



ภาคินิพนธ์

เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้

กรณีศึกษา สายการบิน Jeju Air

โดย

นางสาว ทัดพิชา เรืองศรี

รหัสนักศึกษา 05550507

เสนอ

อาจารย์ ดร. สุวีพร จรุงชนะกิจ

ภาคินิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้

กรณีศึกษา สายการบิน Jeju Air

ชื่อผู้วิจัย นางสาวทัศนีย์ เรืองศรี รหัสนักศึกษา 05550507

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.สุริพร จรุงธนะกิจ

ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจจูแอร์ ตลอดจนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อีกทั้งศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเจจูแอร์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่เลือกใช้บริการสายการบินเจจู เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – อินชอน จำนวน 105 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท มักจะเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ ท่องเที่ยว ซึ่งช่วงเวลาที่เดินทางจะเป็นช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม และมักจะเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน มีผู้ร่วมเดินทางไปด้วย 1 – 2 คน อีกทั้งเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจจูเนื่องจาก ราคาของตั๋วเครื่องบินถูก นอกจากนั้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ คือ สายการบิน Thai Air Asia X และมีความพึงพอใจในบริการของสายการบินเจจูอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ในด้านราคาบัตรโดยสารมีราคาถูก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในด้านการจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า อีกทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในด้านมีความสะดวกในแต่ละช่องทางการซื้อบัตร

กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สามารถประสบความสำเร็จได้ เนื่องมาจากความช่วยเหลือและสนับสนุนจากบุคคลหลายๆท่าน ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.สุริพร จรุงธนะกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้เสียสละเวลามาให้คำปรึกษา ตรวจสอบ และชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขด้วยความเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยมมาโดยตลอด ทำให้ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สามารถดำเนินมาได้อย่างเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนๆทุกคนที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอดระหว่างการทำการศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลามาทำการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงมาได้อย่างดี

ทัตพิชา เรืองศรี

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
จุดประสงค์ของการศึกษา	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
วิธีการศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
คำนิยามศัพท์	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์	6
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดและทฤษฎีการบริการ.....	10
แนวคิดตลาดธุรกิจการบิน	12
ลักษณะของสายการบินต้นทุนต่ำ	13
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
3 วิธีดำเนินการวิจัย	18
การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
การวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์ในการให้คะแนน	20
การสรุปผล.....	20
4 ผลการศึกษา	21
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท	25

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสายการบินเจ้	30
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	35
สรุปผลการวิจัย	35
อภิปรายผลการวิจัย	36
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	38
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	39
บรรณานุกรม	40
ภาคผนวก	42
แบบสอบถาม	43
ประวัติผู้ศึกษา	48

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามเพศ.....21
2	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามอายุ.....22
3	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามสถานภาพ22
4	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามระดับการศึกษา23
5	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามอาชีพ23
6	ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกตามรายได้24
7	ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์26
8	ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านราคา27
9	ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย28
10	ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ...29
11	ตารางจำแนกความถี่ในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม30
12	ตารางจำแนกวัตถุประสงค์ของการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม31
13	ตารางจำแนกช่วงเวลาที่ใช้เดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม31
14	ตารางจำแนกช่องทางการซื้อบัตรโดยสารของผู้ตอบแบบสอบถาม32
15	ตารางจำแนกจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปด้วยในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม32
16	ตารางจำแนกเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการบินเจ็ทของผู้ตอบแบบสอบถาม33
17	ตารางจำแนกสายการบินต้นทุนต่ำที่เคยใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม33
18	ตารางจำแนกความพึงพอใจในบริการของสายการบินเจ็ทของผู้ตอบแบบสอบถาม34

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

1 เส้นทางการบินของสายการบินเจจู.....3

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจการบิน (Airline Business) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรมการบิน (Aviation Industry) ซึ่งธุรกิจการบินเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Service) และสินค้า (Cargo Service) ทางอากาศด้วยเครื่องบิน ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้โดยสารมากและนับวันจะเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการขนส่งที่มีความเร็วสูง และมีความปลอดภัย ในการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าให้เดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางต่างๆได้ในระยะเวลาอันสั้นจึงเสมือนเชื่อมโยงขั้วคมนาคมทุกประเทศในโลกเข้าด้วยกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2548: 1)

ปัจจุบันธุรกิจการบินมีการแข่งขันกันสูง เพื่อที่จะให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้บริการแล้วนั้น แต่ละสายการบินจึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ผู้โดยสารประทับใจ มีความดึงดูดมากพอที่จะทำให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้บริการ และได้รับความประทับใจต่อบริการของสายการบินนั้นกลับไป

เมื่อหลายประเทศทั่วโลกเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ ในธุรกิจการบิน บางสายการบินต้องปรับลดค่าใช้จ่าย ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน และการบริการเพื่อความอยู่รอด ได้แก่การปรับลดพนักงาน เน้นให้บริการตนเองมากขึ้น ลดบริการที่ไม่มีความจำเป็นออก แต่ยังคงเน้นความปลอดภัย ความตรงต่อเวลาและความรวดเร็ว ซึ่งเป็นรูปแบบของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1971 โดยสายการบิน Southwest Airlines ของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำมีวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มทางเลือกของการเดินทางด้วยเครื่องบินที่มีค่าโดยสารถูกกว่าสายการบินปกติเป็นจุดขาย แต่ลดบริการด้านต่างๆที่ผู้โดยสารเคยได้รับจากสายการบินปกติลง ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้นั้นก็จะนำมาชดเชยรายได้ที่ขาดหายไปจากการจำหน่ายตั๋วโดยสารในราคาที่ต่ำลง อีกทั้งมีการดำเนินการอื่นๆ คือ การใช้เครื่องบินแบบเดียวกัน การจ่ายค่าจ้างพนักงานในอัตราต่ำ การใช้เวลาน้อยลงในการทำการบินสั้น การเข้าและออกจากสนามบินอย่างตรงเวลา การไม่มีอาหารและเครื่องดื่มให้บริการฟรีบนเครื่องบินการจัดชั้นโดยสารให้มีชั้นประหยัด

เพียงชั้นเดียว การจำหน่ายตั๋วโดยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต และไม่มีการจำหน่ายผ่านตัวแทน
จำหน่าย เป็นต้น

สายการบินเจจู (Jeju Air) เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่ร่วมทุนกันระหว่าง The Aekyung Group และ รัฐบาลท้องถิ่นเมืองเจจู มีฐานการบินอยู่ที่เมืองเจจู ประเทศเกาหลีใต้ ให้บริการเส้นทางการบินตั้งแต่เส้นทางภายในประเทศ ไปจนถึงเมืองสำคัญ 20 กว่าเมืองในเอเชีย ไม่ว่าจะเป็น ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ ไทย เวียดนาม ซึ่งเป็นเส้นทางที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดจากทั่วโลก และได้จัดทำอากาศยานคิมโพในกรุงโซล และทำอากาศยานนานาชาติอินซอน เป็นฐานหลักในการบินเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้โดยสาร อีกทั้งยังให้ความสำคัญในเรื่องการบินที่ตรงต่อเวลารวดเร็ว และความปลอดภัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นเรื่องที่สำคัญมากเป็นอันดับต้นๆของธุรกิจการบิน

หลังจากการก่อตั้งเมื่อปี 2005 สายการบินเจจูได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยการปรับปรุงราคาให้มีความยุติธรรมแก่ผู้โดยสาร และยังสามารถปฏิรูปธุรกิจทางการบินอย่างต่อเนื่อง ทำให้สายการบินเจจูเป็นสายการบินชั้นนำที่พัฒนาได้อย่างรวดเร็วที่สุดในประเทศเกาหลีใต้ อีกทั้งยังได้ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้เป็นที่แพร่หลายจนประสบความสำเร็จจนประเทศเกาหลีใต้ได้กลายเป็นประเทศแห่งการท่องเที่ยวได้ หลังจากสายการบินเจจูเปิดให้บริการเส้นทางการบินระหว่างประเทศเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2008 คือเส้นทาง เจจู - ฮิโรชิมา ต่อมาก็ได้ขยายการให้บริการเส้นทางระหว่างประเทศอื่นๆเพิ่มขึ้น จนเมื่อปี 2009 ได้เริ่มเปิดให้บริการเส้นทางการบินในประเทศ ไทย คือเส้นทาง อินซอน - กรุงเทพ , เจจู - กรุงเทพ ให้บริการเที่ยวบินละ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเมื่อปี 2010 ขยายการให้บริการเส้นทางการบิน อินซอน - กรุงเทพ เพิ่มขึ้นเป็นเปิดให้บริการทุกวัน อีกทั้งยังเพิ่มเที่ยวบิน ปูซาน - กรุงเทพ เข้ามาเพื่อให้ผู้โดยสารมีทางเลือกที่หลากหลายในการบินตรงสู่เมืองที่ต้องการ



ภาพแสดงเส้นทางการบินของสายการบินเจจู

สายการบินเจจูมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการบริการและการขนส่ง ในปัจจุบันมีการแข่งขันเรื่องการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแต่ละสายการบินของประเทศเกาหลีได้กันอย่างดุเดือด ดังนั้นสายการบินเจจูจึงมีการพัฒนาทั้งในด้านการบริการ และได้ขยายการให้บริการต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อดึงดูดผู้โดยสารให้เข้ามาใช้บริการ อีกทั้งยังทำให้สายการบินเจจูสามารถขึ้นเป็นสายการบินต้นทุนต่ำอันดับต้นๆของประเทศเกาหลีได้อีกด้วย ซึ่งบริการที่เพิ่มเข้ามานั้น ได้แก่ บริการขนส่งสัมภาระ โดยเพียงแค่ครั้งปีแรกของการเริ่มบริการ สายการบินเจจูขนส่งสัมภาระไปมากกว่า 2500 ตัน และปริมาณการขนส่งสัมภาระนั้นจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่ามากขึ้นในทุกๆปี อีกทั้งเริ่มมีการให้บริการ Air Cafe คือการจำหน่ายขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม บนเครื่องบิน และได้ขยายขอบเขตการจำหน่ายให้กว้างมากขึ้น โดยให้ผู้โดยสารสามารถสั่งซื้ออาหารระหว่างเที่ยวบินได้ล่วงหน้า นอกจากนี้ยังมีบริการเช่ารถและจองโรงแรมล่วงหน้าผ่านทางหน้าโฮมเพจของสายการบินเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร มีการนำศิลปินดาราดังของประเทศเกาหลีได้มาเป็นพิธีเซ็นเตอร์ในการโปรโมทของสายการบิน และมีการจัดช่วงเวลาในการลดราคาตั๋วเครื่องบินมากกว่า 50% ตลอดทั้งปี เพื่อดึงดูดให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้รับความประทับใจ และมีความเชื่อมั่นที่จะกลับมาใช้บริการสายการบินเจจูอีก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในปัจจุบันได้รับความนิยมจากผู้โดยสารมากขึ้น ด้วยเหตุผลทางด้านราคา การให้บริการทั้งภาคพื้นดินและทางอากาศ อีกทั้งข้อเสนอมากมาย ทำให้ผู้โดยสารมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการสายการบินได้อย่างหลากหลาย โดยใช้สายการบินเจนูเป็นกรณีศึกษา สายการบินเจนูนั้นนอกจากจะเป็นสายการบินต้นทุนต่ำอันดับต้นๆ ของประเทศเกาหลีใต้แล้ว ยังให้ความสำคัญเรื่องการบริการและยังคงพัฒนาการบริการนั้นให้ดีขึ้นไปตลอด เพื่อสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่ผู้โดยสารที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน นอกจากนี้ยังสนใจที่จะศึกษาจากพฤติกรรมของผู้โดยสารเพื่อจะสามารถใช้เป็นข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไขของสายการบินเจนูให้ตรงต่อความต้องการของผู้โดยสารต่อไป

2. จุดประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจนูแอร์
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจนูแอร์
- 2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจนูแอร์ของผู้โดยสาร

3. ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่เลือกใช้บริการสายการบินเจนูเส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - อินซอน โดยสอบถามในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559

4. วิธีการศึกษา

- 4.1 รวบรวมข้อมูลด้านทุติยภูมิจากแหล่งต่อไปนี้
 - 4.1.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับสายการบินต้นทุนต่ำ
 - 4.1.2 รวบรวมข้อมูลจากหนังสือ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- 4.2 รวบรวมข้อมูลด้านปฐมภูมิจากแบบสอบถามของผู้ใช้บริการ
- 4.3 นำข้อมูลที่ได้มาศึกษาและวิเคราะห์ตามจุดประสงค์
- 4.4 เรียบเรียงผลการศึกษา

4.5 สรุปผลและอภิปรายผล

4.6 นำเสนอ

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจอแอร์

5.2 ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจอแอร์

5.3 ทำให้ทราบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจอแอร์ของผู้โดยสาร

5.4 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนรูปแบบการบริการที่สอดคล้องต่อความต้องการของผู้โดยสารได้

6. คำนิยามศัพท์

อุตสาหกรรมการบิน หมายถึง กลุ่มธุรกิจที่ผลิตบริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าด้วยเครื่องบินหรือทางอากาศ ประกอบด้วยธุรกิจที่สำคัญ 5 ธุรกิจ คือ (1) ธุรกิจการบิน (Airline Business) (2) ธุรกิจเครื่องบิน (Aircraft Business) (3) ธุรกิจท่าอากาศยาน (Airport Business) (4) ธุรกิจบริการเครื่องช่วยในการเดินอากาศ (Air Navigation Aids Business) และ (5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน

ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำหมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจด้านการบิน ด้วยการลดต้นทุนด้านบริการของสายการบินให้ต่ำลงค่าใช้จ่าย ทำให้สามารถกำหนดอัตราค่าโดยสารที่ถูกลงกว่าสายการบินปกติได้

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเองไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบธรรมได้

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทยได้ กรณีศึกษา สายการบิน Jeju Air” ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีการบริการ
4. แนวคิดตลาดธุรกิจการบิน
5. ลักษณะของสายการบินต้นทุนต่ำ
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

คำว่าประชากรศาสตร์ซึ่งตรงกับคำว่า Demography ในภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นคำที่มาจากภาษากรีกโดย AchilleGuillardชาวเบลเยียมเป็นผู้นำมาใช้ตั้งแต่ปี 1855 คือ Demo = People หมายถึงหมู่คน ประชาชน ส่วนคำว่า Graphy = Writing Up หรือ Description หมายถึงการเขียนการบรรยายความ ซึ่งถ้าวิเคราะห์ความหมายของวิชาประชากรศาสตร์จากรากศัพท์ จะหมายถึงวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร (สุพจน์ บุรพุกสลศรี , 2529 :1)

สิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 53) ได้กล่าวถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ไว้ว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่ใช้บ่อยมากในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

ประมะ สตะเวทิน (2540: 112-118) กล่าวว่า วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากมาย ในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชนก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆตามลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เช่น จำแนกตาม อายุ, เพศ, สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ, การศึกษา, และศาสนา เป็นต้น โดยลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics Audience) แบ่งเป็น

1.อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (More Idealistic) ใจร้อนกว่า (More Impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More Optimistic) คนอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือปฏิบัติมากกว่า , มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิตมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงทำให้ทัศนคติของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจ และวัยที่ต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆแตกต่างกันออกไปด้วย

2.เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด , ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้การวิจัยหลายอันยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย

3.สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio - Economic Status) หมายถึง อาชีพ (Occupation), รายได้ (Income), เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race And Ethic Group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family Background) การวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกันมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

4.การศึกษา (Education) การศึกษา หรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ตัวครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้

สอดคล้องความรู้สึกนึกคิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียนในทำนองเดียวกับที่พ่อแม่ได้สอดคล้องความคิดของตนให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดูบุตร

5.ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารเองทั้งในด้านทัศนคติ, ค่านิยม และพฤติกรรม คนที่นับถือศาสนาต่างกัน จะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคน และกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ในระยะเริ่มต้นเด็กได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางพ่อแม่โดยการอบรมสั่งสอนและปลูกฝังความคิดของพ่อแม่ ต่อมาก็ได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางโรงเรียนโดยการศึกษาเล่าเรียนตามหลักสูตรและการปฏิบัติในพิธีกรรมต่างๆและในที่สุดก็ได้รับอิทธิพลโดยตรงของศาสนาในโอกาสต่างๆในการดำเนินชีวิตของตน

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

Solomon (2009: อ้างถึงใน, ชูชัย สมิติทิไกร 2557: 6) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน พฤติกรรมเหล่านี้สามารถอธิบายโดยละเอียดได้ดังนี้

การตัดสินใจเลือก หมายถึง พฤติกรรมและกระบวนการทางจิตใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยครอบคลุมพฤติกรรมต่างๆ ตั้งแต่การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกต่างๆ และการตัดสินใจซื้อ

การซื้อ หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการ ตั้งแต่การเลือกแหล่งที่จะซื้อและวิธีการจ่ายเงินค่าสินค้าหรือบริการ

การใช้ หมายถึง การที่ผู้บริโภคนำสินค้ามาใช้ประโยชน์ตามที่มุ่งหวัง หรือการรับบริการจากองค์การธุรกิจ

การกำจัดส่วนที่เหลือ หมายถึง การนำส่วนที่เหลือของผลิตภัณฑ์ไปกำจัดทิ้ง โดยอาจกระทำในรูปแบบต่างๆเช่น การทิ้งในถังขยะ การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การนำไปผลิตใหม่ (Recycle)

Blackwell, Miniard, & Engel (2006: อ้างถึงใน, ชุชัย สมิตธิกร 2557: 15) เสนอว่า กระบวนการการบริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอนคือ (1) การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) (2) การหาข้อมูล (Search) (3) การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) (4) การซื้อ (Purchase) (5) การบริโภค (Consumption) และ (6) การประเมินผลหลังการซื้อ (Post - Consumption Evaluation)

1.การตระหนักถึงความต้องการ เป็นสภาวะที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างสภาพที่ผู้บริโภคปรารถนาให้เป็นกับสภาพที่เป็นอยู่จริง โดยความแตกต่างนี้มีระดับมากพอที่จะทำให้เกิดการตระหนักถึงปัญหา และเกิดความต้องการที่จะได้สินค้าหรือบริการหนึ่งๆมาเพื่อแก้ปัญหา นั้น

2.การค้นหาข้อมูลหลังจากตระหนักถึงความต้องการ ผู้บริโภคจะเริ่มค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการ เช่น ข้อมูลทางเลือกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้าต่างๆ สถานที่จำหน่าย เกณฑ์ที่ควรใช้ในการประเมินทางเลือกต่างๆ โดยการค้นหาข้อมูลนี้อาจเริ่มจากการค้นหาข้อมูลจากภายใน หรือความทรงจำของตนเอง

3.การประเมินทางเลือก เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคประเมินทางเลือกที่มีอยู่ เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด การประเมินนี้กระทำโดยอาศัยเกณฑ์ต่างๆเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจขั้นสุดท้ายต่อไป

4.การซื้อ ขั้นตอนนี้เป็น การลงมือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยจะพิจารณาถึงสถานที่ที่จะซื้อและวิธีการซื้อด้วย เช่น ซื้อจากห้างสรรพสินค้า ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซื้อโดยชำระด้วยบัตรเครดิต หรือซื้อโดยการผ่อนชำระ

5.การบริโภค คือ ขั้นตอนการใช้สินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อมา โดยอาจเกิดขึ้นทันทีภายหลังการซื้อ หรือเกิดขึ้นในระยะต่อมาก็ได้ ลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคแต่ละคนอาจแตกต่างกันไป และสามารถส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจต่อสินค้าและความคงทนของสินค้าได้

6.การประเมินหลังการบริโภค หลังการบริโภค ผู้บริโภคอาจเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมอื่นต่อไป เช่น การซื้อซ้ำ ความภักดีต่อราคาสินค้า การแนะนำให้ผู้อื่นใช้ การร้องเรียน ร้องทุกข์จากความไม่พึงพอใจผลิตภัณฑ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

Kotler (1991: อ้างถึงใน, ชูชัย สมितिไกร 2557: 362) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งผู้ให้บริการได้เสนอขาย โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าหรือไม่ก็ได้

Berry (1980: อ้างถึงใน, ชูชัย สมितिไกร 2557: 362) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ การเสนอขายความพยายาม (Efforts) การปฏิบัติงาน (Performance) หรือการกระทำใดๆ ให้แก่ อีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการมิได้เป็นเจ้าของการบริการนั้นๆ เหมือนเช่นการเป็นเจ้าของสินค้า

การศึกษาเกี่ยวกับการบริการนั้น จำเป็นจะต้องศึกษาถึงลักษณะของการบริการ (Services Characteristics) เนื่องจากบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้า (Product) อยู่หลายประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2546 :432)

Zeithaml, Parasuraman, & Berry และ Kotler (1990 - 1991: อ้างถึงใน, ชูชัย สมितिไกร 2557: 362) ได้ศึกษาถึงลักษณะของการบริการ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นกิจกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้เหมือนผลิตภัณฑ์ทั่วไป แต่จะแสดงออกมาในรูปของการปฏิบัติงาน ก่อนที่ผู้รับบริการจะตัดสินใจเลือกรับบริการนั้น ผู้รับบริการไม่สามารถประเมินคุณภาพการบริการ ได้จากการนับ วัดหรือทดสอบโดยตรงได้ ดังนั้นผู้รับบริการจึงมักมองหาสัญลักษณ์หรือสิ่งที่เป็น รูปธรรมที่เป็นเสมือนตัวแทนของคุณภาพของบริการ เช่น การแต่งกายของผู้ให้บริการ ลักษณะทาง ภายนอกของสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ และอัตราค่าบริการ

2. การผลิตและการบริโภคไม่สามารถแยกจากกันได้ (Inseparability) การบริการเป็น กระบวนการที่ทั้งการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ซึ่งแตกต่างจากการผลิตและ จำหน่ายสินค้า กล่าวคือ สินค้าต้องมีการผลิต จัดเก็บ และจำหน่าย จากนั้นจึงมีการบริโภคเกิดขึ้น แต่สำหรับการบริการ ผู้รับบริการจะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนี้ ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ

3. การบริการมีความแตกต่างหลากหลาย (Variability) การบริการแต่ละครั้งจะมีความ แตกต่างกัน และคุณภาพของการบริการอาจเปลี่ยนแปลงไปตามผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการแต่

ละคนอาจมีความรู้ความสามารถและพฤติกรรมกาให้บริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้รับบริการที่แตกต่างกัน รวมทั้งการเปลี่ยนเวลาและสถานที่ให้บริการ ก็สามารถทำให้การบริการมีความแตกต่างกันได้

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการเป็นทั้งการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถทำการผลิตไว้ล่วงหน้า และเก็บรักษาไว้เพื่อจำหน่ายในภายหลังได้ เหมือนผลิตภัณฑ์

โดยทั่วไปแล้ว การจำแนกสินค้าและบริการออกจากกันอย่างสมบูรณ์ อาจจะกระทำได้ยาก เนื่องจากในการซื้อครั้งหนึ่งๆ ของผู้บริโภคอาจมีทั้งการซื้อสินค้าและบริการได้เวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การรับประทานอาหารในภัตตาคาร นอกจากผู้บริโภคจะซื้ออาหารแล้ว ยังมีการซื้อบริการด้วย ไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับ การเอาใจใส่ดูแล เป็นต้น

Lovelock & Wirtz (2004: อ้างถึงใน, ชูชัย สมितिไกร 2557: 363) ได้เสนอว่า มีลักษณะสำคัญ 3 ประการที่ทำให้การซื้อสินค้ากับการซื้อบริการมีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. การสัมผัสจับต้องได้ (Search Attributes) หมายถึง คุณลักษณะที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถประเมินผลิตภัณฑ์ก่อนการซื้อได้

2. การรับประสบการณ์ได้ (Experience Attributes) หมายถึง คุณลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้หรือมีประสบการณ์ได้เมื่อมีการรับบริการจริง

3. ความยากต่อการประเมิน (Credence Attributes) หมายถึง คุณลักษณะที่ยากต่อการประเมินด้วยความมั่นใจ แม้ว่าจะมีการบริโภคไปแล้ว คุณลักษณะเช่นนี้ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีความเชื่อมั่นและวางใจว่าตนเองจะได้รับประโยชน์จากการรับบริการนั้นในอนาคต

ชูชัย สมितिไกร (2557: 367) ได้กล่าวว่า การซื้อบริการประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นก่อนการซื้อ (Pre-purchase stage) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง มีการค้นหาข้อมูล และประเมินทางเลือกต่างๆ

2. ขั้นรับบริการ (Service encounter stage) หลังจากประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจเลือกรับบริการจากผู้ให้บริการ และเข้ารับบริการนั้น

3.ขั้นหลังการซื้อ (Post-purchase stage) เมื่อได้รับการบริการแล้ว ผู้บริโภคจะมีการประเมินหลังการบริการ และเกิดความตั้งใจในอนาคตว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจการบิน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 214-216) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจการบินไว้ว่า ผู้บริหารการตลาดของธุรกิจการบินจะต้องมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดอุปสงค์ธุรกิจการบินขึ้น เพื่อสามารถจำหน่ายบริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าที่ตนผลิตขึ้นให้เกิดรายได้และผลกำไร จึงต้องทำการวิเคราะห์ตลาดธุรกิจการบินเสียก่อน โดยจำเป็นต้องศึกษาให้ทราบถึงลักษณะพิเศษของธุรกิจการบินว่ามีความแตกต่างกับธุรกิจประเภทอื่นอย่างไร ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ (Intangibility) ธุรกิจการบินเป็นการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนและจับต้องไม่ได้ แม้จะมีเครื่องบินมาเกี่ยวข้องกับการให้บริการก็ตาม ผู้โดยสารหรือสินค้าที่รับบริการเพียงมีสิทธิใช้เครื่องบินเป็นพาหนะในการขนส่ง สิ่งที่ได้รับกลับมาคือความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของการบริการอยู่ในความทรงจำกลับมาเท่านั้น

2.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability) ธุรกิจการบินเป็นการให้บริการกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มสินค้า เนื่องจากการบริการของธุรกิจการบินให้บริการผู้โดยสารและสินค้าเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน จะแบ่งแยกการให้บริการออกจากกันไม่ได้

3.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีลักษณะแตกต่างกันในการให้บริการแต่ละครั้ง (Heterogeneity) ธุรกิจการบินไม่สามารถที่จะทำให้บริการของตนเป็นมาตรฐานได้ การบริการชนิดเดียวกันจะมีความแตกต่างกันไปตามลูกค้าแต่ละคน ผู้ให้บริการแต่ละบริษัทและแต่ละช่วงเวลาที่ได้รับบริการ ไม่ได้ให้บริการคุณภาพเดียวกันในแต่ละเที่ยวบินและผู้โดยสารแต่ละคน และคุณภาพของการบริการยังทวีความซับซ้อนยิ่งขึ้นไปอีก บางครั้งเป็นการยากที่คาดการณ์ล่วงหน้าถึงคุณภาพของการซื้อบริการว่าจะคุ้มค่ากับค่าบริการหรือไม่

4.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีลักษณะสูญเสียบง่าย (Perishability) ธุรกิจการบินเป็นบริการที่สูญสิ้นง่ายและไม่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้ จึงก่อให้เกิดผลเสียหายและยุ่งยากต่อการวางแผนผลิตบริการ การกำหนดค่าบริการและการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างมาก

5.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีอุปสงค์ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีอุปสงค์ขึ้นลงตามฤดูกาลเป็นอย่างมาก อาจจะขึ้นลงตามแต่ละช่วงของวัน และแต่ละวันของสัปดาห์หรือเดือน เช่นอุปสงค์ของการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศของประเทศไทยจะมีผู้ใช้บริการมากในช่วงเดือนตุลาคมถึงเมษายน และจะมีผู้ใช้บริการน้อยระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน เป็นต้น

6.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ต้องใช้คนในการให้บริการมาก และส่วนใหญ่มักมีลักษณะเป็นการเฉพาะตัว เนื่องจากปัจจุบันค่าแรงมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งความไม่แน่นอนของอุปสงค์ของธุรกิจการบินก่อให้เกิดปัญหาเรื่องการปรับอัตราค่าจ้างแรงงานตามอุปสงค์ เช่น การปลดออกหรือว่าจ้างพนักงานเพิ่มในบางช่วง การใช้พนักงานไม่เต็มเวลา การทำงานล่วงเวลา เป็นต้น

7.ธุรกิจการบินเป็นบริการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล (Under Government Control) ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ผู้ประกอบการจะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาลก่อนดำเนินการบิน นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคทางการเมืองระหว่างประเทศเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะสิทธิการบินระหว่างประเทศนั้นต้องได้รับความเห็นชอบจากรัฐบาลของประเทศต้นทางและปลายทางในบัตรโดยสารให้ผู้โดยสารไปเช็คอิน โดยบอกรหัสและแสดงบัตรประจำตัวประชาชนให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเท่านั้น

ลักษณะของสายการบินต้นทุนต่ำ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2541: 34-35) ได้กล่าวถึงลักษณะของสายการบินต้นทุนต่ำไว้ว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้นมีรูปแบบบริการที่แตกต่างจากบริการของสายการบินปกติ ที่สำคัญอยู่ 8 ประการคือ

- 1.สายการบินต้นทุนต่ำจะจำหน่ายบัตรโดยสารถูกกว่าบัตรโดยสารชั้นประหยัดของสายการบินปกติประมาณ 40 - 50%
- 2.สายการบินต้นทุนต่ำจะให้บริการเส้นทางการบินไม่ไกลนัก มักใช้เวลาบินไม่เกิน 3 - 4 ชั่วโมง
- 3.สายการบินต้นทุนต่ำจะให้บริการที่นั่งเฉพาะชั้นประหยัดเพียงชั้นเดียว

4. สายการบินต้นทุนต่ำจะไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้โดยสารบนเครื่องบิน หากผู้โดยสารต้องการก็สามารถซื้อได้จากพนักงานในราคาพิเศษซึ่งจะช่วยลดภาระงานและจำนวนพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้

5. สายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นการให้บริการขึ้นและลง ณ . สนามบินรอง ไม่ใช่สนามบินที่เป็นศูนย์กลางการบินหลักระหว่างประเทศ (Hub) ทำให้ต้นทุนค่าใช้สนามบินต่ำลง ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมขึ้น - ลงและการใช้พื้นที่จอดเครื่องบิน

6. สายการบินต้นทุนต่ำจะใช้เครื่องบินโดยสารเพียงรุ่นเดียวหรือแบบเดียวในการให้บริการ เพื่อประหยัดค่าบำรุงรักษา ค่าอะไหล่ และง่ายต่อการดูแลรักษา ตลอดจนได้รับส่วนลดในการสั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องบินแบบเหมาซื้อเครื่องบินแบบเดียวกันทั้งฝูงบิน นอกจากนี้ยังทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการอบรมนักบินน้อยด้วย

7. สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งพัฒนาระบบการจองและการขายบัตรโดยสารไม่ผ่านตัวกลาง หรือตัวแทนจำหน่ายเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ส่วนใหญ่จะขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต (E-Ticketing) หรือทางโทรศัพท์ (Call Center) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์และค่ากระดาษ แต่จะบอกรหัสบัตรโดยสารให้ผู้โดยสารไปเช็คอิน โดยบอกรหัสและแสดงบัตรประจำตัวประชาชนให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเท่านั้น

8. สายการบินต้นทุนต่ำจะไม่มีบริการภาคพื้นดิน เช่น ไม่มีห้องรับรองพิเศษ ไม่มีบริการจัดส่งหรือถ่ายโอนสัมภาระ แต่อาจมีบริการเหล่านี้ให้แก่ผู้โดยสารต้องเสียค่าใช้จ่ายเองเพิ่มเติม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติชัย ชนทรัพย์สิน และ สุรพันธ์ ไชยชนะ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินไทย ” โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินทั้งสองรูปแบบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากที่สุดและน้อยที่สุดต่อสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ราคาค่าโดยสาร และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ ส่วนสายการบินไทย ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในด้านของความปลอดภัยและราคาค่าโดยสาร มากที่สุดและน้อยที่สุดตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินไทยหรือสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ จำนวนผู้

ร่วมเดินทาง ส่วนต่างของราคาค่าโดยสารต่อเที่ยวต่อรายได้ส่วนต่างของเวลารอคอยขึ้นเครื่องคุณ
รายได้ ทัศนคติด้านการตรงต่อเวลา และด้านความปลอดภัย

พงศกร งามสม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบิน ของ
ผู้ใช้บริการในเส้นทาง กรุงเทพฯ -ฮ่องกง กรณีศึกษาสายการบินไทยและสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก ”
ซึ่งได้ทำการศึกษาโดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เลือกใช้
บริการสายการบินไทยและสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่ม
ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน
และมีรายได้ระหว่าง 10,100 - 19,999 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมเดินทางในช่วงเวลา 10.01 - 14.00
น. มีความถี่ในการเดินทางไปประเทศฮ่องกง 1 - 3 ครั้งต่อปี โดยการเดินทางโดยสารในชั้น
ประหยัดของสายการบิน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นสมาชิกสะสมไมล์ของสายการบิน และ
เคยเดินทางไปประเทศฮ่องกงโดยสายการบินอื่นนอกเหนือจากสายการบินนี้ เช่น สายการบินเอ
มิเรลส์ สายการบินคราก่อนแอร์ สายการบินรอยัลจอร์แดนเนียน และสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ และ
สำหรับการเดินทางในเส้นทางอื่นนอกเหนือจาก 2 สายการบินนี้ในกรณีเมื่อจำเป็นต้องเดินทางผ่าน
การศึกษาวิจัยถึงอิทธิพลที่มีต่อชาวไทยในการเลือกใช้บริการสายการบินไทยพบว่า ปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์และการบริการมีผลมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ สำหรับชาวต่างชาติที่เลือกใช้สายการ
บินไทย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ และปัจจัยด้านพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
นั้นมีผลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำหรับผู้โดยสารสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิกทั้งชาว
ไทย และชาวต่างชาติ มีความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ และปัจจัยด้านพนักงานบน
เครื่องบินของสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิกมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมี
ความเห็นว่าย สายการบินมีความตรงต่อเวลา และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเอาใจใส่ดูแล
ผู้โดยสารได้ดีตลอดระยะเวลาการเดินทาง

ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ(2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุน
ต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย ” โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลผู้โดยสาร
ชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง จำนวน 400 คน ผล
การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านสินค้า
และบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยชื่อเสียงดีด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่าง

ให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทางเป็นปัจจัยที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยการมีความสะดวกในการซื้อบัตรโดยสารผ่านทาง Website ของสายการบินเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการลดราคาบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ด้านการส่งมอบบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยความตรงต่อเวลาในการออกเดินทางและถึงที่หมายเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยอภยาศัยไมตรีและประสิทธิภาพของพนักงานที่ให้บริการบนเครื่องบินเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยสำนักงานของสายการบินทันสมัยสวยงามได้รับความสำคัญมากที่สุด

อนงค์ณัฐ ทาอินตะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” ซึ่งได้ทำการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถามแก่ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป โดยมีความถี่ในการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา มากที่สุดเดินทางมากกว่า 5 ครั้งต่อปี และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ซึ่งมีความสะดวกใช้บริการสถานีปลายทางท่าอากาศยานดอนเมืองมาก และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุดคือ 2,001 บาทขึ้นไป สายการบินที่ใช้บริการมาเป็นอันดับหนึ่งคือ สายการบินนกแอร์ สำหรับวิธีการเลือกซื้อบัตรโดยสารที่ใช้มากที่สุดคือซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตความพึงพอใจโดยรวมต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารพบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนของผู้โดยสารส่วนใหญ่คือ ราคาของบัตรโดยสาร โปรโมชั่นพิเศษต่างๆ ความน่าเชื่อถือของสายการบิน ความจำเป็นที่ต้องใช้ ความรวดเร็วในการเดินทาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสายการบิน การบริการของสายการบิน และรายได้ของตนหรือครอบครัว

กัณธิสาอินทประวัตติ และ พิมพาภรณ์ โยชินวิรัตน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทย ” โดยศึกษาจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยหรือใช้บริการสายการบินอื่น จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ที่เดินทางโดยเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินอื่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้านบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการดูแลในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินบนเครื่องโดยสาร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริการปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ณัฐฐา อำไพ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้สายการบิน ต้นทุนต่ำ หรือสายการบินหลักของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ” โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 450 คน และเก็บข้อมูลแบบตามสะดวกผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้เครื่องบินในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาเท่ากับ 385 คน โดยจำนวน 300 คนใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ขณะที่อีก 85 คนใช้บริการสายการบินหลัก การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สายการบินหลักคือ ราคาน้ำหนักกระเป๋าเกิน ความตรงเวลาของสายการบิน ความสะดวกของตารางการบิน มีเที่ยวบินบินตรง ที่นั่งสะดวกสบาย บริการอาหารและระบบบันเทิงบนเครื่องบิน ขณะที่ราคาตั๋วโดยสารและความทันสมัยของเครื่องบิน เป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ และการทดสอบด้วยการประมาณค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสายการบินหลัก ประกอบด้วย ราคาน้ำหนักกระเป๋าเกิน ราคาสินค้าในเที่ยวบิน ความตรงต่อเวลาของสายการบิน เที่ยวบินที่ไม่ต้องแวะพัก และการให้บริการระบบบันเทิงบนเครื่องบิน ขณะที่ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ประกอบด้วย ราคาตั๋วโดยสาร ส่วนลด /รางวัล สำหรับสมาชิก และความทันสมัยของเครื่องบินและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเครื่องโดยสาร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้ กรณีศึกษา สายการบิน Jeju Air ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์ในการให้คะแนน
5. การสรุปผล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ข้อมูลด้านทุติยภูมิ

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าในอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

1.2 ข้อมูลด้านปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินเจจูที่สนามบินสุวรรณภูมิ เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - อินชอน และเก็บจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวนทั้งหมดรวม 105 ตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรหรือกลุ่มผู้โดยสารที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้และเคยใช้บริการของสายการบินเจ็ท เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - อินชอน โดยกลุ่มตัวอย่างมาศึกษาจำนวน 105 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามแนววัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เช่น ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งวัดได้โดยการใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มี 5 ระดับคือ

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการ เช่น วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนผู้เดินทาง เป็นต้น ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์ในการให้คะแนน

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและนำมาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ดังนี้

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยการหาความถี่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

4.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในด้านต่างๆ วิเคราะห์ด้วยมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ภาพตารางแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

4.3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ วิเคราะห์โดยการหาความถี่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

5. การสรุปผล

นำผลการวิเคราะห์มาสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยและอภิปรายผลพร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางเพื่อการวิจัยต่อไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้ กรณีศึกษา สายการบิน Jeju Air ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่เลือกใช้บริการสายการบินเจจู จำนวน 105 คน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็นดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจจู
3. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินเจจู

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ได้จากข้อมูลทั่วไปที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกออกมาในรูปแบบตารางได้ดังนี้

1.1 เพศ

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 105 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	12	11.4
หญิง	93	88.6
รวม	105	100

1.2 อายุ

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.6 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2 ตารางที่ 2 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	9	8.6
20 – 30 ปี	71	67.6
31 – 40 ปี	19	18.1
41 – 50 ปี	4	3.8
51 ปีขึ้นไป	2	1.9
รวม	105	100

1.3 สถานภาพ

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 94 คน คิดเป็น ร้อยละ 89.5 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 9.5 จำนวน 10 คน และสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ ดังตารางที่ 3 ตารางที่ 3 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	94	89.5
สมรส	10	9.5
หม้าย	0	0
หย่าร้าง / แยกกันอยู่	1	1
รวม	105	100

1.4 ระดับการศึกษา

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	8.6
ปริญญาตรี	82	78.1
ปริญญาโท	14	13.3
ปริญญาเอก	0	0
รวม	105	100

1.5 อาชีพ

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 และ อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	45	42.9
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	11	10.5
พนักงานบริษัท	24	22.9
รับจ้าง	2	1.9
ธุรกิจส่วนตัว	16	15.1
อื่นๆ	7	6.7
รวม	105	100

1.6 รายได้

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ ระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการจำแนกตามเพศรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	28	26.7
10,001 – 20,000 บาท	41	39
20,001 – 30,000 บาท	19	18.1
30,001 – 40,000 บาท	6	5.7
40,001 – 50,000 บาท	5	4.8
50,001 บาทขึ้นไป	6	5.7
รวม	105	100

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท

วิเคราะห์จากส่วนประสมทางการตลาดในข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท จากแบบสอบถามโดยการจำแนกแสดงออกมาในรูปแบบตารางและใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายคือเกณฑ์การพิจารณาระดับความสำคัญของการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.00 – 1.50 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (tcudorP)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 หากวิเคราะห์รายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย (4.01)ด้านความตรงต่อเวลา (3.83)ด้านอรรถยาศัยของพนักงาน (3.81) ด้านความรวดเร็วในการช่วยเหลือและให้บริการลูกค้า (3.72)และด้านการบริการ (3.68)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในเครื่องบิน (3.36)และด้านความทันสมัยของอุปกรณ์ต่างๆภายในเครื่องบิน (3.26) ดังตารางที่ 7

ตาราง ที่ 7 ตาราง แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (tcudorP)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	Mean	SD	ความหมาย
1. สภาพแวดล้อมภายในเครื่องบิน	8	32	57	6	2	105	3.36	0.78	ปานกลาง
2. ความทันสมัยของอุปกรณ์ต่างๆภายในเครื่องบิน	6	35	46	16	2	105	3.26	0.85	ปานกลาง
3. ความตรงต่อเวลา	16	59	26	4	0	105	3.83	0.72	มาก
4. ความปลอดภัย	32	44	27	2	0	105	4.01	0.80	มาก
5. การบริการ	12	54	34	3	2	105	3.68	0.79	มาก
6. อรรถาศัยของพนักงาน	17	56	29	1	2	105	3.81	0.78	มาก
7. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือและให้บริการลูกค้า	16	49	36	3	1	105	3.72	0.79	มาก
รวม							3.67	0.60	มาก

2.2 ด้านราคา (ecirP)

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 หากวิเคราะห์รายปัจจัย พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาบัตรโดยสารมีราคาถูก (4.27) ด้านราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทาง (4.25) และด้านการแจ้งรายละเอียดราคาที่ชัดเจนในการโฆษณา (3.68) ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	Mean	SD	ความหมาย
8. ราคาบัตรโดยสารมีราคาถูก	55	26	21	3	0	105	4.27	0.88	มาก
9. ราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทาง	48	37	18	2	0	105	4.25	0.81	มาก
10. การแจ้งรายละเอียดราคาที่ชัดเจนในการโฆษณา	22	39	34	8	2	105	3.68	0.95	มาก
รวม							4.06	0.70	มาก

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (e-calP)

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 หากวิเคราะห์รายปัจจัยพบว่า ทั้ง 2 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านมีความสะดวกในแต่ละช่องทางการซื้อบัตร (3.73)และด้านมีความหลากหลายในการเลือกช่องทางการชำระเงิน (3.70) ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจุบัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ecalP)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	Mean	SD	ความหมาย
11. มีความสะดวกในแต่ละช่องทางการซื้อบัตร	24	37	36	8	0	105	3.73	0.90	มาก
12. มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางการชำระเงิน	24	33	40	8	0	105	3.70	0.91	มาก
รวม							3.71	0.80	มาก

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (noitomorP)

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 หากวิเคราะห์รายปัจจัยพบว่า ปัจจัยทั้งหมด 3 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า (4.08) ด้านส่งเสริมการขายโดยการลดราคาบัตรโดยสาร (4.03) และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ (3.60) ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	Mean	SD	ความหมาย
13. ส่งเสริมการขายโดยการลดราคาบัตรโดยสาร	40	31	31	3	0	105	4.03	0.89	มาก
14. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ	20	35	40	8	2	105	3.60	0.95	มาก
15. การจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆเพื่อดึงดูดลูกค้า	44	29	29	2	1	105	4.08	0.93	มาก
รวม							3.90	0.80	มาก

3. พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินเจจู

วิเคราะห์ได้จากพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินเจจูของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการจำแนกออกมาในรูปแบบตารางได้ ดังนี้

3.1 ความถี่ในการใช้บริการ

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ปีต่อครั้ง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และ 2 เดือนต่อครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11 ตารางที่ 11 ตารางจำแนกความถี่ในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้งต่อเดือน	5	4.8
2 เดือนต่อครั้ง	6	5.7
1 – 2 ครั้งต่อปี	52	49.5
มากกว่า 1 ปีต่อครั้ง	42	40
รวม	105	100

3.2 วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 87.6 จำนวน 92 คน รองลงมาคือ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และเพื่อการศึกษาต่อ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ตารางจำแนกวัตถุประสงค์ของการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	92	87.6
ศึกษาต่อ	4	3.8
ติดต่อธุรกิจ	2	1.9
เยี่ยมญาติ	1	1
อื่นๆ	6	5.7
รวม	105	100

3.3 ช่วงเวลาที่เดินทาง

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 43.8 จำนวน 46 คน รองลงคือ ช่วงเดือนเมษายน – มิถุนายน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 39 และช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ตารางจำแนกช่วงเวลาที่เดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
มกราคม – มีนาคม	10	9.5
เมษายน – มิถุนายน	41	39
กรกฎาคม – กันยายน	8	7.7
ตุลาคม – ธันวาคม	46	43.8
รวม	105	100

3.4 ช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกช่องทางการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ ซื้อผ่านทางตัวแทนจัดจำหน่าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 และ ซื้อผ่านทางเคาน์เตอร์ของสายการบิน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ตารางจำแนกช่องทางการซื้อบัตรโดยสารของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์ของสายการบิน	73	69.5
ตัวแทนจัดจำหน่าย	24	22.9
เคาน์เตอร์ของสายการบิน	4	3.8
ซื้อผ่านทางโทรศัพท์	2	1.9
อื่นๆ	2	1.9
รวม	105	100

3.5 จำนวนผู้ร่วมเดินทางไปด้วยในแต่ละครั้ง

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปด้วย 1 – 2 คน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ 3 – 4 คน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และ 6 คนขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ตารางจำแนกจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปด้วยในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คน	73	69.5
3 – 4 คน	26	24.8
5 – 6 คน	1	1
6 คนขึ้นไป	5	4.7
รวม	105	100

3.6 เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเจ็ทคือ

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเนื่องจากราคาของตั๋วเครื่องบินถูก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ เนื่องจากโปรโมชั่นในแต่ละเดือน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และเนื่องจากมีความสะดวกสบาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ตารางจำแนกเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
ราคาของตัวเครื่องบินถูก	51	48.6
มีความสะดวกสบาย	14	13.3
มีความปลอดภัยสูง	6	5.7
โปรโมชั่นในแต่ละเดือน	20	19.1
มีความตรงต่อเวลา	6	5.7
อื่นๆ	8	7.6
รวม	105	100

3.7 สายการบินต้นทุนต่ำอื่นที่เคยใช้บริการ

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบิน Thai Air Asia X จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ สายการบิน Jin Air จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และไม่เคยใช้บริการสายการบินอื่น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ตารางจำแนกสายการบินต้นทุนต่ำอื่นที่เคยใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการสายการบินอื่น	16	15.3
Thai Air Asia X	48	45.8
Jin Air	17	16.2
T' way Air	15	14.2
Business Air	9	8.5
รวม	105	100

3.8 ความพึงพอใจในบริการของสายการบินเจ็ท

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการของสายการบินในระดับปานกลาง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจมาก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และมีความพึงพอใจในระดับน้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ตารางจำแนกความพึงพอใจในบริการของสายการบินเจ็ทของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจมาก	14	13.3
พึงพอใจปานกลาง	84	80
พึงพอใจน้อย	5	4.8
ไม่พึงพอใจ	2	1.9
รวม	105	100

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เจจูแอร์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินเจจู จำนวน 105 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยสามารถสรุปผลและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้ กรณีศึกษา : สายการบิน Jeju Air ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้โดยสารที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจจู ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 88.6 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.6 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 89.5 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.1 ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.9 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจจู

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจจูมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา (Price) ได้แก่ ราคาบัตรโดยสารมีราคาถูกซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อีกทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ ความปลอดภัยซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ มีความสะดวกในแต่ละช่องทางการซื้อบัตรซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท

จากการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มักจะเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ ท่องเที่ยว ซึ่งช่วงเวลาที่เดินทางจะเป็นช่วงเดือน ตุลาคม - ธันวาคม และมักจะเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน มีผู้ร่วมเดินทางไปด้วย 1 – 2 คน อีกทั้งเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ทเนื่องจาก ราคาของตั๋วเครื่องบิน นอกจากนั้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ คือ สายการบิน Thai Air Asia X และมีความพึงพอใจในบริการของสายการบินเจ็ทอยู่ในระดับปานกลาง

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ทมากที่สุดในด้านราคา (Price) ผู้โดยสารให้ความสำคัญในด้านราคาบัตรโดยสารมีราคาถูกมาก เนื่องจากทางสายการบินจะมีการจัดโปรโมชั่นบ่อยในหลายๆ ช่วงของแต่ละปี ซึ่งจะทำให้ได้บัตรโดยสารของสายการบินเจ็ทในราคาที่ถูกลงกว่าราคาปกติมากกว่า 50 % แต่การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกยังเท่าเทียมเท่ากับราคาปกติ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้โดยสารให้ความสำคัญในการจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งทางสายการบินเจ็ทจะมีการจัดโปรโมชั่นค่อนข้างบ่อยและสม่ำเสมอเมื่อเทียบกับสายการบินต้นทุนต่ำอื่น อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ โดยการนำศิลปินดาราชื่อดังของประเทศเกาหลีมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ในการโปรโมทของสายการบิน ซึ่งทำให้สายการบินเจ็ทเป็นที่จดจำได้ง่าย ทั้งยังมีบริการเสริมที่แตกต่างและน่าสนใจ เช่น บริการ Purchased Block Seat คือ บริการที่สามารถเลือกที่จะบล็อกที่นั่งข้างๆ ว่างหนึ่งที่เพื่อไม่ให้ผู้โดยสารคนอื่นมานั่ง แม้จะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแต่จะมีราคาที่ถูกลงกว่าการจองที่นั่งไปสองที่ เป็นต้น อีกทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้โดยสารให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริตรา พิพัฒน์ไชยศิริ . (2555). ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย” โดยกล่าวว่า ผลการศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจใช้บริการสายการบินต่ำด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยชื่อเสียงคือด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้โดยสารให้ความสำคัญในด้านมีความสะดวกในแต่ละช่องทางการซื้อบัตร ซึ่งสายการบิน

เจมมีทั้งบริการซื้อบัตรโดยสารและสามารถจัดการการจองผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินและทางโทรศัพท์ที่ได้โดยตรง โดยการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินเจมมีนั้น มีขั้นตอนที่ง่ายและมีความสะดวก เนื่องจากก่อนการดำเนินการ สามารถที่จะเลือกเปลี่ยนภาษาเพื่อเพิ่มความเข้าใจในขั้นตอนการซื้อให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และ ภาษาเวียดนาม เป็นต้น

2.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินเจมมี

จากการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โดยเกาหลีถือเป็นประเทศหนึ่งการเดินทางไปได้ง่าย ไม่ต้องใช้วีซ่าและใช้เวลาเดินทางเพียงแค่ 5 ชั่วโมงเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับบทความออนไลน์ของเว็บไซต์ Mushroomtravel. (2553). ที่เขียนเรื่อง “ทำไมคนไทยนิยมไปเกาหลี ” กล่าวว่า ประเทศเกาหลีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามหลากหลายมากมายตามแต่ละฤดูกาล เช่น ภูเขาที่ฤดูชอร์รชาน ที่ได้ชื่อว่าเป็นสวิสเซอร์แลนด์ของเกาหลี พระราชวังโบราณเคียงบก เป็นพระราชวังไม้เก่าแก่ที่สวยงามน่าเยี่ยมชม อ่างน้ำแร่สไตล์เกาหลีเพื่อช่วยให้เลือดลมไหลเวียนได้ดี และมีแหล่งช้อปปิ้งสินค้ามากมายในราคาที่ไม่แพง เป็นต้น อีกทั้งช่วงเวลาที่เดินทางจะเป็นช่วงเดือน ตุลาคม - ธันวาคม โดย ในช่วงเดือนนี้จะตรงกับฤดูใบไม้ร่วงจนถึงฤดูหนาวของประเทศเกาหลีได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความออนไลน์ของเว็บไซต์ Educatepark. (2559). ที่ได้เขียนเรื่อง “ฤดูในเกาหลี ” กล่าวว่า ฤดูใบไม้ร่วงถือเป็นฤดูที่อากาศดีที่สุดของเกาหลี เพราะเป็นช่วงที่มีอากาศแจ่มใสและเย็นสบาย ทั่วทั้งประเทศจะถูกปกคลุมไปด้วยใบไม้เปลี่ยนสีเป็นสีเหลือง สีแดงและสีส้ม ทำให้ทั้งประเทศเกาหลีดูสวยงามเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้ง ฤดูหนาวจะเป็นช่วงที่อากาศค่อนข้างหนาวเย็น เป็นฤดูแห่งการเฉลิมฉลองเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ เป็นช่วงที่คึกคักที่สุดในเกาหลีและยังมีกิจกรรมต่างๆให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินมากมาย เช่น การปั้นตุ๊กตาดินเผา เล่นหิมะ สเก็ตน้ำแข็ง รวมไปถึงการเล่นสกีอีกด้วย และมักจะเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนงค์นัฐ ทาอินตะ . (2555). ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” โดยกล่าวว่า วิธีการเลือกซื้อบัตรโดยสารที่ใ้มากที่สุด คือการซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งสังคมในปัจจุบันถือเป็นสังคมแห่งเทคโนโลยีที่รู้คหน้ามาก หากต้องการสิ่งใดก็สามารถค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมไปถึงการเลือกซื้อบัตรโดยสารด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งถือเป็นทางเลือกที่ทั้ง

รวดเร็ว สะดวกสบาย ประหยัดเวลาในการเดินทาง และรูปแบบวิธีการซื้อในเว็บไซต์ยังมีขั้นตอนที่ง่ายไม่ซับซ้อนอีกด้วย นอกจากนี้ เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินก็คือ ราคาของตั๋วเครื่องบินถูก เนื่องจากทางสายการบินจะมีการจัดโปรโมชั่นบ่อยในหลายๆ ช่วงของแต่ละปี ซึ่งจะช่วยให้ได้บัตรโดยสารของสายการบินในราคาที่ถูกลงกว่าราคาปกติมากกว่า 50 % แต่การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกยังเท่าเดิมเทียบเท่าราคาปกติ ส่วนสายการบินต้นทุนต่ำอื่นที่เคยใช้บริการคือสายการบิน Thai Air Asia X ตามบทความออนไลน์ของเว็บไซต์ Indochinaexplorer. (2557). ที่เขียนเรื่อง “สายการบิน AirAsia X ในประเทศไทย ” ความว่า สายการบิน AirAsia X เป็นสายการบินได้รับรางวัลสายการบินราคาประหยัดที่ดีที่สุดในโลก ประเภทชั้นพรีเมียม ในปี 2556 จากงานประกาศรางวัล Skytrax ซึ่งจัดขึ้นในงานแสดงเครื่องบิน กรุงปารีส ขณะที่กลุ่ม Air Asia ได้รับรางวัลสายการบินราคาประหยัดที่ดีที่สุดในโลก 5 ปีซ้อน คือในปี 2552-2556 จากการสำรวจความเห็นของนักเดินทาง 18 ล้านคนทั่วโลกโดย xartykS และสำหรับการให้บริการ Thai Air Asia X ให้บริการด้วยเครื่องบิน Airbus A330-300 ประกอบด้วยที่นั่งชั้นประหยัดที่นั่งปรับเอนนอนเทียบเท่าชั้นธุรกิจ Air Asia X เป็นสายการบินราคาประหยัดเจ้าแรกที่ให้บริการนั่งปรับเอนนอนเทียบเท่าชั้นธุรกิจ ทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ช่องต่อไฟเอนกประสงค์ที่รองรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท เบาะหนุนศีรษะ และหน้าจอส่วนตัวเป็นต้น นอกจากนี้ผู้โดยสารยังจะได้รับบริการพิเศษได้แก่บริการเลือกที่นั่ง เคาน์เตอร์เช็คอินพิเศษ บริการขึ้นเครื่องก่อน น้ำหนักกระเป๋า 20 กิโลกรัม อาหารร้อนหอมและผ้าห่ม และความพึงพอใจต่อบริการของสายการบินของผู้โดยสารอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก ราคาบัตรโดยสารในช่วงที่ไม่ได้จัดโปรโมชั่นจะมีราคาค่อนข้างสูง ที่นั่งจะค่อนข้างแคบปรับเอนได้เพียงเล็กน้อย ทั้งยังค่อนข้างมีปัญหาหากต้องการจะเลื่อนตั๋วอีกด้วย

3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้โดยสารให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สายการบินในเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับต้นๆ เพื่อให้ผู้โดยสารมีความเชื่อถือ และมั่นใจที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน
2. ผู้โดยสารให้ความสำคัญเรื่องการจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า ดังนั้น เพื่อดึงดูดและเป็นทางเลือกให้แก่ผู้โดยสาร ผู้ประกอบการควรเพิ่มโปรโมชั่นพิเศษให้มากขึ้น โดยเฉพาะ

โปรโมชั่นบัตรโดยสารราคาถูกในช่วง High Season เนื่องจากในช่วงนี้ราคาบัตรโดยสารทุกสายการบินจะมีราคาค่อนข้างสูง หากทางสายการบินทำการจัดโปรโมชั่นราคาบัตรโดยสารให้มีราคาที่ถูกลง ก็สามารถช่วยดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้มากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ควรใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์สอบถามข้อมูลโดยตรงจากผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินเจอ
2. ควรเพิ่มขอบเขตการวิจัย เพื่อให้ผลการศึกษาที่ชัดเจนและหลากหลายมากขึ้น โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยศึกษากลุ่มผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการสายการบินเจอ

บรรณานุกรม

สื่อสิ่งพิมพ์

- กัณฐิศาอินทประวัตติ และพิมพ์ภาภรณ์ โยธินวิรัตน์ .(2556) .“การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทย” จุลนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กิตติชัย ชนทรัพย์สิน และสุรพันธ์ ไชยชนะ. (2550). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินไทย” สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบัณฑิตภาควิชา วิศวกรรมโยธา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชัยวัฒน์ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง. (2525). **ประชากรศึกษาและประชากรศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: วิพรีนทร์1991.
- ณัฐฐา อำไพ. (2556). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ หรือ สายการบินหลักของนักศึกษาบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ” ภาคนิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **ธุรกิจการบิน**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พงศกร งามสม. (2554). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน ของผู้ใช้บริการในเส้นทาง กรุงเทพ-ฮ่องกง กรณีศึกษาสายการบินไทยและสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก ” วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พรนพ พุกกะพันธุ์. (2548). **ธุรกิจการบิน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วิถีพัฒนา.
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. (2555). “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย” สารนิพนธ์ สาขาการจัดการ โรงแรมและอู่venท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อนงค์ณัฐ ทาอินตะ. (2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ”
สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ทำไมคนไทยนิยมไปเกาหลี [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2559. เข้าถึงจาก

http://blog.mushroomtravel.com/2010/05/blog-post_9626.html

ฤดูในเกาหลี[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2559. เข้าถึงจาก

<http://www.educatepark.com/เรียนต่อเกาหลี/ฤดูในเกาหลี>

สายการบิน Air Asia X ในประเทศไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2559. เข้าถึงจาก

<http://www.indochinaexplorer.com/forum/index.php?topic=1770.0>

รีวิวสายการบินเจจู (Jeju Air) โลว์คอสแอร์ไลน์อันดับหนึ่งของเกาหลี [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ

20 เมษายน 2559. เข้าถึงจาก <http://www.sadoodta.com/>

JEJU AIR [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2559. เข้าถึงจาก

<http://www.jejuair.net/jejuair/main.jsp>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา สายการบิน Jeju Air เพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัย และพฤติกรรมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจจู

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย

หย่าร้าง / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท

รับจ้าง

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ

6. รายได้

- น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเจ็ท

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในแต่ละข้อที่ท่านเห็นด้วย

ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบิน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ต้นทุนต่ำเจอแอร์					
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. สภาพแวดล้อมภายในเครื่องบิน					
2. ความทันสมัยของอุปกรณ์ต่างๆภายในเครื่องบิน					
3. ความตรงต่อเวลา					
4. ความปลอดภัย					
5. การบริการ					
6. อีซายซีของพนักงาน					
7. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือและให้บริการลูกค้า					
ด้านราคา (Price)					
8. ราคาบัตรโดยสารมีราคาถูก					
9. ราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทาง					
10. การแจ้งรายละเอียดราคาที่ชัดเจนในการโฆษณา					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
11. มีความสะดวกในแต่ละช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร					
12. มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางการชำระเงิน					
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					

13. ส่งเสริมการขายโดยการลดราคาบัตรโดยสาร					
14. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ					
15. การจัดโปรโมชั่นพิเศษต่างๆเพื่อดึงดูดลูกค้า					

ส่วนที่3 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเจ้อแอร์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่านมากที่สุด

1. ความถี่ในการใช้บริการ

- 1 – 2 ครั้งต่อเดือน 2 เดือนต่อครั้ง
 1 – 2 ครั้งต่อปี มากกว่า 1 ปีต่อครั้ง

2. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

- ท่องเที่ยว ศึกษาต่อ ติดต่อธุรกิจ
 เยี่ยมญาติ อื่นๆ โปรดระบุ

3. ช่วงเวลาที่เดินทาง

- มกราคม – มีนาคม เมษายน – มิถุนายน
 กรกฎาคม – กันยายน ตุลาคม – ธันวาคม

4. ช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร

- เว็บไซต์ของสายการบิน ตัวแทนจัดจำหน่าย เคาน์เตอร์ของสายการบิน
 ซื้อผ่านทางโทรศัพท์ อื่นๆ โปรดระบุ

5. จำนวนผู้ร่วมเดินทางไปด้วยในแต่ละครั้ง

- 1 – 2 คน 3 – 4 คน 5 – 6 คน 6 คนขึ้นไป

6. เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเจ้อคือ

- ราคาของตั๋วเครื่องบินถูก มีความสะดวกสบาย มีความปลอดภัยสูง
 โปรโมชั่นในแต่ละเดือน มีความตรงต่อเวลา อื่นๆ โปรดระบุ

7. สายการบินต้นทุนต่ำอื่นที่เคยใช้บริการ

- ไม่เคยใช้บริการสายการบินอื่น Thai Air Asia X Jin Air
 T'way Air Business Air

8. ท่านพึงพอใจในบริการของสายการบินเจจูหรือไม่

- พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย ไม่พึงพอใจ

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - สกุล นางสาวทัตพิชา เรืองศรี

ที่อยู่ 238/199 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง จังหวัดกรุงเทพฯ 10400

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2550 สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เขตวัฒนา
จังหวัดกรุงเทพฯ

พ.ศ. 2553 สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย เขตวัฒนา
จังหวัดกรุงเทพฯ

พ.ศ. 2555 เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

