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่เคยเดินทางโดยทางอากาศมาก่อน ส่วน พฤติกรรมของผู้โดยสารชาวต่างชาติและผู้โดยสารชาวไทยมีความแตกต่างกันอยู่มากพอสมควร คือผู้โดยสารชาวต่างชาติส่วนมากจะมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ในขณะที่ผู้โดยสารชาวไทยจะเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อนฝูง เดินทางเพื่อปฏิบัติงานราชการหรืองานบริษัท เดินทางเพื่อธุรกิจ และเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนโดยเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ผู้โดยสารชาวต่างชาติมีความน่าจะเป็นที่จะพำนักอยู่ที่จุดหมายปลายทางนานกว่าผู้โดยสารชาวไทย และมักนิยมที่จะพำนักอยู่ตามโรงแรมมากกว่าที่อื่น ในขณะที่ผู้โดยสารชาวไทยนิยมพำนักที่บ้านหรืออาคารชุดของญาติหรือเพื่อนฝูงใกล้เคียงกัน สำหรับส่วนที่มีความคล้ายคลึงกันได้แก่ เหตุผลที่เลือกเดินทางโดยทางอากาศคือเพื่อความสะดวกสบายและประหยัดเวลา รวมทั้งผู้โดยสารส่วนมากมักจะไม่ได้เดินทางพร้อมกับครอบครัว

5.2 ความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อบริการของสายการบินไทย

จินดารัตน์ ศักดิ์สุภา (2544: 59-83) ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการปฏิบัติงานของบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งในเส้นทางบินต่างประเทศและภายในประเทศ ตลอดจนกระบวนการบริการโดยจำแนกเป็น 7 ด้าน

ชนิดา วันวงศ์ (2544: 44-96) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่แผนกสอบถามและรับรองที่นั่งในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2543 จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้โดยสารการบินไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับสูง เช่นเดียวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเสมอภาค และด้านความเต็มใจและจริงใจ ส่วนความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้โดยสารที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ความถี่ในการมาใช้บริการ และปัจจัยในการเข้าถึงการบริการที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการทั้งในด้านรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ความเข้าใจในการติดต่อสื่อสาร ระยะเวลาในการรอคอย และอายุของผู้โดยสาร สามารถอธิบายความพึงพอใจต่อการให้บริการได้ร้อยละ 26.60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความถี่ในการมาใช้บริการนั้นไม่สามารถอธิบายการปรับตัวในการทำงานได้

ธนพล ตวงรัตนกุล (2545: 197-214) ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทย กรณีศึกษาเฉพาะเส้นทางบินระหว่างประเทศ ผลการศึกษามีดังนี้ ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทางด้านพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พบว่าผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมากด้านลักษณะการแต่งกายด้วยชุดไทยของพนักงานต้อนรับหญิงบนเครื่องบิน มีระดับความพึงพอใจเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือลักษณะการแต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงานของพนักงานต้อนรับ และความมีอัธยาศัยไมตรี ตามลำดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทางด้านความตรงต่อเวลาการเข้าออกเครื่องบิน พบว่าผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมาก ทั้งการออกเดินทางตรงตามกำหนดเวลา และการเดินทางถึงที่หมายตรงตามกำหนดเวลา ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทางด้านอาหารบนเครื่องบิน พบว่า ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมากที่เกี่ยวกับการบริการทางด้านคุณค่าของอาหารที่ถูกหลักอนามัยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือปริมาณอาหารที่ได้รับเพียงพอต่อความต้องการและรสชาติของอาหาร ตามลำดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทางด้าน

ชุดิมา เอื้อสมศักดิ์สกุล (2546: 43-47) ศึกษาทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อสายการบินไทย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อสายการบินไทย โดยในการศึกษาทัศนคติจะครอบคลุม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนความเข้าใจ ส่วนความรู้สึก และส่วนพฤติกรรม การศึกษาใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ณ อาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ ผลการศึกษาทัศนคติในส่วนความเข้าใจ พบว่าผู้โดยสารชาวต่างประเทศยังมีความเข้าใจไม่ชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะขององค์กรและผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เป็นหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ เป็นสายการบินแห่งเดียวที่ให้บริการภายนอกประเทศ เป็นสายการบินที่ไม่มีเครือข่ายพันธมิตรกับสายการบินอื่น สโลแกนของสายการบินคือ “Smooth as silk” เป็นสายการบินที่บินไป 4 ทวีป (เอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ และออสเตรเลีย) และเป็นสายการบินที่ไม่เคยได้รับรางวัลใดๆ ทั้งสิ้น ส่วนความเข้าใจที่ผู้โดยสารชาวต่างประเทศเข้าใจถูกต้อง ได้แก่ เป็นสายการบินแห่งหนึ่งในหลายสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศ “ช้าง” เป็นโลโก้ของสายการบินไทย ผลการศึกษาทัศนคติในส่วนความรู้สึก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีเมื่อใช้สายการบินไทย ได้แก่ รู้สึกภูมิใจ รู้สึกว่าได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานของสายการบินไทย และรู้สึกปลอดภัย ผลการศึกษาทัศนคติในส่วนของพฤติกรรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเฉยๆ หรือไม่ได้มีพฤติกรรมที่จะสนับสนุนหรือต่อต้านสายการบินไทย และในการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และรายได้จะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ โดยเพศจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติส่วนความรู้สึก อายุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติส่วนความเข้าใจ และรายได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติส่วนความรู้สึก

พิสิฐ มหามงคล (2546: 43-122) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการของการบินไทยตามลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะการใช้บริการ และการเดินทางที่แตกต่างกัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการของการบินไทย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการเป็นสมาชิกบัตร มีผลต่อความคาดหวังโดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการเป็นสมาชิกบัตร มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิภาดา สรเพชญ์พิสัย (2546: 190-208) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่มีต่อการบริการภาคพื้นของสายการบินไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาทางทัศนคติของผู้โดยสารแบ่งออกเป็นแผนก มีดังนี้ แผนกตรวจเช็คบัตรโดยสาร พบว่าผู้โดยสารมีความพอใจต่อจำนวนของเคาน์เตอร์ที่ทำการตรวจเช็คบัตรโดยสาร ความสะดวกสบายของสถานที่ ความเหมาะสมของอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งบัตรที่นั่ง เบอร์ที่ติดประเป่า และบริการของพนักงานในทุกๆ ด้าน แผนกประกาศเรียกขึ้นเครื่อง ผู้โดยสารมีความพอใจในการบริการของพนักงานในแผนกนี้ รวมถึงความชัดเจนในการประกาศเรียกขึ้นเครื่อง การตรวจเอกสารการเดินทางที่ gate อีกครั้ง การทำการเช็คอินที่ gate ได้เลยโดยไม่ต้องไปที่เคาน์เตอร์ ส่วนในด้านความพอใจของจำนวนที่นั่งระหว่างรอเรียกขึ้นเครื่อง และความสะดวกในการเรียกขึ้นเครื่องนั้นผู้โดยสารคิดว่าไม่ค่อยน่าพอใจนัก แผนกบริการเกี่ยวกับสัมภาระพบว่า ผู้โดยสารมีความพอใจในเรื่องของการบริการของพนักงาน แต่ไม่ค่อยพอใจนักต่อความเหมาะสมของสถานที่ที่ทำการรอรับสัมภาระ ความเพียงพอของสายพาน รวมถึงความเพียงพอของพนักงานด้วย

สุวิวัน ปรีชาวิบูลย์ (2546: 31-58) ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยขอบเขตของการศึกษาเฉพาะผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เดินทางโดยสายการบินไทยด้วยชั้นประหยัดในเส้นทางระหว่างประเทศ และจะต้องเคยเดินทางดังกล่าวมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้งภายในระหว่างปี 2543-2545 โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อตั๋วโดยสารและดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารด้วยตนเอง สำหรับสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารด้วยตนเอง เนื่องจากไม่สะดวกที่จะดำเนินการซื้อส่วนสถานที่ซื้อตั๋วโดยสารส่วนใหญ่ คือบริษัทตัวแทนจำหน่ายของสายการบินไทย และส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการชำระค่าตั๋วโดยสาร วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างมีปลายทางในการเดินทางที่ทวีปเอเชียมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมักเดินทางในวัน

สุกัญญา กล้าขยัน (2548: 56-61) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีเส้นทางบินกรุงเทพฯ – เชียงใหม่ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามโดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างบริเวณอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์ ผลการศึกษาสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสายการบินภายในประเทศเส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่สรุปได้ว่า ไม่น่าดึงดูดใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุน เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมสายการบินภายในประเทศที่เปิดเส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่จำนวนหลายสายการบินแล้ว ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเดินทางด้วยสายการบินไทยเพื่อท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินด้วยตนเอง ความถี่ในการเดินทางและช่วงเวลาที่ใช้บริการไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารกับบริษัทโดยตรงและชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ เส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านขั้นตอนการให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางในทุกเรื่อง

ตาราง 4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคมกับการเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	ผู้วิจัย	ผลการวิจัย
ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอุปสงค์หรือจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต	จุฑาพร สุระเชษฐคมสัน	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ตขึ้นอยู่กับจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งหมดในภูเก็ต จำนวนเที่ยวบินที่เสนอบริการ ณ ท่าอากาศยานสากลภูเก็ต จำนวนเที่ยวบริการของรถโดยสารระหว่างจังหวัด ณ สถานีขนส่งภูเก็ต ตัวแปรหุ่นที่แสดงเหตุการณ์พิเศษในปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภูเก็ต
ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต	สิรินาถ นุชชัยเหล็ก	นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาภูเก็ตเป็นกลุ่มประเทศทางทวีปเอเชียมากที่สุด ส่วนมากเป็นชาวไทย มีจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-5,000 ดอลลาร์สหรัฐ เดินทางมาภูเก็ตครั้งแรกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เดินทางโดยเครื่องบินของสายการบินไทยและพักรแรมในโรงแรมโดยมีระยะเวลาพำนักระมาณ 3 วัน
ศึกษาลักษณะผู้โดยสารและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่นิยมเดินทางทางอากาศภายในประเทศ	สมัญชัย ศรีมาจันทร์	ผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 21 ถึง 50 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมีแนวโน้มที่จะสมรสแล้วมากกว่ายังไม่ได้สมรส ผู้โดยสารชาวต่างชาติมีความน่าจะเป็นที่จะมาจากแถบยุโรปตะวันตกมากที่สุด ในขณะที่ผู้โดยสารชาวไทยส่วนมากมีที่อยู่อยู่ที่กรุงเทพฯ ระดับความรู้ของผู้โดยสารส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี ผู้โดยสารมักมีอาชีพเป็นลูกจ้างและรองลงมาคือเป็นนักธุรกิจ ผู้โดยสารชาวไทยและผู้โดยสารชาวต่างชาติจะมีความแตกต่างกันค่อนข้างมากก็ตรงที่ระดับรายได้ คือผู้โดยสารชาวต่างชาติโดยเฉลี่ยแล้วมีรายได้สูงกว่ามากประมาณ 1 ถึง 2 เท่า

ตาราง 5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อบริการของสายการบินไทย

ประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	ผู้วิจัย	ผลการวิจัย
ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการปฏิบัติงานของบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งในเส้นทางบินต่างประเทศและภายในประเทศ ตลอดจนกระบวนการให้บริการ	จินดารัตน์ ศักดิ์สุภา	ผู้โดยสารส่วนใหญ่พิจารณาในภาพรวมแล้วมีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด มีบางประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับน้อยและน้อยที่สุดในงานบริการด้านต่าง ๆ เรียงตามลำดับ คือด้านบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสะอาดเรียบร้อยในห้องโดยสารและการบริการอื่นๆ ด้านความรู้ในงานอาชีพและการผ่านการอบรมของพนักงาน ด้านการต้อนรับก่อนเครื่องขึ้น ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความปลอดภัยของพนักงาน
ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ อ. ค. ร. ผู้โดยสารภายในประเทศ	ชนิดา วันวงศ์	ผู้โดยสารการบินไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับสูงเช่นเดียวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเสมอภาคและด้านความเต็มใจและจริงใจ ส่วนความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ผู้โดยสารที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ความถี่ในการมาใช้บริการ และปัจจัยในการเข้าถึงการบริการที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการทั้งในด้านรวมและรายด้านแตกต่างกัน ความเข้าใจในการติดต่อสื่อสาร
ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทย กรณีศึกษาเฉพาะเส้นทางบินระหว่างประเทศ	ธนพล ดวงรัตนกุล	ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมากด้านลักษณะการแต่งกายด้วยชุดไทยของพนักงานต้อนรับหญิงบนเครื่องบิน ด้านการออกเดินทางตรงตามกำหนดเวลาและการเดินทางถึงที่หมายตรงตามกำหนดเวลา ด้านการบริการทางด้านคุณค่าของอาหารที่ถูกหลักอนามัยและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน ด้านความรู้ความสามารถของนักบิน ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้วยการบริการทางด้านความสะดวกในการติดต่อซื้อและรับตั๋ว การจัดตารางบินที่เหมาะสมและการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทางซึ่งถือว่าการปรับปรุงการบริการและพบว่าผู้โดยสารมีความพึงพอใจน้อยต่อราคาของตั๋วเครื่องบิน

ตาราง 5 (ต่อ)

ประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการศึกษา	ผู้วิจัย	ผลการวิจัย
ศึกษาทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อสายการบินไทย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อสายการบินไทย โดยในการศึกษาทัศนคติจะครอบคลุม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนความเข้าใจ ส่วนความรู้สึก และส่วนพฤติกรรม	ชุตินา เอื้อสมศักดิ์สกุล	ผู้โดยสารชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีเมื่อใช้สายการบินไทย ได้แก่วรรณกรรมใจ รู้สึกว่าได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานของสายการบินไทย และรู้สึกปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเฉยๆ หรือไม่ได้มีพฤติกรรมที่จะสนับสนุนหรือต่อต้านสายการบินไทย
เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการของการบินไทยตามลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะการใช้บริการและการเดินทางที่แตกต่างกัน	พิสิฐ มหามงคล	ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการเป็นสมาชิกบัตร มีผลต่อความคาดหวังโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่มีต่อการบริการภาคพื้นของสายการบินไทย	วิภาดา สรเพชญ์พิสัย	ผู้โดยสารมีความพอใจต่อจำนวนของเคาน์เตอร์ที่ทำการตรวจเช็คบัตรโดยสาร ความสะดวกสบายของสถานที่ ความเหมาะสมของอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งบัตรที่นั่ง เบอร์ที่ติดประเป่า และบริการของพนักงานในทุกๆ ด้าน แผนกประกาศเรียกขึ้นเครื่อง ผู้โดยสารมีความพอใจในการบริการของพนักงานในแผนกนี้ รวมถึงความชัดเจนในการประกาศเรียกขึ้นเครื่อง การตรวจเอกสารการเดินทางที่ gate อีกครั้ง การทำการเช็คอินที่ gate ได้เลยโดยไม่ต้องไปที่เคาน์เตอร์ ส่วนในด้านความพอใจเพียงของจำนวนที่นั่งระหว่างรอเรียกขึ้นเครื่องและความสะดวกในการเรียกขึ้นเครื่องนั้นผู้โดยสารคิดว่าไม่ค่อยน่าพอใจนักต่อความเหมาะสมของสถานที่ที่ทำการรอรับสัมภาระ ความเพียงพอของสายพาน รวมถึงความเพียงพอของพนักงานด้วย

ตาราง 5 (ต่อ)

ประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการศึกษา	ผู้วิจัย	ผลการวิจัย
ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	สุธีวัน ปรืชาวิบูลย์	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อตั๋วโดยสารและดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารด้วยตนเอง สำหรับสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารด้วยตนเอง เนื่องจากไม่สะดวกที่จะดำเนินการซื้อส่วนสถานที่ซื้อตั๋วโดยสารส่วนใหญ่ คือบริษัทตัวแทนจำหน่ายของสายการบินไทย และส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการชำระค่าตั๋วโดยสาร วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างมีปลายทางในการเดินทางที่ทวีปเอเชียมากที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินต่างๆ ที่เปิดให้บริการ ใช้ขอบเขตของประชากรคือ ผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต (ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ)

2. การศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ใช้ขอบเขตของประชากรคือ กลุ่มตัวอย่างของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 150 คน

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยจะทำการเก็บข้อมูลผู้โดยสารจากกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 1 – 24 ตุลาคม 2552 ส่วนจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ ดังนั้นจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบขนาดประชากร (Infinite Population) โดยใช้สูตร W.G. Cochran (ยุทธ ไกยวรรณ. 2544: 56; อ้างอิงจาก Cochran. 1953. *Sampling Techniques*. pp. 178) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดยที่ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 P แทน สัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม
 Z แทน ความมั่นใจที่กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
 d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ สำหรับการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้มี
 ความผิดพลาดไม่เกิน 8% และด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น Z มีค่าเท่ากับ 1.96

ดังนั้นเมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น จะสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.08)^2}$$

$$n = 149.9 \approx 150 \quad \text{ตัวอย่าง}$$

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบวิจรณญาณ (Judgement Sampling) เนื่องจาก
 การวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยสายการบินไทยและ
 สายการบินอื่น ทั้งนี้เนื่องจากมีบางสายการบินให้บริการเช็คอิน (Check in) ที่ท่าอากาศยานดอน
 เมือง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศขาออก
 (Domestic Departure) ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวน
 ตัวอย่างที่เก็บจากแต่ละสายการบินที่กลุ่มตัวอย่างใช้เดินทางโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่ม
 ที่เดินทางโดยสายการบินไทยและกลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ จากนั้นแบ่งแต่ละกลุ่ม
 ออกเป็น 2 กลุ่มตามสัญชาติ ได้แก่ สัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ดังนี้

1. กลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินไทย 75 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นผู้โดยสาร
 สัญชาติไทย 40 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 35 ตัวอย่าง

2. กลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ 75 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นผู้โดยสารที่
 เดินทางโดยสายการบินต่างๆ ดังนี้

2.1 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส 19 ตัวอย่าง
 แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 9 ตัวอย่าง

2.2 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยแอร์เอเชีย 19 ตัวอย่าง
 แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 9 ตัวอย่าง

2.3 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินนกแอร์ 19 ตัวอย่าง
แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 9 ตัวอย่าง

2.4 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินวันทูโก 18 ตัวอย่าง
แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 8 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยยื่นแบบสอบถามให้กับตัวอย่างซึ่งทำการเช็คอิน (Check in) เสร็จแล้วและรอเวลาขึ้นเครื่อง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต นำมาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตจำนวนทั้งสิ้น 150 คน ซึ่งในจำนวนผู้โดยสารทั้ง 150 คนนี้มีเพียง 98 คนที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากความมุ่งหมายของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีสำรวจด้วยตัวอย่าง (Sample Survey) โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรที่ต้องการศึกษา ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้น แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสาร ได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว คำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ดังนี้

ข้อที่ 1 อายุ มีลักษณะการวัดข้อมูลแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ 18 – 25 ปี, 26 – 33 ปี, 34 – 41 ปี, 42 – 49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 2 สัญชาติ มีลักษณะการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ สัญชาติไทย และสัญชาติอื่นๆ

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา มีลักษณะการวัดข้อมูลแบบ เรียงอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ มีลักษณะการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, เจ้าของธุรกิจ/ผู้ประกอบการ และอื่นๆ

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือนของครัวเรือน มีลักษณะการวัดข้อมูลแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท 50,001-60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 เป็นลักษณะการเดินทางของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) และเติมคำในช่องว่าง ได้แก่ สายการบินที่ใช้เดินทาง ผู้ตัดสินใจเลือกสายการบิน ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการกตอบจองตั๋วโดยสารล่วงหน้า สถานที่ซื้อตั๋วโดยสาร วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางทางอากาศภายใน 1 ปีที่ผ่านมา ความถี่ในการเดินทางทางอากาศเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมา

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราวัดทัศนคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) (Martin Evans; et al. 2006: 69-71) ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบระดับที่ตรงกับความคิดเห็นของตนเองมากที่สุด

โดยกำหนด	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
	เห็นด้วย	4	คะแนน
	เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
	ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนนดังนี้ (วิรัช วรรณรัตน์. 2535: 18)

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

ในการแปลผลผู้วิจัย จะนำคะแนนเฉลี่ยที่วัดได้แล้วของแบบสอบถามมาจัดระดับความคิดเห็นของผู้เดินทางโดยสายการบินไทย โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตัวอย่างในคำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ที่ได้จากคะแนนที่ผู้โดยสารตอบในแบบสอบถาม มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการที่สายการบินไทยมีเที่ยวบินออกจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตทุกวัน พบว่าผู้โดยสารมีระดับความคิดเห็น ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) มีจำนวน 88 คน เห็นด้วย (4) มีจำนวน 6 คน และเห็นด้วยปานกลาง (3) มีจำนวน 4 คน ดังนั้นจึงสามารถคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546: 34-37)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k f_i X_i}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าตัวกลางเลขคณิต หรือค่าเฉลี่ย
 X_i แทน ค่าของคะแนนในแต่ละชั้น
 f_i แทน ความถี่ของคะแนนแต่ละค่า
 N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด
 k แทน จำนวนค่าของคะแนน

ดังนั้นเมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น จะสามารถหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{(88)(5) + (6)(4) + (4)(3)}{98} \\ &= 4.86\end{aligned}$$

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและมาตรฐานวัดความคิดเห็น
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อตรวจสอบปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายในงานวิจัยครั้งนี้
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล อาจารย์ประจำสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ และนายรัชกฤช วงโรจน์ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมให้ถูกต้องและเหมาะสมก่อนนำไปใช้
4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วนั้นไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของกลุ่มคำถามของตัวแปร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลจากการวิเคราะห์

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต และความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ข้อมูลที่นำมาศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 และ 98 ตัวอย่างตามลำดับ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลต่อบริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศขาออก ทำอากาศยานสุวรรณภูมิและทำอากาศยานดอนเมือง โดยก่อนที่จะแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้ พร้อมทั้งอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างได้เข้าใจก่อนลงมือตอบแบบสอบถาม
3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 – 24 ตุลาคม 2552 โดยเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการกรอกข้อมูลจากนั้นนำไปลงรหัสตามที่กำหนดไว้
2. ประมวลผลข้อมูลโดยอาศัยการคำนวณค่าสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูปสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน
3. วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
4. วิเคราะห์ลักษณะการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่าง ๆ โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
5. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้านตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

6. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยใช้สถิติทดสอบแบบไค-สแควร์ (Chi-Square) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อทดสอบสมมุติฐานของงานวิจัย แต่ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ไว้จำนวนอย่างละเท่าๆ กัน ดังนั้นจึงไม่นำตัวแปรสัญชาติมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าสัดส่วน (Proportion) หรือค่าร้อยละ (Percentage) หมายถึงความถี่ของชั้นใดชั้นหนึ่งหารด้วยความถี่ทั้งหมด ส่วนมากนิยมเสนอในรูปของเปอร์เซ็นต์โดยการนำผลหารข้างต้นคูณด้วย 100 ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 37-38)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{X}{N} \cdot 100$$

เมื่อ X แทน จำนวนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

N แทน จำนวนเหตุการณ์ทั้งหมดของประชากร

1.2 ค่าตัวกลางเลขคณิต (Arithmetic Mean) หรือค่าเฉลี่ย (Mean) คือค่าที่ได้จากการนำผลรวมของข้อมูลทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด เพื่อต้องการทราบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คำนวณจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 34-37)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k f_i X_i}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าตัวกลางเลขคณิต หรือค่าเฉลี่ย

X_i แทน ค่าของคะแนนในแต่ละชั้น

f_i แทน ความถี่ของคะแนนแต่ละค่า

N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

k แทน จำนวนค่าของคะแนน

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการหาการกระจายของข้อมูลของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 64-65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum fX^2 - (\sum fX)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	$S.D.$	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)
	X	แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
	n	แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง (Summation of X^2)
	$(\sum X)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้ในการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้แก่ ทดสอบความเชื่อมั่นของกลุ่มคำถามของตัวแปรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 125)

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	แทน ค่าความเชื่อถือได้
	N	แทน จำนวนข้อในแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 ทดสอบความแตกต่างด้วยไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต หรือไม่

ตัวแปรที่นำมาทดสอบสมมติฐานครั้งนี้เป็นข้อมูลที่อยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ อาชีพ และข้อมูลมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

การทดสอบความเป็นอิสระด้วยสถิติไคสแควร์ หาได้จากสูตร ดังนี้ (ยุทร ไกรวรรณ. 2548: 193-194; อ้างอิงจาก Runyon. 1980. *Fundamentals of Behavioral Statistics*. pp. 321) ดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ

χ^2 แทน ค่าไคสแควร์

O_{ij} แทน ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

E_{ij} แทน ความถี่ที่คาดหวัง (Expected frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

r แทน จำนวนแถว (Row)

c แทน จำนวนคอลัมน์ (Column)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาอุปสงค์การเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
$S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
χ^2	แทน	ค่าไคสแควร์ (Chi-Square)
P	แทน	P Value

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของงานวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารและลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัวกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตระหว่างสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารและลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ผลการวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ- ภูเก็ต แสดงได้ดังตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 แสดงความถี่และค่าร้อยละของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ – ภูเก็ต โดยจำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัยส่วนบุคคลและ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม	สัญชาติไทย		สัญชาติอื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ						
18-25 ปี	17	21.3	4	5.7	21	14.0
26-33 ปี	17	21.3	21	30.0	38	25.3
34-41 ปี	17	21.3	21	30.0	38	25.3
42-49 ปี	13	16.3	16	22.9	29	19.3
50 ปีขึ้นไป	16	20.0	8	11.4	24	16.0
รวม	80	100.0	70	100.0	150	100.0
2. การศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	18.8	6	8.8	21	14.2
ปริญญาตรี	53	66.3	52	76.5	105	70.9
สูงกว่าปริญญาตรี	12	15.0	10	14.7	22	14.9
รวม	80	100.0	68	100.0	148	100.0
3. อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	14	17.5	2	2.9	16	10.7
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	31.3	7	10.1	32	21.5
พนักงานบริษัทเอกชน	26	32.5	34	49.3	60	40.3
เจ้าของธุรกิจ	10	12.5	24	34.8	34	22.8
อื่นๆ	5	6.3	2	2.9	7	4.7
รวม	80	100.0	69	100.0	149	100.0
4. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	23	29.1	9	13.0	32	21.6
30,000 – 40,000 บาท	25	31.6	17	24.6	42	28.4
40,001 – 50,000 บาท	16	20.3	6	8.7	22	14.9
50,001 – 60,000 บาท	8	10.1	14	20.3	22	14.9
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	7	8.9	23	33.3	30	20.3
รวม	79	100	69	100.0	148	100.0

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสาร ได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว พบว่า

อายุ ผู้โดยสารที่ใช้บริการในแต่ละกลุ่มมีอายุกระจายกันไป มีผู้โดยสารอายุระหว่าง 26-33 ปี และ 34-41 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวนเท่ากัน คือ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา

ผู้โดยสารสัญชาติไทย มีอายุระหว่าง 18-25 ปี 26-33 ปี และ 34-41 ปี เป็นจำนวนมากที่สุดโดยมีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และมีอายุระหว่าง 42-49 ปีเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ผู้โดยสารสัญชาติอื่นๆ มีอายุระหว่าง 26-33 ปี และ 34-41 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีอายุระหว่าง 18-25 ปีเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

การศึกษา ผู้โดยสารที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 148 คน และผู้โดยสารมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9

ผู้โดยสารสัญชาติไทย มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 80 คน เช่นเดียวกันกับผู้โดยสารสัญชาติอื่นๆ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 68 คน

อาชีพ ผู้โดยสารที่ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอาชีพมีจำนวนน้อยแตกต่างกันไป ดังนี้ ผู้โดยสารที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 149 คน รองลงมาได้แก่เจ้าของธุรกิจ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

ผู้โดยสารสัญชาติไทยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 80 คน เช่นเดียวกันกับผู้โดยสารสัญชาติอื่นๆ ซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 69 คน

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ผู้โดยสารที่ใช้บริการในแต่ละกลุ่มมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวกระจายกันไป โดยผู้โดยสารที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 148 คน รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6

ผู้โดยสารสัญชาติไทย มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 79 คน ในขณะที่ผู้โดยสารสัญชาติอื่นๆ มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 คน จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 69 คน

ผลการวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ- ภูเก็ต โดยจำแนกตามสายการบิน แสดงได้ดังตาราง 7 ดังนี้

ตาราง 7 แสดงความถี่และค่าร้อยละของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ – ภูเก็ต โดยจำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยส่วนบุคคลและ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม	สายการบินไทย		สายการบินอื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ						
18-25 ปี	1	1.3	20	26.7	21	14.0
26-33 ปี	10	13.3	28	37.3	38	25.3
34-41 ปี	19	25.3	19	25.3	38	25.3
42-49 ปี	25	33.3	4	5.3	29	19.3
50 ปีขึ้นไป	20	26.7	4	5.3	24	16.0
รวม	75	100.00	75	100.0	150	100.0
2. การศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	6.8	16	21.6	21	14.2
ปริญญาตรี	54	73.0	51	68.9	105	71.0
สูงกว่าปริญญาตรี	15	20.3	7	9.5	22	14.9
รวม	74	100.0	74	100.0	148	100.0
3. อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.0	16	21.3	16	10.7
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	32.4	8	10.7	32	21.5
พนักงานบริษัทเอกชน	23	31.1	37	49.3	60	40.3
เจ้าของธุรกิจ	23	31.1	11	14.7	34	22.8
อื่นๆ	4	5.4	3	4.0	7	4.7
รวม	74	100.0	75	100.0	149	100.0
4. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	2	2.7	30	41.1	32	21.6
30,000 – 40,000 บาท	15	20.0	27	37.0	42	28.4
40,001 – 50,000 บาท	18	24.0	4	5.5	22	14.9
50,001 – 60,000 บาท	20	26.7	2	2.7	22	14.9
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	20	26.7	10	13.7	30	20.3
รวม	75	100.0	73	100.0	148	100.0

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสาร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว โดยจำแนกตามสายการบิน มีดังนี้

อายุ ผู้โดยสารที่ใช้บริการในแต่ละกลุ่มมีอายุกระจายกันไป มีผู้โดยสารอายุระหว่าง 26-33 ปี และ 34-41 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวนเท่ากัน คือ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา อายุระหว่าง 42-49 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และมีผู้โดยสารอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทย มีอายุระหว่าง 42-49 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีอายุระหว่าง 18-25 ปีเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีอายุระหว่าง 26-33 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และมีอายุระหว่าง 42-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนน้อยที่สุด โดยมีจำนวนเท่ากัน คือ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

การศึกษา ผู้โดยสารที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 148 คน และผู้โดยสารมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทย มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 74 คน และมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 74 คน และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

อาชีพ ผู้โดยสารที่ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอาชีพมีจำนวนมากน้อยแตกต่างกันไป ดังนี้ ผู้โดยสารที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 149 คน รองลงมาได้แก่เจ้าของธุรกิจ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทย ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 74 คน และเป็นนักเรียน/นักศึกษาเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 75 คน และอาชีพอื่นๆ เป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ผู้โดยสารที่ใช้บริการในแต่ละกลุ่มมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวกระจายกันไป โดยผู้โดยสารที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 148 คน รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทย มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวนเท่ากับคือ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 75 คน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทเป็นจำนวนมากที่สุด คือ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 73 คน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 50,001 – 60,000 บาทเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต แสดงได้ดังตาราง 8 ดังนี้

ตาราง 8 แสดงความถี่และค่าร้อยละของลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ – ภูเก็ต

ลักษณะการเดินทาง	สายการบินไทย		สายการบินอื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ตัดสินใจเลือกสายการบิน						
ตัวท่านเอง	53	70.7	25	33.3	78	52.0
สมาชิกในครอบครัว	8	10.7	13	17.3	21	14.0
เพื่อน	2	2.7	30	40.0	32	21.3
บริษัททัวร์	4	5.3	6	8.0	10	6.7
อื่นๆ	8	10.7	1	1.3	9	6.0
รวม	75	100.0	75	100.0	150	100.0
2. ผู้ที่ร่วมเดินทางด้วย						
ท่านคนเดียว	22	29.3	20	26.7	42	28.0
สมาชิกในครอบครัว	29	38.7	16	21.3	45	30.0
เพื่อน	18	24.0	37	49.3	55	36.7
กลุ่มทัวร์	0	0.0	2	2.7	2	1.3
อื่นๆ	6	8.0	0	0.0	6	4.0
รวม	75	100.0	75	100.0	150	100.0

ตาราง 8 (ต่อ)

ลักษณะการเดินทาง	สายการบินไทย		สายการบินอื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. ช่วงเวลาที่จองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทาง						
ภายใน 1 สัปดาห์	26	34.7	19	25.3	45	30.0
ตั้งแต่ 1 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 1 เดือน	23	30.7	31	41.3	54	36.0
ตั้งแต่ 1 เดือนแต่ไม่เกิน 2 เดือน	23	30.7	18	24.0	41	27.3
ตั้งแต่ 2 เดือนขึ้นไป	3	4.0	7	9.3	10	6.7
รวม	75	100.0	75	100.0	150	100.0
4. สถานที่จองหรือซื้อตั๋วโดยสาร						
สำนักงานของสายการบิน	2	2.7	4	5.3	6	4.0
เว็บไซต์ของสายการบิน	28	37.3	54	72.0	82	54.7
Call Center ของสายการบิน	0	0.0	6	8.0	6	4.0
บริษัทตัวแทนจำหน่าย	35	46.7	7	9.3	42	28.0
เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย	9	12.0	4	5.3	13	8.7
อื่นๆ	1	1.3	0	0.0	1	0.7
รวม	75	100.0	75	100.0	150	100.0
5. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง						
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	45	60.0	60	80.0	150	70.0
ทำธุรกิจ/การค้า	8	10.7	6	8.0	14	9.3
กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ	8	10.7	7	9.3	15	10.0
ศึกษา/อบรม/สัมมนา	10	13.3	1	1.3	11	7.3
อื่นๆ	4	5.3	0	0.0	4	2.7
รวม	75	100.0	74	98.7	149	99.3
6. จำนวนครั้งที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมา						
1 ครั้ง	22	62.9	19	25.3	41	60.3
2 ครั้ง	9	25.7	13	17.3	22	32.4
4 ครั้ง	2	5.7	0	0.0	2	2.9
5 ครั้ง	1	2.9	1	1.3	2	2.9
9 ครั้ง	1	2.9	0	0.0	1	1.5
รวม	35	100.0	33	44.0	68	100.0
7. ผู้โดยสารเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ตโดยสายการบินไทยหรือไม่						
เคย	69	92.0	29	38.7	98	65.8
ไม่เคย	6	8.0	45	60.0	51	34.2
รวม	75	100.0	74	98.7	149	100.0

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต มีดังนี้

ผู้ตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน พบว่าผู้โดยสารเป็นผู้ตัดสินใจเลือกสายการบินเองมากที่สุด คือ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือเพื่อนเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ซึ่งหากพิจารณาโดยแยกตามสายการบิน จะพบว่าผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยเป็นส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสายการบินด้วยตนเอง คือมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีเพื่อนเป็นผู้ตัดสินใจเลือกสายการบิน คือมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ผู้ที่ร่วมเดินทางด้วย พบว่าผู้โดยสารเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด คือ มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมา คือเดินทางกับสมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ซึ่งหากพิจารณาโดยแยกตามสายการบิน จะพบว่าผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยมักเดินทางกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด คือ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มักเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด คือ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3

ช่วงเวลาที่จะจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทาง พบว่าผู้โดยสารจองตั๋วล่วงหน้าตั้งแต่ 1 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 1 เดือนมากที่สุด คือ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา ได้แก่ ภายใน 1 สัปดาห์ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ซึ่งหากพิจารณาโดยแยกตามสายการบิน จะพบว่าผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยทำการจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทางภายใน 1 สัปดาห์มากที่สุด คือมีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ทำการจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทางตั้งแต่ 1 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 1 เดือนมากที่สุด คือ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3

สถานที่ในการจองหรือซื้อตั๋วโดยสาร พบว่าผู้โดยสารจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินมากที่สุด คือมีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ซึ่งหากพิจารณาโดยแยกตามสายการบิน จะพบว่าผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยทำการจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางบริษัทตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด คือ มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ทำการจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินมากที่สุด คือมีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่ผู้โดยสารทั้งของสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ เดินทางไปภูเก็ตเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อนมากที่สุด คือ มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 149 คน รองลงมาได้แก่ เดินทางไปภูเก็ตเพื่อกลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

จำนวนครั้งที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตอย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีที่ผ่านมา มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 150 คน นอกจากนี้ความถี่ในการเดินทางของผู้โดยสาร เป็นดังนี้ ผู้โดยสารทั้งของสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ เดินทางทางอากาศจาก กรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมาเป็นจำนวน 1 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 68 คน รองลงมา คือ เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมาเป็นจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4

ผู้โดยสารเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยหรือไม่ พบว่า ผู้โดยสารที่เคยเดินทางจากกรุงเทพฯ- ภูเก็ตโดยสายการบินไทย มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 149 คน ซึ่งหากพิจารณาโดยแยกตามสายการบิน จะพบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยในครั้งนี้อย่างน้อยเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยมาก่อนแล้ว คือ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 92.0 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 75 คน ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ในครั้งนี้ที่เคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยมาก่อน มีเพียง 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.7 จากจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 74 คน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ทำให้ทราบลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ และสังคม และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจาก กรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยแยกประเภทเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทยและผู้โดยสารสัญชาติอื่นๆ และแยกประเภทเป็นผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยและผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ดังนั้นบริษัทสายการบินจะทราบถึงลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของตนเอง และสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าหลักของตนเองให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอื่นๆ อีกด้วย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัวกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ผลการทดสอบความสัมพันธ์กันระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต แสดงได้ดังตาราง 9 ถึง 12 ดังนี้

ตาราง 9 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

อายุ	สายการบินที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการในการเดินทางครั้งนี้		χ^2	P
	สายการบินไทย	สายการบินอื่นๆ		
18-25 ปี	1	20	51.590**	0.000
26-33 ปี	10	28		
34-41 ปี	19	19		
42-49 ปี	25	4		
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	20	4		
รวม	75	75		

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 9 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย มีดังนี้

อายุ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 51.590 และมีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าอายุของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ระดับการศึกษา	สายการบินที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการในการเดินทางครั้งนี้		χ^2	P
	สายการบินไทย	สายการบินอื่นๆ		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	16	8.757*	0.013
ปริญญาตรี	54	51		
สูงกว่าปริญญาตรี	15	7		
รวม	74	74		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 10 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย มีดังนี้

การศึกษา เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 8.757 และมีค่า P เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการศึกษาของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

อาชีพ	สายการบินที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการในการเดินทางครั้งนี้		χ^2	P
	สายการบินไทย	สายการบินอื่นๆ		
นักเรียน/นักศึกษา	0	16	31.640**	0.000
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	8		
พนักงานเอกชน	23	37		
เจ้าของธุรกิจ	23	11		
อื่นๆ	4	3		
รวม	74	75		

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 11 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย มีดังนี้

อาชีพ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 31.640 และมีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าอาชีพของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของครอบครัวกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

อาชีพ	สายการบินที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการในการเดินทางครั้งนี้		χ^2	P
	สายการบินไทย	สายการบินอื่นๆ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	2	30	54.881**	0.000
30,001-40,000 บาท	15	27		
40,001-50,000 บาท	18	4		
50,001-60,000 บาท	20	2		
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	20	10		
รวม	75	73		

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 12 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย มีดังนี้

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 54.881 และมีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่ารายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตว่าจะเลือกใช้บริการเดินทางกับสายการบินใด ดังนั้นจากผลการวิจัยทำให้บริษัทสายการบินต่างๆ ควรให้ความสำคัญต่ออายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารที่เดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต เนื่องจากตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของบริษัทต่างๆ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ - ภูเก็ต

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ตทั้งหมด 150 คน พบว่ามีผู้โดยสารจำนวน 98 คน ที่เคยเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ตโดยสายการบินไทย ซึ่งผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ต ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการให้บริการ กระบวนการให้บริการ และองค์ประกอบด้านกายภาพ ซึ่งทำการวิเคราะห์โดยแสดงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 13 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทย

ส่วนประสมการตลาดการบริการของการบินไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เห็นด้วยปานกลาง		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		$\bar{X}$	S.D.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ด้านผลิตภัณฑ์											4.76	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- มีเที่ยวบินออกจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตทุกวัน	88	89.8	6	6.1	4	4.1	0	0.0	0	0.0	4.86	0.454
- ตารางเวลาออกจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตให้เลือกมาก	85	86.7	8	8.2	5	5.1	0	0.0	0	0.0	4.82	0.505
- การออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา	72	73.5	20	20.4	5	5.1	1	1.0	0	0.0	4.66	0.625
- ที่นั่งและบริเวณที่นั่งมีขนาดเหมาะสมและสบาย	78	79.6	16	16.3	3	3.1	0	0.0	0	0.0	4.77	0.490
- ห้องน้ำมีความสะอาด	73	74.5	19	19.4	6	6.1	0	0.0	0	0.0	4.68	0.585
2. ด้านราคา											4.23	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง	61	62.2	27	27.6	6	6.1	2	2.0	2	2.0	4.46	0.864
- การแจกแจงรายละเอียดราคาค่าโดยสารชัดเจน	64	65.3	24	24.5	9	9.2	1	1.0	0	0.0	4.54	0.706
- ราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพบริการ	67	68.4	23	23.5	6	6.1	2	2.0	0	0.0	4.58	0.702
- ราคาตัวลดลงเมื่อจองผ่านตัวแทนจำหน่าย	79	80.6	11	11.2	8	8.2	0	0.0	0	0.0	4.72	0.605
- ราคาค่าโดยสารถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ	11	11.2	18	18.4	30	30.6	22	22.4	17	17.3	2.84	1.241
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย											4.46	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ความสะดวกในการซื้อตั๋วที่สำนักงานใหญ่การบินไทย	56	57.1	28	28.6	8	8.2	5	5.1	1	1.0	4.36	0.911
- ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านสำนักงานขายตัวแทนการบินไทย	68	69.4	18	18.4	6	6.1	5	5.1	1	1.0	4.50	0.900
- ความสะดวกในการซื้อตั๋วทางอินเทอร์เน็ตการบินไทย	80	81.6	11	11.2	5	5.1	1	1.0	1	1.0	4.71	0.703
- ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางตัวแทนจำหน่าย	78	79.6	16	16.3	4	4.1	0	0.0	0	0.0	4.76	0.519
- ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่าน Call Center การบินไทย	38	38.8	32	32.7	15	15.3	11	11.2	2	2.0	3.95	1.088

ตาราง 13 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาดการบริการของการบินไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เห็นด้วยปานกลาง		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		$\bar{X}$	S.D.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด											4.33	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสายการบินประจำชาติไทย	68	69.4	17	17.3	11	11.2	2	2.0	0	0.0	4.54	0.776
- มีรายการสะสมไมล์เพื่อใช้แลกตั๋วโดยสาร	70	71.4	17	17.3	7	7.1	3	3.1	1	1.0	4.55	0.839
- มีการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อหลากหลาย	64	65.3	21	21.4	9	9.2	3	3.1	1	1.0	4.47	0.864
- มีส่วนลดราคาที่พักในภูเก็ตเมื่อเดินทางโดยการบินไทย	46	46.9	15	15.3	19	19.4	16	16.3	2	2.0	3.89	1.226
- เป็นสายการบินที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	51	52.0	20	20.4	20	20.4	6	6.1	0	0.0	4.20	0.975
5. ด้านบุคลากรในการให้บริการ											4.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	77	78.6	17	17.3	4	4.1	0	0.0	0	0.0	4.74	0.524
- พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีธรรมาศัยไมตรี	79	80.6	14	14.3	5	5.1	0	0.0	0	0.0	4.76	0.538
- พนักงานประกาศแจ้งเตือนข้อมูลถูกต้องชัดเจน	78	79.6	15	15.3	4	4.1	1	1.0	0	0.0	4.73	0.584
- พนักงานดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารอย่างดี	79	80.6	11	11.2	6	6.1	2	2.0	0	0.0	4.70	0.677
- พนักงานมีความเป็นกันเองต่อผู้โดยสาร	78	79.6	12	12.2	7	7.1	1	1.0	0	0.0	4.70	0.646
6. ด้านกระบวนการให้บริการ											4.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- การจองตั๋วทางอินเทอร์เน็ตง่ายและสะดวก	75	76.5	17	17.3	4	4.1	1	1.0	1	1.0	4.67	0.700
- การเช็คอินที่เคาน์เตอร์สะดวกรวดเร็ว	71	72.4	22	22.4	3	3.1	2	2.0	0	0.0	4.65	0.644
- การชั่งน้ำหนักโหลดสัมภาระถูกต้องแม่นยำ	72	73.5	17	17.3	8	8.2	1	1.0	0	0.0	4.63	0.679
- เดินทางในอาคารผู้โดยสารไปขึ้นเครื่องสะดวกรวดเร็ว	74	75.5	18	18.4	5	5.1	1	1.0	0	0.0	4.68	0.619
- การลำเลียงผู้โดยสารเข้าที่นั่งเป็นไปอย่างมีระเบียบ	77	78.6	12	12.2	8	8.2	1	1.0	0	0.0	4.68	0.667

ตาราง 13 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาดการบริการของการบินไทย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เห็นด้วยปานกลาง		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		$\bar{X}$	S.D.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
7. ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ											4.70	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- บริเวณประตูทางขึ้นเครื่องบินที่นั่งเพียงพอ	74	75.5	16	16.3	6	6.1	2	2.0	0	0.0	4.65	0.690
- ห้องโดยสารมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	78	79.6	13	13.3	5	5.1	2	2.0	0	0.0	4.70	0.661
- ลวดลายเครื่องบินสวยงามเป็นเอกลักษณ์	78	79.6	10	10.2	9	9.2	1	1.0	0	0.0	4.68	0.683
- อาหารบนเครื่องบินสะอาดและถูกปาก	78	79.6	11	11.2	6	6.1	2	2.0	1	1.0	4.66	0.773
- เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสวยงาม	83	84.7	10	10.2	5	5.1	0	0.0	0	0.0	4.80	0.517

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจาก กรุงเทพฯ-ภูเก็ต ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการทั้ง 7 ด้านของสายการบินไทย มีดังนี้

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้ ประเด็นเรื่องการเดินทางบินออกจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตทุกวันเท่ากับ 4.86 ประเด็นเรื่องการเดินทางเวลาการออกเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตให้เลือกมากเท่ากับ 4.82 ประเด็นเรื่องการเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลาเท่ากับ 4.66 ประเด็นเรื่องที่นั่งและบริเวณที่นั่งมีขนาดเหมาะสมและมีความสบาย เท่ากับ 4.77 และประเด็นเรื่องห้องน้ำมีความสะอาดเท่ากับ 4.68

ความคิดเห็นด้านราคา พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วนประสมด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้ ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ประเด็นเรื่องราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทางเท่ากับ 4.46 ประเด็นเรื่องการแจกแจงรายละเอียดของราคาค่าโดยสารมีความชัดเจนเท่ากับ 4.54 ประเด็นเรื่องราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของบริการที่ได้รับเท่ากับ 4.58 และประเด็นเรื่องความสามารถของตัวได้ในราคาที่ลดลงเมื่อจองผ่านตัวแทนจำหน่ายเท่ากับ 4.72 ส่วนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง คือประเด็นเรื่องราคาค่าโดยสารถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ เท่ากับ 2.84

ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้ ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ประเด็นเรื่องความสะดวกในการซื้อตั๋วที่สำนักงานใหญ่การบินไทยเท่ากับ 4.36 ประเด็นเรื่องความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางสำนักงานขายตั๋วการบินไทยเท่ากับ 4.50 ประเด็นเรื่องความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ตการบินไทยเท่ากับ 4.71 และประเด็นเรื่องความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางตัวแทนจำหน่ายเท่ากับ 4.76 ส่วนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือประเด็นเรื่องความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทาง Call Center ของการบินไทยเท่ากับ 3.95

ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้ ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ประเด็นเรื่องการมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสายการบินประจำชาติไทยเท่ากับ 4.54 ประเด็นเรื่องการมีรายการสะสมไมล์เพื่อใช้แลกตั๋วโดยสารเท่ากับ 4.55 และประเด็นเรื่องการใช้โฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่างๆ หลากหลายเท่ากับ 4.47 ส่วนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ประเด็นเรื่องการได้รับส่วนลดราคาที่พักในภูเก็ตเมื่อเดินทางโดยสายการบินไทยเท่ากับ 3.89 และประเด็นเรื่องการเป็นสายการบินที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยเท่ากับ 4.20

ความคิดเห็นด้านบุคลากรในการให้บริการ พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วนประสมด้านบุคลากรในการให้บริการโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้

ความคิดเห็นด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วน ประสมด้านกระบวนการให้บริการโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้ ประเด็นเรื่องการจองตั๋วทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายและสะดวกเท่ากับ 4.67 ประเด็นเรื่องการเช็คอินที่ เคาน์เตอร์เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วเท่ากับ 4.65 ประเด็นเรื่องการชั่งน้ำหนักและโหลดสัมภาระ ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็วเท่ากับ 4.63 ประเด็นเรื่องการเดินทางในอาคารผู้โดยสารไปขึ้นเครื่องมี ความสะดวกรวดเร็วเท่ากับ 4.68 และประเด็นเรื่องการลำเลียงผู้โดยสารเพื่อเข้าประจำที่นั่งเป็นไป อย่างมีระเบียบเท่ากับ 4.68

ความคิดเห็นด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ พบว่า ผู้โดยสารเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อส่วน ประสมด้านองค์ประกอบด้านกายภาพโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้ ประเด็นเรื่องบริเวณประตูทางขึ้นเครื่องมีที่นั่งเพียงพอและสะอาดเท่ากับ 4.65 ประเด็นเรื่องห้อง โดยสารมีการตกแต่งอย่างสวยงามเท่ากับ 4.70 ประเด็นเรื่องการตกแต่งลดทอนเครื่องบินมีความ สวยงามและเป็นเอกลักษณ์เท่ากับ 4.68 ประเด็นเรื่องอาหารบนเครื่องบินมีความสะอาดและถูกปาก เท่ากับ 4.66 และประเด็นเรื่องเครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสวยงาม เท่ากับ 4.80

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 ทำให้ทราบระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคย เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยมาแล้ว ดังนั้นสายการบินไทยสามารถ นำระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการของสายการบินไทย เส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบกายภาพ มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้การบริการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากที่สุด

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นอุปสงค์การเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ – ภูเก็ต ซึ่งได้แก่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสารการบินไทยและสายการบินอื่นๆ นอกจากนี้ยังศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของสายการบินไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และเสนอแนะดังนี้

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยสายการบินต่างๆ ที่เปิดให้บริการในเส้นทางบินนี้ ดังนั้นบริษัทสายการบินจะก็ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่ปัจจุบันไม่ได้ใช้บริการกับสายการบินของตนให้หันมาเลือกใช้บริการได้
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินที่เปิดให้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารหรือผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัทสายการบินเหล่านั้น
3. ทำให้ทราบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสารการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการบินไทยเพื่อให้ผู้ที่ดูแลด้านการให้บริการลูกค้าทราบว่าควรปรับปรุงการให้บริการในด้านใดบ้างและพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของเนื้อหา

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินต่างๆ ที่เปิดให้บริการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยวิธีการสำรวจด้วยตัวอย่าง (Sample Survey)

2. การศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 150 คน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศในเส้นทางบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ตซึ่งเป็นเส้นทางการบินประจำ (Schedule Flight) ของสายการบิน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตของสายการบินต่างๆ ที่เปิดให้บริการ คือผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งเป็นเส้นทางการบินประจำ (Schedule Flight) ของสายการบินโดยใช้บริการในชั้นประหยัด (Economy Class) เท่านั้น โดยจะทำการเก็บข้อมูลผู้โดยสารจากกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 1 – 24 ตุลาคม พ.ศ. 2552 และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบขนาดประชากร (Infinite Population) โดยเลือกระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 150 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบวิจรณญาณ (Judgement Sampling) ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศขาออก (Domestic Departure) ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างที่เก็บจากแต่ละสายการบินที่กลุ่มตัวอย่างใช้เดินทางโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินไทยและกลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ จากนั้นแบ่งแต่ละกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มตามสัญชาติ ได้แก่ สัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ดังนี้

1. กลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินไทย 75 ตัวอย่างแบ่งออกเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 40 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 35 ตัวอย่าง

2. กลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินอื่น 75 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต่างๆ ดังนี้

2.1 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส 19 ตัวอย่างแบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 9 ตัวอย่าง

2.2 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยแอร์เอเชีย	19	ตัวอย่าง
แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 9 ตัวอย่าง		
2.3 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินนกแอร์	19	ตัวอย่าง
แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 9 ตัวอย่าง		
2.4 ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินวันทูโก	18	ตัวอย่าง
แบ่งเป็นผู้โดยสารสัญชาติไทย 10 ตัวอย่างและผู้โดยสารสัญชาติอื่น 8 ตัวอย่าง		

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยยื่นแบบสอบถามให้กับตัวอย่างซึ่งทำการเช็คอิน (Check in) เสร็จแล้วและรอเวลาขึ้นเครื่อง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต นำมาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตจำนวนทั้งสิ้น 150 คน ซึ่งในจำนวนผู้โดยสารทั้ง 150 คนนี้มีเพียง 98 คนที่เคยใช้บริการของสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากความมุ่งหมายของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีสำรวจด้วยตัวอย่าง (Sample Survey) โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรที่ต้องการศึกษา ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้น แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศ ได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว คำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 เป็นลักษณะการเดินทางของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) และเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้โดยสารของการบินไทยที่มีต่อการบริการของสายการบินไทย เส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราวัดทัศนคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะการเดินทางของผู้โดยสารที่เดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต และความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลต่อบริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศขาออก ทำอากาศยานสุวรรณภูมิและทำอากาศยานดอนเมือง
3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 – 24 ตุลาคม 2552

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการกรอกข้อมูล จากนั้นนำไปลงรหัสตามที่กำหนดไว้
2. ประมวลผลข้อมูลโดยอาศัยการคำนวณค่าสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูปสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน
3. วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
4. วิเคราะห์ลักษณะการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่างๆ โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
5. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารของการบินไทยที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้านตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
6. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต โดยใช้สถิติทดสอบแบบไค-สแควร์ (Chi-Square) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย แต่ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติไทยและสัญชาติอื่นๆ ไว้จำนวนอย่างละเท่าๆ กัน ดังนั้นจึงไม่ได้นำตัวแปรสัญชาติมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องอุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้โดยสาร และลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า ผู้โดยสารมีอายุระหว่าง 26-33 ปี และ 34-41 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาทเป็นจำนวนมากที่สุด

ลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารเป็นผู้ตัดสินใจเลือกสายการบินเอง เดินทางกับเพื่อน จองตั๋วล่วงหน้าตั้งแต่ 1 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 1 เดือน ทำการจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน เดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมาเป็นจำนวน 1 ครั้ง และเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทย

หากพิจารณาตามสายการบินที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการ โดยจำแนกจากสัญชาติของผู้โดยสาร ดังนี้

สัญชาติไทย ผู้โดยสารมีอายุระหว่าง 18-25 ปี 26-33 ปี และ 34-41 ปี โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนกลุ่มละเท่าๆ กัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 30,000 – 40,000 บาทเป็นจำนวนมากที่สุด

สัญชาติอื่น ๆ ผู้โดยสารมีอายุระหว่าง 26-33 ปี และ 34-41 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด

หากพิจารณาตามสายการบินที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการ โดยจำแนกเป็นสายการบินไทย และสายการบินอื่นๆ ดังนี้

สายการบินไทย ผู้โดยสารมีอายุระหว่าง 42-49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท และ มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด

สายการบินอื่น ๆ ผู้โดยสารมีอายุระหว่าง 26-33 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทเป็นจำนวนมากที่สุด

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ได้แก่ อาชีพและรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ - ภูเก็ต

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ตทั้งหมด 150 คน พบว่ามีผู้โดยสารจำนวน 98 คน ที่เคยเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ - ภูเก็ตโดยสายการบินไทย ซึ่งผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตที่มีต่อส่วนประสมการตลาดการบริการทั้ง 7 ด้านของสายการบินไทย มีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่สายการบินไทยได้ให้บริการในปัจจุบัน อันได้แก่ การที่สายการบินไทยมีเที่ยวบินออกจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตทุกวัน มีตารางเวลาการออกเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตให้เลือกมาก ทำให้ผู้โดยสารสามารถเลือกเที่ยวบินได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด เครื่องบินที่ทำการบินจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตมีที่นั่งและบริเวณที่นั่งมีขนาดเหมาะสมและมีความสบาย ห้องน้ำมีความสะอาด และการออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

ด้านราคา พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อระดับราคาค่าตัวโดยสารที่สายการบินไทยได้กำหนดใช้ในปัจจุบัน เมื่อพิจารณาจากประเด็นเรื่องการที่สามารถจองตั๋วได้ในราคาที่ลดลงเมื่อจองผ่านตัวแทนจำหน่าย ระดับราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ การแจกแจงรายละเอียดของราคาค่าโดยสารมีความชัดเจน และระดับราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง แต่เมื่อพิจารณาจากประเด็นเรื่องราคาค่าโดยสารของสายการบินไทยถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ นั้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลางเท่านั้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความสะดวกในการเข้าถึงการใช้บริการในช่องทางต่างๆ ในปัจจุบันของสายการบินไทย อันได้แก่ ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ตของการบินไทย ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางตัวแทนจำหน่าย ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางสำนักงานขายตั๋วการบินไทย ความสะดวกในการซื้อตั๋วที่สำนักงานใหญ่การบินไทย แต่ในเรื่องความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทาง Call Center ของการบินไทยนั้นผู้โดยสารมีระดับความคิดเห็นเพียงเห็นด้วยเท่านั้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อวิธีการต่างๆ ในปัจจุบันที่สายการบินไทยใช้ในการส่งเสริมการตลาด อันได้แก่ การมีรายการสะสมไมล์เพื่อใช้แลกตั๋วโดยสาร การมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสายการบินประจำชาติ และการมีการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่างๆ หลากหลาย แต่ในประเด็นเรื่องการที่เป็นสายการบินที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย และการจัดให้มีส่วนลดราคาที่พักในภูเก็ตเมื่อเดินทางโดยสายการบินไทยนั้น ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยเท่านั้น

ด้านบุคลากรในการให้บริการ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อคุณภาพของบุคลากรที่ให้บริการโดยตรงต่อผู้โดยสารของสายการบินไทยในด้านต่างๆ อันได้แก่ การที่

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อกระบวนการให้บริการของสายการบินไทยในด้านต่างๆ อันได้แก่ การลำเลียงผู้โดยสารเพื่อเข้าประจำที่นั่งเป็นไปอย่างมีระเบียบ การจองตั๋วทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายและสะดวก การเดินทางในอาคารผู้โดยสารไปขึ้นเครื่องมีความสะดวกรวดเร็ว การชั่งน้ำหนักและโหลด สัมภาระถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว และการเช็คอินที่เคาน์เตอร์เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว

ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อองค์ประกอบด้านกายภาพของสายการบินไทยในด้านต่างๆ อันได้แก่ เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสวยงาม ห้องโดยสารมีการตกแต่งอย่างสวยงาม การตกแต่งลวดลายเครื่องบินมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ อาหารบนเครื่องบินมีความสะอาดและถูกปาก และบริเวณประตูทางขึ้นเครื่องบินมีที่นั่งเพียงพอและสะอาด

โดยสรุปแล้วผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยต่อส่วนประสมการตลาดการบริการของสายการบินไทยที่ใช้ในปัจจุบัน มีเพียง 1 ประเด็นที่ผู้โดยสารเห็นด้วยปานกลางเท่านั้น ได้แก่ ส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยมีประเด็นย่อยเรื่องการที่ระดับราคาค่าโดยสารของสายการบินไทยถูกกว่าของสายการบินอื่น

อภิปรายผล

จากการศึกษาอุปสงค์การเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต มีดังนี้

ผู้ตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยเป็นส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสายการบินด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีเพื่อนเป็นผู้ตัดสินใจเลือกสายการบิน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุธีวัน ปรีชาวิบูลย์ (2546: 31-58) ที่ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อตั๋วโดยสารและดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารด้วยตนเอง

ผู้ร่วมเดินทางด้วย พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยมักเดินทางกับสมาชิกในครอบครัว ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มักเดินทางกับเพื่อน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมัญชัย ศรีมาจันทร์ (2537: 109-110) ที่ศึกษาอุปสงค์ต่อการเดินทางทางอากาศภายในประเทศไทย กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความคล้ายคลึงกัน คือ ผู้โดยสารส่วนมากมักจะไม่เดินทางพร้อมครอบครัว

ช่วงเวลาที่จะจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทาง พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยทำการจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทางภายใน 1 สัปดาห์ ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ทำการจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทางตั้งแต่ 1 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 1 เดือน

สถานที่ในการจองหรือซื้อตั๋วโดยสาร พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยทำการจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางบริษัทตัวแทนจำหน่าย ในขณะที่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ทำการจองหรือซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุริวัน ปรีชาวิบูลย์ (2546: 31-58) ที่ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า สถานที่ซื้อตั๋วโดยสารส่วนใหญ่คือ บริษัทตัวแทนจำหน่ายของสายการบินไทย และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุกัญญา กล้าขยัน (2548: 56-61) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีเส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ กล่าวว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ดำเนินการซื้อตั๋วโดยสารกับบริษัทโดยตรง

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่ผู้โดยสารทั้งของสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ เดินทางไปเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541: 129-131) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมัญชัย ศรีมาจันทร์ (2537: 109-110) ที่ศึกษาอุปสงค์ต่อการเดินทางทางอากาศภายในประเทศไทย กล่าวว่าผู้โดยสารชาวไทยมักเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อนฝูง ส่วนชาวต่างชาติมักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน

จำนวนครั้งที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้โดยสารทั้งของสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตภายใน 1 ปีที่ผ่านมาเป็นจำนวน 1 ครั้ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541: 129-131) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอีกครั้งเนื่องจากภูเก็ตมีสภาพภูมิทัศน์และธรรมชาติที่สวยงามทางด้านชายทะเลและชายหาด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมัญชัย ศรีมาจันทร์ (2537: 109-110) ที่ศึกษาอุปสงค์ต่อการเดินทางทางอากาศภายในประเทศไทย กล่าวว่า ผู้โดยสารชาวไทยเกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่เคยเดินทางทางอากาศมาก่อนแล้ว

ผู้โดยสารเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยหรือไม่ พบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยในครั้งนีเกือบทั้งหมดเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยมาก่อนแล้ว ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ในครั้งนี้ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยมาก่อน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม กับลักษณะการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารเพื่อเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต มีดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

อายุของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสายการบินจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทย มีอายุระหว่าง 42-49 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด และมีอายุระหว่าง 18-25 ปีเป็นจำนวนน้อยที่สุด ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีอายุระหว่าง 26-33 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด และมีอายุระหว่าง 42-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนน้อยที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของชูดิมา เอื้อสมศักดิ์สกุล (2546: 43-47) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อสายการบินไทย กล่าวว่า อายุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติส่วนความเข้าใจ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวันดา วันวงษ์ (2544: 44-96) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง กรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ กล่าวว่า อายุของผู้โดยสารสามารถอธิบายความพึงพอใจต่อการให้บริการได้

การศึกษาของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสายการบินจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด และมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นจำนวนน้อยที่สุด ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุดเช่นเดียวกันแต่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีเป็นจำนวนน้อยที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของสุกัญญา กล้ายัน (2548: 56-61) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีเส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ กล่าวว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางในทุกเรื่อง

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม

อาชีพของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสายการบินจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเป็นจำนวนมากที่สุด และเป็นนักเรียน/นักศึกษาเป็นจำนวนน้อยที่สุด ส่วนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินอื่นๆ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นจำนวนมากที่สุด และอาชีพอื่นๆ เป็นจำนวนน้อยที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของสุกัญญา กล้ายัน (2548: 56-61) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีเส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ กล่าวว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางในทุกเรื่อง

รายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสายการบินจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท และ มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทเป็นจำนวนน้อยที่สุด ส่วนผู้โดยสารที่

3. การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ – ภูเก็ต มีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่สายการบินไทยได้ให้บริการในปัจจุบัน อันได้แก่ การมีเที่ยวบินออกจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตทุกวัน การมีตารางเวลาการออกเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตให้เลือกมาก การออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา ที่นั่งและบริเวณที่นั่งมีขนาดเหมาะสมและมีความสบาย และห้องน้ำมีความสะอาด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธนพล ดวงรัตนกุล (2545: 197-214) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทย กรณีศึกษาเส้นทางบินระหว่างประเทศ กล่าวว่า ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมากทั้งการออกเดินทางตรงตามกำหนดเวลา และการเดินทางถึงที่หมายตรงตามกำหนดเวลา

ด้านราคา

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อระดับราคาค่าตัวโดยสารที่สายการบินไทยได้กำหนดใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง การแจกแจงรายละเอียดของราคาค่าโดยสารมีความชัดเจน ราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ และสามารถจองตั๋วได้ในราคาที่ลดลงเมื่อจองผ่านตัวแทนจำหน่าย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุธีวัน ปรีชาวิบูลย์ (2546: 31-58) ที่ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า สถานที่ซื้อตั๋วโดยสารส่วนใหญ่คือบริษัทตัวแทนจำหน่ายของสายการบินไทย

ส่วนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง คือราคาค่าโดยสารถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุธีวัน ปรีชาวิบูลย์ (2546: 31-58) ที่ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าผู้โดยสารให้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อความสะดวกในการเข้าถึงการใช้บริการในช่องทางต่างๆ ในปัจจุบันของสายการบินไทย อันได้แก่ ความสะดวกในการซื้อตั๋วที่สำนักงานใหญ่การบินไทย ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางสำนักงานขายตั๋วการบินไทย ความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ตการบินไทย และความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทางตัวแทนจำหน่าย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิชญ มหามงคล (2546: 43-122) ที่ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับมากด้านการสำรองที่นั่งในประเด็นตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารที่มีการสำรองที่นั่งอย่างทั่วถึงอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือเรื่องที่ตั้งของสำนักงานสำรองที่นั่งมีความเหมาะสมและเดินทางมาได้สะดวก

ส่วนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทาง Call Center ของการบินไทย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิชญ มหามงคล (2546: 43-122) ที่ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในประเด็นการบริการสำรองที่นั่งทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง และการสำรองที่นั่งทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อวิธีการต่างๆ ในปัจจุบันที่สายการบินไทยใช้ในการส่งเสริมการตลาด อันได้แก่ การมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสายการบินประจำชาติไทย มีรายการสะสมไมล์เพื่อใช้แลกตั๋วโดยสาร และการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่างๆ หลากหลาย ส่วนความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ การได้รับส่วนลดราคาที่พักในภูเก็ตเมื่อเดินทางโดยสายการบินไทย และการเป็นสายการบินที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิชญ มหามงคล (2546: 43-122) ที่ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านการตลาดในประเด็นการเป็นสมาชิกกลุ่มพันธมิตร Star Alliance ช่วยให้ผู้โดยสารเดินทางสะดวกและได้รับผลประโยชน์มากขึ้น รองลงมาคือการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ดี โครงการ Royal Orchid Holiday ทำให้เดินทางสะดวก และโครงการ Royal Orchid Plus ทำให้ได้สิทธิพิเศษและผลประโยชน์

ด้านบุคลากรในการให้บริการ

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อคุณภาพของบุคลากรที่ให้บริการ โดยตรงต่อผู้โดยสารของสายการบินไทยในด้านต่างๆ อันได้แก่ การที่พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีอัธยาศัยไมตรี การที่พนักงานประกาศแจ้งเตือนข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน การที่พนักงานดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารอย่างดี และการที่พนักงานมีความเป็นกันเองต่อผู้โดยสาร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของจินดารัตน์ ศักดิ์สุภา (2544: 59-83) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการปฏิบัติงานบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งในเส้นทางบินต่างประเทศและภายในประเทศ กล่าวว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านการสื่อสารระหว่างพนักงานและผู้โดยสารซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ การประกาศของพนักงานชัดเจนถูกต้อง การสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้โดยสาร การสื่อสารระหว่างพนักงานสุภาพไม่รบกวน พนักงานมีกิริยาวาจาสุภาพเป็นมิตรและให้เกียรติ และพนักงานเอาใจใส่ดูแลผู้โดยสารมากกว่ามีปฏิสัมพันธ์กันเอง

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อกระบวนการให้บริการของสายการบินไทยในด้านต่างๆ อันได้แก่ การจองตั๋วทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายและสะดวก การเช็คอินที่เคาน์เตอร์เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว การชั่งน้ำหนักและโหลดสัมภาระถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว การเดินทางในอาคารผู้โดยสารไปขึ้นเครื่องมีความสะดวกรวดเร็ว และการลำเลียงผู้โดยสารเพื่อเข้าประจำที่นั่งเป็นไปอย่างมีระเบียบ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิภาดา สรเพชญ์พิสัย (2546: 190-208) ที่ศึกษาพฤติกรรมการทัศนคติของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่มีต่อการบริการภาคพื้นดินของสายการบินไทย กล่าวว่า ผู้โดยสารมีความพอใจต่อจำนวนของเคาน์เตอร์ที่ทำการตรวจเช็คบัตรโดยสาร ความสะดวกสบายของสถานที่ ความเหมาะสมของอุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้งบัตรที่นั่ง เบอร์ติดกระเป๋ การเช็คอินที่ gate ได้เลยโดยไม่ต้องไปที่เคาน์เตอร์

ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ

ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อกระบวนการให้บริการของสายการบินไทยในด้านต่างๆ อันได้แก่ การมีบริเวณประตูทางขึ้นเครื่องมีที่นั่งเพียงพอและสะอาด การที่ห้องโดยสารมีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีการตกแต่งลดลวดลายเครื่องบินมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ อาหารบนเครื่องบินมีความสะอาดและถูกปาก และการที่เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสวยงาม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนพล ดวงรัตนกุล (2545: 197-214) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีผลต่อการบริการของสายการบินไทย กรณีศึกษาเส้นทางบินระหว่างประเทศ กล่าวว่า ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมากด้านลักษณะการแต่งกายด้วยชุดไทยของพนักงานต้อนรับหญิงบนเครื่องบิน รองลงมาคือลักษณะการแต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงานของพนักงานต้อนรับ และความมีอัธยาศัยไมตรี ตามลำดับ ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการบริการทางด้านคุณค่าของอาหารที่ถูกหลักอนามัยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาอุปสงค์การเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าหลักของสายการบินไทย ได้แก่ กลุ่มผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 42-49 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท และ มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มลูกค้าหลักของสายการบินอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 26-33 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ของสายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ สามารถทราบถึงกลุ่มลูกค้าหลักของตนและกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับลักษณะความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงเป้าหมาย

2. สายการบินไทยและสายการบินอื่นๆ ควรให้ความสำคัญต่ออายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือนของครอบครัวของผู้โดยสารที่เดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตเป็นอย่างมาก เนื่องจากลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมนี้มีความสัมพันธ์กับลักษณะการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารว่าจะเลือกใช้บริการเดินทางกับสายการบินใด

3. จากผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ต พบว่าประเด็นราคาค่าโดยสารของสายการบินไทยถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ นั้น ผู้โดยสารมีความคิดเห็นระดับปานกลาง ดังนั้นสายการบินไทยควรเปรียบเทียบราคาค่าโดยสารของตนเองกับสายการบินในระดับที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้เป็นราคาที่แข่งขันกันได้เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าหรือบริการที่ผู้โดยสารจะได้รับ แต่หากเปรียบเทียบค่าโดยสารของการบินไทยกับสายการบินต้นทุนต่ำจะพบว่ากลุ่มลูกค้าของสายการบินไทยกับสายการบินต้นทุนต่ำนั้นเป็นคนละกลุ่มกัน ดังนั้นการบินไทยควรปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้แตกต่างไปจากสายการบินต้นทุนต่ำเหล่านั้น เพื่อให้ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินไทยได้ตระหนักถึงบริการที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของการบินไทย และเข้าใจถึงสาเหตุที่จ่ายแพงกว่าสายการบินอื่น นอกจากนี้ยังเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าของการบินไทยไม่ให้หันไปใช้บริการสายการบินอื่นในอนาคต

ส่วนประเด็นความสะดวกในการซื้อตั๋วผ่านทาง Call Center ของสายการบินไทย ประเด็นการได้รับส่วนลดราคาที่พักในภูเก็ตเมื่อเดินทางโดยสายการบินไทย และประเด็นสายการบินไทยเป็นสายการบินที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ผู้โดยสารมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยเท่านั้น ดังนั้นสายการบินไทยควรให้การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่ให้ข้อมูลและการจองตั๋วโดยสารผ่านทางโทรศัพท์เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถจองตั๋วโดยสารผ่านทาง Call Center ของการบินไทยได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การบินไทยสามารถร่วมมือกับภาคเอกชน โรงแรม สถานที่

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาอุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาในเส้นทางไปยังจังหวัดอื่นๆ และเส้นทางระหว่างประเทศ เพื่อให้บริษัทสายการบินต่างๆ ตอบสนองความต้องการผู้โดยสารที่มีอุปสงค์ต่อการเดินทางในเส้นทางต่างๆ อย่างครบถ้วน

2. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินไทยที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบินอื่นๆ ได้ เพราะนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทสายการบินนั้นๆ แล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อสายการบินไทยให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารแล้วนำมาแก้ไขและปรับปรุงบริการของตนให้เป็นที่ต้องการของผู้โดยสารมากที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางอากาศ. (2552). สถิติข้อมูลการขนส่งทางอากาศ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2552, จาก <http://www.aviation.go.th/technical/international/inter2008.pdf>
- (2552). ข้อมูลบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2552, จาก http://www.aviation.go.th/rbm/bkk_air.pdf
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: วิพริ้นท์.
- จินดารัตน์ ศักดิ์สุภา. (2544). ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการปฏิบัติงานบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จุฑาพร สุระเชษฐมสัน. (2532). การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชนิดา วันวงษ์. (2544). ความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยต่อการบริการของแผนกสอยและรับรองที่นั่ง ศึกษาเฉพาะกรณี ท่าอากาศยานกรุงเทพ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชุตีมา เอื้อสมศักดิ์สกุล. (2546). ทักษะคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อสายการบินไทย. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนพล ดวงรัตนกุล. (2545). ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการของสายการบินไทย กรณีศึกษาเฉพาะเส้นทางบินระหว่างประเทศ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2546). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). (2551). รายงานประจำปี บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ: การบินไทย.
- (2552). ข้อมูลบริษัทการบินไทย. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www.thaiair.com/about-thai/company-profile/th/history.htm>

- บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด. (2552). ข้อมูลบริษัท สายการบินไทยแอร์เอเชีย จำกัด. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www.airasia.com/site/th/TH/page>.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2552). สถิติการขนส่งทางอากาศท่าอากาศยานภูเก็ต ปี 2550, สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2552, จาก <http://www2.airportthai.co.th/airportnew/main/pdf/PHUKET2.pdf#page=3>
- บริษัท วันทูโก แอร์ไลน์ จำกัด. (2552). ข้อมูลบริษัท วันทูโก แอร์ไลน์ จำกัด. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www.fly12go.com/th/home/index.php>
- บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด. (2552). ข้อมูลบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2552, จาก http://www.nokair.com/s1000_obj/contents/html/th-TH/Company.html
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- พิภพ อุดร. (2547). สามประสานเพื่อบริการเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เวลาดี
- พิษณุ มหามงคล. (2546). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน). วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2544). สถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- . (2550). การวิจัยเพื่อการบริหารงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2550). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภาดา สรเพชญ์พิสัย. (2546). พฤติกรรมและทัศนคติของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่มีต่อการบริการภาคพื้นของสายการบินไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัช วรรณรัตน์. (2535). วิธีการทางสถิติสำหรับวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สณัฐ ศรีมาจันทร์. (2537). การวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการเดินทางทางอากาศภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สิรินาถ นุชชัยเหล็ก. (2541). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- สุกัญญา กล้าขยัน. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีศึกษาเส้นทางบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุธีวัน ปรืชาวิบูลย์. (2546). *ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.
- Alexander T. Wells. (1994). *Air Transportation: A Management Perspective*. 3rd ed. Belmont: Wadsworth.
- Eaton, B. Curtis; Eaton, Diane F.; & Allen, Douglas. (2000). *Microeconomics*. 4 th ed. Prentice: Hall Canada Inc.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management*. The Millennium Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Martin Evans,; Ahmad Jamal.; & Gordon Foxall. (2006). *Consumer Behaviour*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Maurice.; et al. (1999). *Managerial Economics*. 6th ed. Boston: McGraw Hill.
- Schiffman; & Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ตารางการบินกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

ตาราง แสดงเที่ยวบิน วันและเวลาของการเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทย

เที่ยวบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงปลายทาง	วัน
TG 201	7:10	8:35	ทุกวัน
TG 203	7:35	9:00	ทุกวัน
TG 205	9:25	10:40	ทุกวัน
TG 207	10:55	12:15	ทุกวัน
TG 215	14:10	15:30	ทุกวัน
TG 217	16:00	17:20	ทุกวัน
TG 221	18:20	19:40	ทุกวัน
TG 223	19:15	20:35	ทุกวัน
TG 225	22:40	23:59	ทุกวัน

ที่มา: บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)¹

ตาราง แสดงเที่ยวบินวันและเวลาเดินทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

เที่ยวบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงปลายทาง	วัน
PG 271	7:50	9:15	ทุกวัน
PG 924	11:50	13:15	ทุกวัน
PG 273	14:05	15:30	ทุกวัน
PG 277	17:30	18:55	ทุกวัน

ที่มา: บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด²

^{1/2}หมายเหตุ: ตารางการบินระหว่างวันที่ 29 มีนาคม ถึง 24 ตุลาคม 2552

ตาราง แสดงเที่ยวบินวันและเวลาเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยแอร์เอเชีย

เที่ยวบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงปลายทาง	วัน
FD 3021	7:00	8:15	ทุกวัน
FD 3023	7:50	9:20	ทุกวัน
FD 3025	10:50	12:15	ทุกวัน
FD 3027	13:25	14:45	ทุกวัน
FD 3029	14:25	15:45	ทุกวัน
FD 3031	16:35	17:45	ทุกวัน
FD 3033	19:55	21:15	ทุกวัน
FD 3035	21:20	22:40	ทุกวัน

ที่มา: บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ¹

ตาราง แสดงเที่ยวบิน วันและเวลาเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินนกแอร์

เที่ยวบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงปลายทาง	วัน
DD 7502	9:15	10:35	ทุกวัน
DD 7506	13:40	15:00	ทุกวัน

ที่มา: บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด ²

ตาราง แสดงเที่ยวบิน วันและเวลาเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินวันทูโก

เที่ยวบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงปลายทาง	วัน
OX 8221	11:50	13:10	ทุกวัน

ที่มา: บริษัท วันทูโก แอร์ไลน์ จำกัด ³

^{1/2/3}หมายเหตุ: ตารางการบินระหว่างวันที่ 29 มีนาคม ถึง 24 ตุลาคม 2552

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง อุปสงค์ของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินกรุงเทพ-ภูเก็ต

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพ-ภูเก็ต และความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อบริการของสายการบินไทย เส้นทางกรุงเทพ-ภูเก็ต ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้ และผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพ-ภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับลักษณะของท่านมากที่สุด

1. อายุ () 18 – 25 ปี () 26 – 33 ปี () 34 – 41 ปี
 () 42 – 49 ปี () 50 ปีขึ้นไป
2. สัญชาติ () ไทย () อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. การศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ () นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () เจ้าของธุรกิจ () อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว
 () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท () 30,001-40,000 บาท
 () 40,001-50,000 บาท () 50,001-60,000 บาท () มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการเดินทางของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศจากกรุงเทพ-ภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับลักษณะการเดินทางของท่านมากที่สุด

6. ในการเดินทางจากกรุงเทพ-ภูเก็ตครั้งนี้ ท่านเดินทางโดยสายการบินใด
 () การบินไทย () บางกอกแอร์เวย์ส () ไทยแอร์เอเชีย () นกแอร์ () วันทูโก
7. ในการเดินทางจากกรุงเทพ-ภูเก็ตครั้งนี้ ใครเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้สายการบินนี้
 () ตัวท่านเอง () สมาชิกในครอบครัว () เพื่อน () บริษัททัวร์ () อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. ในการเดินทางจากกรุงเทพ-ภูเก็ตครั้งนี้ ท่านเดินทางกับใครบ้าง
 () ท่านคนเดียว () สมาชิกในครอบครัว () เพื่อน () กลุ่มทัวร์ () อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. ในการเดินทางจากกรุงเทพ-ภูเก็ตครั้งนี้ ท่านจองตั๋วล่วงหน้าก่อนวันเดินทางนานเพียงใด
 () ภายใน 1 สัปดาห์ () ตั้งแต่ 1 สัปดาห์แต่ไม่เกิน 1 เดือน
 () ตั้งแต่ 1 เดือนแต่ไม่เกิน 2 เดือน () ตั้งแต่ 2 เดือนขึ้นไป

10. ในการเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตครั้งนี้ ท่านจองหรือซื้อตั๋วโดยสารที่ไหน
 () สำนักงานของสายการบิน () เว็บไซต์ของสายการบิน () Call Center ของสายการบิน
 () บริษัทตัวแทนจำหน่าย () เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย () อื่นๆ โปรดระบุ.....
11. วัตถุประสงค์ในการเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตครั้งนี้ คือ
 () ท่องเที่ยว/พักผ่อน () ทำธุรกิจ/การค้า () กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ
 () ศึกษา/อบรม/สัมมนา () อื่นๆ โปรดระบุ.....
12. ท่านเดินทางทางอากาศจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตกี่ครั้งใน 1 ปีที่ผ่านมา..... ครั้ง
13. ท่านเคยเดินทางจากกรุงเทพฯ-ภูเก็ตโดยสายการบินไทยหรือไม่
 () เคย (โปรดทำต่อในตอนที่ 3) () ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อบริการของสายการบินไทยเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยกำหนด	1	=	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	2	=	ไม่เห็นด้วย
	3	=	เห็นด้วยปานกลาง
	4	=	เห็นด้วย
	5	=	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

	ระดับความคิดเห็น
1. มีเที่ยวบินออกจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตทุกวัน	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
2. มีตารางเวลาการออกเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตให้เลือกมาก	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
3. การออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
4. การเช็คอินอัตโนมัติด้วยตนเองที่สนามบินทำได้อย่างรวดเร็ว	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
5. การโหลดกระเป๋าสัมภาระเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ด้านราคา (Price)

	ระดับความคิดเห็น
6. ราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
7. การแจกแจงรายละเอียดของราคาค่าโดยสารมีความชัดเจน	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
8. ราคาค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
9. สามารถจองตั๋วโดยสารในราคาที่ลดลงเมื่อจองผ่านตัวแทนจำหน่าย	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
10. ราคาค่าโดยสารถูกกว่าของสายการบินอื่นๆ	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)**ระดับความคิดเห็น**

11. ความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารที่สำนักงานใหญ่การบินไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
12. ความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางสำนักงานขายตั๋วการบินไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
13. ความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตการบินไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
14. ความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทางตัวแทนจำหน่าย (Agency) () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
15. ความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทาง Call Center ของการบินไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

16. มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสายการบินประจำชาติไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
17. มีรายการสะสมไมล์เพื่อใช้แลกตั๋วโดยสาร () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
18. มีการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่างๆ หลากหลาย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
19. ได้รับส่วนลดราคาที่พนักในจังหวัดภูเก็ตเมื่อเดินทางโดยสายการบินไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
20. เป็นสายการบินที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย () 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People)

21. พนักงานแต่งกายสุภาพสวยงาม () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีอัธยาศัยไมตรี () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
23. พนักงานประกาศแจ้งเตือนข้อมูลได้อย่างถูกต้องชัดเจน () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
24. พนักงานดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารอย่างดี () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
25. พนักงานมีความเป็นกันเองต่อผู้โดยสาร () 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

26. การจองตั๋วโดยสารทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายและสะดวก () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
27. การเช็คอินที่เคาน์เตอร์เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
28. การชั่งน้ำหนักและโหลดสัมภาระถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
29. การเดินทางในอาคารผู้โดยสารเพื่อไปขึ้นเครื่องมีความสะดวกรวดเร็ว () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
30. การลำเลียงผู้โดยสารเพื่อเข้าประจำที่นั่งเป็นไปอย่างมีระเบียบรวดเร็ว () 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence)

31. บริเวณประตูทางขึ้นเครื่องมีที่นั่งเพียงพอและสะอาด () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
32. ห้องโดยสารมีการตกแต่งอย่างสวยงาม () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
33. การตกแต่งลวดลายเครื่องบินมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
34. อาหารบนเครื่องบินมีความสะอาดและถูกปาก () 5 () 4 () 3 () 2 () 1
35. เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสวยงาม () 5 () 4 () 3 () 2 () 1

Questionnaire

Title Passengers demand for airline service from Bangkok to Phuket

This questionnaire is partial of Master's Project which is partial fulfillment of the requirements for the Master of Economics Degree in Managirial Economics. The objectives are data collection of passengers who travelling from Bangkok to Phuket. Therefore we would like to thank you for your kind cooperation in completing this questionnaire.

Part 1 Personal data of Bangkok-Phuket Passengers

Instruction Please checks / in the box that matched your personal data.

1. Age ☐ 18 – 25 years ☐ 26 – 33 years ☐ 34 – 41 years
 ☐ 42 – 49 years ☐ More than 50 years
2. Nationality ☐ Thai ☐ Other, please specify.....
3. Education ☐ High school/Diploma ☐ Bachelor's degree ☐ Postgraduate
4. Occupation ☐ Student ☐ Governmental Officer ☐ Employee
 ☐ Self employed/Business Owner ☐ Other, please specify.....
5. Income per month of your family
 ☐ Not more than USD 500 ☐ USD501-700 ☐ USD 701-900
 ☐ USD 901-1,100 ☐ More than USD 1,101

Part 2 Characteristic of passengers' air transportation from Bangkok to Phuket

Instruction Please checks / in the box that matched your characteristic.

6. Which airline do you fly in this trip?
 ☐ Thai Airways ☐ Bangkok Airways ☐ Thai Airasia ☐ Nok Air ☐ One-Two-Go
7. Who decided using this airline for this trip?
 ☐ Yourself ☐ Family ☐ Friends ☐ Travel agents ☐ Other, please specify.....
8. Whom do you travel with?
 ☐ Yourself ☐ Family ☐ Friends ☐ Travel agents ☐ Other, please specify.....
9. How long in advance do you make reservation this ticket?
 ☐ With in 1 week ☐ More than 1 week but not over 1 month
 ☐ More than 1 month but not over 2 months ☐ More than 2 months
10. Where did you buy this ticket?
 ☐ Airline's office ☐ Airline's website ☐ Airline's Call Center
 ☐ Sales agent ☐ Sales agent's website ☐ Other, please specify.....

11. What is the purpose of this trip?

() Travel/Leisure () Business () Visiting family () Education/Seminar

() Other, please specify.....

12. How many times did you fly from Bangkok to Phuket last year?..... times

13. Have you ever flown from Bangkok to Phuket with Thai Airways (TG)?

() Yes (Please do the next part)

() No (Interview is finished.)

Part 3 Opinions of Thai Airways' passengers toward the services in Bangkok-Phuket route.

Instruction Please indicate your level of attitude with each of the following statements by check / the suitable box below.

When	5	=	Strongly agree
	4	=	Agree
	3	=	Neutral
	2	=	Disagree
	1	=	Strongly disagree

Product

1. There are daily flights from Bangkok to Phuket.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
2. There are many of departure time schedule from Bangkok to Phuket.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
3. It is punctuality of departure and arrival time.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
4. It is convenience to check-in byself.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
5. It is accuracy of baggage reclaim.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

Price

6. It is reasonable price comparing with distance.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
7. It is well-described of price detail.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
8. It is suitable price comparing with obtained service.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
9. It is good deal when reserve with agency.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
10. It is lower price comparing to other airlines.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

Place/Channel

11. It is convenience to buy ticket at Head office of Thai Airways.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
12. It is convenience to buy ticket at Selling Ticket Boot.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
13. It is convenience to buy ticket via Internet.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
14. It is convenience to buy ticket via Agency.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1
15. It is convenience to buy ticket via Call Center.	() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

Promotion**Level of attitude**

- | | |
|---|-------------------------------|
| 16. Good image of Thai Airways | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 17. There are earning mileage promotions. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 18. There are varieties of advertisement. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 19. There are getting accommodation discount when flying with Thai Airways. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 20. There are varieties of domestic promotion. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |

People

- | | |
|---|-------------------------------|
| 21. Staffs have beautiful uniforms. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 22. Staffs have warm-welcome smile. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 23. Staffs are accuracy of announcement. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 24. Staffs are good taking care of passenger. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 25. Staffs are friendly. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |

Process

- | | |
|--|-------------------------------|
| 26. It is convenience to booking via internet. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 27. It is speed of check-in at counter. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 28. It is accuracy of baggage weight. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 29. It is convenience to walk in the terminal to gate. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 30. It is neatly to convey passenger to the seating. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |

Physical Evidence

- | | |
|---|-------------------------------|
| 31. There are adequate seats around gate area. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 32. There are well-decorated of passenger room. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 33. There are well-designed and unique on the fleets. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 34. There are good and clear on board food. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |
| 35. There are beautiful uniform of Thai Airways cabin crew. | () 5 () 4 () 3 () 2 () 1 |

ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล | อาจารย์ประจำสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และ
นโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. นายรัชกฤษ วงโรจน์ | พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) |

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

สุนทรี จารุวัฒนสกุล

วันเดือนปีเกิด

16 สิงหาคม พ.ศ. 2523

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

550/31 ถ.อโศก-ดินแดง ดินแดง กรุงเทพฯ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ

จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2553

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ