

# พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์

## Behavior of Passengers Using Online with the NOK Airlines

กฤษฎา อรรถนาด และเสกสรร สุทธิสงค์

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินนกแอร์และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินนกแอร์ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 200 คน ซึ่งเป็นผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการกับสายการบินด้วยตนเอง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบด้วยสถิติวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (point biserial correlation coefficient) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินมีบริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ในด้านคุณภาพของบริการออนไลน์ของเว็บไซต์/แอปพลิเคชันสายการบินนกแอร์ ซึ่งมีบริการออนไลน์ 8 ด้าน ได้แก่ การจองบัตรโดยสาร การตรวจบัตรโดยสาร การตรวจสอบข้อมูลการจอง บริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร ตรวจสอบเที่ยวบิน บัตรโดยสารราคาประหยัด ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย และข้อมูลผู้ใช้งาน ผู้โดยสารต่างให้คะแนนอยู่ในระดับมากทุกด้าน

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมผู้โดยสาร, บริการออนไลน์, สายการบินนกแอร์

### Abstract

The purpose of research was to study behavior of passengers using online with the Nok Airlines. The sample was used in this research is 200 Thai Passengers who decided to use the Nok Airline by themselves from July to August 2015. The research instrument was questionnaires. Data were analyzed by descriptive statistics which are percentage, mean, and standard deviation. Also using a point biserial correlation coefficient to study the behavior. The hypothesis testing revealed demographic of sample which are level of sex, age, education, and income that have correlation with sample's behavior in using the online service of the Nok Airline. On the other hand age, education, occupation, and income correlated with sample's behavior in using online service of the Nok Airlines for each traveling. Moreover, the sample considered all eight aspects of the online services; Book Flight, Check-in, My Booking, Promotion & News, Flight Schedule, Low fare Search, Contact us & FAQ's, and Setting) that are offered by Nok airlines both website and application as a good quality of service.

**Keywords:** passenger behavior, online service, Nok airline.

## ความนำ

ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในยุคปัจจุบันเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ที่มีบทบาทมากขึ้น ระบบสื่อสารข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูลเป็นไปอย่างกว้างขวางนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 โดยคนส่วนใหญ่นิยมหันมาใช้อุปกรณ์พกพาเพื่อทำงานและเล่นอินเทอร์เน็ตมากกว่าการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ เป็นการเปลี่ยนแปลงการทำงานบนโต๊ะสู่การทำงานผ่านอุปกรณ์สื่อสารยุคใหม่ที่ทำงานพกพาได้สะดวก อุปกรณ์เหล่านี้สามารถอำนวยความสะดวกโดยการใช้แอปพลิเคชันตัวเดียวกัน ใ้บนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันมากกว่าหนึ่งเครื่อง เช่นการรับส่งอีเมล การค้นหาข้อมูล การเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนบนสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ พฤติกรรมของคนเมืองจะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทุกที่ทุกเวลาเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับตนเองในชีวิตประจำวัน ด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยาก และตอบสนองความต้องการได้ทันทั่วทั้งการใช้บริการออนไลน์กับการเดินทางทางอากาศได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการค้นหาตารางการบิน ราคาที่นั่ง การจองที่นั่งบนเครื่องบิน การจองอาหาร การร้องขอบริการพิเศษต่างๆ การเช็คอิน เป็นต้น จะเห็นได้ว่าในขณะนี้ทุกสายการบินที่บินภายในประเทศต่างก็มีระบบออนไลน์เพื่อรองรับการใช้งานให้กับผู้เดินทาง การแข่งขันทางการตลาดออนไลน์จึงมีมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เดินทางได้ตรงจุด ดังที่ บิล เกตส์ (Bill Gates, 2015) เป็นนักธุรกิจชาวอเมริกัน และหนึ่งในผู้ก่อตั้งบริษัทไมโครซอฟท์ ได้กล่าวไว้ว่า อาชีพหลายอาชีพจะหายสาบสูญไปจากโลก เพราะมนุษย์ถูกแย่งงานโดย “อินเทอร์เน็ตบอต” ซอฟต์แวร์ระบบอัตโนมัติ ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ง่ายขึ้น และประหยัดเวลามากขึ้น

ในโลกธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง และเพิ่มความรุนแรงมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์พื้นฐานต่าง ๆ ที่เคยประยุกต์ใช้เพื่อการแข่งขันในเชิงธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง ให้กับสินค้าบริการ หรือแม้แต่การสร้างพันธมิตร อาจดูเหมือนว่ายังไม่เพียงพอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มาใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งในเชิงธุรกิจ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอีกด้วย

โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้จัดทำต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้โดยสารในการใช้บริการออนไลน์ของสายการบินนกแอร์ว่าผู้เดินทางมีพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์อย่างไรบ้าง และอะไรคือความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้โดยสารในการใช้บริการระบบออนไลน์ของสายการบินนกแอร์

## แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

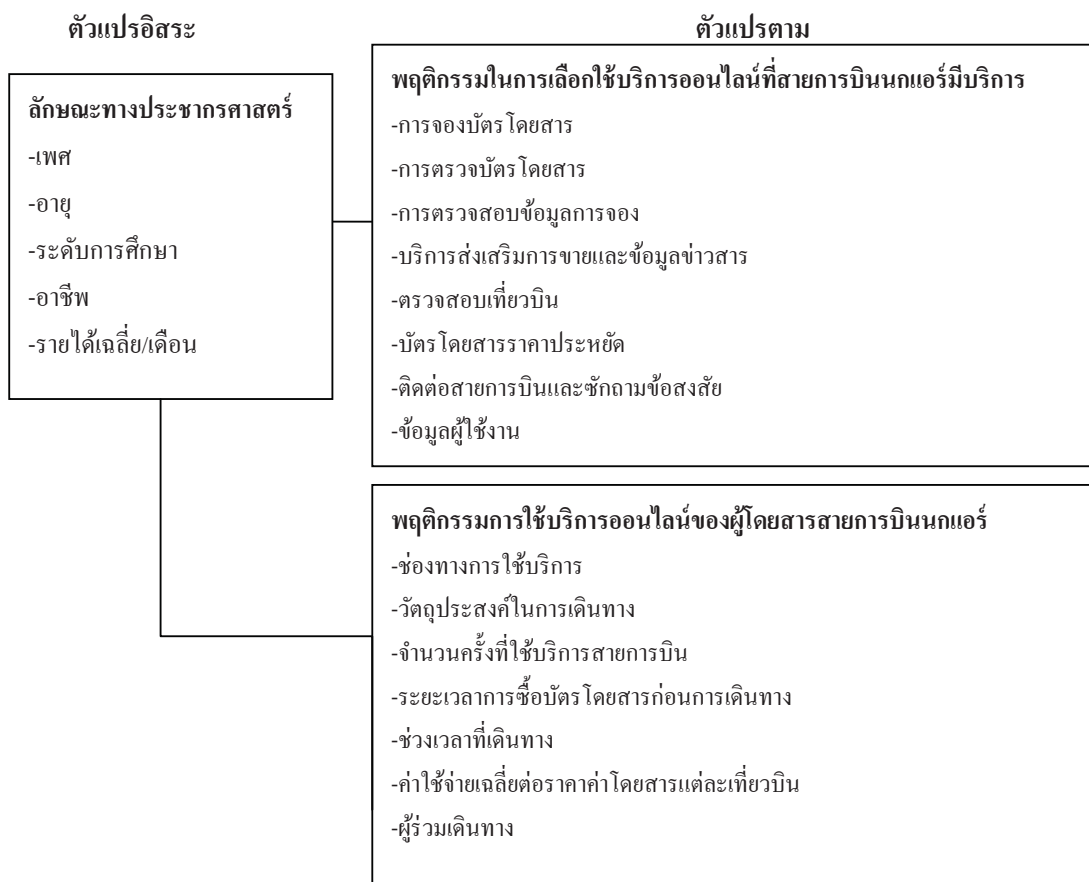
ด้วยการให้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ซื้อที่เปลี่ยนไปนั้น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) (Schiffman and Kanuk, 2000) โดยเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการตัดสินใจที่จะแบ่งปันทรัพย์สินที่พวกเขา มี เช่น เวลา, เงิน, ความพยายาม ในการที่จะอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ (whether) ทำไมจึงซื้อ (why) ซื้อเมื่อใด (when) ซื้อที่ไหน (where) ซื้ออย่างไร (how) ซื้อเท่าใด (how much) ซื้อบ่อยแค่ไหน (how often) ใช้เวลาชยาวนานเท่าใด (how long) ในการจัดหา การใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ

รวมไปถึงการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยภายในและปัจจัย

ภายนอก (ชูชัย สมितिไกร, 2556) ปัจจัยภายใน ได้แก่  
 (1) การรับรู้ (perception) (2) การเรียนรู้ (learning)  
 (3) ความต้องการและแรงจูงใจ (needs and motive)  
 (4) บุคลิกภาพ (personality) (5) ทศนคติ (attitude)  
 (6) ค่านิยมและวิถีชีวิต (values and lifestyles) ปัจจัย  
 ภายนอก คือสภาพแวดล้อมภายนอกตัวของผู้บริโภค ซึ่ง  
 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ (1) ครอบครัว  
 (family) (2) กลุ่มอ้างอิง (reference group) (3) วัฒนธรรม  
 (culture) (4) ชั้นทางสังคม (social class)

ด้วยเหตุผลในข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการ  
 ให้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการที่เปลี่ยนไป เกิด  
 เป็นความสะดวกสบายและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ  
 ออนไลน์ในชีวิตประจำวันที่มีมากขึ้น ประกอบกับ  
 การศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นพฤติกรรม  
 ของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์

#### กรอบแนวคิดการวิจัย



จึงเป็นหัวข้อในการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อสร้างประโยชน์  
 สูงสุดแก่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการสายการบิน

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการให้บริการออนไลน์ของสาย  
 การบินนกแอร์
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการ  
 ออนไลน์ของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทาง  
 ประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการ  
 ออนไลน์สายการบินนกแอร์
4. เพื่อศึกษาถึงคุณภาพของบริการออนไลน์  
 สายการบินนกแอร์

## สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้โดยสารในการใช้บริการออนไลน์สายการบินนกแอร์

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินนกแอร์

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินนกแอร์ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ.2558 ซึ่งเป็นผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการกับสายการบินด้วยตนเอง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเป็นกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน เนื่องจากจำนวนผู้โดยสารของสายการบินนกแอร์มีจำนวนมากและเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 จากผู้ที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ค่าความคลาดเคลื่อน 1% จากสูตรคอเครน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) จากการคำนวณตามสูตรข้างต้นพบว่า ค่า  $n$  ที่ได้จะมีประมาณ 166 ซึ่งถือเป็นค่าการเลือกสุ่มตัวอย่าง แต่ในที่นี้จะกำหนดให้เก็บข้อมูลจำนวนมากกว่าที่กำหนดไว้ประมาณร้อยละ 10 เพื่อนำมาใช้ในกรณีที่ต้องมีการคัดแบบสอบถามบางชุดที่มีความไม่สมบูรณ์ออก ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 116 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 200 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการใช้บริการกับทางสายการบินนกแอร์

2.1 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินนกแอร์มีบริการ ได้แก่ การจองบัตรโดยสาร, การตรวจบัตรโดยสาร, การตรวจสอบข้อมูลการจอง, บริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร, ตรวจสอบเที่ยวบิน, บัตรโดยสารราคาประหยัด, ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย, ข้อมูลผู้ใช้งาน

2.2 พฤติกรรมกรใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง ได้แก่ ช่องทางการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนครั้งที่ใช้บริการสายการบิน ระยะเวลาการซื้อบัตรโดยสารก่อนการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อราคาค่าโดยสารแต่ละเที่ยวบิน ผู้ร่วมเดินทาง

3. คุณภาพของบริการออนไลน์สายการบินนกแอร์ ได้แก่ การจองบัตรโดยสาร การตรวจบัตรโดยสาร การตรวจสอบข้อมูลการจอง บริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร ตรวจสอบเที่ยวบิน บัตรโดยสารราคาประหยัด ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย ข้อมูลผู้ใช้งาน

จากผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้มาตรวจให้คะแนนและหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ ) ของครอนบาค (Cronbach) ในการทดสอบแบบสอบถาม (ไพฑูรย์ เรืองมล, 2554)

ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาพบว่า แบบสอบถามชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่น ค่าเท่ากับ .845 ซึ่งค่าความเชื่อมั่น ได้ตั้งแต่ .80 ขึ้น ไปจะมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการทำแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยเก็บรวบรวมจากการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) จากประชากรที่เดินทางกับสายการบินนกแอร์ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ.2558

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลขแล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ ต่อไปนี้

### 1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics)

ตอนที่ 1 บรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์

ตอนที่ 2 บรรยายคุณภาพการให้บริการออนไลน์ของสายการบินนกแอร์ โดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูล

## ตาราง 1

แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
-ชาย	67	33.5
-หญิง	133	66.5
รวม	200	100.0
2. อายุ		
-ระหว่าง 15-19 ปี	18	9.0
-ระหว่าง 20-29 ปี	75	37.5
-ระหว่าง 30-39 ปี	56	28.0

### 2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics)

ตอนที่ 3 ใช้การแจกแจงค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อหาระดับการกระจายของข้อมูล การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (point biserial correlation coefficient) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์หรือความสอดคล้องกันของการศึกษากลุ่มตัวอย่างแล้วสรุปผลการศึกษาอ้างอิงไปถึงกลุ่มประชากรที่ได้ในงานวิจัย โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งทดสอบพฤติกรรมด้านต่างๆ ของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ ซึ่งจำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย/ เดือน)

## ผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และเพศหญิง 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 15,001-30,000 บาทจำนวน 94 คน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
-ระหว่าง 40-49 ปี	31	15.5
-50 ปีขึ้นไป	20	10.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
-อนุปริญญา	7	3.5
-ปริญญาตรี	123	61.5
-สูงกว่าปริญญาตรี	50	25.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>4. อาชีพ</b>		
-นักเรียน/นักศึกษา	42	21.0
-ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	24.5
-ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	66	33.0
-ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	32	16.0
-อื่นๆ (ครูสอนพิเศษ, อาชีพอิสระ)	11	5.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>		
-น้อยกว่า 15,000 บาท	34	17.0
-15,000-30,000 บาท	94	47.0
-30,001-45,000 บาท	32	16.0
-มากกว่า 45,001 ขึ้นไป	40	20.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินนกแอร์มีบริการ ส่วนใหญ่ผู้โดยสารใช้บริการการจองบัตรโดยสาร และ Low Fare Search การค้นหาบัตรโดยสารราคาประหยัด ซึ่งอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.74$ ) เท่ากันทั้งสองข้อ รองลงมาคือ การตรวจสอบเที่ยวบิน และการตรวจสอบข้อมูลการจองอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ( $\bar{X}=3.72$ ) และ ( $\bar{X}=3.71$ ) ตามลำดับ สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการการส่งเสริมการขายและ

ข้อมูลข่าวสารและการตรวจบัตรโดยสารอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.36$ ) และ ( $\bar{X}=3.02$ ) สำหรับบริการที่ผู้โดยสารใช้ในระดับน้อยและน้อยที่สุด คือ ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย ( $\bar{X}=2.45$ ) และ Setting ข้อมูลผู้ใช้งาน ( $\bar{X}=2.27$ ) โดยที่พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินนกแอร์มีบริการรวมทั้งหมดมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.25$ )

ตาราง 2

แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

พฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์	ความถี่ในการใช้บริการ		
	( $\bar{X}$ )	S.D	ระดับ
<b>1. พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินนกแอร์มีบริการ</b>			
1.1) Book Flight การจองบัตรโดยสาร	3.74	0.995	มาก
1.2) Check-in การตรวจบัตรโดยสาร	3.02	1.234	ปานกลาง
1.3) My Booking การตรวจสอบข้อมูลการจอง	3.71	1.016	มาก
1.4) Promotion & News บริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร	3.36	1.037	ปานกลาง
1.5) Flight Schedule ตรวจสอบเที่ยวบิน	3.72	0.964	มาก
1.6) Low Fare Search บัตรโดยสารราคาประหยัด	3.74	1.062	มาก
1.7) Contact us & FAQ' ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย	2.45	1.235	น้อย
1.8) Setting ข้อมูลผู้ใช้งาน	2.27	1.336	น้อยที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>	<b>1.251</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>2. พฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง</b>			
<b>2..1) ช่องทางบริการออนไลน์ที่เลือกใช้</b>			
2.1.1) ผ่านเว็บไซต์ของสายการบินนกแอร์	3.67	1.094	มาก
2.1.2) แอปพลิเคชันของสายการบินนกแอร์	3.42	1.179	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>1.143</b>	<b>มาก</b>
<b>2.2 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง</b>			
2.2.1) การท่องเที่ยว	3.23	1.145	ปานกลาง
2.2.2) ทำงาน/ติดต่อธุรกิจ	3.01	1.311	ปานกลาง
2.2.3) การศึกษาคูงาน	2.46	1.168	น้อย
2.2.4) เยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน	3.28	1.237	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.99</b>	<b>1.257</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>2.3 ช่วงเวลาที่เดินทาง</b>			
2.3.1) 06.00 - 12.00 น.	3.26	1.293	ปานกลาง
2.3.2) 12.01 - 18.00 น.	3.38	1.141	ปานกลาง
2.3.3) 18.01- 24.00 น.	2.60	1.224	น้อย
<b>รวม</b>	<b>3.08</b>	<b>1.266</b>	<b>ปานกลาง</b>

พฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์	ความถี่ในการใช้บริการ		
	( $\bar{X}$ )	S.D	ระดับ
2.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อราคาค่าโดยสารแต่ละเที่ยวบิน			
2.4.1) 500-1,000 บาท	2.43	1.193	น้อย
2.4.2) 1,001-1,500 บาท	2.31	1.250	น้อย
2.4.3) 1,501-2,000 บาท	3.16	1.135	ปานกลาง
2.4.4) 2,001-2,500 บาท	2.42	1.113	น้อย
2.4.5) มากกว่า 2,501 บาท	2.19	1.119	น้อย
<b>รวม</b>	2.68	1.249	ปานกลาง
2.5 ผู้ร่วมเดินทางในการเดินทางแต่ละครั้ง			
2.5.1) เดินทางคนเดียว	3.68	1.295	มาก
2.5.2) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	2.93	1.307	ปานกลาง
2.5.3) ครอบครัว	2.71	1.250	ปานกลาง
2.5.4) ลูกค้า/คู่ค้า	1.73	0.895	น้อยที่สุด
<b>รวม</b>	2.76	1.384	ปานกลาง

### ตาราง 3

จำนวนและค่าร้อยละของระดับพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง

พฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนครั้งที่ใช้บริการเดินทาง		
1.1) 1-2 ครั้ง/ปี	36	18.0
1.2) 3-4 ครั้ง/ปี	65	32.5
1.3) 5-6 ครั้ง/ปี	30	15.0
1.4) 7-8 ครั้ง/ปี	20	10.0
1.5) มากกว่า 8 ครั้ง/ปี	46	23.0
1.6) อื่นๆ	3	1.5
<b>รวม</b>	200	100.0
2. ระยะเวลาในการซื้อบัตรโดยสารก่อนการเดินทาง		
2.1) 1-7 วัน ก่อนการเดินทาง	101	50.5
2.2) 8-14 วัน ก่อนการเดินทาง	40	20.0
2.3) 15-21 วัน ก่อนการเดินทาง	22	11.0
2.4) 22-30 วัน ก่อนการเดินทาง	17	8.5
2.5) มากกว่า 30 วันก่อนการเดินทาง	20	10.0
<b>รวม</b>	200	100.0



ตาราง 4

แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของคุณภาพของบริการออนไลน์ของเว็บไซต์/แอปพลิเคชันสายการบินนกแอร์

คุณภาพการให้บริการออนไลน์	ความถี่คุณภาพการให้บริการ		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>1. Book Flight การจองบัตรโดยสาร</b>			
1.1 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	3.97	0.907	มาก
1.2 ความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน	3.91	0.920	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.851</b>	<b>มาก</b>
<b>2. Check-in การตรวจบัตรโดยสาร</b>			
2.1 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	3.77	0.982	มาก
2.2 ความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน	3.75	0.944	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>0.905</b>	<b>มาก</b>
<b>3. My Booking การตรวจสอบข้อมูลการจอง</b>			
3.1 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	3.89	0.875	มาก
3.2 ความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน	3.88	0.850	มาก
3.3 ความถูกต้องของข้อมูลการจอง	4.01	0.888	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.92</b>	<b>0.786</b>	<b>มาก</b>
<b>4. Promotion &amp; News บริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร</b>			
4.1 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	3.84	0.901	มาก
4.2 มีความเป็นปัจจุบัน และตรงกับสถานการณ์จริงเสมอ	3.86	0.897	มาก
4.3 ความถูกต้องชัดเจนของข้อมูลข่าวสารและอธิบายเงื่อนไขบริการส่งเสริมการขายได้อย่างเข้าใจง่าย	3.82	0.901	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.824</b>	<b>มาก</b>
<b>5. Flight Schedule ตรวจสอบเที่ยวบิน</b>			
5.1 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	4.06	0.787	มาก
5.2 ความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน	3.92	0.817	มาก
5.3 ความครบถ้วนของข้อมูล	3.91	0.840	มาก
5.4 มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ตรงกับข้อมูลจริงหากมีการเปลี่ยนแปลง	3.87	0.785	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.709</b>	<b>มาก</b>
<b>6. Low Fare Search บัตรโดยสารราคาประหยัด</b>			
6.1 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	3.85	0.925	มาก

6.2 ความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน	3.84	0.876	มาก
6.3 ความครบถ้วนของข้อมูล	3.86	0.863	มาก
6.4 แสดงเงื่อนไขในการเดินทางชัดเจนและอธิบายเงื่อนไขบริการส่งเสริมการขายได้อย่างเข้าใจง่าย	3.76	0.936	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.83</b>	<b>0.814</b>	<b>มาก</b>
<b>7. Contact us &amp; FAQ's ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย</b>			
7.1 ติดต่อกับสายการบินสะดวก	3.60	0.987	มาก
7.2 เข้าถึงการบริการได้อย่างรวดเร็ว	3.68	0.976	มาก
7.3 ให้ข้อมูล/การบริการที่ถูกต้องและตรงกับความต้องการ	3.78	0.947	มาก
7.4 ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.01	0.833	มาก
7.5 ตระหนักถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ	3.95	0.843	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.80</b>	<b>0.769</b>	<b>มาก</b>
<b>8. Setting ข้อมูลผู้ใช้งาน</b>			
8.1 ระบบบันทึกข้อมูลของผู้ใช้งานได้อย่างถูกต้องครบถ้วน	3.92	0.755	มาก
8.2 ระบบรักษาข้อมูลของผู้ใช้งานไว้เป็นความลับได้อย่างปลอดภัย	3.96	0.807	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.728</b>	<b>มาก</b>

2. พฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง มีการใช้ช่องทางการบริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของสายการบินนอร์ และแอปพลิเคชันของสายการบินนอร์ไม่ต่างกันมากนัก โดยดูจากคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.67$ ) ซึ่งมากกว่าการใช้บริการออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ( $\bar{X}=3.42$ ) โดยที่ทั้งสองข้อคำถามมีคะแนนรวมเฉลี่ย ( $\bar{X}=3.55$ ) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน มากที่สุด ( $\bar{X}=3.28$ ) รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยว ( $\bar{X}=3.23$ ) การเดินทางเพื่อทำงาน/ติดต่อธุรกิจ ( $\bar{X}=3.01$ ) การเดินทางเพื่อศึกษาดูงาน ( $\bar{X}=2.46$ ) ผู้โดยสารมักเลือกเดินทางในช่วงเวลากลางวัน 12.01-18.00 น. มากที่สุด ( $\bar{X}=3.38$ ) รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลาเช้า 6.00-12.00 น. ( $\bar{X}=3.26$ ) ช่วงเวลาเย็นและกลางคืน 18.01-24.00 น. เป็นเวลาที่

ผู้โดยสารเลือกเดินทางน้อยที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยน้อย ( $\bar{X}=2.60$ ) และผู้โดยสารมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อราคาค่าโดยสารในแต่ละเที่ยวบินประมาณ 1,501-2,000 บาทมากที่สุด ( $\bar{X}=3.16$ ) รองลงมาคือ 2,001-2,500 บาทและ 500-1,000 บาท ( $\bar{X}=2.43$ ) และ ( $\bar{X}=2.42$ ) ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อราคาค่าโดยสารในแต่ละเที่ยวบินที่น้อยสุด คือมากกว่า 2,501 บาท ( $\bar{X}=2.19$ ) โดยที่ผู้โดยสารจะเดินทางคนเดียวเป็นส่วนใหญ่ ( $\bar{X}=3.68$ ) รองลงมาคือเดินทางกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานและครอบครัว ( $\bar{X}=2.93$ ) และ ( $\bar{X}=2.71$ ) ตามลำดับ ซึ่งการเดินทางในแต่ละครั้งจะเดินทางกับลูก้า/คู่ค้า น้อยที่สุด ( $\bar{X}=1.73$ ) ผู้โดยสารมีพฤติกรรมในการเดินทางโดยจำนวนครั้งที่ใช้บริการเดินทาง 3-4 ครั้ง/ปี มากที่สุดซึ่งมีมากถึงร้อยละ 32.5 รองลงมาคือมีการเดินทางมากกว่า 1 ครั้ง/ปี ร้อยละ 23.0 สำหรับการเดินทาง 1-2 ครั้ง/ปี 5-6 ครั้ง/ปี และ 7-8 ครั้ง/ปี มีคะแนนร้อยละ 18.0, 15.0 และ 10.0 ตามลำดับ

ส่วนการเดินทางเป็นประจำทุกเดือน หรือมากกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือนมีคะแนนร้อยละ 1.5 และผู้โดยสารมีระยะเวลา ในการซื้อบัตรโดยสารก่อนการเดินทาง 1-7 วันก่อนการเดินทางมากที่สุด ซึ่งมีมากถึงร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 8-14 วันก่อนการเดินทาง ร้อยละ 20.0 สำหรับระยะเวลาในการซื้อบัตรโดยสารก่อนการเดินทาง 15-21 วัน และมากกว่า 30 วันก่อนการเดินทาง มีคะแนนร้อยละ 11.0 และ 10.0 ตามลำดับส่วนระยะเวลาในการซื้อบัตรโดยสารก่อนการเดินทาง 22-30 วัน มีคะแนนร้อยละ 8.5

3. ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของบริการออนไลน์ของเว็บไซต์/แอปพลิเคชันสายการบินนกแอร์ มีคุณภาพมากในทุกด้าน อันได้แก่ การจองบัตรโดยสาร มีการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=3.97$ ) และคุณภาพในด้าน ความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ( $\bar{X}=3.91$ ) ในส่วนการตรวจบัตรโดยสาร มีการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=3.77$ ) และคุณภาพใน ด้านความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ( $\bar{X}=3.75$ ) ในส่วนการตรวจสอบข้อมูลการ จอง มีการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=3.89$ ) คุณภาพใน ด้านความรวดเร็วของการตอบสนองของเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ( $\bar{X}=3.88$ ) และคุณภาพของความถูกต้อง ของข้อมูลการจอง ( $\bar{X}=4.01$ ) ในส่วนบริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร แสดงให้เห็นว่า ในส่วนมีการใช้ งานง่ายไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=3.84$ ) คุณภาพในด้าน มีความ เป็นปัจจุบัน และตรงกับสถานการณ์จริงเสมอ ( $\bar{X}=3.86$ ) และคุณภาพของความถูกต้องชัดเจนของข้อมูลข่าวสาร และอธิบายเงื่อนไขบริการส่งเสริมการขายได้อย่างเข้าใจ ง่าย ( $\bar{X}=3.82$ ) ในส่วนตรวจสอบเที่ยวบิน มีการใช้งาน ง่ายไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=4.06$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการ ออนไลน์ในด้านความรวดเร็วของการตอบสนองของ เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ( $\bar{X}=3.92$ ) รวมไปถึงคุณภาพใน ด้านความครบถ้วนของข้อมูล ( $\bar{X}=3.91$ ) และคุณภาพ ของข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ตรงกับข้อมูลจริงหากมีการ เปลี่ยนแปลงในการให้บริการออนไลน์ ( $\bar{X}=3.87$ )

ในส่วนของบัตรโดยสารราคาประหยัด แสดง ให้เห็นว่า มีการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=3.85$ ) คุณภาพในด้านความรวดเร็วของการตอบสนองของ เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ( $\bar{X}=3.84$ ) คุณภาพในด้านความ ครบถ้วนของข้อมูล ( $\bar{X}=3.86$ ) และคุณภาพในการแสดง เงื่อนไขในการเดินทางชัดเจนและอธิบายเงื่อนไขบริการ ส่งเสริมการขายได้อย่างเข้าใจง่าย ( $\bar{X}=3.76$ ) ในการ ติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย แสดงให้เห็นว่า มี การใช้งานที่ติดต่อง่าย สะดวก ( $\bar{X}=3.60$ ) คุณภาพใน ด้านความเข้าถึงการบริการได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X}=3.68$ ) คุณภาพในด้านการให้ข้อมูล/การบริการที่ถูกต้องและ ตรงกับความต้องการ ( $\bar{X}=3.78$ ) คุณภาพในการ ให้บริการด้วยความสุภาพ ( $\bar{X}=4.01$ ) และคุณภาพในการ ตระหนักถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ( $\bar{X}=3.95$ ) และสุดท้าย ในส่วนของข้อมูลผู้ใช้งาน คุณภาพของระบบบันทึกข้อมูลของผู้ใช้งาน ได้อย่าง ถูกต้องครบถ้วน ( $\bar{X}=3.92$ ) และระบบรักษาข้อมูลของ ผู้ใช้งานไว้เป็นความลับได้อย่างปลอดภัย ( $\bar{X}=3.96$ )

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้ บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ และพฤติกรรม การใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยการ ทดสอบหาความสัมพันธ์ใช้วิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (point biserial correlation coefficient) เป็น รายคู่ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ดังนี้

4.1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทาง ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้ บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ได้แก่ ตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา และรายได้

ส่วนตัวแปรอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์

4.2. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทาง ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ ในการเดินทางแต่ละครั้ง

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ได้แก่ ตัวแปรอายุ  
การศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์

**ตาราง 5**

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้โดยสาร

ตัวแปรลักษณะทางประชากร		พฤติกรรมผู้โดยสาร	
		การเลือกใช้บริการ ออนไลน์	การเดินทาง ในแต่ละครั้ง
X=0	X=1	rpb	rpb
เพศ			
ชาย	หญิง	+0.06	+0.01
อายุ			
15-19 ปี	20-29 ปี	+0.15	+0.28
15-19 ปี	30-39 ปี	-0.02	+0.29
15-19 ปี	40-49 ปี	+0.17	+0.47
15-19 ปี	50 ปีขึ้นไป	+0.25	+0.62
20-29 ปี	30-39 ปี	-0.17	-0.01
20-29 ปี	40-49 ปี	+0.03	+0.18
20-29 ปี	50 ปีขึ้นไป	+0.04	+0.26
30-39 ปี	40-49 ปี	+0.17	+0.2
30-39 ปี	50 ปีขึ้นไป	+0.18	+0.29
40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป	+0.01	+0.11
X=0	X=1	rpb	rpb
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	อนุปริญญา	-0.01	+0.23
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	+0.1	+0.31
ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	+0.04	+0.47
อนุปริญญา	ปริญญาตรี	+0.07	+0.09
อนุปริญญา	สูงกว่าปริญญาตรี	+0.03	+0.19
ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	-0.1	+0.06
อาชีพ			
นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	+0.01	+0.31
นักเรียน/นักศึกษา	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	-0.05	+0.21
นักเรียน/นักศึกษา	ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	-0.01	+0.45

นักเรียน/นักศึกษา	อื่น ๆ	0	+0.46
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	-0.06	-0.07
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	-0.02	+0.17
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อื่น ๆ	-0.01	+0.19
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	+0.04	+0.22
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	อื่น ๆ	+0.03	+0.21
ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	อื่น ๆ	+0	+0.05
รายได้			
น้อยกว่า 15,000	15,001-30,000	+0.05	+0.29
น้อยกว่า 15,000	30,001-45,000	-0.04	+0.45
น้อยกว่า 15,000	มากกว่า 45,001	+0.06	+0.51
15,001-30,000	30,001-45,000	-0.08	+0.07
15,001-30,000	มากกว่า 45,001	+0.01	+0.21
30,001-45,000	มากกว่า 45,001	+0.09	+0.16

ตาราง 6

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้โดยสาร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์	พฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง
เพศ	มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
อายุ	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
ระดับการศึกษา	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
อาชีพ	ไม่มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
รายได้	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์

#### การอภิปรายผล

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ มี 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งจะนำมาอภิปรายความสัมพันธ์ มีดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ของนกแอร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้

ตั้งแต่ รายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวรรณชัยทวีวุฒิกุล (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบรวมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อ 20,0001-30,000 บาท และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชพรรณ เจริญลพ (2554) พฤติกรรมการใช้บัตรโดยสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการชาวไทยที่โดยสารสายการบินประเภทต้นทุนต่ำภายในประเทศ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรโดยสารแตกต่างกันออกไป

อายุมีความสัมพันธ์พฤติกรรมใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์และพฤติกรรมใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง แสดงให้เห็นว่าอายุซึ่งเป็นลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมแสดงออกที่เป็นตัวของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล (2555) ลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ในแต่ละครั้งแตกต่างกัน และชัยพฤกษ์ บุญเลิศ (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ อายุของผู้ใช้บริการมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ ด้านความถี่ในการจองห้องพักออนไลน์ ประเภทของที่พัก ระดับของโรงแรม ราคาของโรงแรม ระยะเวลาในการพัก และจำนวนเว็บไซต์ที่ใช้จองห้องพัก

จากข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่าอายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมแสดงออกการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตนจากประสบการณ์ชีวิตต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าบุคคลที่มีอายุมากกว่าจะมีประสบการณ์สูงขึ้น ทักษะชีวิตมากขึ้น มีความรอบคอบมีการคิดและการตัดสินใจที่ดีขึ้น เพราะฉะนั้นพฤติกรรมการใช้บริการในช่วงอายุที่แตกต่างกันก็จะส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ และพฤติกรรมใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง แสดงให้เห็นว่าการศึกษาของแต่ละบุคคลส่งผลถึงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ในแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยพฤกษ์ บุญเลิศ (2553) พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ ด้านความถี่ในการจองห้องพัก และราคาของโรงแรมประสบการณ์การใช้ชีวิตในต่างประเทศมากกว่า 1 ปีของผู้ใช้บริการก็มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ ด้านความถี่ในการจองห้องพัก ภาษาที่ใช้ในการจอง ระดับของโรงแรม ราคาของโรงแรม ระยะเวลาในการพัก และระยะเวลาในการจองล่วงหน้า

จากข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่าระดับการศึกษาของแต่ละบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในการแสดงออกทางความรู้สึกนึกคิด การแสดงออกในการเลือกใช้ เลือกซื้อที่แตกต่างกันออกไป ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะทำให้แต่ละบุคคลนั้นมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ลักษณะเฉพาะตัวตามเรื่องที่มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ และการศึกษาก็ขัดเกลาให้แต่ละบุคคลมีบุคลิกภาพ ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการการแสดงออกทางพฤติกรรม

อาชีพจากผลการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่าอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเดินทาง อันเนื่องมาจากอาชีพที่แตกต่างกันอาชีพของบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ทำให้ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์แตกต่างไปจากผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ หรือมีการใช้บริการแตกต่างตามอาชีพ เช่น นักธุรกิจที่ต้องมีการเดินทางเพื่อติดต่อบุคคลตลอดเวลา ย่อมที่จะใช้บริการการเดินทางบ่อยกว่าอาชีพอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler (1997) ซึ่งกล่าวไว้ว่าอาชีพแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการในผลิตภัณฑ์

และบริการที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ สุภาวรรณชัยวิวุฒกุล (2555) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อาชีพที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แตกต่างกัน รวมไปถึงความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการก็แตกต่างกัน

จากข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่าอาชีพของแต่ละบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในการเดินทาง ในด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าอาชีพเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการณ์เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และเลือกใช้บริการตามวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล

รายได้ จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรด้านรายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการณ์ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์และพฤติกรรมการณ์ใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler (1997) ที่ได้กล่าวไว้ว่า รายได้ถือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ โดยเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตนำมาซึ่งรายได้ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555) ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเฉลี่ยในการเดินทางต่อปี

จากข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่ารายได้ของแต่ละบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในการเดินทาง ซึ่งรายได้จะเป็นตัวหนึ่งในการกำหนดพฤติกรรมการณ์ของผู้โดยสารคือถ้ารายได้ของผู้โดยสารเพิ่มขึ้นย่อมทำให้ความสามารถในการซื้อบริการในการเดินทางได้เพิ่มขึ้นหรือถ้ารายได้ของผู้โดยสารลดลงก็ย่อมที่จะทำให้ความสามารถในการซื้อบริการการเดินทางลดลง

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ใช้บริการออนไลน์ของผู้โดยสาร ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

เพศหญิงมีการใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินนกแอร์มีบริการมากกว่าเพศชาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอว่าควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ใช้งานของผู้โดยสารเพศหญิง โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้โดยสารเพศหญิงเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริการต่อไป

อายุของผู้โดยสารส่วนใหญ่ที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์มีอายุระหว่าง 20-29 ปี อยู่ในช่วงอายุระหว่างวัยเรียนและวัยทำงาน ซึ่งเป็นวัยที่มีความทันสมัยและใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดังนั้นควรจะทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้โดยสารที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าวว่ามีความต้องการ พฤติกรรมการณ์ซื้อ พฤติกรรมการณ์ใช้บริการต่าง ๆ อย่างไรบ้าง เพื่อนำมาพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารให้ตรงจุด

ระดับการศึกษาของผู้โดยสารส่วนใหญ่ที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับการศึกษาทำให้แต่ละบุคคลมีความคิด ค่านิยมทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ด้วยระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการออนไลน์ที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่ามักจะแสวงหาข่าวสารความรู้และบริการต่างๆ จากอินเทอร์เน็ตมากกว่า ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาระบบออนไลน์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้โดยสารในทุกระดับการศึกษา เช่น การใช้งานที่ง่ายขึ้นของเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลายระดับมากยิ่งขึ้น

อาชีพส่วนใหญ่คือ ลูกจ้างและพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีการใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์มากที่สุด เนื่องจากเป็นอาชีพที่มีการใช้เทคโนโลยีในการทำงานทุกวัน จึงทำให้สามารถเข้าถึงบริการออนไลน์ต่าง ๆ ได้ง่าย และด้วยอาชีพที่แตกต่างกันก็จะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นที่จะศึกษาการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการซื้อ การใช้บริการของคนกลุ่มอาชีพนี้ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาการตลาดและบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ให้ดียิ่งขึ้น

รายได้ผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์สายการบินนกแอร์ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ดังนั้นทางสายการบินควรจัดให้มีโปรโมชั่นในราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้โดยสารกลุ่มนี้ ซึ่งราคาของผู้โดยสารหรือกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้สามารถเข้าถึงได้นั้นจะก่อให้เกิดฐานลูกค้าประจำให้กับสายการบินต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในโอกาสต่อไป

1. การดำเนินการวิจัยในครั้งนี ผู้ทำวิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือนเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมี

ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามระยะเวลามากกว่านี้ เพื่อข้อมูลที่หลากหลายและแตกต่างตามช่วงเวลา

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสายการบินนกแอร์เท่านั้น ดังนั้นในการทำวิจัยในครั้งต่อไปอาจจะมีการทำการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ของสายการบินนกแอร์กับสายการบินอื่น ๆ ด้วย

3. ในการวิจัยในครั้งต่อไปสามารถทำการวิจัยในลักษณะเดียวกันแต่เป็นการวิจัยกับสายการบินอื่น ๆ

4. ในการวิจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ผู้ที่ต้องการศึกษาทางด้านคุณภาพ สามารถศึกษาคุณภาพบริการออนไลน์เปรียบเทียบระหว่างสายการบิน หรือเปรียบเทียบระหว่างบริการเดียวกันแต่ผ่านช่องทางอื่นๆ ด้วย เช่น คุณภาพการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเปรียบเทียบกับคุณภาพการจองบัตรโดยสารที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส คุณภาพระหว่างการตรวจบัตรโดยสาร (check-in) ผ่านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน เปรียบเทียบกับการตรวจบัตรโดยสารผ่านพนักงาน

## เอกสารอ้างอิง

- กชพรรณ เจริญลพ.(2554).พฤติกรรมกรซื้อบัตรโดยสารผ่านช่องทางต่างๆของผู้ใช้บริการชาวไทยที่โดยสารสายการบินประเภทต้นทุนต่ำภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ.(2553).พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ไพฑูรย์ เริงกมล. (2554). แนวทางทำวิจัย. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิวตธา พิพัฒน์ไชยศิริ.(2555).ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น. 11(2), 154-167.



สุภาวรรณ ชัยทิวฒกุล. (2555). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์  
ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (9<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey:  
Prentice Hall.

Schiffman and Kanuk. (2000). *Customer behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.

