

ปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

Factors Influencing the Selection of Low-Cost Airlines for Passengers at Udonthani International Airport

สุภิสดา เป็งคำภา และเสกสรรค์ สุทธิสงค์
Supisada Pengkampa and Seksan Suttisong
คณะการบิน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
Faculty of Aviation, Eastern Asia University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร (2) ศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ จำนวน 450 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบด้วยสถิติ t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนด้านที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการบริการ จากการเปรียบเทียบสภาพส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยการเลือกใช้, สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

This research is a survey research. The purpose of this research was to study factors affecting decision making of passengers at Udonthani International Airport. The sample size was comprised of 450 passengers, who had had experience in using the three companies (Nok Airline, Thai Air Asia and Thai Lion Air). Questionnaires were used as an instrument for collecting data. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test. This research shows that factor that has the most influence on decision making for choosing an airline is service. The most important factor involves human resource. By comparing private factors involving sex, age, occupation, monthly income, found to have a significantly statistic result.

Keywords: factors affecting decision making, low-cost airline



บทนำ

การคมนาคมทางอากาศนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพราะสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลาในการเดินทางและตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่เร่งรีบ จึงเป็นเหตุผลที่ประชาชนเลือกที่ใช้บริการสายการบินเพิ่มขึ้นทุกปี และจากนโยบายเปิดการบินเสรีในเส้นทางการบินภายในประเทศของกระทรวงคมนาคมตั้งแต่ปีพ.ศ.2544 มีผลทำให้สายการบินเอกชนสามารถเข้ามาดำเนินกิจการการบินในเส้นทางภายในประเทศทำให้ผู้โดยสารมีทางเลือกมากขึ้นทั้งในด้านการบริการ ราคาและคุณภาพทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย (ศิริตรา พิพัฒน์ไชยศิริ, 2555)

ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันในวงการอุตสาหกรรมการบินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกันกับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำหรือรู้จักกันในนาม โลว์คอสต์แอร์ไลน์ (Low-Cost Airline)

ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบินรวมทั้งนักวิเคราะห์ทั้งหลายต่างเชื่อว่าสายการบินต้นทุนต่ำคือพัฒนาการธุรกิจการบินของโลก ซึ่งปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำกลายเป็นทางเลือกสำหรับผู้ให้บริการเดินทางทางอากาศเมื่อปริมาณผู้โดยสารมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นสายการบินต้นทุนต่ำต่างๆ จึงต้องมีการแข่งขันด้วยวิธีต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการจูงใจผู้โดยสารเพื่อให้เลือกใช้บริการสายการบินตนเองมากที่สุด (เกศสุดา สรรพช่วง, 2548)

จากการที่ประเทศไทยนั้นเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลให้แต่ละภูมิภาคเกิดการตื่นตัวเพื่อขยายตัวตามอุตสาหกรรมการบินมากขึ้นเพื่อรองรับการเชื่อมต่อการเดินทางกับประเทศต่างๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นมี ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี รวมอยู่ด้วยซึ่งในปัจจุบัน ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานีถือว่าเป็นท่าอากาศยานที่มีการใช้งานสูงสุดในภาคอีสานและกลายเป็นหนึ่งในท่าอากาศยานที่คึกคักมีชีวิตชีวาที่สุดของประเทศไทย จากสถิติของกรมการบินพลเรือนในปี 2558 จนถึงเดือนกรกฎาคม ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี (IATA: UTH, ICAO: VTUD) เป็นท่าอากาศยานในสังกัดกรมการบินพลเรือน (บพ.) ที่มีจำนวนผู้โดยสาร

1,246,644 คน สูงที่สุดเป็นอันดับ 3 ของประเทศไทย รองจากท่าอากาศยานนานาชาติกระบี่และท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช (ธีรภัทร เจริญสุข, 2558)

ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานีนั้นมี 3 สาย ได้แก่สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ซึ่งแต่ละสายการบินพยายามสร้างความแตกต่างหรือปรับรูปแบบธุรกิจการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้โดยสารมากที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี เพื่อให้ทราบว่าผู้โดยสารจะใช้ปัจจัยใดมาตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและยังสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของสายการบินในการวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการค้นคว้า ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดมากำหนดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ซึ่งผู้วิจัยได้นำ 6 ปัจจัยมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (Haksever, Cengiz, Render, Barry, Russell, Murdick & Robert, 2000) ได้แก่

1. ปัจจัยด้านการตลาดหมายถึง การออกสื่อเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย
2. ปัจจัยด้านราคา หมายถึง นโยบายด้านราคา

ของการให้บริการจะเกี่ยวข้องกับส่วนลด ส่วนยอมให้
ระยะเวลาการจ่ายเงินและเงื่อนไขในการจ่ายเงิน ซึ่งมีความ
ซับซ้อนกว่าสินค้าอุปโภคและบริโภคโดยทั่วไป เนื่องจาก
บางครั้งราคาจะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่ใช้ในการบริหาร
จัดการความต้องการซื้อของลูกค้า

3. ปัจจัยด้านบุคลากรหมายถึง พนักงานทุกคน
ที่มีบทบาทในการให้บริการแก่ลูกค้าทัศนคติและการกระทำ
ของพนักงานจะมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการให้
บริการ

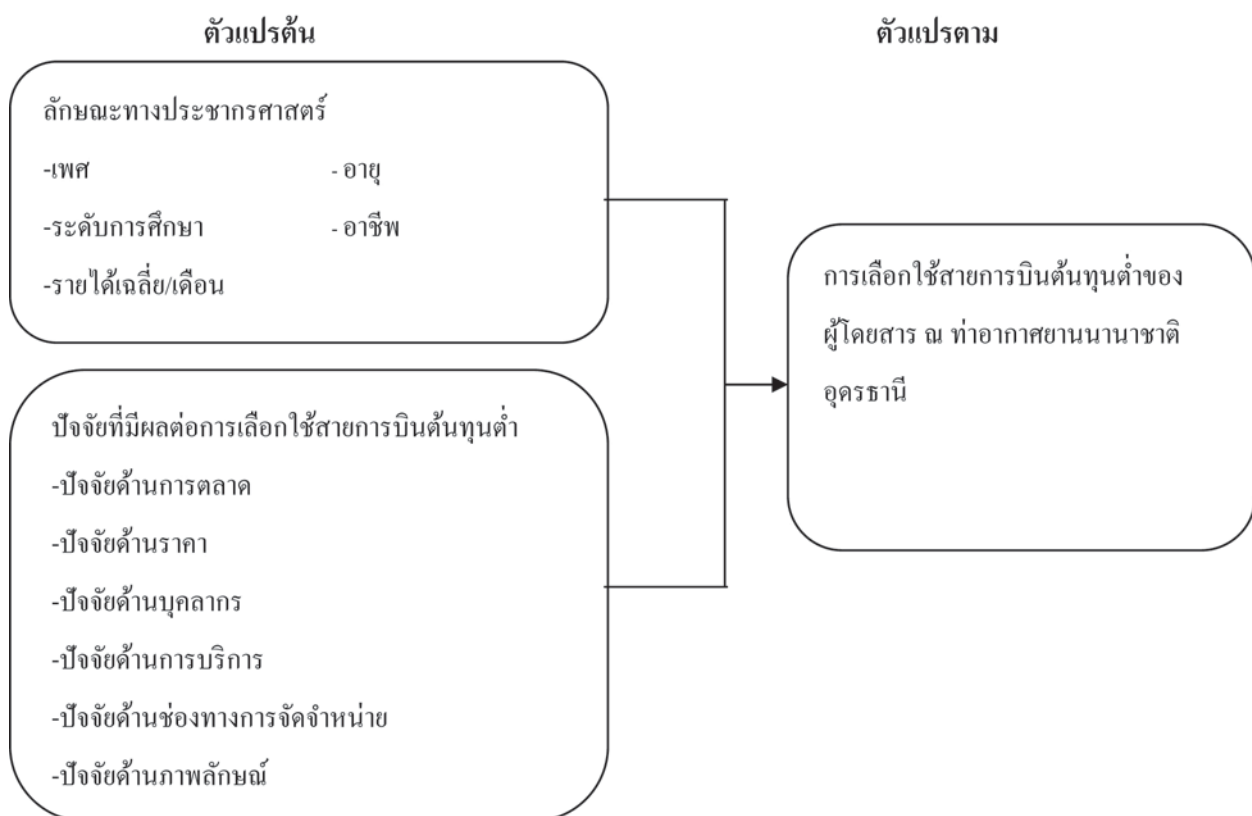
4. ปัจจัยด้านการบริการหมายถึง ขั้นตอนและ
ระบบในการจัดส่งการบริการแก่ลูกค้า เพื่อตอบสนอง
ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

5. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึง
สภาพที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่ายของการบริการ โดยที่
จะให้บริการแก่ลูกค้าที่เดินทางมารับบริการในสถานที่
ที่จัดไว้ หรือเลือกที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตามสถานที่
ที่ลูกค้าต้องการ

6. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ หมายถึงการให้บริการ
เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของส่วนประสมของการบริการ
เนื่องจากโดยปกติในขณะที่ใช้บริการ ลูกค้าจะพบกับ
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และอุปกรณ์ ประกอบกับ
การให้บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

ซึ่งการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการงาน
วิจัยครั้งนี้ สามารถทำให้ทราบถึงความต้องการของ
ผู้โดยสารได้อย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางบินดอนเมือง-อุตรธานี-ดอนเมือง ของสายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ มีอายุ 20 ปีขึ้นไปและตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินด้วยตนเอง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็นกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน เนื่องจากจำนวนผู้โดยสารของแต่ละสายการบินมีจำนวนมากและเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ โดยทำการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมดที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1953) จากการคำนวณตามสูตรพบว่าค่า n ที่ได้จะมีประมาณ 384 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 450 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นนอกเหนือจากแบบสอบถาม

จากผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้มาตรวจให้คะแนนและหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้

สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach) ในการทดสอบแบบสอบถามและผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา พบว่า แบบสอบถามชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่น ค่าเท่ากับ .847

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย เพื่อดำเนินการขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากผู้อำนวยการท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี
2. ผู้วิจัยติดต่อและนัดหมายกับผู้อำนวยการท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี อย่างเป็นทางการเพื่อทำการเก็บข้อมูลและแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา (descriptive) บรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (frequencies) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

สถิติอนุมาน (inferential statistics) ใช้ในการศึกษาความแตกต่างระหว่างตัวแปรของปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

- สถิติค่า t -test ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มย่อย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ

- สถิติค่า F -test ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มย่อยขึ้นไป คือ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 และเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 โดยผู้โดยสารส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งมีจำนวน

218 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 ในส่วนของอาชีพของผู้โดยสารส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 42 มีรายได้เฉลี่ย/เดือนอยู่ระหว่าง 30,001-45,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

ตาราง 1

ปัจจัยการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร

ปัจจัยการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร	$\bar{X}$	SD.
ปัจจัยด้านการตลาด	4.40	.371
ปัจจัยด้านราคา	4.63	.383
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.65	.397
ปัจจัยด้านการบริการ	4.18	.715
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด	4.72	.363
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	4.62	.335

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี พบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการบิน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, SD. = .363) รองลงมาคือ

ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.65$, SD. = .397) ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.63$, SD. = .383) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ($\bar{X} = 4.62$, SD. = .335), ปัจจัยด้านการตลาด ($\bar{X} = 4.40$, SD. = .371), ส่วนด้านที่มีผลต่อระดับการเลือกใช้น้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการบริการ ($\bar{X} = 4.18$, SD. = .715)

ตาราง 2

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.), และค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้บริการบิณฑุณต่ำของผู้โดยสาร จำแนกตามสถานภาพด้านเพศดังนี้

ปัจจัยการเลือกใช้บริการบิณฑุณต่ำ	เพศ	n	($\bar{X}$)	SD.	t	Sig.
ปัจจัยด้านการตลาด	ชาย	140	4.32	.359	-3.207	.001
	หญิง	310	4.44	.371		
ปัจจัยด้านราคา	ชาย	140	4.61	.372	-0.509	.611
	หญิง	310	4.63	.388		
ปัจจัยด้านบุคลากร	ชาย	140	4.60	.411	-1.859	.064
	หญิง	310	4.67	.389		
ปัจจัยด้านการบริการ	ชาย	140	4.07	.717	-2.215	.027
	หญิง	310	4.23	.710		
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	140	4.68	.372	-1.536	.125
	หญิง	310	4.73	.357		
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	ชาย	140	4.59	.318	-1.620	.106
	หญิง	310	4.64	.341		
รวม	ชาย	140	4.48	.285	-2.665	.008
	หญิง	310	4.56	.305		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 3

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) และค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุดังนี้

ปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	อายุ	n	($\bar{X}$)	SD.	F	Sig.
ปัจจัยด้านการตลาด	20 - 30 ปี	138	4.44	.383	1.912	.127
	31 - 40 ปี	218	4.40	.378		
	41 - 50 ปี	91	4.36	.319		
	51 ปีขึ้นไป	3	4.00	.661		
ปัจจัยด้านราคา	20 - 30 ปี	138	4.72	.345	3.927	.009
	31 - 40 ปี	218	4.58	.403		
	41 - 50 ปี	91	4.60	.369		
	51 ปีขึ้นไป	3	4.55	.384		
ปัจจัยด้านบุคลากร	20 - 30 ปี	138	4.74	.403	4.938	.002
	31 - 40 ปี	218	4.63	.376		
	41 - 50 ปี	91	4.56	.405		
	51 ปีขึ้นไป	3	4.33	.577		
ปัจจัยด้านการบริการ	20 - 30 ปี	138	4.50	.459	18.258	.000*
	31 - 40 ปี	218	4.12	.729		
	41 - 50 ปี	91	3.84	.808		
	51 ปีขึ้นไป	3	3.83	.927		
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	20 - 30 ปี	138	4.79	.347	4.131	.007*
	31 - 40 ปี	218	4.71	.361		
	41 - 50 ปี	91	4.63	.370		
	51 ปีขึ้นไป	3	4.55	.384		
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	20 - 30 ปี	138	4.65	.343	.571	.634
	31 - 40 ปี	218	4.62	.338		
	41 - 50 ปี	91	4.59	.312		
	51 ปีขึ้นไป	3	4.66	.416		
รวม	20 - 30 ปี	138	4.64	.231	10.678	.000*
	31 - 40 ปี	218	4.51	.308		
	41 - 50 ปี	91	4.43	.328		
	51 ปีขึ้นไป	3	4.32	.466		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), และค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาดังนี้

ปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	ระดับการศึกษา	N	($\bar{X}$)	SD.	F	Sig.
ปัจจัยด้านการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	4.21	.487	1.073	.343
	ปริญญาตรี	353	4.41	.376		
	ปริญญาโท	90	4.39	.343		
	ปริญญาเอก	-	-	-		
ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	4.33	.333	3.434	.033
	ปริญญาตรี	353	4.64	.378		
	ปริญญาโท	90	4.57	.395		
	ปริญญาเอก	-	-	-		
ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	4.33	.384	2.334	.098
	ปริญญาตรี	353	4.65	.399		
	ปริญญาโท	90	4.66	.382		
	ปริญญาเอก	-	-	-		
ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	3.85	.878	1.224	.295
	ปริญญาตรี	353	4.20	.701		
	ปริญญาโท	90	4.12	.756		
	ปริญญาเอก	-	-	-		
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	4.52	.377	1.145	.319
	ปริญญาตรี	353	4.72	.357		
	ปริญญาโท	90	4.70	.383		
	ปริญญาเอก	-	-	-		
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	4.57	.314	.190	.827
	ปริญญาตรี	353	4.63	.346		
	ปริญญาโท	90	4.61	.289		
	ปริญญาเอก	-	-	-		
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	4.30	.293	2.588	.076
	ปริญญาตรี	353	4.54	.302		
	ปริญญาโท	90	4.51	.294		
	ปริญญาเอก	-	-	-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 5

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), และค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพดังนี้

ปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	อาชีพ	N	($\bar{X}$)	SD.	F	Sig.
ปัจจัยด้านการตลาด	รับราชการ	176	4.48	.385	5.978	.001
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.38	.360		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	4.29	.335		
	อื่นๆ	3	4.50	.250		
ปัจจัยด้านราคา	รับราชการ	176	4.75	.364	16.191	.000*
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.59	.368		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	4.43	.353		
	อื่นๆ	3	4.44	.509		
ปัจจัยด้านบุคลากร	รับราชการ	176	4.82	.320	21.685	.000*
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.56	.418		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	4.47	.363		
	อื่นๆ	3	4.66	.333		
ปัจจัยด้านการบริการ	รับราชการ	176	4.54	.457	40.721	.000*
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.09	.740		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	3.64	.695		
	อื่นๆ	3	3.55	.917		
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รับราชการ	176	4.89	.255	34.697	.000*
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.67	.365		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	4.45	.372		
	อื่นๆ	3	4.66	.333		
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	รับราชการ	176	4.72	.319	10.954	.000*
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.59	.338		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	4.49	.300		
	อื่นๆ	3	4.53	.305		
รวม	รับราชการ	176	4.70	.205	49.555	.000*
	พณ.บริษัทเอกชน	189	4.48	.296		
	ธุรกิจส่วนตัว	82	4.29	.282		
	อื่นๆ	3	4.39	.388		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 6

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.), และค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกให้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ย/เดือนดังนี้

ปัจจัยการเลือกให้สายการบินต้นทุนต่ำ	รายได้เฉลี่ย/เดือน	N	($\bar{X}$)	SD.	F	Sig.
ปัจจัยด้านการตลาด	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.18	.746	2.966	.044
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.41	.373		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.44	.380		
	45,001 – 70,000 บาท	54	4.33	.325		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	4.26	.212		
ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.16	.192	10.413	.000*
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.67	.361		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.68	.373		
	45,001 – 70,000 บาท	54	4.38	.376		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	4.43	.369		
ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.25	.319	9.565	.000*
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.67	.418		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.72	.362		
	45,001 – 70,000 บาท	54	4.45	.361		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	4.36	.331		
ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.62	.438	25.095	.000*
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.29	.650		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.33	.633		
	45,001 – 70,000 บาท	54	3.49	.744		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	3.47	.542		
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.58	.500	13.519	.000*
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.75	.356		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.78	.328		
	45,001 – 70,000 บาท	54	4.50	.328		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	4.35	.407		
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.50	.346	6.060	.000*
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.69	.327		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.62	.350		
	45,001 – 70,000 บาท	54	4.46	.254.234		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	4.49			
รวม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	4.38	.293	22.331	.000*
	15,000 – 30,000 บาท	167	4.58	.272		
	30,001 – 45,000 บาท	206	4.60	.283		
	45,001 – 70,000 บาท	54	4.27	.279		
	70,001 บาทขึ้นไป	19	4.23	.211		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้

การเปรียบเทียบเพศกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ในภาพรวม พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบอายุกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ในภาพรวม พบว่า ช่วงอายุในแต่ละช่วงที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ในภาพรวม พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ในภาพรวม พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ในภาพรวม พบว่า ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธาณิดังนี้ โดยสรุปดังนี้

- ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

- อายุของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

- ระดับการศึกษาของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกัน

- อาชีพของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

- รายได้เฉลี่ย/เดือนของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

ซึ่งผลที่ได้นั้นสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งหมด 4 ข้อและไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน 1 ข้อ

นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาในรายด้านคือ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ส่วนใหญ่จะส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมากที่สุดแต่ถึงอย่างไรก็ตามปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับที่รองลงมาก็ต้องมีการปรับปรุงในส่วนที่บกพร่องยังไม่เป็นที่พอใจของผู้โดยสาร เช่น ปัจจัยด้านการตลาดอาจมีการส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

ปัจจัยด้านราคา สายการบินให้ความสนใจในราคาบัตรโดยสารให้เหมาะสมกับบริการ เหมาะสมกับเส้นทางบิน

ปัจจัยด้านบุคลากร สายการบินมีการตรวจสอบใส่ใจการทำงานของพนักงานมากขึ้นเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจแก่ผู้โดยสารมากที่สุด

ปัจจัยด้านการบริการ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้โดยสารหันกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สายการบินอาจเพิ่ม

การบริการในส่วนการบริการ Self Check-in เพื่อความสะดวกสบายของผู้โดยสาร

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญในการทำให้สายการบินนั้น ๆ มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้โดยสาร เช่น เครื่องแบบพนักงาน เรียบร้อย ดูสบายตา ก็สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้โดยสารได้

จากการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริดา เมธีธรรพวงศ์วณิช (2551) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยด้านระบบการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการในการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค

งานวิจัยของอินทรา จันทรรัฐ (2552) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เทียบภายในประเทศ เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เทียบภายในประเทศ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการกับการใช้บริการซ้ำ ผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้ายที่มีต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เทียบภายในประเทศมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ลูกค้ายที่มีเพศ อายุ สถานภาพการศึกษาอาชีพรายได้แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการ ในด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองรวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือ ทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้ายและทัศนคติลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

งานวิจัย พิระยุทธ คุ่มศักดิ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการ

ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ทางเพศ รายได้ต่อเดือนและอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกันแต่ผู้โดยสารที่มีอายุและสถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยด้านการตลาด อาจจะมีการส่งเสริมให้มีการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่อให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น การจัดโปรโมชั่นเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ หรือมีการเสนอการบริการในรูปแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ หรือการนำดารามีชื่อเสียงมาโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้เป็นจุดสนใจแก่ผู้โดยสารให้มาเลือกใช้สายการบินนั้น ๆ

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการต้องใส่ใจในราคาบัตรโดยสารให้เหมาะสมกับการบริการ และเหมาะสมกับเส้นทางการบิน เมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินอื่น ๆ

3. ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานที่ทำงานหรือปฏิบัติหน้าที่ในสายการบินนั้น ๆ ควรจะมีประสิทธิภาพในการทำงาน เอาใจใส่ลูกค้าหรือผู้โดยสาร มีมารยาทอ่อนน้อม เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสาร และที่สำคัญต้องกระตือรือร้นในการให้บริการตลอดการเดินทางด้วย

4. ปัจจัยด้านการบริการ การทำให้ผู้โดยสารพึงพอใจและหันมาใช้บริการสายการบินนั้น เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม

5. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สายการบินควรมีสวนบริการจำหน่ายบัตรโดยสาร และช่องทางการชำระค่าโดยสารอย่างเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

6. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญ ในการทำให้สายการบินนั้น ๆ มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตา ของผู้โดยสาร กล่าวคือการเป็นสายการบินที่มีมาตรฐาน และมีระบบความปลอดภัยระดับสากล อุปกรณ์บนเครื่อง ต้องได้มาตรฐาน การตรงต่อเวลาในการออกเดินทางและ ถึงที่หมายตามกำหนดเวลาและมีความปลอดภัยในการ เดินทาง สายการบินต่าง ๆ ที่มีปัญหานั้น สามารถแก้ไข ปัญหาได้ เช่น กรณีเครื่องล่าช้า หรือมีการยกเลิกเที่ยวบิน สายการบินนั้นสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็วและมี ประสิทธิภาพและภาพลักษณ์ในด้านเครื่องบินงาน ต้องมีความเรียบร้อย สวยงาม สร้างความประทับใจให้แก่ ผู้โดยสารได้

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้โดยสารจาก ท่าอากาศยานในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อประโยชน์ในการกำหนด แนวทางและได้ทราบถึงข้อคิดเห็นจากกลุ่มผู้โดยสารที่ มาจากหลากหลายภูมิภาค

2. การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้ทำการเก็บ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือนเท่านั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีระยะเวลา ในการเก็บแบบสอบถามมากกว่านี้ เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ หลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา



References

- Chantararat I. (2009). *Customer's expectation and perception toward service quality on a low cost airline for domestic flight*. Master of Business Administration Thesis, Srinakarinwirot University. (in Thai)
- Charoensuk, T. (2015). *Hub at Udonthani Airport*. Retrieved from http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1443604895 (in Thai)
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Haksever, Cengiz, Render, Barry, Russell, Murdick, & Robert. (2000). *Service management and operations* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kumsuk, P. (2012). *Passengers's satisfaction toward service quality on low cost airline for domestic flight*. Master of Business Administration Thesis, National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Matheethanpongwanich, S. (2008). *Factors affecting consumer demand for Thai Air Asia Airlines in Chiang Mai province*. Master of Economics Thesis, Chiang Mai University. (in Thai)
- Pipatchaisiri, S. (2012). *Influence factors for choosing low-cost airline in domestic route of Thai passengers*. Master of Business Administration Thesis, Khon Kaen University. (in Thai)
- Sappachang, K. (2005). *Factor affecting the decision to use service provided by low cost domestic airlines of departure passengers at Chiang Mai international airport*. Master of Business Administration Thesis, Chiang Mai University. (in Thai)

