

ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ชวบินในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
ณัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์

25 ก.ค. 2549

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2549

1 4

ณัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์ (2549). ทักษะคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของ
ผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่เกี่ยวพันภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สาร
นิพนธ์ บ.ช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาทักษะคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและ
พฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่เกี่ยวพันภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ใช้บริการของสายการบินนก
แอร์ที่เกี่ยวพันในประเทศ ในบริเวณสนามบินภายในประเทศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดย
จำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ทักษะคติต่อการใช้บริการ ความพึงพอใจโดยรวม ความ
จงรักภักดี และพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เกี่ยวพันภายในประเทศ โดยสถิติที่
ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความ
แตกต่างโดยใช้ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี
มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเรียนนักศึกษา รับราชการและ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท
2. กลุ่มตัวอย่างมีทักษะคติโดยรวมต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่เกี่ยวพัน
ภายในประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน
บุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการดำเนินการ และด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ อยู่ใน
ระดับดี
3. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เกี่ยวพัน
ภายในประเทศ อยู่ในระดับพึงพอใจ และมีความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เกี่ยวพัน
ภายในประเทศ อยู่ในระดับที่ดี โดยมีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1.61 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่
นิยมใช้ในวันวันหยุดสัปดาห์/วันนักขัตฤกษ์ และช่วงเวลา 06.00 – 12.00 น.

จากการทดสอบสมมุติฐานสามารถสรุปได้ว่า

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. ทักษะต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ระดับดี ในด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการดำเนินการ ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ และมีทัศนคติ ระดับปานกลาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง
4. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบิน ภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

ATTITUDE, CUSTOMER, TOTAL SATISFACTION LOYALTY AND UTILIZING
BEHAVIOR TOWARDS NOK AIR AIRLINE DOMESTIC FLIGHT
IN BANGKOK METROPOLITAN.

AN ABSTRACT

BY

MRS NATHAWAN MUKDAPIPAK

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University

May 2006

Nattawan Mukdapitak (2006). *Attitude, customer total satisfaction, loyalty and utilizing behavior towards Nok Air Airline domestic flight in Bangkok Metropolitan.*

Thesis for MBA (Marketing) Bangkok : Graduate School, Srinakarinwirote University. Advisor Committee: *Assistant Professor Siriwan Sayreerat.*

The purpose of this research is to study attitude, customer total satisfaction, loyalty and utilizing behavior towards Nok Air Airline domestic flight in Bangkok Metropolitan by means of questionnaire as a tool to collect information from the customers of Nok Air Airline in domestic flights. There are 400 persons in the sample group categorized according to demography, attitude for services, customer total satisfaction, loyalty and utilizing behavior towards Nok Air Airline. The statistics used in data analysis are percentage, mean, standard deviation, constant difference analysis, one side variation analysis, and determination of integral relation coefficient.

The research results indicated that:-

1. Analysis of data found that most of the sample group are married women between 36 to 45 years of age and mostly hold a bachelor degree. Occupations are students, governmental officials, and state enterprise employees with salary between 10,001 to 20,000 Baht per month.

2. In general, the group sample has good attitude to the services of domestic flight of Nok Air Airline on products, prices, distribution of products, marketing promotion, personnel, physical look, operation, and increasing of yield and quality.

3. The sample group got customer total satisfaction in using services of domestic flight of Nok Air Airline and loyalty is at good level. The frequency of using services is 1.61 times per month on average, mostly on weekend holidays and annual holidays during 6:00 to 12:00 o'clock.

The research assumption test finds that :

1. The difference of characteristics in demography point of view such as age, status and salary effects the general satisfaction of the customers of domestic flights of Nok Air Airline at the statistical significant level of 0.05

2. The attitude of using domestic flights of Nok Air Airline is at good level on distribution of products, marketing promotion, personnel, physical look, operation, increasing of yield and quality, and at medium level for the attitude of products and prices which have relationship with general satisfaction of the customers of domestic flights of Nok Air Airline at a statistical significant level of 0.05

3. Total satisfaction of the customers of domestic flights of Nok Air Airline has relationship with the loyalty of the customers to the domestic flights of Nok Air Airline at a statistical significant level of 0.05 with relationship in the same direction at medium level.

4. Total satisfaction of the customers of domestic flights of Nok Air Airline has relationship with the behavior of the frequency of using services of the customers of domestic flights of Nok Air Airline at a statistical significant level of 0.05 with relationship in the same direction at low level.

ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสภการ
บินนกแอร์เที่ยวบินในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
ณัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

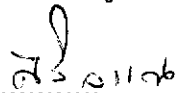
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



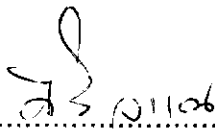
.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

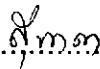


.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

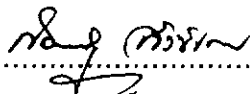


.....กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)



.....กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ดร.รัชนีพงศ์ วงศาโรจน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2549

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำวิจัย ตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และ อาจารย์ดร.รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม และชาวซึ่งในความกรุณา จากอาจารย์ เสาวลักษณ์ สุนทรหา ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

และท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณความดี และความมานะอดทน ตลอดจนครอบครัวของข้าพเจ้า โดยเฉพาะ นายฉรินทร์ , ด.ญ.ณสิกา และด.ช.ณภัทร มุกดาพิทักษ์ ที่เป็นแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตของข้าพเจ้า และเพื่อน ๆ ของข้าพเจ้า ที่ให้ความช่วยเหลือเสมอมาจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ณัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์

สารบัญ

| บทที่ | หน้า |
|--|------|
| 1 บทนำ | |
| ภูมิหลัง..... | 1 |
| ความมุ่งหมายของการวิจัย..... | 2 |
| ความสำคัญของการวิจัย..... | 3 |
| ขอบเขตของการวิจัย..... | 3 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย..... | 3 |
| ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา..... | 4 |
| นิยามศัพท์..... | 6 |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 8 |
| สมมติฐานในการวิจัย..... | 9 |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์..... | 10 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ..... | 13 |
| แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด..... | 14 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ..... | 19 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี..... | 20 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวพฤติกรรมและองค์ประกอบของพฤติกรรม..... | 20 |
| ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสายการบินนกแอร์..... | 22 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 25 |
| 3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า | |
| แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา..... | 28 |
| การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... | 28 |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า..... | 29 |

สารบัญ(ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| 3 (ต่อ) ขั้นตอนการสว่าเครื่องมือ..... | 33 |
| วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 34 |
| การจัดกระทำข้อมูล..... | 34 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 34 |
| สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 36 |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 41 |
| การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 41 |
| สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... | 96 |
| 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า..... | 99 |
| สรุปผลการศึกษาค้นคว้า..... | 103 |
| อภิปรายผล..... | 119 |
| ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย..... | 123 |
| ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป..... | 124 |
| บรรณานุกรม..... | 125 |
| ภาคผนวก..... | 129 |
| ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์..... | 139 |

บัญชีตาราง(ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|--|------|
| 11 | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ..... | 60 |
| 12 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 61 |
| 13 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ จำแนกตามอาชีพ..... | 62 |
| 14 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... | 64 |
| 15 | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ..... | 65 |
| 16 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ..... | 68 |
| 17 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ..... | 72 |
| 18 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ..... | 74 |
| 19 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ..... | 77 |

บัญชีตาราง

| ตาราง | | หน้า |
|-------|---|------|
| 1 | จำนวนและค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน..... | 42 |
| 2 | แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่างใน เขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในการ ประชาสัมพันธ์ก่อนละครออกแพร่ภาพ..... | 46 |
| 3 | แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจ โดยรวมใน การใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียวบิน ภายในประเทศ..... | 51 |
| 4 | แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อสายการบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศ..... | 51 |
| 5 | แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมการใช้ บริการของสายการบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศในด้านความถี่ในการ ใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน)..... | 52 |
| 6 | จำนวนและค่าร้อยละ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนก แอร์ เทียวบินภายในประเทศในด้านวันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ และ ช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์..... | 53 |
| 7 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสาย การบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศ จำแนกตามเพศ..... | 54 |
| 8 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสาย การบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศ จำแนกตามอายุ..... | 56 |
| 9 | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียวบิน ภายในประเทศ..... | 57 |
| 10 | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสาย การบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศ จำแนกตามสถานภาพ..... | 59 |

บัญชีตาราง(ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|--|------|
| 20 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลิกภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ..... | 80 |
| 21 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ..... | 83 |
| 22 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ..... | 86 |
| 23 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ..... | 89 |
| 24 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ... | 92 |
| 25 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (1ครั้ง/1เดือน)ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ..... | 93 |
| 26 | แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความจงรักภักดีต่อสายการบิน กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ..... | 95 |
| 27 | สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ แตกต่างกัน..... | 96 |

บัญชีตาราง(ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|---|------|
| 28 | สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ ด้านการดำเนินการ ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน..... | 97 |
| 29 | สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน..... | 98 |
| 30 | สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน..... | 98 |
| 31 | สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5. ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์มีความสัมพันธ์กับการพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน..... | 98 |

ภาพประกอบ

| ภาพประกอบ | หน้า |
|--|------|
| 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 8 |
| 2 แสดงการบริหารธุรกิจบริการแบบผสมผสาน 8 ประเภท | 15 |
| 3 แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า.. | 19 |

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันนี้เศรษฐกิจของประเทศได้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้ประชาชนมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการติดต่อสื่อสารและเดินทางกันอย่างมากมายทั่วโลก ซึ่งรวมถึงในประเทศไทยด้วย ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารด้านธุรกิจหรือด้านการท่องเที่ยว ทำให้การขนส่งต่างๆ มีความสำคัญและพัฒนาตัวเองอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อตอบสนองกับความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและรายได้ของประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันระบบขนส่งได้แบ่งออกเป็นทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ ซึ่งทางอากาศนั้นนับว่าปัจจุบันได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากมีความรวดเร็ว ปลอดภัย จึงทำให้มีการแข่งขันกันอย่างสูง

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้มีบริษัทต่างๆ เข้ามาประกอบกิจการขนส่งทางอากาศในประเทศแข่งขันกับการบินไทยที่เคยผูกขาดด้านการบินในประเทศ เช่น สายการบินบางกอกแอร์เวย์ สายการบินนกแอร์ สายการบินโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ เป็นต้น และบางสายการบินนั้นที่จะเป็นสายการบินราคาประหยัด (Low Cost Airline) แต่มีสายการบินแห่งหนึ่งที่เป็นสายการบินในเครือของสายการบินไทย คือสายการบินนกแอร์ ซึ่งเปิดมาเพื่อรองรับการแข่งขันในด้านสายการบินที่เน้นด้านราคาประหยัด (Low Cost Airline) ซึ่งในขณะนี้เป็นที่นิยมในการใช้บริการเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

นกแอร์ คือ สายการบินราคาประหยัด บริหารงานโดย บริษัท สกาย เอเชีย จำกัด ซึ่งมีบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร่วมกับผู้ถือหุ้นอื่นๆ " นกแอร์ " เป็นชื่อง่ายๆ สั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ เป็นชื่อที่สื่อถึงความเป็นมิตร และเป็นสัญลักษณ์แห่งอิสรภาพการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นชื่อที่ย้ำความเป็นไทยอย่างแท้จริง ชื่อ นกแอร์ จึงเป็นการสื่อตัวตนที่แท้จริงขององค์กร คือ (ข้อมูลจาก www.Nokair.com)

1. ความเป็นมิตร สิ่งที่นกแอร์เน้นให้ความสำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่ง คือ ไม่เคยลืมว่าการทำธุรกิจบริการ เราจึงมุ่งมั่นเพื่อการให้บริการที่ดีเยี่ยม และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสารที่เป็นลูกค้า

2. อีสรภาพแห่งการเดินทาง นักแอร์มุ่งมันที่จะเป็นกลไกสำคัญในการทำให้การเดินทางทางเครื่องบิน ไม่เป็นสิ่งที่หวัหวัราคาแพงสำหรับคนไทยอีกต่อไป ประชาชนคนไทยจะต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีทัดเทียมนานาประเทศ และมีความอบอุ่นในครอบครัวมากขึ้น เพราะไปมาหาสู่กันได้ง่ายและประหยัด เป็นโอกาสอันดีที่จะได้ค้นพบประเทศไทยอันสวยงามของเรา โดยปราศจากข้อจำกัดด้านการเดินทางทางเครื่องบิน ในราคาที่สูงเกินกว่าจะใช้บริการได้

อย่างไรก็ตาม นักแอร์ถือว่าเรื่องความปลอดภัยเป็นหัวใจสำคัญที่สุด การที่นักแอร์ได้รับการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากการบินไทยที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ในด้านตัวเครื่องบิน กัปตัน และนักบิน รวมทั้งการซ่อมบำรุง ซึ่งทั้งหมดเป็นมาตรฐานระดับโลกของการบินไทย ผู้โดยสารจึงมั่นใจได้อย่างเต็มเปี่ยมตลอดเส้นทางการเดินทางกับนักแอร์

นักแอร์เปิดให้บริการการบินภายในประเทศใน 5 เมืองที่เป็นสถานีหลัก ได้แก่ เชียงใหม่ หาดใหญ่ อุตรธานี ภูเก็ต และพิษณุโลก ในอนาคตอันใกล้ นักแอร์มีเป้าหมายจะขยายเส้นทางการบินครอบคลุมทั่วทั้งประเทศไทย จากนั้นจะขยายไปสู่ภูมิภาคเอเชียต่อ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้มุ่งศึกษาถึงทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนักแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการนำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการของสายการบินนักแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศและเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ทำวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ของสายการบินนักแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนักแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนักแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
4. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีต่อสายการบินนักแอร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการของสายการบินนักแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการของสายการบินนักแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

ความสำคัญของการวิจัย

ทำให้ทราบถึงทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร และสามารถนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงการให้บริการรวมถึงด้านผลิตภัณฑ์ของสายการบินนกแอร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

ในการศึกษาโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีนักศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศโดยไม่ทราบจำนวนประชากร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 74) ได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่บกพร่อง จึงสำรอง 4% ได้เท่ากับ 15 คน ได้กลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน การเก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่เที่ยวบินภายในประเทศในบริเวณสนามบินภายในประเทศ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

ตัวแปรอิสระ (Independent) แบ่งได้ดังนี้

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 25 ปี

1.2.2 26 - 35 ปี

1.2.3 36 - 45 ปี

1.2.4 45 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพ

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส

1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง

1.4 ระดับการศึกษา

1.4.1 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า

1.4.2 อนุปริญญา/ปวส.

1.4.3ปริญญาตรี

1.4.4 สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ

1.5.1 นักเรียน/นักศึกษา

1.5.2 รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.5.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

1.5.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน

1.5.6 อื่น _____ (โปรดระบุ)

1.6 รายได้ต่อเดือน

- 1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 1.6.2 10,001 – 20,000 บาท
- 1.6.3 20,001 – 30,000 บาท
- 1.6.4 30,001 – 40,000 บาท
- 1.6.5 40,001 บาทขึ้นไป

2. ทักษะติดต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

- 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2.2 ด้านราคา (Price)
- 2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place)
- 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 2.5 ด้านบุคลากร (People)
- 2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
- 2.7 ด้านดำเนินการ (Process)
- 2.8 ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity & Quality)

ตัวแปรตาม (Dependent) แบ่งได้ดังนี้

- 4. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ
- 5. ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ
 - 6.1 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ในอนาคต
 - 6.2 แนวโน้มพฤติกรรมบอกต่อให้กับผู้อื่นมาใช้บริการของสายการบินนกแอร์
 - 6.3 แนวโน้มพฤติกรรมเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการระหว่างสายการบินนกแอร์ กับสายการบินอื่น
- 6. พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ
 - 5.1 ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนกแอร์
 - 5.2 วันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์
 - 5.3 ช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้คำศัพท์เฉพาะบางคำตามที่จำเป็นต่อการศึกษาค้นคว้านี้ เพื่อให้การใช้ภาษามีความชัดเจนและรัดกุม ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอกำหนदनิยามศัพท์เฉพาะเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการอ่านการวิจัยครั้งนี้

สายการบินนกแอร์

หมายถึง สายการบินราคาประหยัด บริหารงานโดย บริษัท สกาย เอเชีย จำกัด ซึ่งมีบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร่วมกับผู้ถือหุ้นอื่นๆ “ นกแอร์ ” เป็นชื่อง่ายๆ สั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ เป็นชื่อที่สื่อถึงความเป็นมิตร และเป็นสัญลักษณ์แห่งอิสรภาพการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นชื่อที่ย้ำความเป็นไทยอย่างแท้จริง บริษัท สกาย เอเชีย จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจทางด้านการบินให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งในและต่างประเทศ

ผู้โดยสาร

หมายถึง ผู้ที่เดินทางโดยเครื่องบินของ บริษัท สกาย เอเชีย จำกัด เส้นทางภายในประเทศ

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทัศนคติในงานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นเฉพาะ ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศโดยศึกษาทัศนคติในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านดำเนินการ (Process) ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity&Quality)

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการได้รับการบริการทางด้านต่างๆ ของสายการบินนกแอร์ ซึ่งแบ่งตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรม (Behavior)

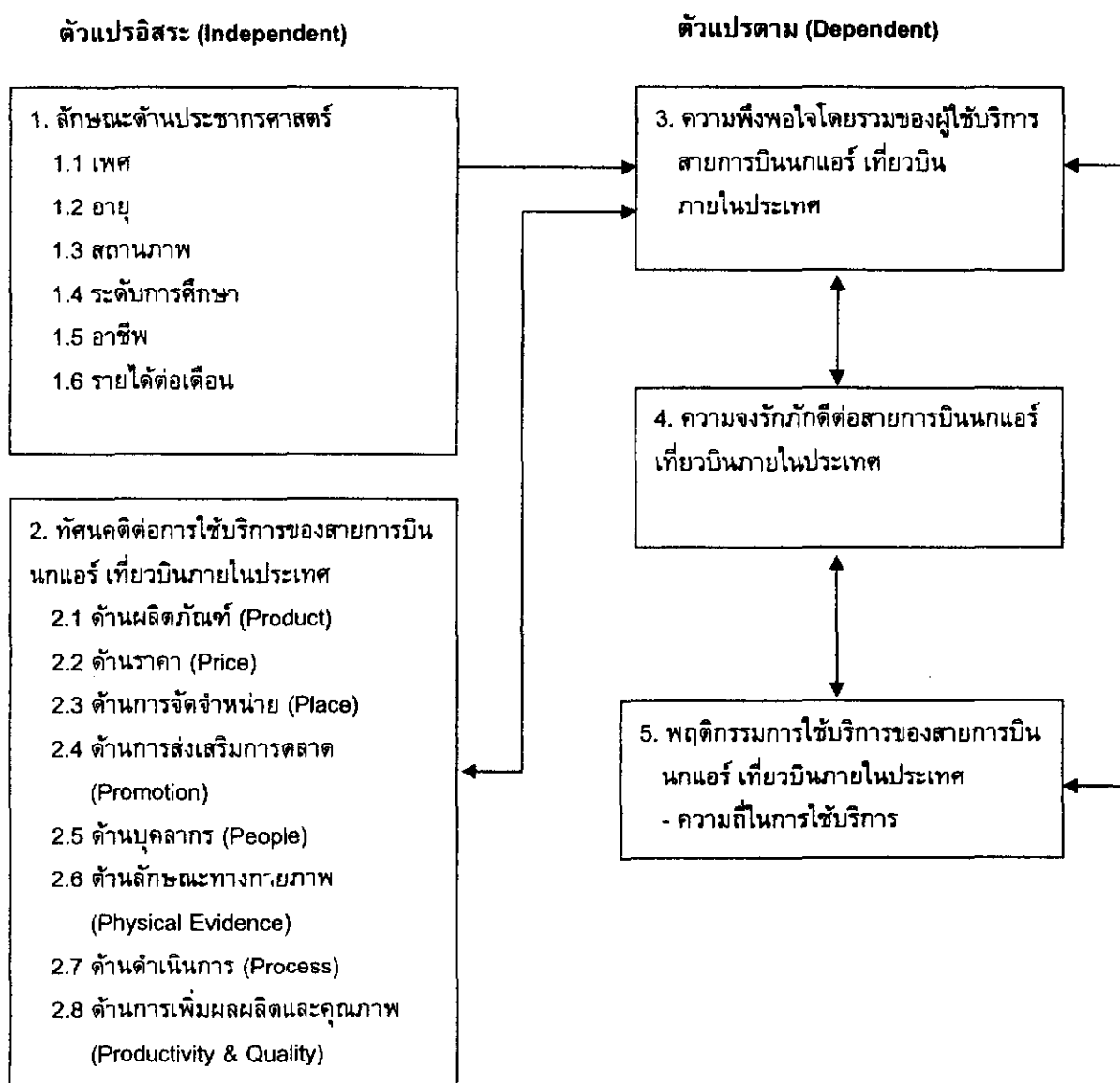
หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการพฤติกรรม ในงานวิจัยนี้ คือการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดการเดินทาง ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ การตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ตั้งแต่ก่อนขึ้นเครื่องบิน ขณะอยู่บนเครื่องบิน และเมื่อเครื่องบินลงถึงจุดหมายปลายทาง

ผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

ประชากรที่ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ทักษะคติ ความพึงพอใจโดยรวม จงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยวมินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

2. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ (Physical) ด้านดำเนินการ (Process) ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity & Quality) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

4. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

5. ความจงรักภักดีต่อสายการบิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและองค์ประกอบของพฤติกรรม
7. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสายการบินนกแอร์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 41- 42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดควรต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่สตรีทำงานมีมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้น

ในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และยังสนใจในการพิจารณาถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา อาชีพ และสถานะภาพ (Income, education occupation and status) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่างๆ ถือว่าใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันมากขึ้น เกณฑ์รายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพพร้อมกัน

ซูดามา ปุณณะหิตานนท์ (2541:15-16) ได้กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มเชื่อว่า บุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ดังนี้คือ

1. เพศ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชาย คือเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา

2. อายุ พบว่าในวัยเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆ และจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การ์ตูน เพลง วิทยุและวิทยุหนุ่มสาวจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงโดยจะฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์มากพอๆกัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น

3. การศึกษา พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวกับการรับสาร ซึ่งคอมสต็อกและคณะอธิบายว่าการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องเกี่ยวกับสาธารณชน และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ ลาซาร์เฟลด์และเคนเดิลพบว่า

คนที่มีการศึกษาน้อยฟังวิทยุมากกว่าคนที่การศึกษาสูง ลิงค์และฮอฟ พบว่าผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

4. รายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน โดยชแรมม์และไวท์พบว่า ผู้มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาตื้นเขินเชิงแมคเนลลีและคณะพบว่าคนที่มีความรู้และมีการศึกษาพบว่า คนที่มีความรู้และมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (ปรมะ สตะ เวทิน. 2533:112) โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวังระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

2. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาค่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญ ต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดนี้มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของผู้ชมว่าผู้ที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

นั้นส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินในประเทศอย่างไร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542 : 76) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอโดยมีองค์ประกอบในการเกิดทัศนคติ 3 ส่วนคือ (1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) (2) ส่วนของความรู้สึก (Affective component) (3) ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component)

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106) กล่าวว่า คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าที ความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราก็จะปฏิบัติออกมาในเชิงบวก แต่ถ้าเรามีความรู้สึกในเชิงลบเราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positive)
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act Negative)

แมคโดนัลด์ (McDonald. 1959 : 564) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติ คือแนวโน้มเอียงที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง หรือความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

เคนด์เตอร์ (Kendler. 1963 : 572) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติ คือ ภาวะความพร้อมของแต่ละบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุน หรือต่อต้านสภาพการณ์บางอย่างต่อบุคคลหรือสถาบันหรือแนวคิดบางอย่าง

ธงชัย สันติวงษ์ (2537 : 161-162) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลเป็นการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ การจัดระเบียบดังกล่าว จะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ถ้าเราสังเกตดูจะเห็นว่า มนุษย์ทุกคนที่ใช้ชีวิตผ่านไปวันต่อวันนั้น ทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ และเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เสมอ และเขาจะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา คนทุกคนจะมีระเบียบและแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่ง เป็นไปได้ในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่

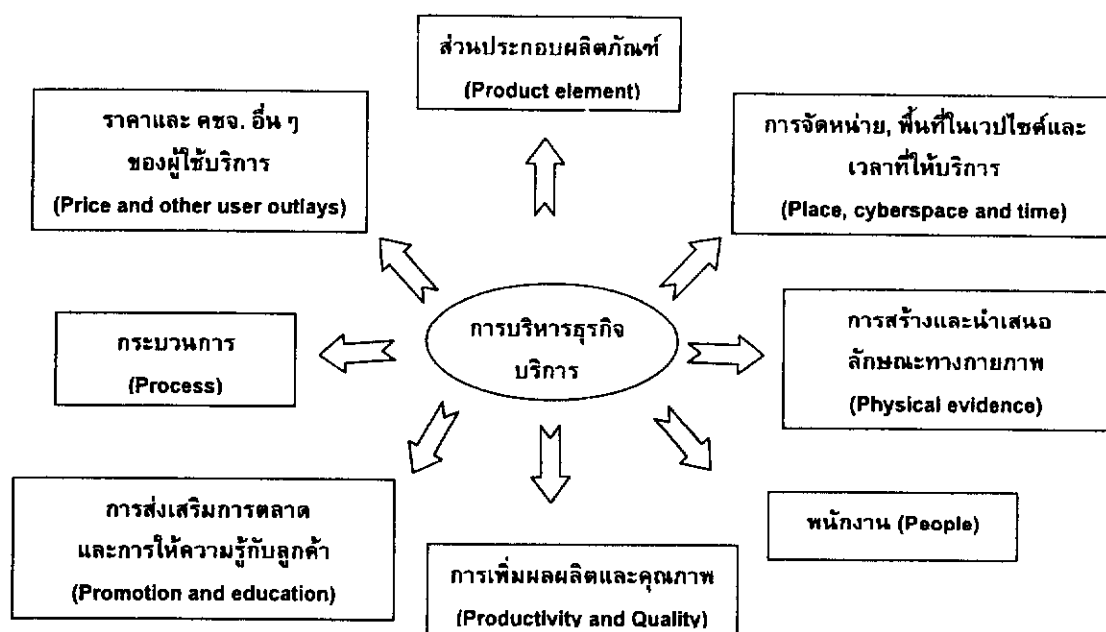
ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีความเป็นกลาง เป็นพระอิฐพระปูน และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน มีคุณค่าเท่ากัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะ คนทุกคนต่างมีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจ และอารมณ์ (Motivational and emotional characteristics) แตกต่างกันออกไปนั่นเอง

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยมีองค์ประกอบที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยจะสะท้อนทัศนคติของตัวเองออกเป็นพฤติกรรมที่อาจจะเป็นได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเรื่องของทัศนคติในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินในประเทศ เพื่อให้รู้ถึงทัศนคติที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่งผลไปถึงความพึงพอใจโดยรวม และพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินในประเทศ ที่แตกต่างกันทั้งในด้านบวกและด้านลบ

แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

การบริหารธุรกิจบริการ

การบริหารธุรกิจบริการแบบผสมผสาน 8 ประการ (The eight components of integrated service management) หมายถึง การวางแผนการบริหารกิจกรรมการตลาด (Marketing) การปฏิบัติการ (Operations) และทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) โดยให้มีการประสานงานกันเป็นอย่างดีเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 8 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ปณิศา ลัญญานนท์. 2548:164)



ภาพประกอบ 2. แสดงการบริหารธุรกิจบริการแบบประสมประสาน 8 ประการ (The eight components of integrated service management)

1. **ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product elements)** หมายถึง ทุกส่วนประกอบของการให้บริการที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ได้แก่ ลักษณะที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก (Core product) และบริการเสริม (Supplementary service) ซึ่งแสดงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการและเป็นการสร้างข้อได้เปรียบ ทางการแข่งขันที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ในเรื่องของบริการนั้นจะต้องเน้นที่ประโยชน์หลักที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์หลัก และยังคงพิจารณาถึงประโยชน์เพิ่มเติมที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์เสริมด้วย

2. **กระบวนการ (Process)** เป็นวิธีการดำเนินการหรือการปฏิบัติ (Operations) ซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่จำเป็นของการให้บริการ กล่าวคือ การสร้างและการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าจะต้องอาศัยการออกแบบและปฏิบัติตามกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ ในกระบวนการจะอธิบายถึงลักษณะและขั้นตอนในระบบการปฏิบัติงานทางด้านบริการ ซึ่งการออกแบบระบบที่ไม่ดีอาจจะทำให้ลูกค้าได้รับบริการล่าช้าได้ โดยกระบวนการในการบริการประกอบด้วย

2.1 **กระบวนการให้บริการโดยบุคคล (People processing service)** เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับเวลาและการเคลื่อนไหวของพนักงาน เช่น ขั้นตอนการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน เป็นต้น

2.2 กระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการ (Possession processing services) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการทำให้ลูกค้าได้เป็นเจ้าของบริการนั้นเช่น ระบบการจองตั๋ว ระบบการจัดคิวต่างๆ เป็นต้น

2.3 กระบวนการจัดสิ่งกระตุ้นทางด้านความคิด (Mental stimulus processing services) เป็นการปฏิบัติการโดยมุ่งให้เกิดทัศนคติที่ดีในจิตใจของลูกค้า เช่น การอธิบายถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บัตรเครดิต

2.4 กระบวนการให้บริการข้อมูลสารสนเทศ (Information processing services) เป็นการให้บริการทางด้านข้อมูลกับลูกค้า เช่น การให้คำแนะนำหรือการให้ข้อมูลโดยการสาธิตในกรณีที่เกิดภาวะฉุกเฉินแก่ผู้โดยสารขณะอยู่บนเครื่องบิน

3. การจัดจำหน่าย (Place) พื้นที่ในเว็บไซต์ (Cyberspace) และเวลาที่ให้บริการ (Time) เป็นการตัดสินใจว่าจะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อใด (ควรใช้เวลาเท่าใดในการส่งมอบบริการ) ที่ไหน (การตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) และอย่างไร (การตัดสินใจว่าจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ทางด้านกายภาพ และ (หรือ) ทางด้านอิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งการตัดสินใจทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจบริการ

การให้บริการข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะใช้ฐานข้อมูลที่ส่งมอบผ่านพื้นที่ในเว็บไซต์ในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงสถานที่และเวลา ธุรกิจสามารถส่งมอบบริการไปยังลูกค้าโดยตรงในการให้บริการและการติดต่อกับลูกค้าจะต้องคำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) ในด้านความรวดเร็ว และความสะดวก ซึ่งเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การส่งมอบบริการให้กับผู้บริโภค

4. การเพิ่มผลผลิต (Productivity) และคุณภาพ (Quality) ดังนี้

4.1 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นวิธีการใช้ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ในการให้บริการเพื่อแปรสภาพเป็นผลผลิต (Outputs) และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า ดังนั้นผลผลิต (Outputs) ก็คือประสิทธิผล (Effectiveness) ของผู้ให้บริการ กล่าวคือ เป็นผลประโยชน์ที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ส่วนปัจจัยนำเข้า (Inputs) ก็คือปัจจัยการผลิตที่ผู้ให้บริการใช้ ซึ่งเป็นต้นทุนของผู้ให้บริการ โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการตั้งราคา ซึ่งถือเป็นต้นทุนของลูกค้า โดยจะต้องให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าได้รับความประหยัดหรือประสิทธิภาพ (Efficiency)

4.2 คุณภาพ (Quality) เป็นระดับบริการที่สามารถตอบสนองความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความคาดหวังของลูกค้า (Expectations) ได้ ซึ่งคุณภาพการให้บริการจะต้องพิจารณาด้านต่างๆ ดังนี้

4.2.1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ

4.2.2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างกระตือรือร้น

4.2.3. ความมั่นใจได้ (Assurance) เป็นการแสดงถึงความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ

4.2.4. ความเห็นใจ (การเข้าถึงจิตใจ) (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และให้ความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

4.2.5. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล เป็นต้น

5. การส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้กับลูกค้า (Promotion and education) เป็นกิจกรรมการสื่อสารและการออกแบบสิ่งจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสำหรับการให้บริการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

6. พนักงาน (People) พนักงานผู้ให้บริการเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจบริการ พนักงานสามารถสร้างการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการให้กับลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้ามักจะพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการจากการประเมินสิ่งที่เขารับรู้ในบริการที่ได้รับจากพนักงาน ดังนั้นธุรกิจให้บริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการวางแผนด้านกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา และการจูงใจพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงหรือพนักงานในสำนักงานที่ทำหน้าที่ด้านบริหารและด้านอื่นๆด้วย

7. ราคาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการ (Price and other user outlays) เป็นค่าใช้จ่ายในรูปของ เงิน เวลา และความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและใช้บริการของลูกค้า

8. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เป็นสิ่งจูงใจที่สามารถมองเห็นได้ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพในการให้บริการ

ส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า

ดังได้กล่าวแล้วว่าธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวที่กล่าวมาเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของ

ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 81)

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้น ต้องคุ้มค่างับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้น ย่อมสูงด้วย ดังนั้นในการตั้งราคาค่าบริการ ธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้าน หรือที่ทำงานลูกค้า

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะเดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการลูกค้า หรือการเข้ารักษาอาการป่วย ไม่ว่าจะในโรงพยาบาล ไตอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการ แม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายังเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่า กระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

7. ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์ บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความสบายกายได้บรรเทาเบาบางลงเช่นการนั่งฟังเพลงของลูกค้า

จากที่อธิบายมา สามารถเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้าได้ดังภาพประกอบ 11

| ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ | ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า |
|---|---|
| 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) | 1. คุณค่าที่จะได้รับ (Customer Value) |
| 2. ราคา (Price) | 2. ต้นทุน (Cost to Customer) |
| 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | 3. ความสะดวก (Convenience) |
| 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) | 4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) |
| 5. พนักงาน (People) | 5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) |
| 6. กระบวนการให้บริการ (Process) | 6. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) |
| 7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) | 7. ความสบาย (Comfort) |

ภาพประกอบ 3. แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวนั้น ทุกตัวล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่ง จะขาดตัวใดตัวหนึ่งไปไม่ได้ พนักงานที่ให้บริการจะทำหน้าที่สำคัญในการเชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดตัวอื่นๆ ให้กลมกลืนกันเป็นเนื้อเดียวในการส่งมอบบริการให้ลูกค้า และการบริการที่ดีต้องมีกระบวนการที่ดีในทางปฏิบัติเพื่อเกิดความพึงพอใจ ตามความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยใช้ส่วนประสมการตลาดเข้าช่วย ทำให้ผู้วิจัยได้แนวคิดในการออกแบบสอบถามในเรื่องทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินในประเทศ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. 2546 : 7; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 90 - 93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003 : 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความ

พึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก สรุป จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี

ตำราศักดิ์ ชัยสนิท (2537 : 106-107) กล่าวว่า พฤติกรรมที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ คงเส้นคงวาในการซื้อสินค้าตราหือใดหือหนึ่งซ้ำๆ กันอยู่เป็นประจำ ความจงรักภักดีในตราหือหือเป็นสิ่งสำคัญและมีความหมายอย่างยิ่ง ผู้ผลิตสินค้าต้องการสร้างความจงรักภักดีให้แก่สินค้าของตนกันแทบทั้งสิ้น ซึ่งเป็นเรื่องยากและต้องใช้เงินทุนและเวลา แต่ถ้าทำได้สำเร็จแล้วก็จะเป็นเสมือนหลักประกันความมั่นคงในการขายสินค้าในอนาคตต่อไป และยังทำให้เกิดการโฆษณาแบบปากต่อปาก หรือผู้บริโภคจะบอกต่อกันไปอีกด้วย(Word of mouth advertisement)

จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจงรักภักดีในตราหือหือเป็นสิ่งสำคัญและมีความสำคัญ ในการเลือกซื้อสินค้าครั้งต่อไปของผู้บริโภค โดยจะต้องทำให้ผู้บริโภคจดจำคุณภาพรวมถึงตราสินค้า และทำการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและองค์ประกอบของพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรมได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ดารา ทีปะปาล (2542 : 4) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 29) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ปริญ ลักษิตานนท์ (2536:27) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ โดยกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Process) หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมผู้บริโภค ในขณะที่ขณะหนึ่งที่มีผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นมีกระบวนการทางจิตวิทยา และสังคมวิทยา ที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยม

ประชุม รอดประเสริฐ (2526 : 15) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมหมายถึง กิริยาอาการที่แสดง ออกมา ไม่ว่าจะจากภายนอกหรือภายในร่างกายก็ได้ ทุกสิ่งทุกอย่างที่กระทำหรือรู้สึกผู้อื่นจะมองเห็นหรือไม่ก็ตามนับได้ว่าเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น

องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ ความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรม หรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรม หรือผลของความรู้สึกที่มีต่อวัตถุ ทำให้เกิดการวางแผนว่าจะทำอะไรต่อวัตถุนั้นๆ ในแง่ของนักการตลาด องค์ประกอบนี้ก็คือ ความตั้งใจหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบคือ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมจะเกิดขึ้นในลักษณะที่ว่า บุคคลวางแผนที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สินค้านั้น เป็นเพราะบุคคลนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้านั้น ซึ่งความรู้สึกที่ดีเกิดขึ้นเพราะข้อมูลที่บุคคลนั้นมีต่อตราสินค้านั้น แต่ละองค์ประกอบจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ถ้าองค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนในองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย ดังนั้นนักการตลาดที่ต้องการมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมผู้บริโภค มีการใช้สิ่งเร้าอื่นๆ เข้าไปในตัวผู้บริโภคเพื่อเป็นการสร้างอิทธิพลให้มีต่อความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า เพื่อก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะซื้อ มา แต่อย่างไรก็ตามอาจมีบางเวลา บางสถานการณ์ที่ความสัมพันธ์ของทั้ง 3 องค์ประกอบมิได้ขึ้นในลักษณะดังขั้นตอนที่ว่านี้เสมอไป หรือบางครั้งไม่มีความสอดคล้องกันเกิดขึ้น เนื่องจากมีตัวแปรบางตัวเข้ามาเกี่ยวข้องที่ทำให้ความคงที่ หรือความสอดคล้องเปลี่ยนไป ทำให้ไม่เกิดขึ้นตอนที่เป็นลักษณะจากความคิด ความรู้สึก ความคงที่ หรือความสอดคล้องเปลี่ยนไป ทำให้ไม่เกิดขึ้นตอนที่เป็นลักษณะจากความคิด ความรู้สึกมาจบที่พฤติกรรม เช่น ผู้บริโภคขาดความต้องการในตัวสินค้า ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าได้ เพราะไม่มีเวลา ไม่มีเงินมากพอ ทำให้เมื่อเกิดความชอบแล้ว แต่ไม่ได้ซื้อสินค้านั้นๆ มาใช้

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้แนวคิดในเรื่องพฤติกรรมในการใช้บริการที่เป็นตัวสะท้อนถึงความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินในประเทศ

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสายการบินนกแอร์

| | | |
|---------------------|--|---|
| ผู้ถือหุ้นบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) - บริษัททุนลดตาวัลย์ จำกัด (สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์) - บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ จำกัด (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)) - ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) - บริษัททักทอยประกันภัย จำกัด(มหาชน) - กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ - กองทุนเปิดไทยทวิทุน โดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด - ผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่นๆ | |
| บริษัทดำเนินการ | บริษัท สกาย เอเชีย จำกัด | |
| ข้อมูลทางธุรกิจ | สายการบินราคาประหยัดที่เป็นสายการบินโดยตรงของคนไทย เพื่อโอกาสและทางเลือกใหม่ของคนไทย พร้อมนำเสนอความสะดวกสบายในการจองที่นั่งและชำระเงิน ภายใต้มาตรฐานปฏิบัติการบินระดับสากล ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับการบินไทย | |
| ก่อตั้ง | ปี 2547 | |
| สำนักงานใหญ่ | เลขที่ 183 อาคารจันทนาการ ชั้น 17 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 | |
| ผู้บริหารสูงสุด | นายพาทย์ สารสิน นายปิยะ ยอดมณี นายชาญวิทย์ ชรินธร กับตันสรรใจ บุญมา นายพิเชษฐ สามะพุทธิ นายสีหพันธ์ ชุมสาย ณ ออยุธยา | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายปฏิบัติการธุรกิจ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการเงิน รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายปฏิบัติการบิน รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายช่างซ่อมบำรุง รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด |
| จำนวนพนักงาน | 172 คน | |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | ประชาชนคนไทย และนักเดินทางต่างชาติ ที่ต้องการโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อค้นพบความสวยงามของประเทศไทย และติดต่อธุรกิจ รวมถึงการเดินทางไปมาหาสู่กันระหว่างครอบครัวได้ทุกเวลาที่ต้องการ ในราคาที่เหมาะสม | |

| | |
|-----------------------------|---|
| วิสัยทัศน์ | การเดินทางทางเครื่องบิน จะไม่เป็นการเดินทางที่หวัหวัราคาแพงสำหรับประชาชนไทยอีกต่อไป ด้วยเหตุนี้ ประชาชนไทยจะมีคุณภาพชีวิตที่ดี ทัดเทียมกับประเทศเจริญแล้วอื่นๆ ประชาชนไทยจะมีความอบอุ่นในครอบครัวมากขึ้น เนื่องจากไปมาหาสู่กันได้บ่อยครั้ง และเขาเหล่านั้น จะได้มีโอกาสค้นพบความสวยงามของประเทศไทย โดยไม่มีข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางทางอากาศที่สูงมาก อีกต่อไป |
| จุดหมายปลายทาง | เชียงใหม่ อุดรธานี หาดใหญ่ ภูเก็ต และพิษณุโลก |
| เครื่องบิน | 737 - 400 (150 ที่นั่ง) |
| เบอร์โทรศัพท์ลูกค้าสัมพันธ์ | 1318 |
| ช่องทางการจำหน่าย | เว็บไซต์ www.nokair.co.th ศูนย์บริการลูกค้า โทร. 1318 สำนักงานขายประจำสนามบิน |
| ช่องทางการชำระเงิน | เครดิตการ์ดทางเว็บไซต์ ศูนย์บริการลูกค้า และสำนักงานขายประจำสนามบิน เงินสด ทาง Counter Service Plus ATM ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงไทย และจะมีเพิ่มเติมอีกมากในอนาคตอันใกล้ |

กัปตันและลูกเรือ

นกแอร์คำนึงถึงความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินเป็นเรื่องสำคัญที่สุด และเป็นหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจของเรา กัปตันของเราเป็นนักบินฝีมือเยี่ยมจาก บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี และมีชั่วโมงบินมากกว่า 10,000 ชั่วโมง อีกทั้งได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง ตามที่การบินไทยให้การสนับสนุน จนได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจาก FAA ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่เป็นที่ยอมรับที่สุดในโลกอีกด้วย นอกจากนี้ กัปตันของเรายังมีความคุ้นเคยกับเส้นทางการบิน สภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศอย่างดีเยี่ยม ทำให้ผู้โดยสารสามารถจะอุ่นใจได้เต็มที่เมื่อเดินทางกับนกแอร์

ผู้บริหารสูงสุดฝ่ายปฏิบัติการบิน คือ กัปตันสรโรจ บุญมา (รองประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบิน) เป็นผู้ควบคุมดูแลคุณภาพของกัปตันและนักบินทุกท่าน โดยกัปตันสรโรจได้โอนย้ายมาเป็นผู้บริหารของสายการบินนกแอร์ จากตำแหน่งหน้าที่เดิมที่บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งทำหน้าที่บริหารฝ่ายดูแลผู้ฝึกสอนและประเมินผลของการบินไทย กัปตัน

สรรใจยังมีประสบการณ์อันเชี่ยวชาญทั้งเครื่องบินทั้งแบบ Boeing 747-400, AIRBUS A300, และ 737-400 เป็นอย่างดีเยี่ยม ผู้โดยสารจึงมั่นใจได้เต็มที่กับคุณภาพของบุคคลากรทางการบินของนกแอร์

ในส่วนของผู้โดยสาร นกแอร์ได้คัดสรรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอย่างเข้มงวดภายใต้มาตรฐานเดียวกับการบินไทย หลังจากนั้นลูกเรือทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมจากการบินไทย ทำให้สามารถดูแลด้านความปลอดภัยให้กับผู้โดยสารได้ในระดับมืออาชีพ

ในด้านการบริการ สิ่งที่นกแอร์ให้ความสำคัญที่สุดในการคัดสรรพนักงานต้อนรับ คือ พนักงานต้องเป็นผู้ที่รักงานบริการ มีบุคลิกที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง มีความขยัน ฉลาดเฉลียว ภาษาอังกฤษคล่องแคล่ว และเป็นมิตรกับทุกคน นกแอร์มุ่งมั่นที่จะมอบประสบการณ์การเดินทางที่มีความสุขแก่ผู้โดยสารของเราทุกคนในทุกเที่ยวบิน นกแอร์เชื่อว่าการเดินทางที่สมบูรณ์แบบมีส่วนสำคัญมาจากผู้ให้บริการที่สามารถสร้างสรรค์ความสุขให้แก่ผู้โดยสารได้เสมอ

วัฒนธรรมนกแอร์

สายการบินนกแอร์มี วัฒนธรรมองค์กรที่แสดงออกถึงความเป็นมิตร เป็นหัวใจของการทำธุรกิจของนกแอร์ เราพร้อมที่จะนำเสนอการบริการที่มีรูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นและความเป็นกันเอง ความสนุกสนานและความเป็นมิตรสะท้อนให้เห็น ถึงความเป็นตัวเองของชาวนกแอร์ในองค์กรทุกคนและ สะท้อนสู่สังคมผ่านกิจกรรมการตลาดต่างๆ ที่จัดขึ้นสำหรับลูกค้าทุกท่านที่ได้เข้ามาสัมผัสกับการเดินทางแบบนกแอร์ การดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสเป็นสิ่งที่นกแอร์ยึดมั่นในการทำงาน และเพราะลูกค้าคือหัวใจของเรา นกแอร์มุ่งบริการท่านด้วยความเป็นมิตรและความเป็นกันเอง หากปราศจากวัฒนธรรม “ นก ” ที่เรายึดมั่นในการทำธุรกิจแล้ว เราจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้เลย

ความปลอดภัยของนกแอร์

สายการบินนกแอร์คำนึงถึงความปลอดภัยของท่านผู้โดยสารเป็นหลักสำคัญ และเพื่อความมั่นใจของท่านผู้โดยสารทุกท่านต่อความปลอดภัยที่ท่านจะได้รับตลอดการเดินทางกับนกแอร์ เราใช้เครื่องบินที่เช่าจากการบินไทยและรวมทั้งใช้บุคลากรบำรุงเครื่องบินเดียวกันกับการบินไทย ซึ่งเป็นระบบที่มีมาตรฐานการซ่อมบำรุงที่เป็นสากล มาตรฐานดังกล่าวยังได้รับความไว้วางใจจากสายการบินต่างชาติที่มีชื่อเสียงอีกหลายราย ทั้งนี้เนื่องมาจากมาตรฐานของการบินไทยนั้นได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมการขนส่งทางอากาศแห่งประเทศไทย (Department of

Civil Aviation หรือ DCA) และองค์การขนส่งทางอากาศของต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (US Federal Aviation Administration หรือ FAA) และองค์การร่วมบริหารการบินแห่งยุโรป (Europe 's Joint Aviation Authority หรือ JAA) ตลอดจนการรับรองคุณภาพ ISO 9002 ด้านการบริหารจัดการระบบที่มีคุณภาพ และยังได้ ISO 14000 ในการรับรองด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม อีกด้วย

สายการบินนกแอร์คำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลักสำคัญ เราจึงใช้มาตรฐานในการฝึกอบรมแบบเดียวกันกับการบินไทย เสมือนเป็นลูกเรือของการบินไทย ผู้โดยสารทุกท่านจึงมั่นใจได้ว่าจะได้รับมาตรฐานความปลอดภัยที่มีคุณภาพสูงสุดอย่างแน่นอน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิธนา เมืองมลานนท์ (2534 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินไทย ศึกษาเฉพาะ ผู้โดยสารชั้นธุรกิจในเส้นทางระหว่างประเทศ ผลของการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าประจำของการบินไทยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากบริการดี ภาพพจน์ดี และการโฆษณาที่ดี ตามลำดับ ในด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลของพนักงานต้อนรับบนภาคพื้นดิน และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินขณะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสารชั้นธุรกิจ พบว่าภาษาท่าทางของพนักงานต้อนรับอยู่ในเกณฑ์ดี ในขณะที่พนักงานต้อนรับบนภาคพื้นดิน ควรปรับปรุงเรื่องการใช้ภาษาพูด ในด้านการโฆษณาพบว่า สื่อโฆษณาที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ สื่อนิตยสารและสื่อโทรทัศน์ จากการศึกษาวิจัย พบว่า ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินไทย เป็นสิ่งที่ผู้โดยสารพึงพอใจ และสิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไข นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรด้านบริการ

จินดา ศักดิ์สุภา (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการปฏิบัติงานบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อยที่สุดในงานบริการด้านต่างๆ เรียงตามลำดับ คือ ด้านบุคลิกของพนักงาน ได้แก่ พนักงานไม่แสดงท่าทีทำให้ไม่กล้ารบกวน ด้านความสะอาดเรียบร้อยในห้องโดยสารและบริการอื่นๆ ได้แก่ การบริการเป็นไปอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ด้านความรู้ในงานอาชีพและการผ่านการอบรมของพนักงาน ได้แก่ พนักงานผ่านการอบรมด้านคุณธรรมมีใจบริการด้านการสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้โดยสาร ได้แก่ การประกาศของพนักงานชัดเจน ถูกต้อง ด้านการต้อนรับก่อนเครื่องขึ้น ได้แก่ การบริการของเครื่องใช้เหมาะสมตามโอกาส ด้านการบริการอาหารเครื่องดื่ม

ได้แก่ พนักงานตรวจความปลอดภัยของพนักงาน ได้แก่ พนักงานความปลอดภัยก่อนเครื่องขึ้น
ลง

ฉัตรชัย คงสุข (2535 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาระดับปริญญาโทเรื่อง " ความพึงพอใจของ
ผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายภัตตาคารและโภชนาการภายในประเทศ
บริษัทการบินไทย จำกัด" พบว่ามิติสถานที่ มิติด้านบริการ มิติคุณภาพ ของผลผลิตที่ให้บริการ
ผู้รับบริการ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ส่วนมิติด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และมิติด้านระบบ
การให้บริการ ผู้รับบริการอยู่ในเกณฑ์ดี และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของ
บุคคลในด้านของเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และการทำงานกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของแผนกคลังพัสดุนั้น แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุมากกว่าตัวแปรในด้านของเพศ อายุ
การศึกษา รายได้ และ อายุการทำงาน

กันยารัตน์ ตรีสุคนธ์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาระดับปริญญาโทเรื่อง " การศึกษา
เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารต่างประเทศต่อการให้บริการสายการบิน : ศึกษา
เฉพาะกรณีเส้นทางข้ามทวีป " โดยการศึกษาใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งชาวไทยและ
ต่างประเทศ พบว่า สำหรับชั้นผู้โดยสารชั้นประหยัด โดยรวมผู้โดยสารชาวไทยและต่างประเทศ
มีระดับความพอใจที่แตกต่างกันประมาณ 5% ระดับความพึงพอใจเมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้
จะเห็นว่ากานบริการสายการบินไทยต้องปรับปรุงให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น การบริการด้านที่มี
จำนวนผู้โดยสารชั้นธุรกิจน้อยที่สุด ด้านเวลาการเข้าออกของเครื่องบิน และด้านราคาการจอง
ตั๋วเครื่องบิน ความพึงพอใจเมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ต่ำกว่า 70% คือ การบริการต้องแก้ไข

พลอย ยี่บัว (2534 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาระดับปริญญาโทเรื่อง " ทักษะการบริการของผู้โดยสาร
ที่มีต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ณ การท่าอากาศยานกรุงเทพ" โดยศึกษาถึง
ทักษะการบริการที่มีต่อการให้บริการในเรื่องการให้บริการผู้โดยสารขาเข้า พบว่า ผู้โดยสารที่มีทักษะการ
การให้บริการอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีแต่ผู้โดยสารบางส่วนให้ข้อสังเกตว่า ต้องใช้เวลารอรับ
กระเป๋าเดินทางนานเกินไป และบางส่วนกระเป๋าชำรุดเสียหาย ซึ่งองค์ประกอบการล่าช้ามีอยู่ 2
ประการ คือ เครื่องบินเข้าจอดที่หลุมจอด ซึ่งอยู่ห่างจากอาคารตัวผู้โดยสารมากเกินไป และรถ
ลากจูงตู้คอนเทนเนอร์บรรทุกกระเป๋าเดินทางถูกจำกัดความเร็วไม่เกิน 30 กม./ชม.และครั้งละ
ไม่เกิน 4 ตู้คอนเทนเนอร์ ส่วนสาเหตุการชำรุดเสียหายของกระเป๋าเดินทาง คือ เจ้าหน้าที่ขน
ถ่ายกระเป๋า กระทำโดยการขาดความระมัดระวังและขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และการจัด
แฉะหรือการขีดทำลายกระเป๋าเพื่อหวังการโจรกรรมทรัพย์สินอาจจะกระทำระหว่างการขนถ่าย
ถ่ายกระเป๋าจากเครื่องบินระหว่างการเดินทางไปยังตัวอาคาร และระหว่างการล่าช้าจากตู้
คอนเทนเนอร์เพื่อส่งลงสายพานไปยังห้องผู้โดยสารขาเข้า ส่วนด้านการให้บริการผู้โดยสารขา

ออก ก็พบเช่นเดียวกันว่า ผู้โดยสารมีทัศนคติต่อการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูงทีเดียว แต่ผู้โดยสารได้ให้ข้อสังเกตว่าการให้บริการด้านนี้เสียเวลามากเกินไป

พฤทธิสิทธิ์ บุญทัน (2536 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เป็นการศึกษความพึงพอใจต่อการให้บริการ ที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ชุมพวง จังหวัด นครราชสีมา" ในช่วงเดือน กรกฎาคม 2535 – พฤศจิกายน 2536 โดยศึกษาองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ภูมิหลังของลูกค้า ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านบริการ ผลการวิจัย พอสรุปได้ดังนี้ ตัวแปรทางด้านอายุ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีการศึกษาดำ มีอายุมาก มีอาชีพเกษตรกรรม หรือ ค้าขาย มีความพอใจในการบริหารสูงกว่าลูกค้าที่มีลักษณะอื่น การพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว กับความพึงพอใจอาจมีความหมายว่า ทางธนาคารมีการเลือกปฏิบัติในการให้บริการกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ซึ่งในความเป็นจริงไม่น่าเป็นเช่นนั้น คำอธิบายอีกทางหนึ่งได้แก่ ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้ที่คาดหวังในการบริการสูงย่อมยากที่จะเอาใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา
2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและข้อมูลจากเว็บไซต์ ตำรา ทฤษฎี สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศโดยไม่ทราบจำนวนประชากร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 74)

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2}{4E^2}$$

โดยที่ n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
 Z = ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% คือ Z จะมีค่าเท่ากับ 1.96
 E = แทนความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% หรือ $E = .05$

ในที่นี้จะได้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} = 385$$

ได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน และได้สำรวจ 4% เท่ากับ 15 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 คน การเก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินในบริเวณสนามบินภายในประเทศ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple choices) แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

| | |
|----------------|---|
| เพศ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) |
| อายุ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) |
| สถานภาพ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal scale) |
| ระดับการศึกษา | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) |
| อาชีพ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal scale) |
| รายได้ต่อเดือน | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) |

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในเรื่องทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านดำเนินการ(Process) ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity & Quality) มี 35 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามแบบ Semantic Differential scale เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับคือ ดีมาก ดี ปานกลาง ไม่ดี ไม่ดีอย่างมาก ซึ่งเป็นคำตอบสองข้างตรงกันข้ามกัน โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

| คะแนน | ระดับทัศนคติ |
|-------|---------------|
| 5 | ดีมาก |
| 4 | ดี |
| 3 | ปานกลาง |
| 2 | ไม่ดี |
| 1 | ไม่ดีอย่างมาก |

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้น ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นได้ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546 : 25)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวน} \\
 &\text{ชั้น} \\
 &= 5-1 / 5 \\
 &= .80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยสำหรับการวัดทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศดังนี้

| ค่าคะแนนเฉลี่ย | ระดับทัศนคติ |
|----------------|---------------|
| 4.21-5.00 | ดีมาก |
| 3.41-4.20 | ดี |
| 2.61-3.40 | ปานกลาง |
| 1.81-2.60 | ไม่ดี |
| 1.00-1.80 | ไม่ดีอย่างมาก |

ส่วนที่ 3. เป็นแบบสอบถามในเรื่องความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ใช้แบบสอบถามแบบ Semantic Differential scale เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) ซึ่งเป็นคำตอบสองข้างตรงกันข้ามกัน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ พอใจอย่างมาก พอใจ เฉยๆ ไม่พอใจ ไม่พอใจอย่างมาก โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

| คะแนน | ระดับความพึงพอใจ |
|-------|------------------|
| 5 | พอใจอย่างมาก |
| 4 | พอใจ |
| 3 | เฉยๆ |
| 2 | ไม่พอใจ |
| 1 | ไม่พอใจอย่างมาก |

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้น ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นได้ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546 : 25)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 5 - 1 / 5 \\ &= .80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยสำหรับการวัดความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศดังนี้

| ค่าคะแนนเฉลี่ย | ระดับความพึงพอใจโดยรวม |
|----------------|------------------------|
| 4.21-5.00 | พอใจอย่างมาก |
| 3.41-4.20 | พอใจ |
| 2.61-3.40 | เฉยๆ |
| 1.81-2.60 | ไม่พอใจ |
| 1.00-1.80 | ไม่พอใจอย่างมาก |

ส่วนที่ 4. เป็นแบบสอบถามในเรื่องความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ใช้แบบสอบถามแบบ Semantic Differential scale เป็นการวัดข้อมูลประเภท

อันตรภาค (Interval Scale) ซึ่งเป็นคำตอบสองข้างตรงกันข้ามกัน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ ความจงรักภักดีที่ดีมาก ความจงรักภักดีที่ดี ความจงรักภักดีปานกลาง ความจงรักภักดีที่ไม่ดี ความจงรักภักดีที่ไม่ดีอย่างมาก โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

| คะแนน | ระดับความจงรักภักดี |
|-------|---------------------------------|
| 5 | มีความจงรักภักดี ที่ดีมาก |
| 4 | มีความจงรักภักดี ที่ดี |
| 3 | ความจงรักภักดี ปานกลาง |
| 2 | ความจงรักภักดี ที่ไม่ดี |
| 1 | ความจงรักภักดี ที่ไม่ดีอย่างมาก |

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้น ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นได้ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546 : 25)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 5-1 / 5 \\ &= .80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยสำหรับการวัดความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย | ระดับความจงรักภักดี |
|-----------|---------------------------------|
| 4.21-5.00 | มีความจงรักภักดี ที่ดีมาก |
| 3.41-4.20 | มีความจงรักภักดี ที่ดี |
| 2.61-3.40 | ความจงรักภักดี ปานกลาง |
| 1.81-2.60 | ความจงรักภักดี ที่ไม่ดี |
| 1.00-1.80 | ความจงรักภักดี ที่ไม่ดีอย่างมาก |

ส่วนที่ 5. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ มี 3 ข้อ คือ ข้อ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended

response question) ข้อ 2 และ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple choices) แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

| | |
|---|---|
| ข้อที่ 1. จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) |
| ข้อที่ 2. วันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal scale) |
| ข้อที่ 3. ช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) |

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาความรู้ที่เกี่ยวกับสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ โดยศึกษาจากเว็บไซต์ ของบริษัทฯ และนิตยสารต่างๆ

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ทศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ และพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แล้วสร้างแบบสอบถามจำลอง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่าง

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) และข้อบกพร่องของข้อคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง ประมวลความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดที่ได้รับการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายข้อแล้วนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) โดยใช้สูตรของ Cronbach (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2546 : 449) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8666

5. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างตามประชากร ที่กำหนดไว้ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยจะนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำ ในการตอบ ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาตอบ แต่ยินดีที่จะตอบให้ในเวลาอื่น จะขอหมายเลข โทรศัพท์เพื่อขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในวันเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวก

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1.การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2.การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้ กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3.การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อ การประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1. มาหาค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบาย ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

2.นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2-5 มาหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลดังนี้

2.1 ทศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

2.2 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบิน ภายในประเทศ

2.3 ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

2.4 พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Hypothesis testing)

3.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1. ที่ว่าลักษณะลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

3.2 สถิติ F test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1. ที่ว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

3.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Coefficient Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ (Physical) ด้านดำเนินการ (Process) ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity & Quality) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 4. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 5. ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละโดยใช้สูตร (เดือนจิตต์ จิตต์อารี. 1999 : 236)

$$P = \frac{f}{n} 100$$

| | | |
|-----|---|-------------------------------|
| โดย | P | แทนค่าสถิติร้อยละ |
| | f | แทนความถี่ในการปรากฏของข้อมูล |
| | n | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546 : 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

| | | |
|-----|-----------|----------------------|
| โดย | \bar{X} | แทนค่าคะแนนเฉลี่ย |
| | $\sum X$ | แทนผลรวมคะแนนทั้งหมด |
| | n | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546 : 65)

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

| | | |
|-----|--------------|------------------------------------|
| โดย | S.D. | แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| | $\sum X^2$ | แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง |
| | $(\sum X)^2$ | แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง |
| | n | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่า สัมประสิทธิ์ อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449)

$$\text{Cronbach's } \alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

| | | |
|-----|--------------------------------|--|
| โดย | k | แทนจำนวนคำถาม |
| | $\overline{\text{covariance}}$ | ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม |
| | $\overline{\text{variance}}$ | ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม |

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test (Independent t-test) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546 : 173)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี

$$df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

| | | |
|-------|-------------|--|
| เมื่อ | t | แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณา ค่า t -distribution |
| | \bar{X}_1 | แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 |
| | \bar{X}_2 | แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |
| | S_1^2 | แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 |
| | S_2^2 | แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |
| | n_1 | แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 |
| | n_2 | แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |

3.2 ค่า F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 237)

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F |
|------------------|---------|--|-----------------------------|-------------------------|
| ระหว่างประชากร | $k - 1$ | $SS_B = \sum_{j=1}^k \left(\frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{T^2}{n}$ | $MS_B = \frac{SS_B}{k - 1}$ | $F = \frac{MS_B}{MS_W}$ |
| ภายในประชากร | $n - k$ | $SS_W = SS_T - SS_B$ | $MS_W = \frac{SS_W}{n - k}$ | |
| รวม | $n - 1$ | $SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$ | | |

| | | |
|-------|--|---|
| เมื่อ | T_j | ผลรวมของคะแนน k ค่าในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง |
| | $\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2$ | ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสองทุกๆ ค่าในทุกกลุ่มตัวอย่าง |
| | n_j | จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง |
| | k | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| | n | จำนวนคะแนนทั้งหมด |
| | T | ผลรวมของคะแนนทั้งหมด |
| | T^2 | ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง |

การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546 : 258) ใช้สูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-K} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

| | | |
|-------|-----|--|
| เมื่อ | LSD | แทนค่าต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ |
| | MSE | ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน |
| | k | ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ |
| | n | ค่าจำนวนข้อมูล |

สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Coefficient Correlation) โดยมีสูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 314,316)

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

| | | |
|-------|------------|--|
| เมื่อ | r | แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ |
| | $\sum X$ | แทนผลรวมของคะแนนชุด X |
| | $\sum Y$ | แทนผลรวมของคะแนนชุด Y |
| | $\sum X^2$ | ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง |
| | $\sum Y^2$ | ผลรวมของคะแนนชุด Y ของแต่ละตัวยกกำลังสอง |
| | $\sum XY$ | ผลรวมของผลคูณระหว่าง X กับ Y |
| | n | จำนวนคน หรือกลุ่มตัวอย่าง |

การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ มีดังนี้

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | ระดับความสัมพันธ์ |
|---------------------------|-----------------------------------|
| .91-1.00 | ความสัมพันธ์กันระดับสูงมาก |
| .61-.90 | ความสัมพันธ์ระดับสูง |
| .31-.60 | ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง |
| .01-.30 | ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ |
| 0 | ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง |

และการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้มีความสัมพันธ์กันอย่างไร มีดังนี้

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ทางบวก นั่นคือ ถ้าใครได้คะแนนสูงในตัวแปรที่หนึ่งจะได้คะแนนสูงในตัวแปรที่สองด้วย
2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวนั้นมีความสัมพันธ์ทางลบ นั่นคือถ้าใครได้คะแนนสูงในตัวแปรที่หนึ่งจะได้คะแนนต่ำในตัวแปรที่สอง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยข้อมูลเรื่อง ทักษะคิด ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดี และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ในการแปลความหมาย ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

| | | |
|-----------|-----|---|
| n | แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{X} | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean) |
| S.D. | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) |
| t | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution |
| SS | แทน | ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares) |
| MS | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares) |
| F | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution |
| Prob. | แทน | ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ |
| LSD | แทน | Least Significant Difference |
| r | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) |
| df | แทน | องศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom) |
| * | แทน | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 |
| ** | แทน | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 |

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอ ตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 6 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์
เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบิน
นกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เที่ยวบิน
ภายในประเทศ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์
เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงเป็นความถี่ เปอร์เซ็นต์หรือร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

| ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม | | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--------------------------|--------------------------|-----------|--------|
| เพศ | | | |
| | ชาย | 186 | 46.50 |
| | หญิง | 214 | 53.50 |
| รวม | | 400 | 100.00 |
| อายุ | | | |
| | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี | 20 | 5.00 |
| | 26-35 ปี | 156 | 39.00 |
| | 36-45 ปี | 171 | 42.75 |
| | 46 ปีขึ้นไป | 53 | 13.25 |
| รวม | | 400 | 100.00 |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|-----------|--------|
| สถานภาพ | | |
| โสด | 147 | 36.75 |
| สมรส | 227 | 56.75 |
| หม้าย/หย่าร้าง | 26 | 6.50 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า | 21 | 5.25 |
| อนุปริญญา/ปวส. | 37 | 9.25 |
| ปริญญาตรี | 241 | 60.25 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 101 | 25.25 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| อาชีพ | | |
| นักเรียน/นักศึกษา | 17 | 4.25 |
| รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 125 | 31.25 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 138 | 34.50 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 95 | 23.75 |
| พ่อบ้านแม่บ้าน | 24 | 6.00 |
| อื่นๆ เช่น รับจ้าง | 1 | .25 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| รายได้ต่อเดือน | | |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 20 | 5.00 |
| 10,001-20,000 บาท | 134 | 33.50 |
| 20,001-30,000 บาท | 123 | 30.75 |
| 30,001-40,000 บาท | 57 | 14.25 |
| 40,001 บาทขึ้นไป | 66 | 16.25 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ตามลำดับ

อายุ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 45 จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมามีอายุ 26-35 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 อายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาก็คือสถานภาพโสด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาก็คือระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และมีธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่าจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาเป็นอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และอาชีพอื่นๆ คืออาชีพรับจ้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .25 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 อันดับรองลงมาก็คือ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลด้าน อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างทางด้านความถี่ของข้อมูล อยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาแบ่งชั้นความถี่ใหม่เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานดังตาราง 1.1

ตาราง 1.1 จำนวนและค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ หลังจากนำข้อมูล มาแบ่งชั้น ความถี่ใหม่

| ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| อาชีพ | | |
| นักเรียน/นักศึกษา/รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ | 142 | 35.50 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 138 | 34.50 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 95 | 23.75 |
| พ่อบ้านแม่บ้านและอื่นๆ เช่น รับจ้าง | 25 | 6.25 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตาราง 1.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และพ่อบ้านแม่บ้านและอื่นๆ เช่น รับจ้าง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศ

ข้อมูลทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียวบินภายในประเทศที่เป็น กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านดำเนินการ และด้านการเพิ่ม ผลผลิตและคุณภาพ โดยแจกแจงเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติ ได้ดังนี้

ตาราง 2 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของของกลุ่มตัวอย่างในเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านดำเนินการ และด้านการเพิ่มผลผลิต และคุณภาพ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ | \bar{X} | S.D. | ระดับ ทัศนคติ |
|--|-------------|--------------|------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | |
| 1.ความสะอาดสบายของเก้าอี้ที่นั่ง (สะอาด-ไม่สะอาด) | 3.18 | 0.822 | ปานกลาง |
| 2.อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องกรณี ฉุกเฉิน(ปลอดภัย-ไม่ปลอดภัย) | 3.64 | 0.684 | ดี |
| 3.อุณหภูมิภายในเครื่องบิน (เหมาะสม-ไม่เหมาะสม) | 3.62 | 0.691 | ดี |
| 4.ที่เก็บสัมภาระบนเครื่องบิน (เพียงพอ-ไม่เพียงพอ) | 3.55 | 0.673 | ดี |
| 5.สภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน(สว่าง-ไม่สว่าง) | 3.65 | 0.670 | ดี |
| 6.อาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน (หลากหลาย-ไม่หลากหลาย) | 2.55 | 0.922 | ไม่ดี |
| 7.รสชาติอาหารที่บริการ (ดี-ต้องปรับปรุง) | 2.44 | 0.919 | ไม่ดี |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม | 3.23 | 0.490 | ปานกลาง |
| ด้านราคา | | | |
| 1.ราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน (ถูกมาก-แพงมาก) | 3.18 | 0.973 | ปานกลาง |
| 2.ราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น (ถูกกว่า-แพงกว่า) | 2.61 | 1.013 | ปานกลาง |
| 3.ความคุ้มค่าของราคา (คุ้มค่า-ไม่คุ้มค่า) | 3.13 | 0.908 | ปานกลาง |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านราคาโดยรวม | 2.72 | 0.663 | ปานกลาง |

ตาราง 2 (ต่อ)

| ทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ | \bar{X} | S.D. | ระดับ ทัศนคติ |
|---|-------------|--------------|------------------|
| ด้านการจัดจำหน่าย | | | |
| 1.การบริการการจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต (สะดวก-ไม่สะดวก) | 3.91 | 0.743 | ดี |
| 2.การบริการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน (รวดเร็ว-ล่าช้า) | 3.67 | 0.840 | ดี |
| 3.การจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ (สะดวก-ไม่สะดวก) | 3.65 | 0.781 | ดี |
| ทัศนคติต่อการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม | 3.74 | 0.636 | ดี |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | |
| 1.การจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน (มีมาก-มีน้อย) | 3.54 | 0.843 | ดี |
| 2.การจัดโปรโมชั่นลดราคาตั๋ว (ชอบมาก-ไม่ชอบมาก) | 3.80 | 0.862 | ดี |
| 3.การมีของแจกหรือของแถม (ชอบมาก-ไม่ชอบมาก) | 3.63 | 1.035 | ดี |
| 4.การโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุมากขึ้น (ควรมี-ไม่ควรมี) | 3.24 | 1.196 | ปานกลาง |
| 5.การทำโบว์ชาร์จตามบ้านเรือน (ควรมี-ไม่ควรมี) | 2.86 | 1.419 | ไม่ดี |
| ทัศนคติต่อการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม | 3.41 | 0.783 | ดี |
| ด้านบุคลากร | | | |
| 1.ความพอเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (เพียงพอ-ไม่เพียงพอ) | 3.61 | 0.648 | ดี |
| 2.อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (อัธยาศัยดี-อัธยาศัยไม่ดี) | 3.70 | 0.690 | ดี |
| 3.การแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินใน ระดับเดียวกัน(ดีกว่า-ด้อยกว่า) | 3.54 | 0.707 | ดี |
| 4.บุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเมื่อเทียบกับ สายการบินในระดับเดียวกัน(ดีกว่า-ด้อยกว่า) | 3.52 | 0.653 | ดี |
| 5.ความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (มาก-น้อย) | 3.52 | 0.671 | ดี |
| ทัศนคติต่อการให้บริการด้านบุคลากรโดยรวม | 3.57 | 0.522 | ดี |

ตาราง 2 (ต่อ)

| ทัศนคติการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ | \bar{X} | S.D. | ระดับ ทัศนคติ |
|---|-------------|--------------|------------------|
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | |
| 1.การให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง (ชัดเจน-ไม่ชัดเจน) | 3.67 | 0.846 | ดี |
| 2.การจัดบุธ Check in ที่สนามบิน (สวยงาม-ไม่สวยงาม) | 3.40 | 0.929 | ปานกลาง |
| 3.การตกแต่งภายในเครื่องบิน (พอใจ-ไม่พอใจ) | 3.57 | 0.750 | ดี |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม | 3.54 | 0.723 | ดี |
| ด้านการดำเนินการ | | | |
| 1.ความรวดเร็วในการ Check In (มาก-น้อย) | 3.73 | 0.796 | ดี |
| 2.ความรวดเร็วในการรับกระเป๋า (รวดเร็ว-ล่าช้า) | 3.72 | 0.789 | ดี |
| 3.ตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือกมาก (มาก-น้อย) | 3.50 | 0.898 | ดี |
| 4.จำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก (เหมาะสม-ไม่เหมาะสม) | 3.24 | 0.876 | ปานกลาง |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการดำเนินการโดยรวม | 3.54 | 0.721 | ดี |
| ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ | | | |
| 1.สายการบินนกแอร์มีความปลอดภัย (มาก-น้อย) | 3.59 | 0.706 | ดี |
| 2.การตอบสนองการให้บริการ (รวดเร็ว-ล่าช้า) | 3.62 | 0.723 | ดี |
| 3.ความเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ (เชื่อถือได้-เชื่อถือไม่ได้) | 3.58 | 0.667 | ดี |
| 4.การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (แก้ได้-แก้ไม่ได้) | 3.52 | 0.704 | ดี |
| 5.การดูแลเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ (ดี-ต้องปรับปรุง) | 3.62 | 0.792 | ดี |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพโดยรวม | 3.58 | 0.602 | ดี |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการโดยรวม | 3.42 | 0.432 | ดี |

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ โดยรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.42 เมื่อพิจารณารายด้านและรายข้อพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อสภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน ในข้ออุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องกรณีฉุกเฉิน ในข้ออุณหภูมิภายในเครื่องบินและที่เก็บสัมภาระบนเครื่องบิน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.65 , 3.64 , 3.62 และ 3.55 ตามลำดับ ในข้อความสะดวกสบายของเก้าอี้ มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ในข้ออาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบินและรสชาติอาหารที่บริการ มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 2.55 และ 2.44 ตามลำดับ

ด้านราคา

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน ในข้อความคุ้มค่าของราคา ในข้อราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 , 3.13 และ 2.61 ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อการบริการการจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต ในข้อการบริการการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบินในข้อการจองตั๋วผ่าน ATM ข.ไทยพาณิชย์ มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.91 , 3.67 และ 3.65 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อการจัดโปรโมชั่นราคาตั๋ว ในข้อการมีของแจกหรือของแถม ในข้อการจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.80 , 3.63

และ 3.54 ตามลำดับ ในข้อการโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุมากขึ้น ในข้อการทำโบรชัวร์แจกตามบ้านเรือน มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 และ 2.86 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้ออักษาศัพท์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในข้อความพอเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในข้อการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน ในข้อบุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน ในข้อความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.70 , 3.61 , 3.54 , 3.52 และ 3.52 ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง ในข้อการตกแต่งภายในเครื่องบิน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.57 ตามลำดับ ในข้อการจัดบูธ Check in ที่สนามบิน มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40

ด้านการดำเนินการ

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการดำเนินการโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อความรวดเร็วในการ Check in ในข้อความรวดเร็วในการรับกระเป๋า ในข้อตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือกมาก มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.73 , 3.72 และ 3.50 ตามลำดับ ในข้อจำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ

ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.58 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อการตอบสนองการให้บริการ ในข้อการดูแลเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ ในข้อสายการบินนกแอร์มีความปลอดภัย ในข้อความเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ในข้อการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.62 , 3.62 , 3.59 , 3.58 และ 3.52 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงเป็นคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้

ตาราง 3 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

| ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ | \bar{X} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|-----------|-------|------------------|
| ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ | 3.58 | 0.699 | พอใจ |

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับพอใจ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ในอนาคต และพฤติกรรมบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของสายการบินนกแอร์ โดยแจกแจงเป็นคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความจงรักภักดี ได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

| ความจงรักภักดี | \bar{X} | S.D. | ระดับความจงรักภักดี |
|---|-----------|-------|---------------------|
| 1.แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต (กลับมาใช้บริการ – ไม่กลับมาใช้บริการ) | 3.77 | 0.648 | ดี |
| 2.การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ (บอกต่อ – ไม่บอกต่อ) | 3.76 | 0.696 | ดี |
| ความจงรักภักดีโดยรวม | 3.76 | 0.598 | ดี |

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต และในข้อการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการมีความจงรักภักดี อยู่ในระดับดี โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.77 และ 3.76 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศในด้าน ความถี่ในการใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน) โดยแจกแจงเป็นคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ดังนี้

ตาราง 5 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศในด้านความถี่ในการใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน)

| พฤติกรรมการใช้บริการ | Min | Max | \bar{X} | S.D. |
|--|-----|-----|-----------|-------|
| 1.ความถี่ในการใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน) | 1 | 6 | 1.61 | 1.080 |

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศด้านความถี่ในการใช้บริการน้อยที่สุด 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด 6 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าเฉลี่ย 1.61 ครั้งต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศในด้านวันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ และช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยแจกแจงเป็นความถี่ ค่าเปอร์เซ็นต์หรือร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 6 จำนวนและค่าร้อยละ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์
 เทียบวินภายในประเทศในด้านวันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ และช่วงเวลาในการใช้
 บริการสายการบินนกแอร์

| พฤติกรรมการใช้บริการ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--|-----------|--------|
| 2.วันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ | | |
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 102 | 25.50 |
| วันเสาร์-วันอาทิตย์ | 134 | 33.50 |
| วันหยุดสัปดาห์/วันนักขัตฤกษ์ | 164 | 41.00 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 3.ช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ | | |
| 01.00 – 06.00 น. | 20 | 5.00 |
| 06.00 – 12.00 น. | 230 | 57.50 |
| 13.00 – 18.00 น. | 86 | 21.50 |
| 19.00 – 24.00 น. | 64 | 16.00 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์
 เทียบวินภายในประเทศในด้านวันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ และช่วงเวลาในการใช้บริการ
 สายการบินนกแอร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.วันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้
 บริการวันหยุดสัปดาห์/วันนักขัตฤกษ์ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาเป็นวัน
 เสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 102 คน
 คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

3.ช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้
 บริการช่วงเวลา 06.00 – 12.00 น. จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือ
 ช่วงเวลา 13.00 – 18.00 น. จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ช่วงเวลา 19.00 – 24.00 น.
 จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และช่วงเวลา 01.00 – 06.00 น. จำนวน 20 คน คิดเป็น
 ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

เพศ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 7 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามเพศ

| | | t-test for Equal variances assumed | | | | | |
|-------------------|------|------------------------------------|-----------|------|-------|-----|-------|
| | เพศ | n | \bar{X} | S.D. | t | df | Prob. |
| ความพึงพอใจโดยรวม | ชาย | 186 | 3.56 | .053 | -.546 | 398 | .586 |
| | หญิง | 214 | 3.60 | .047 | | | |

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.586 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อายุ

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่า F แบบ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบิน
นกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามอายุ

| | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Ratio | Prob. |
|-------------------|------------------|-----|---------|-------|---------|-------|
| ความพึงพอใจโดยรวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.827 | 2.276 | 4.786** | .003 |
| | ภายในกลุ่ม | 396 | 188.283 | .475 | | |
| | รวม | 399 | 195.110 | | | |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

| อายุ | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46 ปีขึ้นไป | |
|--------------------------|--------------------------|----------|----------|-------------|---------|
| | \bar{X} | 3.15 | 3.51 | 3.65 | 3.75 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี | 3.15 | - | -0.36* | -0.50** | -0.60** |
| | | | (.027) | (.002) | (.001) |
| 26-35 ปี | 3.51 | - | -0.14 | -0.24* | |
| | | | (.075) | (.028) | |
| 36-45 ปี | 3.65 | | - | -0.11 | |
| | | | | (.331) | |
| 46 ปีขึ้นไป | 3.75 | | | - | |

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี กับผู้มีอายุ 26-35 ปี มีค่า Prob. เท่ากับ 0.27 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีอายุ 26-35 ปี ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีอายุ 26-35 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.36

2. ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี กับผู้มีอายุ 36-45 ปี มีค่า Prob. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีอายุ 36-45 ปี ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีอายุ 36-45 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.50

3. ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี กับผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมใน

การใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.60

4. ผู้มีอายุ 26-35 ปี กับผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีค่า Prob. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.24

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สถานการณ์

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่า F แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ จำแนกตามสถานภาพ

| | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Ratio | Prob. |
|-------------------|------------------|-----|---------|-------|---------|-------|
| ความพึงพอใจโดยรวม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 7.539 | 3.770 | 7.978** | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 397 | 187.571 | .472 | | |
| | รวม | 399 | 195.110 | | | |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

| สถานภาพ | | โสด | สมรส | หม้าย/หย่าร้าง |
|----------------|-----------|------|-----------------|----------------|
| | \bar{X} | 3.43 | 3.70 | 3.42 |
| โสด | 3.43 | - | -27** (.000) | .01 (.970) |
| สมรส | 3.70 | - | - | -28* (.048) |
| หม้าย/หย่าร้าง | 3.42 | | | - |

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ผู้มีสถานภาพโสด กับผู้มีสถานภาพสมรส มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็น รายคู่กับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีสถานภาพสมรส โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.27

2. ผู้มีสถานภาพสมรส กับผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีค่า Prob. เท่ากับ 0.048 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้มี สถานภาพสมรส มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.28

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่า F แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา

| | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Ratio | Prob. |
|-------------------|------------------|-----|---------|-------|---------|-------|
| ความพึงพอใจโดยรวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 3.477 | 1.159 | 2.395 | .068 |
| | ภายในกลุ่ม | 396 | 191.633 | .484 | | |
| | รวม | 400 | 195.110 | | | |

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง

(H₁) แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่เยาวินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่เยาวินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H₀ : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่เยาวินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

H₁ : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่เยาวินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่า F แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่เยาวินภายในประเทศ จำแนกตามอาชีพ

| | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Ratio | Prob. |
|-------------------|------------------|-----|---------|------|---------|-------|
| ความพึงพอใจโดยรวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 2.495 | .832 | 1.710 | .164 |
| | ภายในกลุ่ม | 396 | 192.615 | .486 | | |
| | รวม | 399 | 195.110 | | | |

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เยาวินภายในประเทศ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ

การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.164 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้ต่อเดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.6 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่า F แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Ratio | Prob. |
|-------------------|------------------|-----|---------|-------|---------|-------|
| ความพึงพอใจโดยรวม | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 14.729 | 3.682 | 8.064** | .000 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 180.381 | .457 | | |
| | รวม | 399 | 195.110 | | | |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์นี้ไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน
กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ

| รายได้ต่อเดือน | | ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 | 10,001- 20,000 บาท | 20,001- 30,000 บาท | 30,001- 40,000 บาท | 40,001 บาท ขึ้นไป |
|-------------------------------|-----------|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| | \bar{X} | 3.25 | 3.70 | 3.66 | 3.18 | 3.67 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 3.25 | - | -0.45** (.006) | -0.41* (.013) | -0.07 (.671) | -0.42* (.016) |
| 10,001-20,000 บาท | 3.70 | | - | .04 (.611) | .53** (.000) | .03 (.0732) |
| 20,001-30,000 บาท | 3.66 | | | - | .48** (.000) | -.01 (.937) |
| 30,001-40,000 บาท | 3.18 | | | | - | -.49** (.000) |
| 40,001 บาทขึ้นไป | 3.67 | | | | - | - |

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีค่า Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.45

2. ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีค่า Prob. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีรายได้ระหว่าง

20,001-30,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.41

3.ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป มีค่า Prob. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.42

4.ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท กับผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมากกว่าผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

5.ผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท กับผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมากกว่าผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48

6.ผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท กับผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่าผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ ด้านการดำเนินการ ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลทศนคติต่อการบริการด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

H_1 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจ | | ระดับความสัมพันธ์ |
|---|-----|-------------|-------|-------------------|
| | | โดยรวม | Prob. | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | |
| 1.ความสะอาดสบายของเก้าอี้ที่นั่ง (สะอาด-ไม่สะอาด) | 399 | .096 | .056 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 2.อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่อง กรณีฉุกเฉิน (ปลอดภัย-ไม่ปลอดภัย) | 400 | .230** | .000 | ต่ำ |
| 3.อุณหภูมิภายในเครื่องบิน (เหมาะสม-ไม่เหมาะสม) | 400 | .166** | .000 | ต่ำ |
| 4.ที่เก็บสัมภาระบนเครื่องบิน (เพียงพอ-ไม่เพียงพอ) | 400 | .158** | .002 | ต่ำ |
| 5.สภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน (สว่าง-ไม่สว่าง) | 400 | .136** | .006 | ต่ำ |
| 6.อาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน (หลากหลาย-ไม่หลากหลาย) | 400 | .171** | .001 | ต่ำ |
| 7.รสชาติอาหารที่บริการ (ดี-ต้องปรับปรุง) | 400 | .220** | .000 | ต่ำ |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม | 399 | .265** | .000 | ต่ำ |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .265 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความสะดวกสบายของเก้าอี้ที่นั่ง มีค่า Prob. เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความสะดวกสบายของเก้าอี้ที่นั่ง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.230 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุณหภูมิภายในเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุณหภูมิภายในเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุณหภูมิภายในเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

4. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องที่เก็บสัมภาระบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องที่เก็บสัมภาระบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.158 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องที่เก็บสัมภาระบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

5. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.136 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

6. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.171 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

7. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรสชาติอาหารที่บริการ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรสชาติอาหารที่บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.220 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อ

ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ต่อการให้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรสชาติอาหารที่บริการ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ด้านราคา

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

H_1 : ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา กับ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจ | | ระดับความสัมพันธ์ |
|---|-----|-------------|-------|-------------------|
| | | โดยรวม | Prob. | |
| ด้านราคา | | | | |
| 1.ราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน (ถูกมาก-แพงมาก) | 400 | .269** | .000 | ต่ำ |
| 2.ราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายบินอื่น (ถูกกว่า-แพงกว่า) | 400 | .169** | .001 | ต่ำ |
| 3.ความคุ้มค่าของราคา (คุ้มค่า-ไม่คุ้มค่า) | 400 | .160** | .001 | ต่ำ |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านราคาโดยรวม | 400 | .120 | .017 | ต่ำ |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการด้านราคา กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคาโดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านราคาโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.269 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านราคาโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาอาหาร

และเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.269 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น มีค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.169 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องความคุ้มค่าของราคา มีค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องความคุ้มค่าของราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.160 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านราคา ในเรื่องความคุ้มค่าของราคา จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ด้านการจัดจำหน่าย

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

H_1 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ด้านการจัดจำหน่าย | | | | |
| 1.การบริการจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต (สะดวก-ไม่สะดวก) | 400 | .180** | .000 | ต่ำ |
| 2.การบริการจองตั๋วที่สนามบิน (รวดเร็ว-ล่าช้า) | 400 | .363** | .000 | ปานกลาง |
| 3.การจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ (สะดวก-ไม่สะดวก) | 400 | .253** | .000 | ต่ำ |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม | 400 | .333** | .000 | ปานกลาง |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .333 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริหารจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริหารจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.180 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริหารจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริหารการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริหารการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.363 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริหารการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.253 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง

เดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

H_1 : ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|---|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | |
| 1.การจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน (มีมาก-มีน้อย) | 400 | .166** | .001 | ต่ำ |
| 2.การจัดโปรโมชั่นลดราคาตั๋ว (ชอบมาก-ไม่ชอบมาก) | 400 | -.015 | .764 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 3.การมีของแจกหรือของแถม (ชอบมาก-ไม่ชอบมาก) | 400 | .005 | .913 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 4.การโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุมากขึ้น (ควรมี-ไม่ควรมี) | 400 | -.231** | .000 | ต่ำ |
| 5.การทำโบว์ชัวร์แจกตามบ้านเรือน (ควรมี-ไม่ควรมี) | 400 | -.255** | .000 | ต่ำ |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม | 400 | .129* | .010 | ต่ำ |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติด้านการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .129 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ คงไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดโปรโมชั่นลดราคาตั๋ว มีค่า Prob. เท่ากับ 0.764 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดโปรโมชั่นลดราคาตั๋ว ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการมีของแจกหรือของแถม มีค่า Prob. เท่ากับ 0.913 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการมีของแจกหรือของแถม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

4.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุมากขึ้น มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.231 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์

ไปในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุมากขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมน้อยลง

5.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการทำโบว์ชัวร์แจกตามบ้านเรือนมีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการทำโบว์ชัวร์แจกตามบ้านเรือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่รวบรวมนำมาในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.255 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการทำโบว์ชัวร์แจกตามบ้านเรือน จะมีความพึงพอใจโดยรวมน้อยลง

ด้านบุคลากร

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่รวบรวมนำมาในประเทศไทย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่รวบรวมนำมาในประเทศไทย

H_1 : ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่รวบรวมนำมาในประเทศไทย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากรกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|---|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ด้านบุคลากร | | | | |
| 1.ความพอเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (เพียงพอ-ไม่เพียงพอ) | 400 | .381** | .000 | ปานกลาง |
| 2.อธยาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (อธยาศัยดี-อธยาศัยไม่ดี) | 400 | .271** | .000 | ต่ำ |
| 3.การแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน (ดีกว่า-ด้อยกว่า) | 400 | .265** | .000 | ต่ำ |
| 4.บุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน (ดีกว่า-ด้อยกว่า) | 400 | .351** | .000 | ปานกลาง |
| 5.ความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (มาก-น้อย) | 400 | .325** | .000 | ปานกลาง |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านบุคลากรโดยรวม | 400 | .409** | .000 | ปานกลาง |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากรกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากรโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติด้านบุคลากรโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของ

ผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .409 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านบุคลากรโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความพอใจเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความพอใจเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.381 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความพอใจเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องอรรถาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องอรรถาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.271 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องอรรถาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.265 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

4. ทศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องบุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องบุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.351 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องบุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

5. ทศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.325 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ด้านลักษณะทางกายภาพ

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ทศนคติต่อการให้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการให้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

H_1 : ทศนคติต่อการให้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|---|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | | |
| 1.การให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง (ชัดเจน-ไม่ชัดเจน) | 400 | .360** | .000 | ปานกลาง |
| 2.การจัดบุช Check in ที่สนามบิน (สวยงาม-ไม่สวยงาม) | 400 | .484** | .000 | ปานกลาง |
| 3.การตกแต่งภายในเครื่องบิน (พอใจ-ไม่พอใจ) | 400 | .391** | .000 | ปานกลาง |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม | 400 | .483** | .000 | ปานกลาง |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .483 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.360 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการจัดบุช Check in ที่สนามบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจัดบุช Check in ที่สนามบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.484 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการจัดบุช Check in ที่สนามบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการตกแต่งภายในเครื่องบิน มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการตกแต่งภายในเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.391 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการตกแต่งภายในเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ด้านการดำเนินการ

สมมติฐานข้อที่ 2.7 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

H_1 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ด้านการดำเนินการ | | | | |
| 1.ความรวดเร็วในการ Check in (มาก-น้อย) | 400 | .379** | .000 | ปานกลาง |
| 2.ความรวดเร็วในการรับกระเป๋า (รวดเร็ว-ล่าช้า) | 400 | .479** | .000 | ปานกลาง |
| 3.ตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือก (มาก-น้อย) | 400 | .333** | .000 | ปานกลาง |
| 4.จำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก (เหมาะสม-ไม่เหมาะสม) | 400 | .180** | .000 | ต่ำ |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการดำเนินการโดยรวม | 400 | .394** | .000 | ปานกลาง |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติด้านการดำเนินการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .394 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อ

การใช้บริการ ในด้านการดำเนินการโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วยเมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการ Check in มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องความรวดเร็วในการ Check in มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.379 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการ Check in จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการรับกระเป๋า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องความรวดเร็วในการรับกระเป๋า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.479 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการรับกระเป๋า จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.333 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือก จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

4.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องจำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องจำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.180 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องจำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ

สมมติฐานข้อที่ 2.8 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

H_1 : ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

| ทัศนคติต่อการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ | | | | |
| 1.สายการบินนกแอร์มีความปลอดภัย (มาก-น้อย) | 400 | .365** | .000 | ปานกลาง |
| 2.การตอบสนองการให้บริการ (รวดเร็ว-ล่าช้า) | 400 | .437** | .000 | ปานกลาง |
| 3.ความเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ (เชื่อถือได้-เชื่อถือไม่ได้) | 400 | .356** | .000 | ปานกลาง |
| 4.การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (แก้ได้-แก้ไม่ได้) | 400 | .417** | .000 | ปานกลาง |
| 5.การดูแลเอาใจต่อผู้ให้บริการ (ดี-ต้องปรับปรุง) | 400 | .491** | .000 | ปานกลาง |
| ทัศนคติต่อการใช้บริการด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพโดยรวม | 399 | .508** | .000 | ปานกลาง |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวมมีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบิน

ภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .508 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ โดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

1.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องสายการบินนกแอร์มีความปลอดภัย มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องสายการบินนกแอร์มีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.365 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องสายการบินนกแอร์มีความปลอดภัย จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

2.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการตอบสนองการให้บริการ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการตอบสนองการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.437 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการตอบสนองการให้บริการ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

3.ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องความเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องความเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.356 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องความเชื่อถือในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

4. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.417 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

5. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการดูแลเอาใจต่อผู้ใช้บริการ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการดูแลเอาใจต่อผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.491 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการดูแลเอาใจต่อผู้ใช้บริการ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้

ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

| ความจงรักภักดี | n | ความพึงพอใจ โดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|--------------------------------------|-----|-----------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| 1.แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต | 400 | .622** | .000 | ปานกลาง |
| 2.การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ | 400 | .441** | .000 | ปานกลาง |

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

1.ความจงรักภักดีด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.622 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมาก จะมีความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคตมากขึ้นด้วย

2.ความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับ ความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.441 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมาก จะมีความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการมากขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ(1ครั้ง/1เดือน)ของสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายใน ประเทศ

| พฤติกรรมการใช้บริการ | n | ความพึงพอใจโดยรวม | | ระดับความสัมพันธ์ |
|---------------------------------------|-----|-------------------|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) | 400 | -.106* | .035 | ต่ำ |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) ของสายการบิน

นกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -.106 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมาก จะมีพฤติกรรม การใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) น้อยลง

สมมติฐานข้อที่ 5 ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

H_1 : ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความจงรักภักดีต่อสายการบิน กับ พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ เทียบบิน ภายในประเทศ

| ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ | n | พฤติกรรมการใช้ บริการด้านความถี่ใน การให้บริการ (ครั้งต่อเดือน) | | ระดับความสัมพันธ์ |
|--------------------------------------|-----|--|-------|-------------------|
| | | r | Prob. | |
| 1.แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต | 400 | .060 | .228 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| 2.การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ | 400 | .063 | .211 | ไม่มีความสัมพันธ์ |

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีต่อสายการบิน นกแอร์ กับพฤติกรรมการใช้บริการในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

1. ความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต มีค่า Prob. เท่ากับ 0.228 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน) ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

2. ความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ มีค่า Prob. เท่ากับ 0.211 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า ความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

| ข้อที่ | สมมติฐาน | สถิติที่ใช้ | ผลการทดสอบ |
|--------|--|------------------------------|------------------------|
| 1.1 | เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน | Independent Sample t-test | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.2 | อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน | One Way Analysis of Variance | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.3 | สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน | One Way Analysis of Variance | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.4 | ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน | One Way Analysis of Variance | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.5 | อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน | One Way Analysis of Variance | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 1.6 | รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน | One Way Analysis of Variance | สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการดำเนินการ ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ แตกต่างกัน

| ข้อที่ | สมมติฐาน | สถิติที่ใช้ | ผลการทดสอบ |
|--------|--|--|---------------------|
| 2.1 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.2 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.3 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.4 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.5 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.6 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.7 | ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบวินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |

| ข้อที่ | สมมติฐาน | สถิติที่ใช้ | ผลการทดสอบ |
|--------|--|--|---------------------|
| 2.8 | ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

| | | | |
|-----|------------------------------------|--|---------------------|
| 3.1 | แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 3.2 | การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

| | | | |
|---|--------------------------------------|--|---------------------|
| 4 | ความถี่ในการใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|---|--------------------------------------|--|---------------------|

ตาราง 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5. ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์มีความสัมพันธ์กับการพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

| | | | |
|-----|------------------------------------|--|------------------------|
| 5.1 | แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 5.2 | การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ต้องการทราบถึงทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดี และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เพื่อให้สายการบินนกแอร์สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และงานบริการ ซึ่งทำให้สายการบินนกแอร์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบิน ภายในประเทศ
4. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ใน การใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน
2. ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะ ทางด้านกายภาพ (Physical) ด้านดำเนินการ (Process) ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity & Quality) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบิน นกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

4. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

5. ความจงรักภักดีต่อสายการบิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

เนื้อหาของการวิจัย

ในการศึกษาโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศโดยไม่ทราบจำนวนประชากร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546: 74) ได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่บกพร่อง จึงสำรอง 4% ได้เท่ากับ 15 คน ได้กลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน การเก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศในบริเวณสนามบินภายในประเทศ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในเรื่องทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบิน ภายในประเทศ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามในเรื่องความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามในเรื่องความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

การรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามประชากรที่กำหนดไว้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบ ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาตอบ แต่ยินดีที่จะตอบให้ในเวลาอื่น จะขอหมายเลขโทรศัพท์เพื่อขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในวันเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวก

วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้องในเรื่องของการใช้ภาษาและความเชื่อถือได้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เมื่อนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปคำนวณหาความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Alpha Cronbach Coefficient) ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8666

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1. มาหาค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2-5 มาหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลดังนี้

2.1 ทศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

2.2 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

2.3 ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

2.4 พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

3. การทดสอบสมมติฐาน

1.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที่ (Independent t-test)

เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1. ที่ว่าลักษณะลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

เพราะเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่เท่ากับ 2 กลุ่ม และตัวแปรอิสระเป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

1.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way analysis of Variance)

เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1. ที่ว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

และใช้ทดสอบทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2. ทศนคติต่อการให้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ (Physical) ด้านดำเนินการ (Process) ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity & Quality) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

เพราะเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มโดยตัวแปรอิสระเป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) และตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

1.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Coefficient Correlation)

เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อสมมุติฐานที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่เกี่ยวบินภายในประเทศ เป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และพฤติกรรมการใช้บริการ , พฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ และเปรียบเทียบการให้บริการ เป็นคำถามที่เป็นอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ตามลำดับ

และ ทดสอบข้อสมมุติฐานที่ 5. ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ ที่เกี่ยวบินภายในประเทศ เพราะว่าพฤติกรรมการชมด้านความถี่ในการใช้บริการเป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอ ตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 7 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 มีสถานภาพสมรส จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่เกี่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการใช้บริการโดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.42 โดยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อทัศนคติด้านส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสม

การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสภาพแสงสว่างบนเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.65 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคืออุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.64 และ อุณหภูมิภายในเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.62 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.18 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือความคุ้มค่าของราคา มีค่าเฉลี่ย 3.13 และราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.61 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการบริการการจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.91 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการบริการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน มีค่าเฉลี่ย 3.67 และการจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.65 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดโปรโมชั่นลดราคาตั๋ว มีค่าเฉลี่ย 3.80 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการมีของแจกหรือของแถม มีค่าเฉลี่ย 3.63 และการจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน มีค่าเฉลี่ย 3.54 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการบุคคลากร ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลากร ในเรื่องอธยาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.70 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือความพอเพียงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.61 และการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.54 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.67 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการจัดตกแต่งภายในเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.40 และการจัดบุช Check in ที่สนามบิน มีค่าเฉลี่ย 3.40 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการดำเนินการของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการ Check in มีค่าเฉลี่ย

3.73 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือความเร็วในการรับกระเป๋า มีค่าเฉลี่ย 3.72 และตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือกมาก ที่สนามบิน มีค่าเฉลี่ย 3.50 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.58 เมื่อพิจารณารายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องสายการบินนกแอร์ มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.69 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการตอบสนองการให้บริการ , การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการดูแลเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.62 เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

จากผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมี มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

จากผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในข้อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต และในข้อการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการมีความจงรักภักดี อยู่ในระดับดี โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.77 และ 3.76 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศด้านความถี่ในการใช้บริการน้อยที่สุด 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด 6 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าเฉลี่ย 1.61 ครั้งต่อเดือน

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศในด้านวันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ และช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.วันที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการวันหยุดสัปดาห์/วันนักขัตฤกษ์ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาเป็นวันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

3.ช่วงเวลาในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 06.00 – 12.00 น. จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือช่วงเวลา 13.00 – 18.00 น. จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ช่วงเวลา 19.00 – 24.00 น. จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และช่วงเวลา 01.00 – 06.00 น. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยมีสมมติฐานจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการ

ใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีอายุ 26-35 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.36 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีอายุ 36-45 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.50 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีอายุ 46 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.60 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีอายุ 46ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.24 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีสถานภาพสมรส โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.27 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.28 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.6 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.45 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.41 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.42 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้

บริการมากกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมากกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมมติฐานข้อที่ 2. ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ ด้านการดำเนินการ ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ แตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลทศนคติต่อการบริการด้านต่าง ๆ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการบริการ ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทศนคติต่อการบริการในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยภายในเครื่องบินฉุกเฉิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องราคาเที่ยวบินเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องความคุ้มค่าของราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านราคา ในเรื่องความคุ้มค่าของราคา จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีทศนคติที่ดีต่อการให้บริการ ในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมาก

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องบริการจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องบริการจองตั๋วเครื่องบินผ่านอินเทอร์เน็ต จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องบริการการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องบริการการจองตั๋วเครื่องบินที่สนามบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องการจองตั๋วผ่าน ATM ธ.ไทยพาณิชย์ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัดประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ คงไว้ โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อ

ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัด
ประชาสัมพันธ์เรื่องเที่ยวบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องโปรโมชั่นทางโทรศัพท์
วิทยุมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์
เที่ยวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง
ตรงกันข้ามในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในการส่งเสริม
การตลาด ในเรื่องโปรโมชั่นทางโทรศัพท์วิทยุมากขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมน้อยลง

ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการทำโบวัวร์แจกตาม
บ้านเรือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบิน
ภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามใน
ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง
การทำโบวัวร์แจกตามบ้านเรือน จะมีความพึงพอใจโดยรวมน้อยลง

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากรโดยรวมกับพวก
พึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์
เที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง
เดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ ในด้าน
บุคลากรโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความพอใจของพนักงานต้อนรับบน
เครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบิน
ภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันใน
ระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่อง
ความพอใจของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการให้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องอภัยภัยของพนักงานต้อนรับบน
เครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบิน

ภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องอรรถาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องการแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องบุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องบุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านบุคลากร ในเรื่องความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมี

ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ ในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการจัดบุช Check in ที่สนามบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการจัดบุช Check in ที่สนามบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการตกแต่งภายในเครื่องบิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องการตกแต่งภายในเครื่องบิน จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.7 ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการโดยรวม จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการ Check in มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการ Check in จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการรับกระเป๋า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องความรวดเร็วในการรับกระเป๋า จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องตารางเที่ยวบินที่มีให้เลือก จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องจำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการดำเนินการ ในเรื่องจำนวนเที่ยวบินที่มีให้เลือก จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.8 ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ที่ยิวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพโดยรวมกับพวกพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ให้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยิวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีทัศนคติ

เดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการในด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในเรื่องการดูแลเอาใจต่อผู้ใช้บริการ จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความจงรักภักดีด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมาก จะมีความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคตมากขึ้นด้วย

ความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมาก จะมีความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการมากขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมาก จะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) น้อยลง

สมมติฐานข้อที่ 5 ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความจงรักภักดีในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ(ครั้งต่อเดือน) ของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ

ความจงรักภักดีในด้านการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน) ของสายการบินนกแอร์เทียบบิน ภายในประเทศ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เทียบบินภายในประเทศ ในเขต กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมใน การใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์เทียบบินภายในประเทศ

จากข้อมูลพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์เทียบบิน ภายในประเทศ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 41-42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ ครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะ ด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาด เป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและ ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมี ประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

สามารถวิเคราะห์ได้ว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดได้ จากข้อมูลพบว่ากลุ่มบุคคลที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยวบิภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงสามารถกำหนดบุคคลดังกล่าวข้างต้นเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ อาจจะเป็นเพราะว่าบุคคลที่มีระหว่าง 36-45 ปี อยู่ในวัยสร้างรากฐานให้แก่ชีวิต ทำให้มีความคิดว่าการเลือกใช้บริการที่มีความคุ้มค่า ประหยัด และความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เช่นกัน อาจเป็นเพราะเป็นบุคคลที่มีรายได้ที่ปานกลางทำให้มีอำนาจในการเลือกใช้บริการที่มากด้วย และโดยส่วนมากบุคคลที่มีรายได้สูงกว่า 10,001-20,000 บาท เป็นวัยที่ทำงานต้องการความสะดวกและรวดเร็ว และอีกทั้งสามารถความคุ้มค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทำให้มีการเลือกใช้บริการมากขึ้นอีกทั้งมีความปลอดภัยในการเดินทางทำให้เกิดความมั่นใจ และเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

2. การศึกษาทัศนคติต่อการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยวบิภายในประเทศ

พบว่าทัศนคติต่อการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ ของสายการบินนกแอร์ที่ยวบิภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธงชัย สันติวงษ์ (2537 : 161-162) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลเป็นการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ การจัดระเบียบดังกล่าว จะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ถ้าเราสังเกตดูจะเห็นว่า มนุษย์ทุกคนที่ใช้ชีวิตผ่านไปวันต่อวันนั้น ทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ และเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เสมอ และเขาจะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา คนทุกคนจะมีระเบียบและแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่ง เป็นไปได้ในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีการที่มีใจเป็นกลาง เป็นพระอิฐพระปูน และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน มีคุณค่าเท่ากัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะ คนทุกคนต่างมีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจ และอารมณ์ (Motivational and emotional characteristics) แตกต่างกันไปนั่นเอง

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยมีองค์ประกอบที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยจะสะท้อนทัศนคติของตนเองออกเป็นพฤติกรรมที่อาจจะเป็นไปได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเรื่องของทัศนคติในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ยวบิในประเทศ เพื่อให้รู้ถึงทัศนคติที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่งผลไปถึง

ความพึงพอใจโดยรวม และพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์เที่ยวบินในประเทศ ที่แตกต่างกันทั้งในด้านบวกและด้านลบ

3. การศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของคอตเลอร์ วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. (2546 : 7) อ้างอิงจาก (Kotler. 2003)กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 90 - 93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003 : 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก สรุป จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

4. การศึกษาความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

พบว่า ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2537 : 106-107) กล่าวว่า พฤติกรรมที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอคงเส้นคงวาในการซื้อสินค้าตรายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งซ้ำๆ กันอยู่เป็นประจำ ความจงรักภักดีในตรายี่ห้อเป็นสิ่งสำคัญและมีความหมายอย่างยิ่ง ผู้ผลิตสินค้าต้องการสร้างความจงรักภักดีให้แก่สินค้าของตนกันแทบทั้งสิ้น ซึ่งเป็นเรื่องยากและต้องใช้เวลาและเงินลงทุน แต่ถ้าทำได้สำเร็จแล้วก็เป็นเสมือนหลักประกัน

ความมั่นคงในการขายสินค้าในอนาคตต่อไป และยังทำให้เกิดการโฆษณาแบบปากต่อปาก หรือ ผู้บริโภคจะบอกต่อกันไปอีกด้วย(Word of mouth advertisement)

จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจรรีกรักภักดีในตราหือเป็นสิ่งสำคัญและมีความสำคัญ ในการเลือกซื้อสินค้าครั้งต่อไปของผู้บริโภค โดยจะต้องทำให้ผู้บริโภคจดจำคุณภาพรวมถึงตราสินค้า และทำการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

4. การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ

พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ประชุม รอดประเสริฐ (2526 : 15) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมหมายถึง กิริยาอาการที่แสดง ออกมา ไม่ว่าจะจากภายนอกหรือภายในร่างกายก็ได้ ทุกสิ่งทุกอย่างที่กระทำหรือรู้สึก ผู้อื่นจะมองเห็นหรือไม่ก็ตามนับได้ว่าเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น

องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ ความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรม หรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรม หรือผลของความรู้สึกที่มีต่อวัตถุ ทำให้เกิดการวางแผนว่าจะทำอะไรต่อวัตุนั้นๆ ในแง่ของนักการตลาด องค์ประกอบนี้ก็คือ ความตั้งใจหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบคือ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมจะเกิดขึ้นในลักษณะที่ว่า บุคคลวางแผนที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สินค้านั้น เป็นเพราะบุคคลนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้านั้น ซึ่งความรู้สึกที่ดีเกิดขึ้นเพราะข้อมูลที่บุคคลนั้นมีต่อตราสินค้านั้น แต่ละองค์ประกอบจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ถ้าองค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนในองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย ดังนั้นนักการตลาดที่ต้องการมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมผู้บริโภค มีการใช้สิ่งเร้าอื่นๆ เข้าไปในตัวผู้บริโภคเพื่อเป็นการสร้างอิทธิพลให้มีความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า เพื่อก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะซื้อ มา แต่อย่างไรก็ตามอาจมีบางเวลา บางสถานการณ์ที่ความสัมพันธ์ของทั้ง 3 องค์ประกอบมิได้ขึ้นในลักษณะดังขั้นตอนที่ว่านี้เสมอไป

หรือบางครั้งไม่มีความสอดคล้องกันเกิดขึ้น เนื่องจากมีตัวแปรบางตัวเข้ามาเกี่ยวข้องที่ทำให้ ความคงที่ หรือความสอดคล้องเปลี่ยนไป ทำให้ไม่เกิดขึ้นตอนที่เป็นลักษณะจากความคิด ความรู้สึก ความคงที่ หรือความสอดคล้องเปลี่ยนไป ทำให้ไม่เกิดขึ้นตอนที่เป็นลักษณะจาก ความคิด ความรู้สึกมาจบที่พฤติกรรม เช่น ผู้บริโภคขาดความต้องการในตัวสินค้า ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าได้ เพราะไม่มีเวลา ไม่มีเงินมากพอ ทำให้เมื่อเกิดความชอบแล้ว แต่ไม่ได้ซื้อ สินค้าตัวนั้นๆ มาใช้

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้แนวคิดในเรื่องพฤติกรรมในการใช้บริการ ที่เป็นตัวสะท้อนถึงความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินในประเทศ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษา ทศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ รูปแบบ การบริการของสายการบินนกแอร์ ดังนี้

1. กิจการควรทำการมุ่งเน้นไปกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร มากกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่แล้ว เพื่อรักษาฐานลูกค้าของกิจการและกิจการสามารถปรับปรุงคุณภาพบริการ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. กิจการควรทำการส่งเสริมปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด เช่นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการดำเนินการ และด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ เพราะจากข้อมูลพบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัย ความคุ้มค่าในการใช้บริการ การบริการการจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ตหรือผ่าน ATM การจัดโปรโมชั่นลดราคาตั๋ว มีการบริการรวดเร็ว พนักงานมีความสุขภาพ การตกแต่งสถานที่ และที่สำคัญคือการให้บริการอย่างรวดเร็ว
3. กิจการควรทำส่งเสริมการตลาดในรูปแบบประชาสัมพันธ์ในเรื่องของความรู้ความเข้าใจในเรื่องการให้บริการ ความปลอดภัยในการเดินทาง มีความรวดเร็วในการใช้บริการ และมี

ความประหยัดในการเดินทาง ให้มากขึ้นเพราะจากข้อมูลพบว่าความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการที่แตกต่างกัน และการส่งเสริมการตลาด โดยการแจกใบปลิวแนะนำบริการ ควรเพิ่มปริมาณให้มากและกระจายการแจกให้ทั่วถึงเพราะจากข้อมูลพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

4. กิจการควรมุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจโดยรวมให้กับลูกค้า เพราะจากข้อมูลพบว่าความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ กล่าวคือถ้ากิจการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการแล้วยิ่งมากเท่าใด ก็จะก่อนให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการในแง่ความถี่มากขึ้นด้วย ดังนั้นกิจการควรหากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลไปสู่การมีพฤติกรรมการใช้บริการที่ดีขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป

สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรจะทำการศึกษาเปรียบเทียบกับสายการบินอื่นในระดับเดียวกัน เช่น แอร์เอเชีย พีบีแอร์ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการให้กับผู้โดยสารให้มีความพึงพอใจสูงสุด

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะได้มีกลุ่มลูกค้ารายใหม่ และทำการรักษากลุ่มลูกค้ารายเดิมเอาไว้ เพื่อทำการเพิ่มสัดส่วนของตลาดให้ได้มากกว่าคู่แข่ง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10*. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- _____. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัชชาอร วันธงไชย. (2547). *ความพึงพอใจ แนวโน้มพฤติกรรมและความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ Express Mail Box ihko Windows Print ถนนรามคำแหง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บช.ม. (สาขาวิชาการตลาด) กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเนเพรส (1989).
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- นราศรี ไวนิชกุล. และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2545). *ระเบียบวิจัยทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ : นามมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. (2546). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชัน อีโตไชน่า.
- วิชุดา พกษาชาติ. (2547). *ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อรถยนต์คันแรกของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- มัลลิกา บุณนาค. (2527) *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริลักษณ์ พรหมศร. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโตโยต้ากับฮอนด้า*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- _____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- _____. (2547). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สมยศ เจริญตระกูล. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภครถยนต์นั่ง ตรวจการณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ต่ายเอกสาร.

- เสรี วงษ์มณฑา, รศ.ดร. (2542). *กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา. *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา.
- อนุสรณ์ วารีเพชร. (2547). *คู่มืออบรมเทคนิครถยนต์ KIA*. กรุงเทพฯ : บริษัทยนตรกิจออโตเซ็นเตอร์จำกัด.
- _____. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร์ และสายสวรรค์ เรืองวิเศษ. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Aaker, David. A. (1991). *Managing brand equity*. New york : The Free Press.
- Armstrong, Gary and Philip Kotler. *Marketing and Introduction*. 6th ed. New Jersey : Pearson Education, Inc., 2001.
- Berry, L.L., Zeithaml, V.A. and Parasuraman, A. *Quality Counts in Services, too*. *Business Horizons*, May-June, pp. 44-52, 1985.
- Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard and Jame F. Engle. *Consumer Behavior*. 9th ed. New york : Harcourt, Inc., 2001.
- Etzel, Michale J., Bruce J. Walker and William J. Stanton. *Marketing*. 12th ed. Boston : McGraw-Hill, Inc., 2001.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc., 1996.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*. 9th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 2001
- Lee, H.. Y. and Yoo, D. *The Determination of Perceived Service Quality and its Relationship with Satisfaction*. *Journal of Service Marketing*. Vol. 14 No. 3, pp. 217-231. 2000.
- Li, E.Y., Zhao, X. and Lee, t. *Quality Management Initiatives in Hong Kong 's Banking Industry: a Longitudinal Study*. *Total Quality Management* Vol. 12 No. 4, pp. 451-467. 2001.
- Lim, P.L. & Tang, N.K.H. *A Study of Patients ' Expectation and Satisfaction in Singapore Hospitals*. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 13 No. 7, pp. 290-299. 2000.
- Lockwood, A. *Applying Service Quality Concepts to Hospitality Education*. *Education and Training Journal* Vol. 37 No. 4, pp. 38-44, 1995.
- Love Lock H. Christopher. (1996). *Managing Services*. New York : McGraw-Hill Book Company. Marconi, J. (1993). *Beyond Branding : How savvy marketers build brand*

equity to create products and Open new markets. Chicago, IL : Probus.

Oliver, R.L. *A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concepts*. *Advances in Services Marketing and Management*, Vol. 2, pp. 65-85, 1993.

Schiffman LG & Kanuk L. (1997). *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentive Hall

Zairi, M. *Managing Customer Satisfaction: a Best Practice Perspective*. *The TQM Magazine*, Vol. 12 No. 6, pp. 389-394, 2000.

Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. *Services Marketing*. 1st ed., McGraw-Hill, New York, 1996.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เรื่อง "ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดี และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร"

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม มี 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 3. แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 4. แบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 5. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ส่วนที่ 1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ให้ทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี

26-35 ปี

36-45 ปี

45 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือต่ำกว่า

อนุปริญญา/ ปวศ.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พ่อบ้าน/แม่บ้าน อื่นๆ _____ (โปรดระบุ)

6. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท
 30,001-40,000 บาท 40,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2. ทักษะคดีที่มีต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศ

ท่านมีทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินนกแอร์ ที่ยวบินภายในประเทศในเรื่องดังต่อไปนี้
อย่างไร ทั้งนี้ให้ทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1. ความ

สะดวกสบายของ

| | | | | | | | | | | | | |
|----------------|---|-------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|----------|
| เก้าอี้ที่นั่ง | : | สะดวก | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่สะดวก |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

2. อุปกรณ์รักษา

ความปลอดภัย

ภายใน เครื่อง

กรเงิน

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------------|
| ความปลอดภัย | : | ปลอดภัย | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่ปลอดภัย |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

3. อุณหภูมิภายใน

เครื่องบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|---------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------------|
| เหมาะสม | : | เหมาะสม | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่เหมาะสม |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

4. ที่เก็บสัมภาระ

บนเครื่องบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|---------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------------|
| เพียงพอ | : | เพียงพอ | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่เพียงพอ |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

5. สภาพแสงสว่าง

บนเครื่องบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|---|-------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|----------|
| สว่าง | : | สว่าง | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่สว่าง |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

6. อาหารและ

เครื่องดื่มน

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|----------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|-------------|
| เครื่องบิน | : | หลากหลาย | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่หลากหลาย |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

7. รสชาติอาหารที่

บริการ

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--------------|
| | : | ดี | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ต้องปรับปรุง |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

ข้อ 2. ด้านราคา (Price)

1. ราคาอาหาร

และเครื่องดื่มน

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|--------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--------|
| เครื่องบิน | : | แพงมาก | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ถูกมาก |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

2. ราคาเที่ยวบิน

เมื่อเทียบกับสาย

การบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---------|
| อื่น | : | แพงกว่า | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ถูกกว่า |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

3. ความคุ้มค่า

ของราคา

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------------|
| | : | คุ้มค่า | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่คุ้มค่า |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

ข้อ 3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

1. การบริการการ

จองตั๋วเครื่องบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|---|-------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|----------|
| ผ่าน อินเทอร์เน็ต | : | สะดวก | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่สะดวก |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

2. การบริการจอง

ตั๋วเครื่องบินที่

สนามบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--------|
| | : | รวดเร็ว | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ล่าช้า |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

3. การจองตั๋วผ่าน

ATM ธ.ไทย

พหุมิชย์ : สะดวก _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่สะดวก
5 4 3 2 1

ข้อ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1. การจัด

ประชาสัมพันธ์

เรื่องเที่ยวบิน : มีมาก _____ , _____ , _____ , _____ , _____ มีน้อย
5 4 3 2 1

2. การจัด

โปรโมชั่นลดราคา

ตั๋ว : ชอบมาก _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่ชอบมาก
5 4 3 2 1

3. การมีของแจก

หรือของแถม

: ชอบมาก _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่ชอบมาก
5 4 3 2 1

4. การโฆษณาทาง

โทรทัศน์วิทยุมาก

ขึ้น : ควรมี _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่ควรมี
5 4 3 2 1

5. การทำโบว์ชัวร์

แจกตามบ้านเรือน

: ควรมี _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่ควรมี
5 4 3 2 1

ข้อ 5. ด้านบุคลากร (People)

1. ความเพียงพอ

ของพนักงานต้อนรับ

บนเครื่องบิน : เพียงพอ _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่เพียงพอ
5 4 3 2 1

2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน : อธิยาศัยดี _____ , _____ , _____ , _____ , _____ อธิยาศัยไม่ดี
5 4 3 2 1
3. การแต่งกายของพนักงานเมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน : ดีกว่า _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ดีน้อยกว่า
5 4 3 2 1
4. บุคลิกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เมื่อเทียบกับสายการบินในระดับเดียวกัน : ดีกว่า _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ดีน้อยกว่า
5 4 3 2 1
5. ความชำนาญงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน : มาก _____ , _____ , _____ , _____ , _____ น้อย
5 4 3 2 1

ข้อ 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

1. การให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง : ชัดเจน _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่ชัดเจน
5 4 3 2 1
2. การจัดบุช Check in ที่สนามบิน : สวยงาม _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่สวยงาม
5 4 3 2 1
3. การตกแต่งภายในเครื่องบิน : พอใจ _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่พอใจ
5 4 3 2 1

ข้อ 7. ด้านการดำเนินการ (Process)

1. ความรวดเร็วในการ

| | | | | | | | | | | | | |
|----------|---|-----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------|
| Check IN | : | มาก | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | น้อย |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

2. ความรวดเร็วในการ

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--------|
| รับกระเป๋า | : | รวดเร็ว | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ล่าช้า |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

3. จำนวนเที่ยวบินที่มี

| | | | | | | | | | | | | |
|----------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------------|
| ให้เลือก | : | มาก | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | น้อย |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |
| | : | เหมาะสม | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ไม่เหมาะสม |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

ข้อ 8. ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity&Quality)

1. ท่านคิดว่าสายการบิน

| | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---|-----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|------|
| นกแอร์มีความ | | | | | | | | | | | | |
| ปลอดภัย | : | มาก | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | น้อย |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

2. การตอบสนองการ

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|---------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--------|
| ให้บริการ | : | รวดเร็ว | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ล่าช้า |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

3. ความเชื่อถือในการ

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------|---|-------------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|----------------|
| ให้บริการอย่างมี | | | | | | | | | | | | |
| คุณภาพ | : | เชื่อถือได้ | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | เชื่อถือไม่ได้ |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

4. การแก้ปัญหาเฉพาะ

| | | | | | | | | | | | | |
|------|---|--------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|-----------|
| หน้า | : | แก้ได้ | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | แก้ไม่ได้ |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

5. การดูแลเอาใจใส่ต่อ

| | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---|----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--------------|
| ผู้ใช้บริการ | : | ดี | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | , | _____ | ต้องปรับปรุง |
| | | | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | |

ส่วนที่ 3. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์

ให้ทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ 1. ท่านมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์อย่างไร

; พพอใจอย่างมาก _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่พอใจอย่างมาก
5 4 3 2 1

ส่วนที่ 4. ความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ

ให้ทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ 1. ท่านมีแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการของสายการบินนกแอร์ในอนาคตอย่างไร

; กลับมาใช้แน่นอน _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ไม่กลับมาใช้แน่นอน
5 4 3 2 1

ข้อ 2. ท่านมีพฤติกรรมบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เมื่อใช้บริการแล้วท่านคิดว่าดี

; มีพฤติกรรมบอกต่อ _____ , _____ , _____ , _____ , _____ มีพฤติกรรม ไม่บอกต่อ
5 4 3 2 1

ข้อ 3. เปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการระหว่างสายการบินนกแอร์กับสายการบินอื่น

; ดีกว่า _____ , _____ , _____ , _____ , _____ ดีน้อยกว่า
5 4 3 2 1

ส่วนที่ 5. พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ

ข้อ 1. ท่านใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ประมาณ _____ ครั้งต่อเดือน

ข้อ 2. ส่วนใหญ่ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนกแอร์ในวันใด

- วันจันทร์ - ศุกร์ วันเสาร์ - อาทิตย์ วันหยุดสัปดาห์/
วันนักขัตฤกษ์

ข้อ 3 ส่วนใหญ่ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนกแอร์ในช่วงเวลาใด

- 01.00 -06.00 น. 06.00 – 12.00 น.
 12.00 – 18.00 น. 18.00 – 24.00 น.

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อ ชื่อสกุล | นางฉัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์ |
| วันเดือนปีเกิด | 21 มกราคม 2506 |
| สถานที่เกิด | จังหวัดเชียงราย |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 531/235 ซ.ศูนย์วิจัย 4 ถ.พระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10250 |
| ประวัติการศึกษา | |
| พ.ศ. 2529 | บริหารธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| พ.ศ. 2548 | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |