Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น*

Behavior the Passengers' Choice of Domestic Airlines: A Case Study of Customers At Khon Kaen Airport

ชนม์ชนก ชิตประเสริฐ (Chonchanok Chidprasert)**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีศึกษาผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่นจำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกเป็นผู้ใช้บริการสายการบินไทย, สายการบินแอร์เอเชีย, สายการบินนกแอร์ และสายการบินไลอ้อนแอร์จำนวนสายการบินละ 50 ราย โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความใกล้เคียงกันของจำนวนเพศชายและเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีระดับเงินเดือนตั้งแต่ 35,001 บาท/เดือนขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีมีเพียงสายการบินไทยที่ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี นิยมใช้บริการมากที่สุด อาชีพพนักงานบริษัทนิยมใช้บริการสายการบินไทย สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ สายการบินนกแอร์ได้รับความนิยมจากนักธุรกิจ/พ่อค้า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ในขณะที่ผู้ใช้บริการสายบินไทย เดินทางเพื่อทำธุระส่วนตัวการจองที่บัตรโดยสารผู้ใช้บริการสายการบินนิยมใช้บริการห้องนิยมใช้จำหน่ายบัตรโดยสารสายการบิน แต่ผู้ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียและสายการบินนกแอร์นิยมใช้บริการผ่านระบบอินเทอรเน็ต ผลการทดสอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินในภาพรวม พบว่า ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการเกี่ยวกับการเดินทาง ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดรองลงมาคือ การตรงต่อเวลาของสายการบิน และความเหมาะสมของราคาบัตรโดยสาร ผู้ใช้บริการเพศชาย ที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีอายุมาก มีโอกาสเลือกใช้สายการบินไทยสูงกว่าสูงสายการบินอื่น ๆ โดยสารที่มีสถานภาพมีแนวโน้มจะเลือกสายการ ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมจองบัตรที่นั่งผ่าน ระบบอินเทอรเน็ต มีโอกาสเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์มากกว่า สายการบินอื่น ๆ ด้านลักษณะสายการบินพบว่า เมื่อสิ่งอื่น ๆ คงที่ ราคาบัตรโดยสารสายการบินที่ต่ำกว่า จะมีโอกาสได้รับเลือกมากกว่า หรือ การเป็นสมาชิกของสายการบินทำให้มี

** อาจารย์ สาขาการจัดการธุรกิจการบิน โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา มก.กพส.
Lecturer, Aviation Business Management, Department of Service Industry and Language Innovation, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus.

โอกาสที่ ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการสายการบินนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น และ การมีสนามบินปลายทางเป็นการสนามบินดอนเมืองจะทำให้โดยสารเลือกใช้บริการสายการบินนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกใช้, สายการบินภายในประเทศ

Abstract

This study aimed to Behavior the Passengers' Choice of Domestic Airlines At Khon Kaen study was undertaken among 200 samples of passengers flying various domestic carriers which can be further distinguished into those 50 flying Thai Airways, 50 flying traveling Air Asia, 50 flying Nok Air and 24 using Lion Air. Analysis was performed upon the results of descriptive statistics

The study on socio-economic characteristics of the sampled passengers revealed in general male and female passengers were quite comparable in number, they were in 21-30 years old age group having 35,001 baht average personal monthly income and with bachelor's degree education. The Thai Airways was found most popular among passengers having educational attainment above bachelor's degree level. Those passengers in business employee category revealed their preference for Thai Airways, Air Asia, and Lion Air while those in business person merchant occupational group chose primarily Nok Air. The Majority of passengers under study were single in marital status and had vocational pleasure as travel objective. However, people flying Thai Airways travelled for private business purpose pre dominantly. For air ticketing office services but on-line reservation system.

Keywords: Behavior the Passengers' Choice, Domestic Airlines

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

บทนำ

ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งทางอากาศจัดเป็นการบริการขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นการบริการที่มีความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่นทำให้ในหลายประเทศได้หันมาให้ความสำคัญที่จะพัฒนา กำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการขนส่งทางอากาศ โดยมอบหมายให้หน่วยงานที่เป็นองค์กรของรัฐดำเนินการหรือสนับสนุนภาคเอกชนให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมการบิน

รัฐบาลไทยได้เห็นถึงความสำคัญของการคมนาคมขนส่งทางอากาศ จึงได้มีนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ให้พัฒนาประเทศเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศในภูมิภาคเอเชีย ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังท่าอากาศยานต่างๆ ได้ทั่วโลก โดยมีท่าอากาศยานที่สำคัญหลายแห่ง หนึ่งในนั้นได้แก่ ท่าอากาศยานขอนแก่น หรือ สนามบินขอนแก่น (อังกฤษ: Khon Kaen Airport) สนามบินตั้งอยู่ในตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศตะวันตกประมาณ 8 กิโลเมตร อาคารที่ทำการห่างจากทางหลวงแผ่นดินสาย 12 (ขอนแก่น – เลย) 2 กิโลเมตร วัดทางตรงจากกรุงเทพฯ มาทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ 200 นอตติคอลไมล์ (ประมาณ 364 กิโลเมตร) อยู่ในความดูแลของกรมท่าอากาศยาน กระทรวงคมนาคม ปัจจุบันสายการบินไทยแอร์เอเชียได้เลือกท่าอากาศยานขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินของภาคอีสานตอนกลาง และยังเป็นแหล่งการจัดประชุมสัมมนาและการจัดแสดงนิทรรศการ หรือ MICE CITY ที่สมบูรณ์แบบโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. ยังคงเลือกจังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองคู่กับจังหวัดกรุงเทพฯ ในการจัดการประชุมวันท่องเที่ยวโลกอีกด้วย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจที่จังหวัดขอนแก่นได้เป็นเมืองหลักที่สำคัญอันดับที่ 5 ของประเทศไทย ดังนั้นท่าอากาศยานขอนแก่นจึงได้เร่งขยายสนามบิน ทั้งอาคารผู้ใช้บริการ ลานบินและส่วนต่างๆ เพื่อรองรับการเป็นสนามบินนานาชาติ การบริการเป็นภารกิจหลักของท่าอากาศยานหรือเป็นผลิตผลของท่าอากาศยานที่ท่าอากาศยานทั่วโลกจะแข่งขันกันเพื่อสร้างสรรค์ พัฒนา และปรับปรุงการบริการที่ท่าอากาศยานของตน เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจที่สุด เพราะความพึงพอใจนี้จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงาน ชื่อเสียงของท่าอากาศยานและรายได้ของท่าอากาศยานซึ่งจะส่งผลต่อการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด (มติชนออนไลน์, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของสภาพการให้บริการของสายการบินภายในประเทศต่อผู้ใช้บริการ ณ สนามบินขอนแก่น เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ต้องการให้สายการบินภายในประเทศ ณ สนามบินขอนแก่น ได้รับทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ข้อบกพร่องและนำไปสู่การปรับปรุงการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีศึกษาผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการของสายการบิน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคาบัตรโดยสาร ด้านการส่งเสริมการขาย โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่เลือกใช้บริการสายการบินใดสายการบินหนึ่งใน 4 สายการบิน ได้แก่ สายการบินไทย สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินไลอ้อนแอร์ จำนวน 200 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ สนามบินขอนแก่น
2. สายการบินภายในประเทศได้นำข้อมูลนี้ไปปรับปรุงการให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความประทับใจยิ่งขึ้น

การดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนทั่วไปที่เลือกใช้บริการสายการบินใดสายการบินหนึ่งใน 4 สายการบิน ได้แก่ สายการบินไทย สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินไลอ้อนแอร์ โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการในการศึกษาครั้งนี้อยู่ ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ เดือนสิงหาคมถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2560 จำนวน 200 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญซึ่งเป็นการสุ่มที่มีมีการวางแผนการสุ่มมาก่อน เป็นการเลือกตัวอย่างแบบไม่ตั้งใจ (มาเรียม นิลพันธุ์, 2558)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศสนามบินนานาชาติอุดรธานี ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งตามองค์ประกอบต่างๆ 5 ด้าน ได้แก่ 5 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการของสายการบิน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคาบัตรโดยสาร ด้านการส่งเสริมการขาย โดยเป็นแบบสอบถามที่เป็นลักษณะประเมินค่า (Rating Scale)

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การสังเคราะห์ และการดำเนินกิจกรรม

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การประมวลผล / สังเคราะห์ข้อมูล

2.1 ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความที่ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษา โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และนำมาปรับปรุงแก้ไข

2.2 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2.3 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทั้งฉบับโดยการหาค่าความสอดคล้องภายในโดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับ คือ 0.907 ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับนับสำคัญทางสถิติ (α) ที่ระดับ 0.05

3. การดำเนินกิจกรรม

การดำเนินการวิจัยคลอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรมที่ 2 สำรวจพื้นที่และผู้ใช้บริการ ณ สนามบินขอนแก่น

กิจกรรมที่ 3 นำข้อมูลที่ได้มาคิดวิเคราะห์สร้างแบบสอบถาม

กิจกรรมที่ 4 นำแบบสอบถามที่ได้ให้กลุ่มตัวอย่างลองทำ แล้ววิเคราะห์

กิจกรรมที่ 5 ลงมือแจกแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล

กิจกรรมที่ 6 จัดทำรายงานการวิจัยและเผยแพร่

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยแบ่งการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น

ข้อมูลทั่วไป	ผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น							
	การบินไทย		แอร์เอเชีย		นกแอร์		ไลออนแอร์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ								
ชาย	32	64.00	35	70.00	20	40.00	23	46.00
หญิง	18	36.00	15	30.00	30	60.00	27	54.00
รวม	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**
2. อายุ								
ไม่เกิน 20 ปี	3	6.00	8	16.00	5	10.00	9	18.00
21 – 30 ปี	8	16.00	22	44.00	16	32.00	18	36.00
31 – 40 ปี	20	40.00	5	10.00	4	8.00	5	10.00
41 – 50 ปี	13	26.00	7	14.00	4	8.00	5	10.00
51 – 60 ปี	4	8.00	5	10.00	17	34.00	8	16.00
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	2	4.00	3	6.00	4	8.00	5	10.00
รวม	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**
3. สถานภาพสมรส								
โสด	24	48.00	19	38.00	20	40.00	24	48.00
สมรส	12	24.00	14	28.00	12	24.00	11	22.00
หย่าร้าง	9	18.00	12	24.00	14	28.00	15	30.00
หม้าย	5	10.00	5	10.00	4	8.00	0	-
รวม	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**
4. ระดับการศึกษา								
ประถมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	0	-	2	4.00	4	8.00	3	6.00
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	3	6.00	5	10.00	2	4.00	6	12.00
ปวส. หรือ อนุปริญญา	5	10.00	3	6.00	0	-	3	6.00
ปริญญาตรี	8	16.00	15	30.00	17	34.00	14	28.00
สูงกว่าปริญญาตรี	34	68.00	25	50.00	27	54.00	24	48.00
รวม	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น							
	การบินไทย		แอร์เอเชีย		นกแอร์		ไลออนแอร์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ								
นักเรียน/นักศึกษา	8	16.00	11	22.00	11	22.00	6	12.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	26	52.00	28	56.00	22	44.00	18	36.00
พนักงานบริษัท	6	12.00	4	8.00	7	14.00	11	22.00
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	10	20.00	7	14.00	10	20.00	15	30.00
รวม	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**
6. ระดับเงินเดือน								
ไม่เกิน 15,000 บาท	3	6.00	2	4.00	5	10.00	6	12.00
15,001 – 25,000 บาท	5	10.00	8	16.00	10	20.00	11	22.00
25,001 – 35,000 บาท	11	22.00	18	36.00	24	48.00	19	38.00
ตั้งแต่ 35,001 บาทขึ้นไป	31	62.00	22	44.00	11	22.00	14	28.00
รวม	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**	**50**	**100.00**

ส่วนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ	ผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่น		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการจัดจำหน่าย	4.125	0.489	มาก
2. ด้านการให้บริการของสายการบิน	4.301	0.551	มาก
3. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.172	0.55	มาก
4. ด้านราคาบัตรโดยสาร	4.692	0.569	มากที่สุด
5. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.533	0.568	มากที่สุด
รวม	**4.365**	**0.463**	มาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินสามารถแบ่ง การอธิบาย 5 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย ความถูกต้องแม่นยำในการจองบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านการให้บริการของสายการบิน ปัจจัยด้านการตรงต่อเวลาของสายการบินเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านราคาบัตรโดยสารปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการมีส่วนลดในการซื้อบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศสนามบินขอนแก่น ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้พิจารณาประเด็นสำคัญเพื่อนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ด้านการจัดจำหน่าย ความถูกต้องแม่นยำในการจองบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากการเดินทางโดยใช้บริการสายการบิน หากมีความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดอาจทำให้ไปไม่ทันเวลาได้ ซึ่งสอดคล้องกับ พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายขนมหวานเพชรบุรี กรณีศึกษา: ร้านขนมไทยลูกเจี๊ยบ พบว่าการจัดจำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีที่สุด เนื่องจากลูกค้าสามารถได้รับบริการชิมขนมไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการรู้จุดแข็งหรือจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์สามารถนำมาปรับเปลี่ยนแก้ไขให้ดีขึ้น

ด้านการให้บริการของสายการบิน ปัจจัยด้านการตรงต่อเวลาของสายการบินเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการจำเป็นจะต้องทราบเวลาที่ชัดเจนเพื่อเผื่อเวลาเดินทางมายังท่าอากาศยาน สอดคล้องกับ ปิยวรรณ ไกรเลิศ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบิน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชียเส้นทางกรุงเทพฯ-กระบี่ พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับการตรงต่อเวลา และมีเที่ยวบินตรงตามความต้องการ ดังนั้นสายการบินควรควบคุมเวลาการเดินทางให้ตรงกับเวลาที่กำหนด และมีการเพิ่มเที่ยวบินให้มากขึ้นในช่วงเทศกาล

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากทุกคนมักให้สำคัญกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับต้นเสมอ สอดคล้องกับ ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555) ได้ศึกษา ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตัวเอง จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านสินค้าและการบริการอยู่ในระดับมาก โดยชื่อเสียงดีด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ เอกลักษณ์ เจียนพันธุ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อระบบการรักษาความปลอดภัยของจุดตรวจค้นสัมภาระ ณ ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือการที่ท่าอากาศยานมีเครื่องมือ อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ณ จุดตรวจค้นที่มีความแม่นยำสูง รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการและเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานมีการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการอย่างดี ตามลำดับ

ด้านราคาบัตรโดยสาร ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันสายการบินภายในประเทศมีจำนวนมากขึ้น ผู้ใช้บริการจึงมักจะเลยสายการบินที่มีราคาเหมาะสมกับบริการที่ตอบสนองความต้องการของตน สอดคล้องกับ มนสินี เลิศคชสีห์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยด้านราคา แสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคา มีการเปรียบเทียบราคากับประโยชน์ที่ได้รับ โดยราคาค่าโดยสารต้องมีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการระยะทาง รวมถึงเหมาะสมกับความสะดวกสบายในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการมีส่วนลดในการซื้อบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการชาวไทย มักนิยมในตัวสินค้าหรือบริการในช่วงที่มีส่วนลด เช่น ตามห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ จิตราพร ลดาดก (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่นิยมดูโปรโมชั่น หรือเช็คราคาค่าตั๋วโดยสารทางเว็ปไซต์เพื่อสะดวกในการจอง โดยบางท่านอาจมีการจองล่วงหน้า ดังนั้นในการจัดโปรโมชั่น หรือการบ่งบอกถึงความคุ้มค่าของค่าโดยสารในระยะเวลาที่จำกัด ความมีรายละเอียดอย่างชัดเจน และที่สำคัญเว็บไซต์ควรมีความเสถียร

ข้อเสนอแนะ

1. ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมในการเดินทางของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการจะได้รับข้อมูลข่าวสารมาจาก 2 แหล่ง ที่สำคัญคือ ห้องจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบิน และการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต เพราะฉะนั้น สายการบินควรเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนเกี่ยวกับสายการบินและมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลล่าสุดอยู่เสมอไปใน 2 แหล่งนี้ให้มากที่สุด สอดคล้องกับ สุประภา สมนักพงษ์ (2560) ได้กล่าวไว้ว่า จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกทำให้เกิดการตลาดท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เน้นการตลาดออนไลน์ ที่ทำให้ลูกค้ามีการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนการค้นหาข้อมูล ซื้อ ขาย สินค้าและบริการที่ไร้พรมแดน ด้วยการเชื่อมโยงการตลาดแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้ประกอบการยุคนี้สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องในการทำการตลาดรูปแบบใหม่และสอดคล้องกับแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงในอนาคต

2. การเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป

2.1 ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานขอนแก่นเท่านั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้อาจเป็นข้อมูลของผู้ใช้บริการเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นผลการศึกษาอาจจะสามารถนำไปใช้ได้ดีที่สุดเฉพาะท่าอากาศยานขอนแก่น ซึ่งผู้ใช้บริการในเส้นทางอื่น ๆ อาจมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นหากมีการศึกษาในครั้งถัดไปอาจจะเพิ่มในเส้นทางการบินอื่น ๆ ไปด้วย น่าจะทำให้ผลการศึกษามีความกว้างยิ่งขึ้น

2.2 ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการชาวไทยเพียงอย่างเดียว ซึ่งหากมีการศึกษาในครั้งถัดไป อาจมีการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการต่างชาติด้วย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการชาวไทยว่ามีปัจจัยใดที่แตกต่างหรือเหมือนกัน เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการในระดับสากล

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จิตราพร ลดาดก. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง.* ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปิยวรรณ ไกรเลิศ. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบิน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชียเส้นทางกรุงเทพ-กระบี่.* ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

พิทักษ์ ศิริวงศ์, ธนบรรณ ฉายดำรงค์, และสุธาสินี ชัยกุลเสรีวงศ์. (2558). *ช่องทางการจัดจำหน่ายขนมหวานเพชรบุรี กรณีศึกษา: ร้านขนมไทยลูกเจี๊ยบ.* การประชุมวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 4. (2 – 3 กรกฎาคม 2558): 506-516.

มติชนออนไลน์. (2559). *เดินหน้าผลักดันสนามบินขอนแก่น เป็น'ฮับการบินอีสาน' ททท.เชื่อยอดนักเที่ยวทะลุ 5 ล้าน.* มติชนออนไลน์ (20 กันยายน 2559)

มนสินี เลิศคชสีห์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ.* ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มาเรียม นิลพันธุ์. (2558). *วิธีวิจัยทางการศึกษา.* นครปฐม: ศูนย์วิจัยและพัฒนาทางการศึกษา.

สุประภา สมนักพงษ์. (2560). "แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย". Veridian E-Journal, Silpakorn University 10,3 (กันยายน– ธันวาคม): 2055-2068.

เอกลักษณ์ เจียนพันธุ์. (2556). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อระบบการรักษาความปลอดภัย ของจุดตรวจค้นสัมภาระ ณ ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงจังหวัดเชียงราย.* ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.