



ภาคนิพนธ์

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์  
กรณีศึกษา : เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น

โดย

นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสดี  
รหัสนักศึกษา 05550747

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ

ภาคนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109การศึกษาเอกเทศ  
สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์  
ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

ชื่องานวิจัย	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบิน เจแปนแอร์ไลน์ กรณีศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น
ชื่อนักศึกษา	นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสดี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวัง สนามจันทร์

#### บทคัดย่อ

ปัจจุบันนี้ผู้คนหันมาให้ความสนใจในการเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกสบายและระยะเวลาในการเดินทาง ส่วนสายการบินก็เข้ามามีบทบาทสำคัญในด้านการเดินทาง ทั้งทางธุรกิจและการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการบินจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น กลยุทธ์ทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย- ญี่ปุ่น โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ โดยมีจุดหมายปลายทางคือประเทศญี่ปุ่น ณ เอเชียติก เดอะริเวอร์ฟรอนท์ ในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2559 ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยมากที่สุดคือ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการบนเครื่องบินเป็นอันดับแรก ความความสะดวกสบายที่ได้รับ และช่องทางการจองตั๋วโดยสารรวมไปถึงขั้นตอนการเช็คอิน ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์พบว่า ส่วนผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ พบว่า ด้านราคา บุคคล และผลิตภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับราคาตั๋วโดยสาร การให้บริการบนเครื่องบินที่ประทับใจการบริการแบบญี่ปุ่น และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แปลกใหม่ สร้างความรู้สึกที่ดีและน่าประทับใจต่อผู้โดยสาร

คำสำคัญ      ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบิน ธุรกิจสายการบิน สายการบินไทย  
สายการบินเจแปนแอร์ไลน์

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบิน เจแปนแอร์ไลน์ กรณีศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆตั้งแต่เริ่มจนกลายเป็นภาคนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงรู้สึกทราบบ้างและขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และทุกคนในครอบครัวที่คอยดูแล ให้กำลังใจ และให้คำปรึกษาใน หลายๆเรื่อง ตลอดจนการช่วยเหลือทุกอย่าง ภาคนิพนธ์เรื่องนี้จึงสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆทุกคนที่คอยให้กำลังใจ และคอยช่วยเหลือมาตลอด

คุณค่าและประโยชน์ที่เกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแก่ครอบครัวและอาจารย์ ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาต่างๆ และให้ประสบการณ์ดีๆที่สามารถนำไปใช้ในภาย ภาคหน้าได้ จนผู้วิจัยประสบความสำเร็จใจการศึกษา

นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสฤ

1 พฤษภาคม 2559

## คำนำ

ภาคนิพนธ์เรื่องนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาในรายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ เนื่องจากปัจจุบันการเดินทางโดยเครื่องบินได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งความสวยงามทางธรรมชาติ และการมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ยืนยาวมาจนถึงทุกวันนี้อย่างประเทศญี่ปุ่นก็กำลังเป็นที่นิยมเช่นเดียวกัน ซึ่งการเลือกสายการบินที่ต้องการใช้บริการเพื่อไปยังจุดหมายนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำภาคนิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น โดยศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ กรณีศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการให้บริการที่มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้โดยสาร และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษา หากภาคนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสถิติ  
ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
คำนำ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบิน	3
1.1 ความหมายและความสำคัญ	3
1.2 ประวัติความเป็นมา	4
1.2.1 ประวัติธุรกิจการบินในประเทศไทย	5
1.2.2 ประวัติธุรกิจการบินในประเทศญี่ปุ่น	5
1.3 ประวัติสายการบิน	6
1.3.1 สายการบินไทย	6
1.3.2 สายการบินเจแปนแอร์ไลน์	6
2. แนวคิดและทฤษฎี	7
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	7
2.2 ทฤษฎีพฤติกรรม	7
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ	7
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	12
3. นโยบายและกลยุทธ์ของสายการบิน	14

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2 นโยบายและกลยุทธ์ของสายการบินไทย	14
3.2.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ	14
3.2.2 กลยุทธ์ด้านการตลาด	21
3.2.3 เส้นทางที่เปิดทำการบิน	22
3.3 นโยบายและกลยุทธ์ของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	23
3.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ	23
3.3.2 กลยุทธ์ด้านการตลาด	30
3.3.3 เส้นทางที่เปิดทำการบิน	31
4. ข้อมูลพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่น	32
4.1 ข้อมูลทางกายภาพ	32
5. งานวิจัยในอดีต	35
บทที่ 3 วิจัยและการดำเนินงาน	37
บทที่ 4 ผลการศึกษา	39
1.1 เส้นทางการบินไทย – ญี่ปุ่น	39
1.1.2 จำนวนเที่ยวบินเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น	43
1.2 กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	44
1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	51
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	59
5.1 สรุปผลการศึกษา	59
1. เส้นทางการบินและจำนวนเที่ยวบิน	59
2. กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	60
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	61
5.2 การอภิปรายผล	61
5.3 ข้อเสนอแนะ	62

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้ศึกษา	71

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เส้นทางการบินไทย – ญี่ปุ่นของสายการบินไทย และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	40
2	จำนวนเที่ยวบินของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	43
3	ตารางเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	44
4	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยเส้นทางไทย– ญี่ปุ่น	53
5	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย– ญี่ปุ่น	55



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 โลโก้สายการบินไทย	6
2 โลโก้สายการบินเจแปนแอร์ไลน์	6
3 โลโก้สายการบินเจแปนแอร์ไลน์	6
4 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดของสายการบินไทย	15
5 อาหารในชั้นประหยัดของสายการบินไทย	15
6 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินไทย	16
7 อาหารในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินไทย	16
8 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นธุรกิจของสายการบินไทย	17
9 อาหารในชั้นธุรกิจของสายการบินไทย	18
10 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นหนึ่งของสายการบินไทย	19
11 อาหารในชั้นหนึ่งของสายการบินไทย	19
12 กลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์	21
13 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	24
14 อาหารในชั้นประหยัดของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	24
15 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	25
16 อาหารในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	25
17 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นธุรกิจของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	26
18 อาหารในชั้นธุรกิจของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	27
19 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นหนึ่งของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	27
20 อาหารในชั้นหนึ่งของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	28
21 กลุ่มวันเวิร์ลด์	30
22 บัตรสะสมไมล์ของเจแปนแอร์ไลน์	31
23 Japan Ma	34
24 เส้นทางการบินไทย-ญี่ปุ่นของสายการบินไทย	41
25 เส้นทางการบินไทย-ญี่ปุ่น ของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	41
26 ชุดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพบนเครื่องของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์	49

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
27 แอปพลิเคชันของสายการบินไทย	49
28 KazunoInamori(คาซุโนะ อินาโมริ)	50
29 สายการบินไทยได้รับ 3 รางวัลจากสกายแทร็กซ์ (SKYTRA	50

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีและการคมนาคมถือเป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงความเจริญก้าวหน้าในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลต่อด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นยุคที่มีการติดต่อสื่อสารและการคมนาคมที่สะดวกสบายมากขึ้นเมื่อเทียบกับในสังคมยุคก่อน ส่งผลให้รูปแบบของการเดินทางและการให้บริการในระบบของการคมนาคมมีความหลากหลายมากขึ้นทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ การเดินทางโดยเครื่องบินเป็นทางเลือกที่สะดวกสบายและปลอดภัยที่สุดวิธีหนึ่ง สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกสบายและเดินทางในระยะเวลาที่จำกัด โดยในแต่ละปีจะมีผู้ที่เลือกใช้บริการทางเครื่องบินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับการเพิ่มขึ้นของสายการบินของแต่ละประเทศทั่วโลกซึ่งมีความแตกต่างของที่ตั้งสนามบิน เส้นทางและเวลาที่ทำการบิน ราคาตั๋วโดยสาร การบริการอาหารเครื่องดื่ม รวมถึงความสะดวกสบายต่างๆบนเครื่อง นอกจากนี้การสร้างนโยบายการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาตั๋วโดยสาร การเพิ่มน้ำหนักรสัมภาระนั้น ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อเลือกใช้บริการและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสายการบินนั้นๆด้วย

การเดินทางไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นยังคงเป็นที่นิยมสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นประเทศที่มีความเจริญสูงแห่งหนึ่งของโลก แต่ยังมีการรักษาวัฒนธรรมของตนเองได้อย่างเหนียวแน่น อีกทั้งยังมีภูมิประเทศที่เป็นเกาะทำให้มีความหลากหลายทางภูมิประเทศ สภาพแวดล้อม อาหาร รวมถึงวิถีชีวิตที่แตกต่างในแต่ละพื้นที่ ทำให้มีเที่ยวบินไปยังประเทศญี่ปุ่นสูงโดยเฉพาะจากประเทศไทย โดยทั่วไปนั้นการเดินทางจากประเทศไทยสู่ประเทศญี่ปุ่นด้วยสายการบินแห่งชาติถือเป็นวิธีการเดินทางที่คนในประเทศเลือกใช้บริการอย่างแพร่หลาย แต่สายการบินที่บินตรงไทย-ญี่ปุ่นอย่างสายการบินแห่งชาติของไทย สายการบินไทย (Thai Airways)และสายการบินแห่งชาติของญี่ปุ่นสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ (Japan Airline) ล้วนเปิดบริการที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิเช่นเดียวกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์โดยศึกษาเส้นทางการบิน กลยุทธ์ทางการตลาด ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย- ญี่ปุ่น

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

เส้นทางไทย- ญี่ปุ่นของสายการบินไทย(Thai Airways) และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ (Japan Airlines)

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงเส้นทางที่เปิดให้บริการในไทย – ญี่ปุ่นระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์
2. ทำให้ทราบความแตกต่างของกลยุทธ์การตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย- ญี่ปุ่น

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจการบิน

##### 1.1 ความหมายและความสำคัญ

การบิน (Aviation) หมายถึง การใช้อากาศยานเพื่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การบินในที่นี้หมายถึง การบินพลเรือน (Civil Aviation) ซึ่งองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศแบ่งประเภทของการบินพลเรือนออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. การบินพาณิชย์ (Commercial Aviation) หรือการขนส่งทางอากาศ (Air Transport)
2. การปฏิบัติงานทางอากาศ (Aerial Work)
3. การบินทั่วไป (General Aviation)

การบินพาณิชย์ หรือการบินเพื่อการค้า (Commercial Air Transport) เป็นงานบริการที่ดำเนินการโดยมุ่งหวังเอาผลตอบแทนจากการบริการเป็นตัวเงินโดยตรง ซึ่งอาจคิดเป็นค่าโดยสาร ค่าระวาง หรือค่าเช่า ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดของงานบริการขนส่งทางอากาศประเภทนี้คือ การประกอบการหรือการให้บริการของสายการบินต่างๆ

การบินพาณิชย์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะย่อยๆ ได้แก่

1. การบริการแบบประจำ (Scheduled Services)
2. การบริการแบบไม่ประจำ (Non-Scheduled Services)

องค์ประกอบของธุรกิจการบิน

- 1.1 บริษัทการบินหรือสายการบิน (Airlines)
- 1.2 อากาศยานที่ใช้ในการบิน หรือเครื่องบิน (Aircraft)
- 1.3 ท่าอากาศยานหรือสนามบิน (Airport)
- 1.4 เครื่องอำนวยความสะดวกในการบิน (Air Navigation Aids)

(<https://www.gotoknow.org,2559>)

## 1.2 ประวัติความเป็นมา

การบินด้วยเครื่องบินได้ทำสำเร็จครั้งแรกโดยพี่น้องตระกูลไรท์ (Wright) ชาวอเมริกัน ที่เมือง Kitty Hawk มลรัฐแคโรไลนาเหนือ (North Carolina) โดยทำการทดลองกับเครื่องร่อนหลายครั้งเพื่อคิดค้นวิธีบังคับเครื่องบิน ในที่สุดก็ค้นพบว่าเครื่องบินควรมีหางและมีอุปกรณ์ควบคุมที่อยู่ที่ปลายปีก โดยมีเชือกโยงจากที่นั่งของนักบินไปยังปลายปีกทั้งสองข้าง เพื่อปรับมุมที่ปลายปีกข้างใดข้างหนึ่งให้สามารถเลี้ยวได้เช่นเดียวกับนกที่ใช้กล้ามเนื้อปีกของมันในการบิน และเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2446 ได้นำเครื่องบินตั้งไว้บนรางและเริ่มเดินเครื่องทำการทดลอง โดยคิดเครื่องแล้วนำเครื่องบินเคลื่อนตัวไปด้านหน้า และในที่สุดเครื่องบินก็เร่งความเร็วและลอยตัวขึ้นจากพื้นและบินได้ในระยะทางประมาณ 200 ฟุต แล้วก็ร่อนลงบนพื้นทรายอย่างปลอดภัย

ในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 (ระหว่างปี พ.ศ. 2482 – 2488) ถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่เครื่องบินได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากการสู้รบทางอากาศของประเทศสหพันธสาธารณรัฐเยอรมนีกับประเทศอังกฤษ โดยต่างฝ่ายต่างนำเครื่องบินรบซึ่งได้รับการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมาใช้ในการทิ้งระเบิดและใช้ขับไล่ต่อสู้สกัดกั้นข้าศึก และในระหว่างสงครามนี้ประเทศสหพันธสาธารณรัฐเยอรมนีเริ่มมีการนำเครื่องบินไอพ่น (Jet) มาใช้แม้สงครามในยุโรปยังดำเนินอยู่ และในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2487 รัฐบาลอเมริกาได้ส่งสาส์นไปยังประเทศพันธมิตรและเป็นกลาง รวม 55 ประเทศ รวมถึงประเทศไทยเข้าร่วม ณ เมืองชิคาโก โดยม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช เป็นผู้ลงนามในฐานะผู้แทนรัฐบาลไทย ในประเด็นเรื่องข้อตกลงชั่วคราวว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง เครื่องบินที่ใช้ระหว่างสงครามก็ถูกดัดแปลงใช้กับธุรกิจการบิน ประกอบกับความนิยมในการเดินทางด้วยเครื่องบินได้ขยายตัวกว้างขวาง อีกทั้งองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ได้มีส่วนช่วยในการพัฒนากิจการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ จึงทำให้ธุรกิจการบินเริ่มมีวิวัฒนาการก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว

### 1.2.1 ประวัติธุรกิจการบินในประเทศไทย

เครื่องบินพาณิชย์ในประเทศไทยได้ทำการบินเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2476 โดยสายการบิน KLM ของประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีขายการบินพาณิชย์ในยุโรป ได้ทดลองบินสำรวจเส้นทางไปยังประเทศอินโดนีเซียโดยใช้เครื่องบินฟ็อกเกอร์ และมาแวะลงที่สนามบินดอนเมือง นับเป็นสายการบินพาณิชย์ต่างชาติสายแรกที่เข้ามายังประเทศไทย

พัฒนาการในด้านการบินพลเรือนของไทยได้ก้าวหน้าเป็นอันมาก โดยเฉพาะในด้านวิชาการ ทำให้จำนวนเครื่องบินภายในประเทศและที่บินเข้ามาในราชอาณาจักรไทยเพิ่มขึ้นกว่าแต่ก่อนหลายเท่า นอกจากนี้ยังใช้เครื่องบินขนาดใหญ่และความเร็วสูงมากขึ้น รัฐจึงต้องมีการควบคุมการดำเนินการเดินอากาศและการจราจรทางอากาศให้รัดกุมยิ่งขึ้น จึงได้ใช้พระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ.2497 โดยเพิ่มบัญญัติให้มีคณะกรรมการการบินพลเรือนขึ้น มีอำนาจออกข้อบังคับตามพระราชบัญญัติและตามภาคผนวกแห่งอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (<http://digi.library.tu.ac.th>, 2550)

### 1.2.2 ประวัติธุรกิจการบินในประเทศญี่ปุ่น

สหรัฐห้ามบริษัทญี่ปุ่นพัฒนาเครื่องบินหลังพ่ายแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีตงชิชิเฮฟวี่ บริษัทรับเหมากองทัพ เคยสร้างเครื่องบินรบ “ซีโร่” ในตำนาน ใช้ในสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อกลับเริ่มฟื้นฟูอุตสาหกรรมการบินอีกครั้งในพ.ศ.2493 (ค.ศ.1950) ญี่ปุ่นเริ่มจากงานซ่อมบำรุงให้แก่กองทัพสหรัฐ ก่อนขยายขยายงานเริ่มรับผลิตเครื่องบินที่พัฒนาโดยสหรัฐให้แก่กองทัพญี่ปุ่น ปัจจุบันบริษัทญี่ปุ่นหลายแห่งยังเป็นซัพพลายเออร์ให้แก่โบอิง ยักษ์ใหญ่อากาศยานสหรัฐ (<http://www.komchadluek.net>, 2558)

### 1.3 ประวัติสายการบิน

#### 1.3.1 สายการบินไทย (Thai Airways: TG)



ภาพที่ 1 โลโก้สายการบินไทย

ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคมและเป็นบริษัทมหาชนจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534 โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เกินกว่าร้อยละ 50 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจสายการบินที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารสินค้าพัสดุภัณฑ์และไปรษณียภัณฑ์โดยทำการขนส่งเชื่อมโยงเมืองหลักของประเทศไทยไปยังเมืองต่างๆทั่วโลกทั้งแบบเที่ยวบินประจำที่ขบวนบินเช่าเหมาลำและขนส่งผ่านเครือข่ายพันธมิตรการบิน โดยมีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางเครือข่ายเส้นทางการบิน (<http://www.thaiairways.com>, 2559)

#### 1.3.2 สายการบินเจแปนแอร์ไลน์ (Japan Airlines: JAL)



JAPAN AIRLINES



JAPAN AIRLINES

ภาพที่ 2 โลโก้สายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ภาพที่ 3 โลโก้สายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา : <http://www.th.jal.com> (2559) ที่มา : <http://www.jal.com> (2559)



เจแปน แอร์ไลน์ (Japan Airlines: JAL) เป็นสายการบินที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย เดิมทีให้บริการในชื่อ เจแปนแอร์ไลน์ อินเตอร์เนชั่นเนล สนามบินหลักคือสนามบินนานาชาตินาริตะ ให้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศและเที่ยวบินขนส่งภายในประเทศ และเจแปนแอร์ไลน์ โดเมสติกให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ จนกระทั่งได้เปลี่ยนมาใช้ชื่อเดียวกันเป็น เจแปนแอร์ไลน์ อินเตอร์เนชั่นเนล เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2549(<http://www.th.wikipedia.org>, 2559)

## 2.แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ เป็นการศึกษาถึงเส้นทางที่เปิดให้บริการ ความแตกต่างของกลยุทธ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย – ญี่ปุ่นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทฤษฎี เอกสาร หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

### 2.1ทฤษฎีอุปสงค์

### 2.2ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

### 2.4ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

## 2.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)

คำว่า อุปสงค์ (Demand) หมายถึง จำนวนหรือปริมาณต่างๆของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับราคาต่างๆกันของสินค้าชนิดนั้น โดยลักษณะของความต้องการซื้อนั้นจะประกอบด้วย

1. ความปรารถนาอยากจะทำซื้อ หรือความเต็มใจอยากจะทำซื้อเพื่อสนองความพอใจของเราให้มากที่สุด

2. ความสามารถที่จะซื้อหรืออำนาจซื้อ หมายถึงความสามารถทางการเงิน ความต้องการในทางเศรษฐศาสตร์ต้องประกอบด้วย 2 สิ่งดังกล่าวข้างต้น ถ้ามีความปรารถนาอยากซื้อแต่ไม่พร้อมด้วยอำนาจซื้อ หรือไม่ยอมได้แต่สามารถจะซื้อได้จะไม่ถือเป็นอุปสงค์ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นกับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา

### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus)ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนองดังนั้น โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (Philip Kotler, 1965)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นมีทั้งเกิดขึ้นเองในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ผู้ศึกษาจะสนใจและทำการศึกษานั้นเฉพาะสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าและบริการ สิ่งกระตุ้นภายนอก แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

- 1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความต้องการซื้อในผลิตภัณฑ์แต่โดยทั่วไปนิยมแบ่งเป็น

- 1.1.1 ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึงมูลค่าสินค้าและบริการที่แสดงออกมาในรูปจำนวนเงิน

1.1.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สามารถตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ได้

1.1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ทิศทางที่สินค้าจะถูก เคลื่อนย้าย เปลี่ยนมือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เกิดความ สะดวกแก่ผู้บริโภค

1.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) หมายถึง การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคให้ใช้สินค้าของผู้ผลิต เป็นการโน้มน้าวชักจูงผู้บริโภค

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกที่ผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ สภาพทางเศรษฐกิจ

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น การเพิ่ม/ลดภาษี

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่ทันสมัยจะดึงดูดผู้บริโภค

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี

## 2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถทราบได้ จึง ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภคและ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคลักษณะผู้บริโภคมีจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

กระบวนการตัดสินใจบริโภคของผู้บริโภค ดังนี้

2.1 การรับรู้ปัญหา

2.2 การค้นหาข้อมูล

2.3 การประเมินผลทางเลือก

2.4 การตัดสินใจซื้อ

2.5 พฤติกรรมหลังการขาย

ดังนั้นการที่นักการตลาดจัดการการตลาดอาทิการส่งเสริมการขายการใช้จินตภาพ (image) ของสินค้าจะมีส่วนสร้างแรงจูงใจนักการตลาดได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคโดยแบบจำลองทฤษฎีสิ่งกระตุ้นและการตอบสนองที่อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยสิ่งกระตุ้นต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซึ่งก็คือพฤติกรรมในการบริโภคและการซื้อสินค้านั่นเอง

## 2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค(The Theory of Consumer Behavior)

วิชิต อุ๋น (2557) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบบทที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสาน จิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

ประเภทของการบริโภคสามารถแบ่งได้ตามลักษณะของสินค้าเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดที่สิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยา วัคซีน น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น
2. การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของที่ยังคงใช้ได้อีกลักษณะนี้ เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

### 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการมีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่การศึกษา ดังนี้ สมิต สัมฤทธิ์ (2542 อ้างถึงใน สุนันทา ทวีผล, 2550, หน้า 18) ให้ความหมายคำว่า การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Service” ซึ่งเป็นคำที่เราคุ้นเคยและคนส่วนมากจะเรียกร้องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน โดยกล่าวว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับการใช้บริการ การให้บริการแก่บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดการอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ การช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการ การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่างๆ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี กิจกรรมการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ ขายซ้ำคือ ต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ ทำให้เกิดการ ขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ๆ ตามมาเป็นความจริงว่า “เราสามารถพัฒนา

คุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์กร”การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์กรจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งหรือสูญเสียลูกค้าไป

พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี มีดังต่อไปนี้

1. อหฺยาศัยดี มีมิตรไมตรี
2. มีความมุ่งมั่นกระตือรือร้นในการให้บริการ
3. แต่งกายสุภาพและสะอาดเรียบร้อย
4. กิริยามารยาท วาจาสุภาพ น้ำเสียงไพเราะ
5. ควบคุมอารมณ์ได้ดี
6. รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา
7. มีวินัย
8. ซื่อสัตย์

กล่าวโดยสรุปได้ว่า นอกจากลักษณะเฉพาะตัวข้างต้นแล้ว คุณลักษณะอื่นๆ ที่ดีย่อมช่วยให้การทำงานบริการดีขึ้นอีก หากได้ปฏิบัติอย่างจริงจังเป็นนิสัยก็จะเป็นพื้นฐานให้งานบริการสำเร็จด้วยดี และการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ ทักษะต่างๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการถือว่าได้มีความสำคัญยิ่งในปัจจุบันนี้ ในการที่จะสร้างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกจากผู้ที่มาใช้บริการ

#### 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Theory)

Phillip Kotler ให้ความหมายการตลาดว่า"เป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่จะดำเนินเพื่อให้มีการตอบสนองความพอใจและความต้องการต่างๆ โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน"

ลำดับขั้นของวิวัฒนาการทางการตลาดโลก

1. Production concept
2. Product concept
3. Sell Concept
4. Marketing Concept

## 5. Social Marketing Concept

### แนวคิดการตลาดของฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler)

1. การตลาดสำหรับคอตเลอร์คือการส่งมอบคุณภาพบริการและคุณค่าไปสู่ลูกค้า
2. หน้าที่ของนักการตลาดจึงหมายถึงการแปรความต้องการของผู้คนให้กลายเป็นโอกาสในการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ
3. นักการตลาดที่ดีจะต้องมีเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งซึ่งพยายามค้นหาข้อเสนอสินค้าบริการและข้อมูลข่าวสารนำมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้อย่างถูกต้องในเวลา
4. จุดมุ่งหมายทางการตลาดเพิ่มผลกำไรให้มากที่สุดที่สุดในระยะยาว
5. การตลาดที่แท้จริงก็คือการผลักดันกลยุทธ์ธุรกิจไม่เน้นขายเงินไปแต่ควรสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

### การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ(Integrated Marketing Communication)

คอตเลอร์และเลน (Kotler & Lane, 2009) กล่าวว่า“การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการIMC คือการวางแผนสื่อสารทางการตลาดที่เพิ่มมูลค่าของแผนโดยรวมการประเมินกลยุทธ์การสื่อสารต่างๆที่ละกลยุทธ์เช่นการโฆษณาทั่วไปการตอบสนองโดยตรงการส่งเสริมการขายการสัมพันธ์มวลชนแล้วรวมกลยุทธ์เหล่านี้เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันและเกิดผลอย่างสูงสุดเพื่อให้เกิดการผสมผสานกันอย่างกลมกลืนของข้อความการที่บริษัทที่จะก้าวไปสู่การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการIMC จะต้องพิจารณาการรับรู้อย่างสูงสุดของผู้บริโภคทั้ง 360 องศาจากช่องทางที่แตกต่างเพื่อให้การสื่อสารส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน”คือการนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลายรูปแบบมาใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (ในลักษณะสอดคล้องและส่งเสริมกันส่งผลให้เกิดความรับรู้และนำไปสู่พฤติกรรมของผู้บริโภค)

### 3.นโยบายและกลยุทธ์ของสายการบิน

#### 3.2 นโยบายและกลยุทธ์ของสายการบินไทย

##### 3.2.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

#### 1. บริการภาคพื้น

1.1 ห้องรับรองพิเศษ (Royal OrchidLounge)เป็นห้องรับรองสำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่ง ที่เดินทางในวันเดียวกันด้วยเที่ยวบินสายการบินไทยและผู้โดยสารชั้นหนึ่งที่เดินทางในวันเดียวกันด้วยเที่ยวบินสายการบินภายในกลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์ สามารถนำผู้ติดตามเข้าใช้บริการได้

1.2 ห้องรับรองพิเศษชั้นธุรกิจ (Royal SilkLounge)เป็นห้องรับรองสำหรับผู้โดยสารชั้นธุรกิจที่เดินทางระหว่างประเทศในวันเดียวกันด้วยเที่ยวบินสายการบินไทย ผู้โดยสารชั้นธุรกิจที่เดินทางในวันเดียวกันด้วยเที่ยวบินสายการบินภายในกลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์ และผู้โดยสารบัตรแพลตินั่มรอยัลออรัลคัลสที่เดินทางระหว่างประเทศในวันเดียวกันด้วยเที่ยวบินสายการบินไทย สามารถนำผู้ติดตามเข้าใช้บริการได้

1.3 ห้องรับรอง รอยัล ออคิด สปา (Royal OrchidSpa)เป็นสปาที่ให้บริการผู้โดยสารชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินไทยที่เดินทางขารระหว่างประเทศออกโดยเฉพาะ ไม่สามารถนำผู้ติดตามเข้าใช้บริการ

#### 2. บริการบนเครื่อง

##### 2.1ชั้นประหยัด (Economy Class)

#### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

เดินทางด้วยเครื่องบิน Airbus A330-300 (33H) และ Airbus A380-800 พร้อมระบบ AVODและบริการ THAI SkyConnect สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต Wi-Fiในเที่ยวบิน





ภาพที่ 4 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดของสายการบินไทย  
ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

#### บริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้โดยสารชั้นประหยัดจะได้รับอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการในแต่ละเที่ยวบินจะแตกต่างกันไปตามลักษณะเส้นทางการบินในชั้นประหยัดจะได้มาเป็นชุด 1 มื้อระหว่างเดินทาง



ภาพที่ 5 อาหารในชั้นประหยัดของสายการบินไทย  
ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

## 2.2 ชั้นประหยัดพิเศษ (Premium Economy Class)

### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

เดินทางด้วยเครื่องบิน Boeing B777-300ER ที่นั่งที่มีความกว้าง 20 นิ้ว ที่นั่งปรับเอนนอนราบได้ 180 องศา พนักวางแขนที่กว้างขึ้นและมีปุ่มสำหรับปรับองศาของที่วางขา ภายในที่นั่งยังมีอุปกรณ์จ่ายไฟสำหรับแล็ปท็อปและจอขนาดใหญ่ระบบAVODเพื่อความบันเทิงในการรับชมภาพยนตร์ เล่นเกม หรือความบันเทิงอื่นๆ



ภาพที่ 6 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินไทย

ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

### บริการอาหารและเครื่องดื่ม

เมนูส่วนใหญ่ที่มีให้บริการบนเครื่องบินจะมีทั้งอาหารเอเชียและอาหารยุโรป นอกจากนี้หากผู้โดยสารมีความต้องการรับประทานอาหารพิเศษชนิดอื่นๆ เช่น อาหารอิสลาม อาหารมังสวิรัต หรืออาหารเฉพาะอื่นๆ



ภาพที่ 7 อาหารในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินไทย

ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

### 2.3ชั้นธุรกิจ(Royal Silk Class)

#### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

เดินทางด้วยเครื่องบิน Airbus A380 รวมทั้งเครื่องบิน Boeing 777 และ Boeing 787 ที่นั่งที่มีความกว้าง 20 นิ้ว ที่นั่งปรับเอนนอนราบได้ 180 องศา พนักวางแขนที่กว้างขึ้นและมีปุ่มสำหรับปรับองศาของที่วางขา ภายในที่นั่งยังมีอุปกรณ์จ่ายไฟสำหรับแล็ปท็อปและจอขนาดใหญ่แบบสัมผัสขนาด 15-16 นิ้ว โดยมีภาพยนตร์กว่า 100 เรื่อง ช่องรายการทีวีกว่า 100 รายการ และซีดีเพลงกว่า 100 แผ่น มีเต้าจ่ายไฟฟ้าสำหรับชาร์จคอมพิวเตอร์ในทุกๆ ที่นั่งชั้นธุรกิจ และช่องเสียบสาย USB สำหรับท่านที่ต้องการรับชมไฟล์ภาพยนตร์ที่นำมาเองบน พร้อมบริการ THAI SkyConnect สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ในเที่ยวบิน



ภาพที่ 8 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นธุรกิจของสายการบินไทย

ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

## บริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้โดยสารชั้นธุรกิจจะได้รับคอร์สอาหารที่หลากหลายแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับระยะเวลาของเที่ยวบิน เมนูได้แก่ แซลมอน ปลาสด หรือ 'Violet Breeze' เครื่องดื่มที่ขึ้นชื่อของสายการบิน คานาเป้ สลัด ซุป กระจกัวขนมอบ อาหารจานหลัก ชีสและผลไม้ ขนมหวาน และคอกเทลหลายชนิด



ภาพที่ 9 อาหาร ในชั้นธุรกิจของสายการบินไทย  
ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

## 2.4 ชั้นหนึ่ง (Royal First Class)

### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

เดินทางด้วยเครื่องบิน Airbus A380 และเครื่องบิน Boeing 747 ที่นั่งส่วนตัวที่มีความกว้าง 23 นิ้ว ปรับความยาวได้ 8 ฟุต บนเครื่องบิน Boeing 747 และมีความกว้างถึง 27 นิ้ว บนเครื่องบิน Airbus A380 ระบบความบันเทิงบนเครื่องบินมีจอภาพแบบ flat screen ขนาดใหญ่ 23 นิ้ว ในระบบมีภาพยนตร์กว่า 130 เรื่อง รายการทีวีกว่า 300 รายการ ซีดีเพลงมากกว่า 500 แผ่น เกมส์ที่หลากหลายและรายการบันเทิงอื่นๆ อีกมากมาย บนเครื่องบิน Boeing 747 และ Airbus A340 มี pod ที่สามารถปรับเอนได้ 180 องศา มีพื้นที่ระหว่างที่นั่งแต่ละแถวสำหรับการขยายที่วางขาได้ถึง 7 ฟุต ที่นั่งโดยสารมีขนาดกว้างอย่างน้อย 21 นิ้ว อีกทั้งยังมีจอภาพพร้อมระบบเสียงและวิดีโอตามสั่งเพื่อความบันเทิง พร้อมบริการ THAI Sky Connect สามารถเชื่อมต่อ กับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ในเที่ยวบิน



ภาพที่ 10 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นหนึ่งของสายการบินไทย  
ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

### บริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้โดยสารชั้นหนึ่งจะได้รับบริการแบบ Full Service เริ่มต้นด้วยแชมเปญและไขปลาคาเวียร์ สามารถเลือกสั่งอาหารได้ในคอร์สต่างๆ ที่หลากหลาย ตั้งแต่สลัดผักและซูป อาหารจานหลัก ซีสกับผลไม้ และของหวาน นอกจากนี้บริการ 'chef on call' ของสายการบินไทยเตรียมเมนูอาหารที่หลากหลายและสดใหม่ไว้สำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่งที่เดินทางจากกรุงเทพมหานคร โดยผู้โดยสารสามารถเลือกเมนูอาหารไว้ล่วงหน้าสำหรับเที่ยวบินที่ระยะไกลได้



ภาพที่ 11 อาหารในชั้นหนึ่งของสายการบินไทย  
ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

## 2.2 บริการอื่นๆ

2.2.1 ของเล่น

2.2.2 นิตยสาร

2.2.3 แคตตาล็อกสินค้าปลอดภาษี

## นโยบายเกี่ยวกับสัมภาระ

เกณฑ์พิจารณาตามน้ำหนักของสัมภาระใช้กับการเดินทางในลักษณะต่อไปนี้

ประเภท	น้ำหนักสัมภาระทุกชิ้นรวมกันสูงสุด
รอยัลซิดคัลลาส	40 กิโลกรัม
พรีเมียมชั้นประหยัด	30 กิโลกรัม
ชั้นประหยัด	30 กิโลกรัม
ทารกอายุต่ำกว่า 2 ขวบ	10 กิโลกรัม
น้ำหนักเพิ่มสำหรับผู้ถือบัตรรอยัลลอร์ดคิด และสตาร์อัลลายแอนซ์โกลด์	20 กิโลกรัม
น้ำหนักเพิ่มสำหรับผู้ถือบัตรรอยัลลอร์ดคิดแพลตินั่ม คิ (เฉพาะบนเที่ยวบิน TG เท่านั้น)	30 กิโลกรัม
น้ำหนักเพิ่มสำหรับผู้ถือบัตรรอยัลลอร์ดคิดซิลเวอร์ ริ (เฉพาะบนเที่ยวบิน TG เท่านั้น)	10 กิโลกรัม

ก

ารสัมภาระส่วนเกิน

- เกณฑ์พิจารณาตามน้ำหนัก: คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มตาม โชนที่เดินทาง

สัมภาระถือขึ้นเครื่อง

นอกเหนือจากสัมภาระที่ผู้โดยสารสามารถฝากเข้าใต้เครื่องแล้วผู้โดยสารสามารถถือสัมภาระขึ้นเครื่องได้หนึ่งชิ้นความยาวไม่เกิน 56 เซนติเมตร (22 นิ้ว) ความกว้างไม่เกิน 45 เซนติเมตร (18 นิ้ว) ความหนาไม่เกิน 25 เซนติเมตร (10 นิ้ว) ซึ่งขนาดนี้รวมล้อมือจับและกระเป๋าเดินทางแล้วน้ำหนักสัมภาระถือขึ้นเครื่องจะต้องไม่เกิน 7 กิโลกรัม (15 ปอนด์) ทั้งนี้ผู้โดยสารจะต้องวางกระเป๋าไว้บนตู้เก็บเหนือศีรษะหรือใต้เบาะของตนเอง

### 3.2.2 กฤษฎีการทางการตลาด

สมาชิกเครื่องข่ายพันธมิตร คือ การรวมกลุ่มกันระหว่างสายการบิน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เดินความร่วมมือกันในด้านต่างๆ มีอยู่ 3 กลุ่มใหญ่คือ สตาร์อัลไลแอนซ์ (Star Alliance), วันเวิร์ลด์ (One World) และสกายทีมวันเวิร์ลด์ (Skyteam One World)

#### 1.สายการบินไทยเข้าร่วมสตาร์อัลไลแอนซ์



ภาพที่ 12กลุ่มสตาร์อัลไลแอนซ์

ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

### 1.1 สะสมไมล์กับการบินไทย และสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์

รับไมล์สะสมจากการบินไทยและกลุ่มสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ ตามรหัสชั้นโดยสารของอัตราค่าโดยสารที่ชำระเงิน และระยะทางที่บิน

ชั้นโดยสาร	ไมล์สะสมที่ได้รับ
ชั้นประหยัด	100%
ชั้นประหยัดพรีเมียม	120%
ชั้นธุรกิจ รอยัลซิลค์	125%
ชั้นหนึ่ง	150%

### 3.2.3 เส้นทางที่เปิดทำการบิน

30 ประเทศ / 61 จุดหมายปลายทาง – ไม่รวมกรุงเทพมหานคร

- ตะวันออกกลาง: ได้แก่ โอมาน, สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- ยุโรป: เบลเยียม, เดนมาร์ก, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เยอรมัน (แฟรงก์เฟิร์ต, มิวนิก) อิตาลี (โรม, มิลาน) สวีเดน, สวิตเซอร์แลนด์, นอร์เวย์
- ออสเตรเลีย (บริสเบน, เมลเบิร์น, เพิร์ท, ซิดนีย์), บังกลาเทศ, จีน (ปักกิ่ง, กุหนิง, กวางโจว, เซียงไฮ้, เฉิงตู, เซี่ยเหมิน, ฮองกง, ฉงชิ่ง, ฉางซา), กัมพูชา, อินเดีย (กัลกัตตา, เดลี, มุมไบ, เจนไน, บังกาลอ, ไฮเดอราบด์, พุทธคยา, พาราณสี), อินโดนีเซีย (จาการ์, เดนปาซาร์) ญี่ปุ่น (โอซากา, โตเกียว, นาโกยา, ฟูกูโอกะ, ซัปโปโร), เกาหลี (โซล, ปูซาน), ลาว (เวียงจันทน์, หลวงพระบาง) มาเลเซีย (กัวลาลัมเปอร์, ปีนัง), พม่า, เนปาล, นิวซีแลนด์, ปากีสถาน (การาจี, ละฮอร์, อิสลามาบาด), ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์, ศรีลังกา, ไต้หวัน, เวียดนาม (โฮจิมินห์, ฮานอย)



### 3.3 นโยบายและกลยุทธ์ของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

#### 3.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

##### 1. บริการภาคพื้น

1.1 ห้องรับรอง JMBCrystal สำหรับสมาชิก JMB ที่มี 30,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่า (รวม 15,000 คะแนน FLY ON สำหรับเที่ยวบิน JAL กรู๊ป) หรือเดินทางมากกว่า 30 เที่ยวบิน (รวม 15 เที่ยวบิน JAL กรู๊ป) และมี 10,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่าบนเที่ยวบิน JAL กรู๊ป และ/หรือสายการบินพันธมิตรในกลุ่มวันเวิลด์ภายในหนึ่งปีปฏิทิน จะได้ลงทะเบียนสมาชิกเป็น JMB คริสตัล

1.2 ห้องรับรองสมาชิก JMB Sapphire สำหรับสมาชิกที่มี 50,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่า (รวม 25,000 คะแนน FLY ON สำหรับเที่ยวบิน JAL กรู๊ป) หรือที่มีการเดินทางมากกว่า 50 เที่ยวบิน (รวม 25 เที่ยวบิน JAL กรู๊ป) และมี 15,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่าบนเที่ยวบิน JAL กรู๊ป และ/หรือสายการบินพันธมิตรในกลุ่มวันเวิลด์ภายในหนึ่งปีปฏิทิน จะได้ลงทะเบียนสมาชิกเป็น JMB แซฟไฟร์

1.3 ห้องรับรอง JGC Premier สำหรับสมาชิก JGC โกลเบิล ที่มี 80,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่า (รวม 40,000 คะแนน FLY ON สำหรับเที่ยวบิน JAL กรู๊ป) หรือสมาชิก JGC ที่มีการเดินทางมากกว่า 80 เที่ยวบิน (รวม 40 เที่ยวบิน JAL กรู๊ป) และมี 25,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่าบนเที่ยวบิน JAL กรู๊ป และ/หรือสายการบินพันธมิตรในกลุ่มวันเวิลด์ภายในหนึ่งปีปฏิทินจะได้ลงทะเบียนสมาชิกเป็น JGC พรีเมียร์

1.4 ห้องรับรอง JMB Diamond สมาชิก JMB ที่มี 100,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่า (รวม 50,000 คะแนน FLY ON สำหรับเที่ยวบิน JAL กรู๊ป) หรือมีการเดินทางมากกว่า 120 เที่ยวบิน (รวม 60 เที่ยวบิน JAL กรู๊ป) และมี 35,000 คะแนน FLY ON หรือมากกว่าบนเที่ยวบิน JAL กรู๊ป และ/หรือสายการบินพันธมิตรในกลุ่มวันเวิลด์ภายในหนึ่งปีปฏิทิน จะได้ลงทะเบียนสมาชิกเป็น JMB ไดมอนด์

## 2. บริการบนเครื่อง

### 2.1 ชั้นประหยัด (Economy Class)

#### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

ที่นั่ง JAL Sky Wider เป็นที่นั่งที่มีความสะดวกสบาย มีพื้นที่กว้างขวางพื้นที่ด้านหน้าจะขยายเป็น 34 นิ้ว ที่นั่งกว้างขึ้น เบาะโล่ง ไม่มีสิ่งกีดขวาง หน้าจอสัมผัสขนาด 10.6 นิ้ว มีเต้าเสียบ AC, ช่องเสียบ USB, อินพุตวิดีโอ และที่วางอุปกรณ์เสริม, ที่วางขวดน้ำพลาสติก



ภาพที่ 13 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา: <http://www.th.jal.com> (2559)

#### บริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้โดยสารชั้นประหยัดจะได้รับน้ำแร่ฟรี JAL Paul Spain ไวน์ที่เป็นเอกลักษณ์ของสายการบิน



ภาพที่ 14 อาหารในชั้นประหยัดของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา : <http://www.catdumb.com> (2559)

## 2.2 ชั้นประหยัดพิเศษ (Premium Economy Class)

### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

ขยายระยะห่างระหว่างที่นั่งอีกประมาณ 10 ซม. เป็นที่นั่งที่มอบพื้นที่โดยสารกว้างขวางที่สุดในกลุ่มที่นั่งชั้นประหยัดแบบพรีเมียม พื้นที่สโตน์เพิ่มขึ้นประมาณ 7 ซม. จอสัมผัสขนาด 12.1 นิ้ว เพิ่มที่ก้นตรงกลางเพิ่มเป็นส่วนตัวที่พกพาขนาดใหญ่ ที่วางเท้าปรับได้สามระดับ ถาดรองขนาดใหญ่ สามารถรองรับแล็ปท็อปขนาด A4 ที่วางขวดน้ำพลาสติก พร้อมด้วยระบบหน้าจอ MAGIC และหูฟังตัดเสียงรบกวน



ภาพที่ 15 ที่

นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา: <http://www.th.jal.com> (2559)

### บริการอาหารและเครื่องดื่ม

นอกจากอาหารที่มีให้บริการในที่นั่งชั้นประหยัด ยังมีอาหารว่างระหว่างมีอร์สชาติ เยี่ยมเช่น บะหมี่น้ำ และ ไอศกรีม



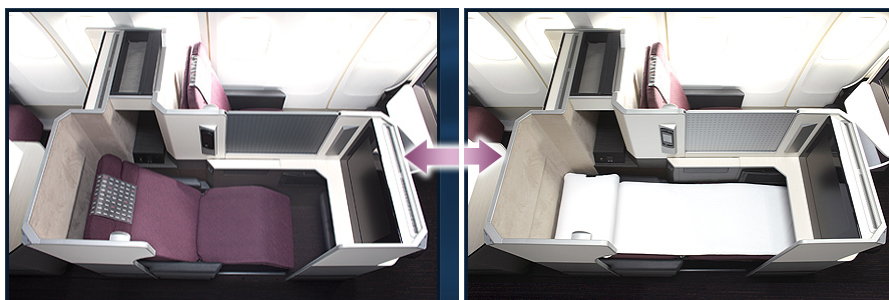
ภาพที่ 16 อาหารในชั้นประหยัดพิเศษของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา : <http://www.th.jal.com> (2559)

## 2.3 ชั้นธุรกิจ(Business Class)

### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

ทุกที่นั่งจะมีทางเดินเข้าถึงได้โดยไม่กีดขวางกัน เพื่อลดการรบกวนที่นั่งในตำแหน่งเคียงนอนชุดเครื่องนอนแสนสบายที่มีที่นอน Airwave และหมอนที่มีคุณสมบัติยืดหยุ่นจากกันปรับระดับได้จอภาพ LCD ขนาด 23 นิ้ววงควบคุมสัมผัสแบบคลิกเหลวโต๊ะขนาดใหญ่แบบหมุนได้พื้นที่เก็บของกว้างขวางได้เก้าอี้นุ่มแบบไม่มีพนักพิงหรือที่เท้าแขนชั้นเก็บของเหนือศีรษะช่องเสียบ USB, อินพุตวิดีโอ, เต้าเสียบไฟ AC พร้อมด้วยระบบ MAGIC และหูฟังตัดเสียงรบกวน



ภาพที่ 17 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นธุรกิจของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา: <http://www.th.jal.com> (2559)

### บริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้โดยสารชั้นธุรกิจจะได้รับทั้งอาหารญี่ปุ่นและอาหารตะวันตก ส่วนอาหารมื้อที่สองมีให้เลือกจากมื้ออาหารญี่ปุ่นหรือแบบตะวันตก ซึ่งจะปรุงขึ้นเป็นพิเศษตามความต้องการของผู้โดยสาร และเครื่องดื่มอย่างน้ำส้ม Blood Orange ตลอดจนเมนูอาหารเช้าสไตล์ญี่ปุ่นหรือตะวันตก ชีสธรรมชาติ ช็อกโกแลต และอาหารว่างแบบเส้น



ภาพที่ 18 อาหารในชั้นธุรกิจของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์  
ที่มา: <http://www.th.jal.com> (2559)

## 2.4 ชั้นหนึ่ง (First Class)

### ที่นั่งและอุปกรณ์เสริม

Airwave DUAL MODE และ หมอน airwave S-LINE ถูกออกแบบพิเศษเฉพาะสำหรับที่นั่งบนชั้นเฟิร์สคลาสใน JAL SKY SUITE ซึ่งสามารถรองรับช่วงเอวของคุณและจัดท่านอนที่เหมาะสมและฉากกั้นที่ปรับระดับได้หน้าจอส่วนตัวขนาด 23 นิ้ว



ภาพที่ 19 ที่นั่งและอุปกรณ์เสริมในชั้นหนึ่งของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์  
ที่มา: <http://www.th.jal.com> (2559)

## บริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้โดยสารชั้นหนึ่งจะได้รับอาหารสดใหม่ตามฤดูกาล ทั้งในรูปแบบญี่ปุ่นและตะวันตก วัตถุดิบจะดีที่สุดที่สุดในบรรดาชั้นอื่นๆ เลือกสั่งอาหารในเวลาที่ต้องการ ได้ทั้งเป็นชุดหรือจานเดียว มีทั้งเมนูเรียกน้ำย่อย อาหารว่างพอดีค่า อาหารจานหลัก ของหวานและเมนูพิเศษราคา คดีราคาสูง



ภาพที่ 20อาหารในชั้นหนึ่งของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ที่มา: <http://www.th.jal.com> (2559)

## 2.2 บริการอื่นๆ

2.2.1 ชุดของใช้สำหรับกลางคืน ได้แก่ รองเท้าแตะ ผ้าเปียก

2.2.2 กระเป๋าของใช้ ได้แก่ ชุดแปรงสีฟัน ที่อุดหู มาส์กสำหรับดวงตา (จำนวนจำกัด)

2.2.3 หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

2.2.4 แคะตากล้อกสินค้ำปลอดภาษี

2.2.5 ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ได้แก่ แท่งไม้ไฟอ่อนสีเขียว (สำหรับนวดฝ่าเท้า)

2.2.6 เครื่องนวดถูกลมแบบพกพา

2.2.7 ยาดังกล่าว ได้แก่ ยาแก้ปวด แก้เมาเครื่องบิน สเปรย์พ่นจมูก สเปรย์ฆ่าเชื้อโรคจากอาการถูกของมีคมบาด พลาสเตอร์ปิดแผล ผ้าพันแผล กระดาษเปียกฆ่าเชื้อ และปรอทวัดอุณหภูมิ

#### 2.2.8 โปสการ์ด

#### นโยบายเกี่ยวกับสัมภาระ

1. อนุญาตให้นำขึ้นเครื่องได้ 1 ชิ้น ทั้งสามด้านรวมกันไม่เกิน 115 เซนติเมตร และน้ำหนักไม่เกิน 10 กิโลกรัม
2. สำหรับผู้โดยสารผู้ใหญ่ที่ถือตั๋วชั้นประหยัด (Economy Class) และประหยัดพรีเมียม (Premium Economy Class) สามารถเช็คอินกระเป๋าฟรีได้ 2 ใบ ใบละไม่เกิน 23 กิโลกรัม ทั้งสามด้านรวมกันไม่เกิน 203 เซนติเมตร
3. สำหรับผู้โดยสารที่ถือตั๋วชั้นหนึ่ง (First Class) และชั้นธุรกิจ (Business Class) สามารถเช็คอินกระเป๋าฟรีได้ 3 ใบ ใบละไม่เกิน 32 กิโลกรัม
4. เด็กที่ไม่ได้ซื้อตั๋วก็สามารถนำกระเป๋าเช็คอินได้ 1 ใบ โดยมีน้ำหนักเท่ากับอัตราของผู้ใหญ่ที่ร่วมเดินทางด้วย

#### ค่าบริการสัมภาระส่วนเกิน

- เกณฑ์พิจารณาตามน้ำหนัก: จ่ายค่าส่วนเกิน 6,000 บาท ต่อชิ้น
- เกณฑ์พิจารณาตามขนาด: จ่ายค่าส่วนเกิน 10,000 บาท ต่อชิ้น
- กรณีที่จำนวนกระเป๋ามากเกินกำหนด: จ่ายค่าส่วนเกิน 10,000 บาท ต่อชิ้น

### 3.2.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

สมาชิกเครื่องข่ายพันธมิตร คือ การรวมกลุ่มกันระหว่างสายการบิน โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เดินความร่วมมือกันในด้านต่างๆ มีอยู่ 3 กลุ่มใหญ่คือ สตาร์อัลไลแอนซ์ (Star Alliance), วันเวิร์ลด์ (One World) และสกายทีมวันเวิร์ลด์ (Skyteam One World)

#### 1.สายการบินเจแปนแอร์ไลน์เข้าร่วมกลุ่มวันเวิร์ลด์



ภาพที่ 21กลุ่มวันเวิร์ลด์

ที่มา: <http://www.andivance.com> (2559)

#### 1.1 สะสมไมล์ JAL Mileage Bank (JMB)

รับไมล์สะสมจากการเข้าพักใน โรงแรมและและซื้อสินค้าหรือใช้บริการของกลุ่มพันธมิตร เพื่อนำคะแนนดังกล่าวไปแลกของรางวัลสิทธิในการลงชื่อที่นั่ง โบนัสเพิ่มไมล์ 50% สิทธิการใช้ห้องรับรองพิเศษที่สนามบิน สิทธิในการเช็คอินก่อน สิทธิในการขอสัมภาระก่อน สิทธิในการขึ้นเครื่องบินก่อน สิทธิในการเดินทางแทนผู้สละสิทธิ รวมถึงสิทธิในการเลื่อนที่นั่ง





ภาพที่ 22บัตรสะสมไมล์ของเจแปนแอร์ไลน์  
ที่มา : <http://www.kr.jal.com> (2559)

### 3.3.4เส้นทางที่เปิดทำการบิน

- แคนาดา, อังกฤษ, เยอรมัน, สวีเดน, ใต้หวัน, จีน, ไทย, มาเลเซีย, ฮองกง, อเมริกา, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, รัสเซีย, ออสเตรเลีย, เกาหลี, เวียดนาม, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, ลาว, ฮาวาย, กวม

## 4. ข้อมูลพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่น

### 4.1 ข้อมูลทางกายภาพ

ประเทศญี่ปุ่นตั้งอยู่ด้านฝั่งตะวันออกของทวีปเอเชีย หรือทางตอนเหนือของมหาสมุทรแปซิฟิกแปซิฟิกทางด้านตะวันออกติดกับคาบสมุทรเกาหลีและสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่วนทิศเหนือติดกับประเทศรัสเซีย หมู่เกาะญี่ปุ่นทอดตัวเป็นรูปโค้งเหมือนพระจันทร์เสี้ยว จากทางตอนเหนือที่ละติจูด 45 องศา33 ลิปดาเหนือ มาทางใต้ ที่ละติจูด 20 องศา 25 ลิปดาเหนือ โดยมีความยาวทั้งสิ้น 3,800 กิโลเมตร

#### พื้นที่

377,835 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยผืนดิน 374,744 ตารางกิโลเมตร และผืนน้ำ 3,091 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ชายฝั่งทะเล 29,751 กิโลเมตร เป็นประเทศที่ใหญ่อันดับที่ 60 ของโลก

#### ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นประเทศหมู่เกาะ ประกอบด้วยเกาะใหญ่น้อยประมาณ 3,900 เกาะ มีเกาะใหญ่ที่สำคัญ 4 เกาะ คือ ฮอกไกโด มีพื้นที่ 83,517 ตารางกิโลเมตร ฮอนชู มีพื้นที่ 231,012 ตารางกิโลเมตร ชิโกกุ มีพื้นที่ 18,800 ตารางกิโลเมตร และคีวชู มีพื้นที่ 44,379 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นภูเขา โดยร้อยละ 71 ของพื้นที่ทั้งหมดของญี่ปุ่นเป็นภูเขา ในขณะที่มีพื้นที่ราบเพียงร้อยละ 25 ซึ่งใช้เป็นพื้นที่ทางการเกษตรได้เพียงร้อยละ 11 เท่านั้น ญี่ปุ่นมีภูเขาไฟมากประมาณ 1 ใน 10 ของทั้งโลก โดยมีภูเขาฟูจิเป็นภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศ (3,776 เมตร) และเป็นภูเขาไฟที่สงบอยู่แต่ยังไม่ดับ และจากการที่ญี่ปุ่นอยู่ในเขตที่มีภูเขาไฟมาก ทำให้มีแผ่นดินไหวเกิดขึ้นเสมอ (ที่ตั้งประเทศญี่ปุ่น, 2549)

#### ภูมิอากาศ

ญี่ปุ่นอยู่ทางแถบเหนือของโลกซึ่งจัดอยู่ในเขตอบอุ่น เนื่องจากหมู่เกาะญี่ปุ่นวางตัวยาวในแนวเหนือใต้จึงทำให้มีลักษณะภูมิอากาศแตกต่างกันมาก ประเทศญี่ปุ่นสามารถแบ่งเขตภูมิอากาศออกเป็น 6 เขต คือ

ฮอกไกโด พื้นที่ตอนเหนือสุดของประเทศมีสภาพอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี ในฤดูหนาวจะมีหิมะปกคลุมทั่วทั้งเกาะ

ทะเลญี่ปุ่น ตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลทางตะวันตกของอ ลมตะวันตกเฉียงเหนือที่พัดผ่านในช่วงฤดูหนาวทำให้มีหิมะตกมาก ในช่วงฤดูร้อนอากาศมักจะเย็นกว่าฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก

ที่สูงตอนกลาง อุณหภูมิระหว่างฤดูร้อนและฤดูหนาวและระหว่างกลางวันและกลางคืนมีความแตกต่างกันมาก

ทะเลเซโตะ ภูเขาบริเวณชูโงกุและชิโกกุช่วยป้องกันบริเวณทะเลเซโตะจากลมฤดูต่าง ๆ ทำให้บริเวณนี้มีอากาศอบอุ่นและมีฝนตกน้อยตลอดทั้งปี

ชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิกตั้งอยู่ชายฝั่งมหาสมุทรทางตะวันออกของประเทศ ในฤดูหนาวมีอากาศที่หนาวเย็นแต่ไม่ค่อยมีหิมะตก ในฤดูร้อนมีอากาศร้อนและชื้นเพราะลมตะวันออกเฉียงใต้

หมู่เกาะตะวันตกเฉียงใต้หมู่เกาะริวกิวมีอุณหภูมิที่เขตร้อน คืออากาศจะอุ่นในฤดูหนาวและร้อนในฤดูร้อน มีฝนตกมากและมีไต้ฝุ่นผ่านมาในช่วงเปลี่ยนฤดู

## ฤดูกาล

มีทั้งหมด 4 ฤดูกาล ได้แก่

ฤดูใบไม้ผลิ (Haru) เดือน มีนาคม – พฤษภาคม

ในประเทศญี่ปุ่น การผลิบานของดอกซากุระเป็นเครื่องหมายที่บอกถึงการสิ้นสุดของฤดูหนาวและการ มาเยือนของฤดูใบไม้ผลิ ในแต่ละเขตทุกคนต่างเฝ้ารอการผลิบานของดอกซากุระ เริ่มจากทางเหนือของเกาะฮอกไกโด ไปจนถึงเกาะฮอกไกโด นับจากปลายเดือนมีนาคม จนถึงกลางเดือนพฤษภาคม

ฤดูร้อน (Natsu) เดือน มิถุนายน - สิงหาคม

ในช่วงฤดูร้อนนี้ฝนจะตกทั่วประเทศญี่ปุ่น ยกเว้นที่เกาะฮอกไกโด เมื่อช่วงเวลาที่ฝนตกนี้สิ้นสุดจะเป็นช่วงของฤดูร้อน ซึ่งเป็นช่วงที่ข้าวออกรวง จะมีวันที่กลางวันยาวที่สุด เรียกว่า เกะชิ (Geishi)ซึ่งมักจะตรงกับวันที่ 21 มิถุนายนของทุกปี

ฤดูใบไม้ร่วง (Aki) เดือน กันยายน – พฤศจิกายน

ในเดือนตุลาคมใบไม้จะมีสีสันสวยงาม อากาศอบอุ่น ในขณะที่การผลิบานของดอกซากุระเป็นสัญลักษณ์ของฤดูใบไม้ผลิ สัญลักษณ์ของฤดูใบไม้ร่วงก็คือดอกเบญจมาศ ในฤดูนี้ นับว่าเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดและเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในญี่ปุ่น

ฤดูหนาว (Fuyu) เดือน ธันวาคม – กุมภาพันธ์

ปลายเดือนตุลาคม มวลอากาศบริเวณไซบีเรียเริ่มก่อตัว การพัดของลมหนาวที่มีชื่อว่า “โคคาราชิ” แสดงถึงการมาเยือนของฤดูหนาวที่บริเวณเกาะฮอกไกโด โดยตอนเหนือจะมีอากาศหนาวกว่าภาคอื่นๆ ส่วนทางใต้จะมีอากาศอบอุ่น (J-Knowledge ญี่ปุ่นน่ารู้ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์, 2554)



ภาพที่ 23 Japan Map

ที่มา :<http://globalsherpa.org/japan> (2558)

## 5. งานวิจัยในอดีต

อนงค์นัฐ ทาอินตะ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีเนื้อหาสรุปได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมในระดับที่มาก โดยให้ระดับความพึงพอใจต่อราคาบัตรโดยสาร โปรโมชั่นพิเศษต่างๆ ความน่าเชื่อถือของสายการบินมีความจำเป็นที่ต้องใช้ประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ความรวดเร็วในการเดินทาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และรายได้ของตนและครอบครัวก็เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ การแนะนำของญาติหรือเพื่อน การให้บริการของสายการบินก็มีผลต่อการเลือกใช้บริการระดับกลาง และคำนิยมในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำก็รองลงมาเช่นกัน

นฤทธิ วังษ์มณฑา (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเนื้อหาสรุปได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัยในการเดินทาง การบริการและรสชาติอาหารอยู่ในระดับที่ดีมาก รองลงมาคือ การให้ราคาตั๋วโดยสารที่ต่างกันแต่ละสัปดาห์ในราคาระดับที่มีความสามารถในการจ่ายได้ ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมแก่เที่ยวบิน มีเงื่อนไขการลดราคาตั๋วโดยสาร สิทธิประโยชน์จากการสะสมไมล์ มีแพ็คเกจที่ให้ความสะดวกสบาย เช่น ตั๋วโดยสารพร้อมที่พัก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีด้านกระบวนการ คือความให้คำแนะนำกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินบนเครื่องและความรวดเร็วในการบิน

Saleh Rafiq Choudhury (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Marketing Strategy of Singapore Airlines มีเนื้อหาสรุปได้ดังนี้ สิงคโปร์แอร์ไลน์สเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงมากในด้านของอุตสาหกรรมการบินองค์กรนี้ได้พยายามที่จะไปถึงจุดสูงสุดของความสำเร็จโดยสายการบินได้พยายามเสมอที่จะตอบสนองความต้องการผู้โดยสารเพื่อให้ความสะดวกสบายและความปลอดภัยมั่นใจกับบริษัททั้งหมดนี้เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการรักษาจำนวนผู้โดยสารมักจะพยายามริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในด้านลูกค้าสัมพันธ์จุดเด่นของสิงคโปร์แอร์ไลน์คือความโดดเด่นในการให้บริการผู้โดยสารอย่างเต็มรูปแบบผ่านภาพลักษณ์ “สาวสิงคโปร์” ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมเป็นอย่างมาก เป็นจุดเด่นที่สุดในด้านการให้บริการของสิงคโปร์แอร์ไลน์ นอกจากจุดเด่นด้านการให้บริการยังมีจุดเด่นของการมีกระบวนการตลาดที่ดีมาก โดยเฉพาะในด้านระบบ E-ticket เพื่อเพิ่มจุดเด่นในแง่ของประสิทธิภาพและระบบการเรียกเก็บเงิน สร้างความสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร นอกจากนี้สิงคโปร์แอร์ไลน์ยังมีทักษะการจัดการระบบการเงินที่ดี ทำให้การลงทุนในแต่ละด้านนั้น ได้ลงมือปฏิบัติจริงและเกิดความสำเร็จก้าวหน้าของสายการบินสูง กล่าวได้ว่า กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพช่วยให้สิงคโปร์แอร์ไลน์ลดแรงกดดันค่าใช้จ่ายในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินผ่านการเพิ่มมูลค่าการกำหนดเป้าหมายการแบ่งส่วนตลาด

### บทที่ 3

#### วิธีวิจัยและการดำเนินงาน

ในบทนี้จะกล่าวถึงขั้นตอนการศึกษาและดำเนินงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ 5 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งที่มาของข้อมูล การจัดทำข้อมูล วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล และเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย โดยรายละเอียดทั้ง 5 ส่วนนี้จะทำให้ทราบรูปแบบของการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ของผู้วิจัย

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ได้จากองค์กรต่างๆ และข้อมูลจากผู้ศึกษารวบรวมจากเอกสาร บทความ หนังสือ และสิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง

#### แหล่งที่มาข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ในเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น โดยใช้วิธีทำแบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินไทยหรือสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจำนวนความพึงพอใจที่แตกต่างกันของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ในเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น

#### วิธีการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้โดยสารใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ในเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น แล้วนำข้อมูลที่ได้อาจจัดทำใหม่ตามกรอบทางหัวข้อที่ได้กำหนดไว้ โดยนำข้อมูลที่ได้อาจจัดทำตามขั้นตอนของการวิเคราะห์ตามลำดับ

## วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

1. ศึกษาเส้นทางไทย– ญี่ปุ่นระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ ดำเนินการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เส้นทางที่เปิดให้บริการ และจำนวนเที่ยวบินของผู้ให้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย– ญี่ปุ่น

2. ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ โดยศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ โดยนำข้อมูลทางด้าน กลยุทธ์และนโยบายของแต่ละสายการบินไปใช้จริงมาเปรียบเทียบเพื่อให้ทราบความแตกต่าง

3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ เส้นทางไทย– ญี่ปุ่น ดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยและเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย– ญี่ปุ่น ณ เอเชียติก เคอะริเวอร์พรีออนท์ ในช่วงเดือนมีนาคม– เมษายน พ.ศ. 2559

## เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำเอกสาร
2. โปรแกรม Microsoft Word ใช้ในการสร้างข้อมูล จัดทำข้อมูลเอกสาร
3. โปรแกรม Microsoft Excel ใช้ในการจัดทำตารางการเปรียบเทียบความพึงพอใจในแต่ละด้านของผู้โดยสารแต่ละชาติทั้ง ไทย ญี่ปุ่น และชาติอื่นๆ
4. ตารางการเปรียบเทียบแบบ Content Analysis



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการการเลือกใช้บริการสายการบินไทย และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ กรณีศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเส้นทางการบินและจำนวนผู้ใช้บริการ เพื่อศึกษากฎเกณฑ์ทางการตลาดของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น โดยผลการศึกษาพบว่า

#### 1.1 เส้นทางไทย – ญี่ปุ่นของสายการบินไทย และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่นของสายการบินไทย และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์พบว่า สายการบินไทยมีเส้นทางการบินระหว่างไทย – ญี่ปุ่น ทั้งหมด 7 เส้นทาง ได้แก่ กรุงเทพฯ – นาริตะ, กรุงเทพฯ – ฮานดะ, กรุงเทพฯ – โอซาก้า, กรุงเทพฯ – นาโกย่า, กรุงเทพฯ – ฟุกุโอกะ, กรุงเทพฯ – ซัปโปโร และกรุงเทพฯ – เซ็นได ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์นั้นมีเส้นทางการบินระหว่างไทย – ญี่ปุ่น ทั้งหมด 4 เส้นทาง ได้แก่ กรุงเทพฯ – นาริตะ, กรุงเทพฯ – ฮานดะ, กรุงเทพฯ – โอซาก้าและกรุงเทพฯ – นาโกย่า จากการวิเคราะห์พบว่า สายการบินไทยมีเส้นทางการบินมากกว่าสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ แต่จะมีเส้นทางที่แตกต่างออกไปคือเส้นทางกรุงเทพฯ – ฟุกุโอกะ, กรุงเทพฯ – ซัปโปโร และกรุงเทพฯ – เซ็นได ซึ่งสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ไม่มีเส้นทางดังกล่าว กล่าวคือสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ต่างกันอยู่ 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางกรุงเทพฯ – ฟุกุโอกะ, กรุงเทพฯ – ซัปโปโร และกรุงเทพฯ – เซ็นได

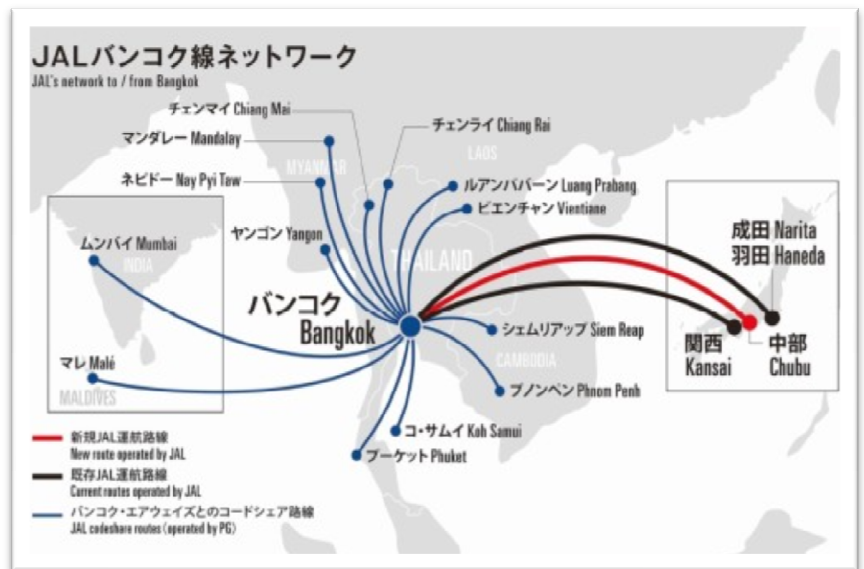
ตารางที่ 1 เส้นทางไทย – ญี่ปุ่นของสายการบินไทย และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

เส้นทาง	TG	JAL
นาริตะ	✓	✓
ฮานดะ	✓	✓
โอซาก้า	✓	✓
นาโกย่า	✓	✓
ฟุกุโอกะ	✓	
ซัปโปโร	✓	
เซ็นได	✓	

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



ภาพที่ 24 เส้นทางไทย- ญี่ปุ่นของสายการบินไทย  
ที่มา : [www.airfares.com](http://www.airfares.com) (2559)



ภาพที่ 25 เส้นทางไทย - ญี่ปุ่น ของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์  
ที่มา : [www.worldairlinenews.com](http://www.worldairlinenews.com) (2559)

### 1.1.2 จำนวนเที่ยวบินเส้นทางไทย- ญี่ปุ่นของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจำนวนเที่ยวบินเส้นทางไทย – ญี่ปุ่นระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์พบว่า เส้นทางกรุงเทพฯ – นาริตะของสายการบินไทยนั้นมีมากถึง 3 เที่ยวบินต่อวัน ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีเพียง 2 เที่ยวบินต่อวัน เส้นทางกรุงเทพฯ – ฮานะคะของสายการบินไทยมีเพียง 1 เที่ยวบินต่อวัน ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มี 2 เที่ยวบินต่อวัน เส้นทางกรุงเทพฯ – โอซาก้าของสายการบินไทยมี 3 เที่ยวบินต่อวัน ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีเพียง 1 เที่ยวบินต่อวัน เส้นทางกรุงเทพฯ – นาโกย่าของสายการบินไทยมี 2 เที่ยวบินต่อวัน ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีเพียง 1 เที่ยวบินต่อวัน ในส่วนของเส้นทางอื่นๆ อย่างเส้นทางกรุงเทพฯ – ฟูกูโอกะ, กรุงเทพฯ – ซัปโปโร สายการบินไทยมีเที่ยวบินวันละ 1 เที่ยวบินต่อวัน ยกเว้นเส้นทางกรุงเทพฯ – เซ็นไดที่มีเพียงบางวัน ได้แก่ วันอังคาร, วันพฤหัสบดีและวันเสาร์ ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์นั้นไม่มีเส้นทางดังกล่าว

หากจะเปรียบเทียบในแง่ของการตลาด เส้นทางที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกันได้แก่ เส้นทางกรุงเทพฯ – นาริตะ, กรุงเทพฯ – ฮานะคะ, กรุงเทพฯ – โอซาก้า และกรุงเทพฯ – นาโกย่า โดยเส้นทางกรุงเทพฯ – นาริตะนั้นสายการบินไทยมีเที่ยวบินมากกว่า 1 เที่ยวบิน เส้นทางกรุงเทพฯ – ฮานะคะสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีเที่ยวบินมากกว่า 1 เที่ยวบิน เส้นทางกรุงเทพฯ – โอซาก้าสายการบินไทยมีเที่ยวบินมากกว่า 2 เที่ยวบิน และเส้นทางกรุงเทพฯ – นาโกย่าสายการบินไทยมีมากกว่า 1 เที่ยวบิน ส่วนเส้นทางกรุงเทพฯ – ฟูกูโอกะ, กรุงเทพฯ – ซัปโปโร และกรุงเทพฯ – เซ็นไดนั้นไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ เนื่องจากไม่มีเส้นทางดังกล่าว

นอกจากนี้แม้สายการบินเจแปนแอร์ไลน์จะมีเที่ยวบิน codeshareร่วมกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์สที่ทำให้มีเที่ยวบินในสนามบินต่างๆเช่น เกาะสมุย – โอซาก้า, เชียงใหม่ – โอซาก้า เป็นต้น แต่ก็ต้องมาเปลี่ยนเครื่องที่สุวรรณภูมิ มีเที่ยวบินน้อย ไม่มีกำหนด และต้องสะดวไม่ลืกับทางสายการบินบางกอกแอร์เวย์สก่อนจึงจะมีสิทธิ์ในการใช้บริการสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ได้ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยาก ด้วยเหตุนี้สายเที่ยวบิน codeshareของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์จึงยังไม่ถือเป็นจุดแข็งและไม่ทำให้เจแปนแอร์ไลน์ก้าวกระโดดในเรื่องของเส้นทางการบินเหล่านี้มากนัก

ตารางที่ 2 จำนวนเที่ยวบินของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ปลายทาง ต้นทาง	TG	JAL
กรุงเทพฯ - นาริตะ	3 เที่ยวบิน/วัน	2 เที่ยวบิน/วัน
กรุงเทพฯ - ฮานอย	1 เที่ยวบิน/วัน	2 เที่ยวบิน/วัน
กรุงเทพฯ - โอซาก้า	3 เที่ยวบิน/วัน	1 เที่ยวบิน/วัน
กรุงเทพฯ - นาโกย่า	2 เที่ยวบิน/วัน	1 เที่ยวบิน/วัน
กรุงเทพฯ - ฟูกูโอกะ	1 เที่ยวบิน/วัน	ไม่มีเที่ยวบิน
กรุงเทพฯ - ซัปโปโร	1 เที่ยวบิน/วัน	ไม่มีเที่ยวบิน
กรุงเทพฯ - เซ็นได	3 เที่ยวบิน/สัปดาห์	ไม่มีเที่ยวบิน

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

## 1.2 กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

ผู้วิจัยทำศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของฟิลลิป คอตเลอร์ ได้ดังนี้

จุดเด่นของสายการบินไทย (TG) ได้แก่ ราคาตั๋วชั้นหนึ่งมีราคาถูกมีแอฟลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ทำให้สะดวกต่อขั้นตอนการซื้อตั๋วตลอดจนถึงการเช็คอินมีการจัดส่วนลดบ่อย และส่วนลดราคาถูกลงจนถึงหลักพันนอกจากนี้พนักงานต้อนรับทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน รวมไปถึงการให้บริการอาหารบนเครื่องบิน

จุดเด่นของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ (JAL) ได้แก่ ยารักษาโรคและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพบนเครื่องบินราคาตั๋วเดินทางชั้นประหยัดมีราคาถูกมีการสะสมไมล์กับสายการบินพันธมิตร เพื่อราคาที่ถูกลงหรือฟรีและมีความตรงต่อเวลาสูง

ตารางที่ 3 ตารางเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

หัวข้อ	TG	JAL
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	- สายการบินไทยเน้นการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ภาคพื้นดินจนถึงบนเครื่องบินทั้งที่นั่ง อาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย อุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ	- สายการบินเจแปนแอร์เวย์ก็เน้นการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ภาคพื้นดินจนถึงบนเครื่องบินเช่นกันทั้งที่นั่ง อาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย อุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ นอกจากนี้ยังมียารักษาโรคและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพบนเครื่องบินอีกด้วย

<p>ด้านราคา (Price)</p>	<p>-ราคาตัวชั้นประหยัดจะอยู่ที่ 18,000-25,000บาท ส่วนชั้นธุรกิจ และชั้นหนึ่งอยู่ที่ 30,000-60,000 บาท</p>	<p>-ราคาตัวชั้นประหยัดจะอยู่ที่ 15,000-20,000บาท ส่วนชั้นธุรกิจ และชั้นหนึ่งอยู่ที่ 48,000-50,000บาท</p>
<p>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</p>	<p>- จองตั๋วเดินทางผ่านเว็บไซต์หลัก หรือตัวแทนจำหน่ายชำระเงินด้วยระบบออนไลน์มีแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแล้วยังทำให้สะดวกในการใช้งานจึงสามารถใช้งานด้านการเช็คอินได้ด้วย</p>	<p>- จองตั๋วเดินทางผ่านเว็บไซต์ แต่จะต้องจองผ่านหน้าเว็บภาษาญี่ปุ่นและอังกฤษหรือโทรจองทางโทรศัพท์</p> <p>- สะสมไมล์จากสายการบินพันธมิตรเพื่อราคาที่ถูกลงหรือฟรี</p>
<p>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p>	<p>- โปรโมชันต่างๆมากมายทั้งรอยัลคิงดอมคิงดอมแวกเก็ทวอร์ลด์ของขวัญเอื้อหลวงรวมทั้งการสมัครเป็นสมาชิกบัตรรอยัลคิงดอมคิงดอมเพื่อสิทธิพิเศษในการเดินทาง</p> <p>- มีการจัดส่วนลดอยู่บ่อยครั้งและสามารถลดได้ถึงหลักพัน</p> <p>- มีการเสิร์ฟอาหารเมนูพิเศษเฉพาะเทศกาลหรือวันสำคัญ</p> <p>- การแจ้งลูกค้าเรื่องเที่ยวบินล่าช้ายกเลิกเที่ยวบินและการปรับเปลี่ยนเส้นทางการบินการบินไทยจะแจ้ง</p>	<p>- โปรโมชันเน้นการจัดแพ็คเกจทัวร์ร่วมกับบริษัททัวร์ชั้นนำทำให้ราคาสูงขึ้นจากเดิมเล็กน้อย</p> <p>- บริการคืนไมล์สำหรับรางวัลที่ยังไม่ได้ใช้แลกเป็นเงินไทยได้</p> <p>- มีโปรโมชันการสะสมไมล์จากเที่ยวบินทั้งของเจแปนแอร์ไลน์และในเครือ นอกจากนี้ยังสามารถสะสมไมล์ได้อีกหลายทางทั้งการ</p>

	<p>ภายใน30 นาที</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การคืนค่าบัตรโดยสารการบินไทย จะทำการคืนเงินให้ภายใน20วัน หรือกรณีภายใน7วันหลังจากได้รับคำร้อง</li> <li>- การดูแลอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่มีความพิการและความต้องการพิเศษ</li> </ul>	<p>เข้าพักซื้อสินค้าและยังแลกเปลี่ยนบริการอื่นๆจากบริษัทได้ เช่นเช่ารถเก็บเสื้อคลุมเช่าโทรศัพท์มือถือ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการจัดลดไม่บ่อยนัก</li> </ul>
<p>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบริการเพื่อบรรเทาความไม่สะดวกของผู้โดยสารสามารถรับทราบข้อมูลเที่ยวบินได้จากเว็บไซต์หรือติดต่อตัวแทนได้ทางโทรศัพท์</li> </ul>	
<p>ด้านบุคลากร (People)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบินไทยจะมีการพัฒนาศักยภาพทั้งเพื่อเพิ่มพูนระดับความรู้และการสรรหาบุคลากรทดแทนโดยมีศูนย์การฝึกอบรมรับหน้าที่วางแผนและกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลญี่ปุ่นได้ทาบทามนาย Kazuo Inamori (คาซุโนะอิโนะโมริ) ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งและผู้บริหารบริษัทระดับโลก “Kyocera Corporation” ให้เข้ามาเป็นผู้นำในการฟื้นฟู JAL ซึ่งนายอิโนะโมริไม่เคยมีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการบินเลยแต่ก็ได้กำหนดให้ผู้บริหารระดับสูงสุด 50 คนต้องเข้า</li> </ul>



		<p>“โครงการฝึกอบรมผู้นำ” สัปดาห์ละ 4 ครั้งเพื่อให้ตระหนักว่า“ผู้นำที่ดีนั้นเป็นเช่นใด”นอกจากนั้นเขาพยายามลดต้นทุนทุกชนิดด้วยวิธีการต่างๆรวมทั้งวิธีการปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานโดยใช้เวลาเพียงสั้นๆในการพลิกฟื้น JAL และสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้เร็วได้อีกครั้งในเวลาเพียงไม่ถึง 3 ปี</p>
--	--	---

หัวข้อ	TG	JAL
<p>ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</p> <p>(Physical Evidence and Presentation )</p>	<p>- การบินไทยได้รับรางวัลรับประกันคุณภาพมากมายตลอดระยะเวลาดำเนินการไม่ว่าจะเป็นด้านระบบบริหารการรักษาความปลอดภัยสายการบินขอดนิยมนคุณภาพการบริการอาหารสายการบินขอดเยี่ยมระหว่างประเทศและระหว่างทวีปตลอดจนรางวัลเกี่ยวกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทำให้การบินไทยได้รับ3รางวัลจากสกายแทร็กซ์ (SKYTRAX) โดยได้รับรางวัลที่1 เป็นจำนวน2 รางวัลคือรางวัลสายการบินขอดเยี่ยมอันดับที่1 ประเภทพนักงานสายการบินที่ให้บริการขอดเยี่ยมแห่งเอเชีย (Best Airline Staff Service in Asia) และประเภทการให้บริการอาหารบนเครื่องบินชั้นประหยัดขอดเยี่ยม (Best Economy Class Airline Catering) และรางวัลสายการบินขอดเยี่ยมอันดับที่3 ประเภทการให้บริการภาคพื้น (Best Airport Services- Ground Service)</p>	<p>- เจแปนแอร์ไลน์ได้รับรางวัลสายการบินที่ตรงเวลามากที่สุดในโลก (On-time Performance Service Awards) ประจำปี2556 ในประเภทสายการบินขนาดใหญ่ระดับนานาชาติจากการจัดอันดับของบริษัทไฟล์ทสแตตัส (FlightStats) ซึ่งนับเป็นครั้งที่สามแล้วที่เจแปนแอร์ไลน์ได้รับรางวัลอันดับที่1 และยังมีความสามารถในการรักษามาตรฐานไว้ได้อย่างดีเยี่ยมนอกจากนี้เจแปนแอร์ไลน์ยังได้รับรางวัลที่นั้งชั้นธุรกิจที่ดีที่สุดในโลกจากการประกวดสกายแทร็กซ์เวิลด์แอร์ไลน์อวอร์ดส์ ประจำปี 2556 (SKYTRAX's 2013 World Airline Awards) อีกด้วย</p>

ตารางเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบิน  
เจแปนแอร์ไลน์ (ต่อ)

หัวข้อ	TG	JAL
ด้านกระบวนการ(Process)	<p>- นอกจากการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ภาคพื้นดินจนถึงบนเครื่องที่นั่ง อาหารเครื่องดื่มรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆแล้วสายการบินไทยยังได้รับรางวัลสายการบินยอดเยี่ยมอันดับที่ 1 ประเภทพนักงานสายการบินที่ให้บริการยอดเยี่ยมแห่งเอเชียด้วยวัฒนธรรมไทยการไหว้และยิ้มแย้มของพนักงานต้อนรับทั้งบนเครื่องและภาคพื้นดินทำให้กลายเป็นเอกลักษณ์ของสายการบินไปด้วย</p>	<p>- นอกจากให้บริการอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ภาคพื้นดินจนถึงบนเครื่องเช่นกันที่นั่งอาหารเครื่องดื่มรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆการรักษาโรคและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพบนเครื่องการให้บริการบนเครื่องของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ยังมีความอบอุ่น ถ่อมตนและมีมารยาทสูง รวมถึงความตรงต่อเวลาที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวญี่ปุ่น ทำให้ได้รับรางวัลการ์ตันดีและถึงแม้จะเป็นสายการบินประจำชาติญี่ปุ่นแต่ก็มีพนักงานต้อนรับบนเครื่องชาวไทยจำนวนมาก</p>



ภาพที่26 ชุดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพบนเครื่องของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์  
ที่มา : <http://www.pantip.com> (2558)



ภาพที่27 แอปพลิเคชันของสายการบินไทย  
ที่มา : <http://social.thaiairways.com> (2558)



ภาพที่ 28 Kazuno Inamori (คาซุโนะ อินามอริ)  
ผู้ก่อตั้งวิสาหกิจทางเศรษฐกิจของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์  
ที่มา : <http://cafeland.vn> (2558)



ภาพที่ 29 สายการบินไทยได้รับ 3 รางวัลจากสกายแทร็กซ์ (SKYTRAX)  
ที่มา: <http://www.thaiairways.com> (2559)

### 1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ เส้นทาง กรุงเทพฯ – ญี่ปุ่น ณ เอเชียทีค ริเวอร์ฟรอนท์ โดยสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ญี่ปุ่น และชาวต่างชาติ

จากการพบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยในเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า พนักงานให้บริการดี ความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส คอยบอกระยะทางเรื่อยๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการ เช่น หมอน ผ้าห่ม มีเวลาบินที่เหมาะสมไม่ต้องรอนานเชื่อมั่นในความปลอดภัย ของตัวผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผ่านตัวแทนจำหน่ายและบริษัททัวร์ ราคาสูงแต่ใช้สิทธิ์พนักงาน การสะสมไมล์ สะสมแต้มจากบัตรสมาชิกอื่นๆควบคู่ได้ เดินทางในช่วงโปรโมชั่น เครื่องบินลำใหญ่ รู้สึกปลอดภัย ที่นั่งสบาย อาหารจานหลักรสชาติปานกลาง-ดี ไม่จืดจาง อาหารว่างรสชาติดี-ดีมาก

ผู้โดยสารชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ไม่มีปัญหาด้านการเลือกสายการบิน แต่จะขอเลือกชั้นที่คนไม่พลุกพล่าน ต้องการความสงบของตัวผ่านเว็บไซต์ บริการบนเครื่องบินและภาคพื้นดินอยู่ในระดับปานกลาง-ดี พนักงานต้อนรับบนเครื่องสามารถสื่อสารตอบโต้ได้อย่างเข้าใจ ที่นั่งส่วนตัว ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถจ่ายได้ ไม่ได้ใช้ร่วมโปรโมชั่นใดๆ อาหารรสชาติปานกลาง และจะใช้บริการต่อไป

ผู้โดยสารชาวต่างชาติอื่นๆ มีความคิดเห็นว่า ของตัวผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและเว็บไซต์เป็นส่วนมาก การบริการภาคพื้นดินระดับปานกลาง ส่วนการบริการบนเครื่องดีมาก มีความกระตือรือร้นสูงอาหารจานหลักและอาหารว่าง รสชาติปานกลาง-ดี ที่นั่งกว้างสบาย ชุดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกจำเป็นระหว่างการเดินทางพักผ่อนจนถึงช่วงเช้าและอาจมองหาตัวเลือกอื่นที่ราคาถูกลง

ส่วนผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ในเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ราคาตัวไม่แพงจนเกินกำลัง ของตัวง่ายทั้งจองเองและผ่านตัวแทนจำหน่าย ให้นำหนักสัมภาระเพียงพอสำหรับชั้นประหยัด เช็คอินออนไลน์ล่วงหน้าได้หลายวัน ไม่ได้ใช้ส่วนลดหรือการสะสมแต้มใดๆ พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน

บริการดี คอยเตือนเมื่อใกล้เวลาขึ้นเครื่องพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความสุภาพอ่อนน้อม สูงมากกว่าสายการบินที่เคยใช้บริการและเป็นชาวไทยจำนวนมาก ทำให้สามารถสื่อสารกันได้ อย่างเข้าใจยิ้มแย้มเสมอ ใส่ใจผู้โดยสารดี รู้สึกอุ่นใจ คอยถามไถ่เรื่องความสะดวกสบาย ต้องการสัมผัสการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน อาหารจานหลัก อาหารว่างและ เครื่องดื่มรสชาติดี ปริมาณเหมาะสมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โต๊ะ พับเก็บ

การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ไร้สายราคาถูก มีชุดดูแลสุขภาพ(ยาลีฟีน) ยารักษาโรคเป็นความแปลก ใหม่ซึ่งไม่เคยได้รับบริการดังกล่าวมาก่อนนอกจากนี้ก็ต้องการความแปลกใหม่และได้ บรรยากาศ และจะใช้บริการต่อหากมีโอกาส

ผู้โดยสารชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า จองตั๋วผ่านเว็บไซต์ทั้งขาไปและกลับ ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถจ่ายได้มีความไวใจต่อสายการบินในประเทศตน ทั้งความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ตรงเวลาต้องการบรรยากาศที่ใกล้เคียงกับบ้านระหว่างเดินทาง พนักงานต้อนรับภาคพื้นดินและบนเครื่องเป็นชาวญี่ปุ่น สื่อสารเข้าใจ เหมือนถึงบ้านตั้งแต่ยังไม่ออกเดินทาง นอกจากนี้ยังมีความคุ้นเคยกับการใช้สายการบินในประเทศคิดว่าจะช่วยเหลือ เศรษฐกิจในประเทศได้เชื่อว่าสายการบินตอบสนองต่อความต้องการที่สุด และไม่มี ความต้องการที่จะเปลี่ยนไปใช้สายการบินอื่น

ผู้โดยสารชาวต่างชาติอื่นๆ มีความคิดเห็นว่า รู้จักสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ ชอบชาว ญี่ปุ่น ความเป็นญี่ปุ่น พนักงานมีความกระตือรือร้นสูงมาก พยายามสื่อสารกับผู้โดยสารให้ เข้าใจ การให้บริการบนเครื่องดีมาก ส่วนภาคพื้นดินบริการปานกลาง ตรงเวลา อาหารที่ห้อง รับรองผู้โดยสารรสชาติดี ส่วนอาหารบนเครื่องรสชาติปานกลาง เทียบบินตรง ไม่ต้องต่อเครื่อง จองตั๋วผ่านเว็บไซต์ ราคาไม่สูง ขอย้ายที่ได้บางครั้ง เครื่องบินรุ่นใหม่มีเทคโนโลยีที่ สะดวกสบายเหมาะสม นั่งสบาย ของใช้ที่แถมมามีความจำเป็นเข้าถึงผู้หญิงและอาจให้บริการ ต่อ

ตารางที่4ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยเส้นทางไทย- ญี่ปุ่น

หัวข้อ	TG			สรุป
	ไทย	ญี่ปุ่น	ชาติอื่นๆ	
ด้านผลิตภัณฑ์	- เวลาบินเหมาะสม ตรงต่อเวลา  - ใช้เครื่องบินลำ ใหญ่ รู้สึกปลอดภัย มีที่นั่งสะดวกสบาย  อาหารรสชาติปาน กลาง-ดี ไม่จำเจ- สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ตรงกับ ความต้องการ	- ที่นั่ง สะดวกสบาย  อาหารรสชาติปาน กลาง  - สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ตรงกับ ความต้องการ	- สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกที่ตรงกับ ความต้องการ  - อาหารรสชาติ ปานกลาง-ดี	สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆตรงกับ ความต้องการ  มีความสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังมีความ คิดเห็นต่ออาหารใน ระดับปานกลาง-ดี
ด้านราคา	ราคาสูงแต่หากใช้ บัตรสมาชิกอื่นๆ เป็นส่วนลดด้วยก็ อยู่ในเกณฑ์ที่ สามารถจ่ายได้	ปานกลาง อยู่ใน เกณฑ์ที่สามารถ จ่ายได้	อาจมองหาตัวเลือก อื่นที่ถูกลง	ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่ สามารถจ่ายได้สำหรับ คนญี่ปุ่น แต่คนไทยใช้ บัตรอื่นๆหรือสิทธิ พิเศษเพื่อลดราคา ส่วน ชาติอื่นๆอาจมองหา ตัวเลือกอื่นเนื่องจาก ราคาสูง
ด้าน ประชาสัมพันธ์	จองตั๋วผ่าน เว็บไซต์,	จองตั๋วผ่าน เว็บไซต์และ	จองตั๋วผ่าน เว็บไซต์และ	คนไทยมีช่องทางจอง ตั๋วได้มากและราคาถูก กว่าส่วนชาวญี่ปุ่นและ



	แอปพลิเคชัน, ตัวแทนจำหน่าย และบริษัททัวร์	แอปพลิเคชัน	แอปพลิเคชัน	ชาติอื่นๆจะสะดวก การจองผ่านช่องทาง ออนไลน์มากกว่า
ด้านการส่งเสริม การตลาด	- ใช้บัตรสมาชิก อื่นๆสิทธิพนักงาน เป็นส่วนลดราคาตั๋ว  - รอช่วงโปรโมชั่น ในการจองตั๋ว	- ไม่ได้ใช้ โปรโมชั่นใดๆ	- รอช่วงโปรโมชั่น ในการจองตั๋ว	คนไทยมีช่องทางการ ได้ส่วนลดมากกว่าคน ญี่ปุ่นและชาติอื่นๆ มากกว่าเนื่องจาก ส่วนลดจากบัตร สมาชิกอื่นๆแต่ชาติ อื่นๆก็ใช้โปรโมชั่นใน การจองตั๋วเช่นกัน
ด้านการให้บริการ ของพนักงาน	- บริการบนเครื่อง และภาคพื้นดินดี สุภาพยิ้มแย้ม แจ่มใสแต่จะต้อง เรียกพนักงานเอง ในบางครั้ง	- บริการบนเครื่อง และภาคพื้นดิน ปานกลาง-ดี  - พนักงานต้อนรับ บนเครื่องสามารถ สื่อสารตอบโต้ได้ อย่างเข้าใจ	- บริการ ภาคพื้นดินปาน กลางบนเครื่อง และบนเครื่องดี มากยิ้มแย้มแจ่มใส อยู่เสมอ  มีความ กระตือรือร้น	คนไทยญี่ปุ่นและชาติ อื่นๆมีความประทับใจ กับการให้บริการบน เครื่องและพื้นดินแต่มี บางครั้งจะต้องเรียก พนักงานเอง

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย- ญี่ปุ่น

หัวข้อ	JAL			สรุป
	ไทย	ญี่ปุ่น	ชาติอื่นๆ	
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหาร-เครื่องดื่มรสชาติดีปริมาณเหมาะสม</li> <li>- สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการ</li> <li>- มีชุดดูแลสุขภาพ (ยาสีฟัน) ยารักษาโรค</li> <li>- การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สายราคาถูก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความสะดวกสบายความปลอดภัย</li> <li>-ตรงเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหารที่ห้องรับรองผู้โดยสารรสชาติดีส่วนอาหารบนเครื่องรสชาติปานกลาง</li> <li>- เที่ยวบินตรงไม่ต้องต่อเครื่อง</li> <li>- ตรงเวลา</li> <li>- ขอย้ายที่ได้ในบางครั้ง</li> <li>- เครื่องบินรุ่นใหม่มีเทคโนโลยีที่สะดวกสบายเหมาะสมนั่งสบายของใช้ที่แถมมามีความจำเป็นเข้าถึงผู้หญิง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหารเครื่องดื่มอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ดี</li> <li>- สิ่งอำนวยความสะดวกเล็กๆน้อยๆก็มีผลสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสาร</li> <li>- การพัฒนาเทคโนโลยีให้ใหม่อยู่เสมอ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สายหูฟัง ก็เป็นสิ่งที่ตอบสนองผู้โดยสารได้ดี</li> </ul>
ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาไม่แพงจนเกินกำลัง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถจ่ายได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถจ่ายได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาที่ไม่แพงจนเกินไปทำให้จ่าย</li> </ul>

				ได้แม้ไม่ใช่โปรโมชั่น
--	--	--	--	-----------------------

ด้านประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จองตั๋วง่ายได้ทางเว็บไซต์ทั้งจองเองและผ่านตัวแทนจำหน่าย</li> <li>- เช็किनออนไลน์ล่วงหน้าได้หลายวัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จองตั๋วผ่านเว็บไซต์ทั้งขาไปและกลับ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จองตั๋วผ่านเว็บไซต์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนไทยญี่ปุ่นและชาติอื่นๆมีช่องทางการจองตั๋วทางเว็บไซต์</li> </ul>
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้ใช้ส่วนลดโปรโมชั่น หรือการสะสมแต้มใดๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้ใช้ส่วนลดโปรโมชั่น หรือการสะสมแต้มใดๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้ใช้ส่วนลดโปรโมชั่น หรือการสะสมแต้มใดๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการจัดโปรโมชั่นน้อยครั้ง ทำให้ผู้ที่ต้องการซื้อตั๋วจ่ายราคาเต็มเนื่องจากสะดวกกว่า</li> </ul>
ด้านการให้บริการของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานต้อนรับภาคพื้นดินบริการดี คอยเตือนเมื่อใกล้เวลาขึ้นเครื่อง</li> <li>- พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความสุภาพอ่อนน้อมสูงมากและเป็นชาวไทยจำนวนมากทำให้สามารถสื่อสารกันได้เข้าใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานต้อนรับภาคพื้นดินและบนเครื่องเป็นชาวญี่ปุ่น สื่อสารเข้าใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานมีความกระตือรือร้นสูงมาก พยายามสื่อสารกับผู้โดยสาร</li> <li>- การให้บริการบน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่องมีใจบริการสูง คอยบริการอยู่เสมอ และมีความพยายามสื่อสารกับผู้โดยสารต่างชาติอย่างมาก</li> </ul>

	ผู้โดยสารมาก			
--	--------------	--	--	--

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

จากการสัมภาษณ์ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบิน เจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย- ญี่ปุ่นในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้าน การส่งเสริมการตลาดด้านการให้บริการของพนักงานของทั้งสองสายการบินเปรียบเทียบได้ ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

สายการบินไทยมีเวลาบินที่เหมาะสม ตรงเวลา และการเลือกใช้เครื่องบินลำใหญ่ก็ทำให้มีความปลอดภัยสูง สร้างความไว้วางใจให้กับผู้โดยสาร ในแต่ละชั้นจะมีความสะดวกสบายมากขึ้น ทั้งที่นั่ง สิ่งอำนวยความสะดวก ความบันเทิงและเทคโนโลยีต่างๆ ที่ตรงตามความต้องการของผู้โดยสาร รวมไปถึงอาหารที่มีรสชาติปานกลาง-ดี ไม่จำเจ เพราะมีการผลัดเปลี่ยนเมนูให้เหมาะสมตามช่วงเวลาบิน

สายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีเวลาบินที่เหมาะสม มีความตรงต่อเวลาสูงมาก และได้เริ่มใช้เครื่องบินลำใหม่ ซึ่งทำให้มีความสะดวกสบายมากกว่าเดิม ทั้งที่นั่ง สิ่งอำนวยความสะดวก ความบันเทิงและเทคโนโลยีต่างๆ ที่ตรงตามความต้องการของผู้โดยสาร โดยเฉพาะชุดของใช้จำเป็นบนเครื่องสำหรับการดูแลตัวเองนั้นมีประโยชน์สำหรับผู้โดยสารที่เดินทางไกล โดยเฉพาะผู้โดยสารที่เป็นสุภาพสตรี

#### ด้านราคา

เนื่องจากสายการบินไทยเป็นสายการบินแห่งชาติและเป็นสายการบินแรกในประเทศ มีการให้บริการที่เต็มรูปแบบทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่อง จึงมีราคาตั๋วโดยสารที่ค่อนข้างสูง จะมีการปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาลและเทศกาลวันหยุดต่างๆ แต่ก็ยังคงมีราคาสูงกว่าที่ผู้โดยสารบางกลุ่มจะจ่ายได้ จึงทำให้เกิดการมองหาตัวเลือกอื่นที่มีราคาถูกกว่าแต่สำหรับผู้ที่มีสิทธิพิเศษจากบัตรอื่นๆที่เป็นสมาชิกก็สามารถใช้สิทธิ์จากบัตรนั้นๆเป็นส่วนลดราคาตั๋วโดยสารให้ถูกลงได้

สายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีราคาตั๋วที่ในชั้นประหยัดจะเริ่มต้นไม่เกิน 20,000 บาท และยังสามารถถูกลงได้อีกในช่วงเทศกาลต่างๆหรือวันหยุดยาว ในขณะที่ยังคงให้บริการเต็มรูปแบบ แต่เนื่องจากสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เป็นสายการบินแห่งชาติของญี่ปุ่น ทำให้การใช้สิทธิ์ต่างๆนั้นเป็นไปได้ยากสำหรับคนไทยที่ไม่ได้มีสัญชาติหรือส่วนเกี่ยวข้องกับการเป็นประชากรของญี่ปุ่น

### **ด้านการประชาสัมพันธ์**

สายการบินไทยมีเว็บไซต์หลักเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สามารถดูข้อมูลเที่ยวบิน ตัวโดยสาร ที่นั่ง สิทธิพิเศษต่างๆ รวมถึงจองตั๋วได้ นอกจากนี้ยังมีเพจในโซเชียลมีเดียอย่างเฟสบุ๊ก (facebook) ทำให้ผู้คนได้เห็นข่าวสารอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังมีการจัดโปรโมชั่นอยู่บ่อยๆ ทำให้ผู้คนติดตามการเคลื่อนไหวของสายการบินไทยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันบนมือถือซึ่งสะดวกสบายต่อการจองตั๋วเครื่องบิน

สายการบินเจแปนแอร์ไลน์เว็บไซต์หลักเป็นญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษสามารถดูข้อมูลเที่ยวบินตัวโดยสารที่นั่งสิทธิพิเศษต่างๆรวมถึงจองตั๋วได้นอกจากนี้ยังมีเพจในโซเชียลมีเดียอย่างเฟสบุ๊ก (facebook) ทำให้ผู้คนได้เห็นข่าวสารอย่างทั่วถึงนอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันบนมือถือซึ่งสะดวกสบายต่อการจองตั๋วเครื่องบิน

### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

สายการบินไทยมีการจัดโปรโมชั่นเป็นระยะ มีการลดค่าตัวโดยสารสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกบัตรต่างๆหรือเป็นพนักงาน ทำให้บัตรมีราคาถูกลงและผู้ที่จะสามารถใช้สิทธิ์ดังกล่าวก็มีจำนวนไม่น้อยเนื่องจากเป็นพนักงาน บุตรหลานพนักงาน ค่าราชการ ผู้ถือบัตรเครดิตบางธนาคาร เป็นต้น

สายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีการจัดโปรโมชั่นน้อยมาก อาจจะต้องติดต่อตัวแทนขายเพื่อให้ได้ราคาตัวโดยสารที่ถูกลง การสะสมไมล์จากสายการบินร่วมอื่นๆ เช่น สายการบินกอกแอร์เวย์ส ยังต้องใช้ความถี่ในการใช้บริการและเวลาระยะหนึ่งเพื่อการสะสมไมล์

### **ด้านการให้บริการของพนักงาน**

สายการบินไทยมีการบริการบนเครื่องและภาคพื้นดินที่ดีสุภาพอ่อนน้อมยิ้มแย้มแจ่มใสด้วยความเป็นไทย แต่อาจยังขาดความเข้มงวดในการฝึกพนักงานในส่วนของการเอาใจ

ใส่ผู้โดยสารอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บางครั้งผู้โดยสารจะต้องเป็นฝ่ายเรียกพนักงานเอง แต่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินก็มีความสามารถในการสื่อสารตอบโต้ได้อย่างเข้าใจ

สายการบินเจแปนแอร์ไลน์พนักงานต้อนรับทั้งบนเครื่องบินและภาคพื้นดินถูกฝึกมาอย่างดีในด้านการบริการสุภาพ ตรงเวลา และใส่ใจผู้โดยสารตลอดทั้งการเดินทาง ตั้งแต่ยังไม่ขึ้นเครื่องจนถึงปลายทาง นอกจากนี้การที่มีพนักงานเป็นชาวไทยจำนวนมากทำให้สามารถสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ ผู้โดยสารจึงรู้สึกวางใจเมื่อต้องการความช่วยเหลือ พนักงานมีความกระตือรือร้นสูงมากพยายามสื่อสารกับผู้โดยสารต่างชาติเพื่อให้เข้าใจตรงกันมากที่สุด และคอยบริการอยู่เสมอตลอดการเดินทาง

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์กรณีศึกษาเส้นทางไทย- ญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเส้นทางไทย- ญี่ปุ่นกลยุทธ์ทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย- ญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 1.เส้นทางไทย- ญี่ปุ่นระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

เส้นทางไทย- ญี่ปุ่นของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ สายการบินไทยมีเส้นทางการบินมากกว่าสายการบินเจแปนแอร์ไลน์โดยสายการบินไทยมีทั้งหมด 7 เส้นทางได้แก่กรุงเทพฯ- นาริตะ, กรุงเทพฯ- ฮานดะ, กรุงเทพฯ- โอซาก้า, กรุงเทพฯ- นาโกย่า, กรุงเทพฯ- ฟุกุโอกะ, กรุงเทพฯ- ซัปโปโรและกรุงเทพฯ- เซ็นได ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีทั้งหมด 4 เส้นทางได้แก่กรุงเทพฯ- นาริตะ, กรุงเทพฯ- ฮานดะ, กรุงเทพฯ- โอซาก้า และกรุงเทพฯ- นาโกย่าและจำนวนเที่ยวบินของสายการบินไทย มีเส้นทางกรุงเทพฯ – นาริตะของสายการบินไทยนั้นมีมากกว่าสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางกรุงเทพฯ – ฮานดะของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีมากกว่าสายการบินไทย เส้นทางกรุงเทพฯ – โอซาก้าของสายการบินไทยมากกว่าสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางกรุงเทพฯ- นาโกย่าของสายการบินไทยมากกว่าสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ส่วนเส้นทางกรุงเทพฯ – ฟุกุโอกะ, กรุงเทพฯ – ซัปโปโร, กรุงเทพฯ – เซ็นไดมีเพียงสายการบินไทยที่มีเส้นทางดังกล่าว ส่วนสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ไม่มี

## 2. กลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์

การตลาดของสายการบินไทย มีความหลากหลายทางเส้นทางจากกรุงเทพฯ – ญี่ปุ่นมีเส้นทางการบินที่มากกว่าสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ มีแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือทำให้สะดวกต่อขั้นตอนการซื้อตั๋วตลอดจนถึงการเช็คอิน มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อลดราคาอยู่บ่อยครั้ง ผู้ที่มีสิทธิพิเศษจากบัตรอื่นๆ สิทธิของการเป็นพนักงานรวมถึงสมาชิกในครอบครัว รวมถึงข้าราชการก็สามารถใช้สิทธิ์จากบัตรนั้นๆเป็นส่วนลดราคาตั๋วโดยสารให้ถูกลงมากยิ่งขึ้นได้ ทำให้ผู้ที่สามารถใช้สิทธิ์ดังกล่าวเป็นชาวไทยส่วนมาก นอกจากนี้พนักงานต้อนรับทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่องมีความโดดเด่น และการเลือกใช้เครื่องบินลำใหญ่ทำให้เกิดความปลอดภัยสูง และได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสารและด้วยความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้การให้บริการของสายการบินไทยเป็นที่ชื่นชอบอย่างมากสำหรับผู้โดยสารชาวต่างชาติ แต่ทั้งนี้เนื่องจากสายการบินไทยมีราคาสูง หากเปรียบเทียบกับสายการบินโลคอสที่กำลังแข่งขันสูงระหว่างสายการบิน จึงทำให้เกิดการมองหาสายการบินอื่นที่มีราคาถูกกว่า

การตลาดของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีความโดดเด่นในเรื่องความใส่ใจผู้โดยสารที่มักเป็นพิเศษด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวญี่ปุ่น ในด้านการรักษาโรคและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพบนเครื่องบินที่ครอบคลุมทุกเพศ ทุกช่วงอายุ โดยเฉพาะสุขภาพสตรีที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ รวมไปถึงการให้บริการทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่อง ทำให้ผู้โดยสารต่างประทับใจการให้บริการของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เป็นอย่างมากมีแอปพลิเคชันสำหรับการจองตั๋ว ราคาตั๋วเดินทางชั้นประหยัดมีราคาถูกมีการสะสมไมล์กับสายการบินพันธมิตรเพื่อราคาที่ถูกลงหรือฟรี แต่การใช้สิทธิของคนในชาติเพื่อการลดราคานั้นเป็นไปได้ยากสำหรับชาวไทยนอกจากนี้ยังมีความตรงต่อเวลาสูง เป็นสิ่งที่โดดเด่นมากสำหรับสายการบินเจแปนแอร์ไลน์



### 3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น

จากการสัมภาษณ์ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทย พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการบนเครื่องเป็นอันดับแรกความสะดวกสบายในการจองตั๋วผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและเว็บไซต์ สิ่งอำนวยความสะดวกรสชาติอาหาร ช่วงเวลาบินที่เหมาะสม ความปลอดภัย การจัดโปรโมชัน ความปลอดภัย ความสามารถทางการสื่อสารของพนักงานต้อนรับบนเครื่อง มีความกระตือรือร้นสูง

ส่วนผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ พบว่า มีความพึงพอใจเกี่ยวกับราคาตั๋วที่ถูกและการให้บริการบนเครื่องที่ประทับใจนอกจากนี้คือการให้บริการภาคพื้นดินและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเป็นชาวไทยจำนวนมาก พนักงานต้อนรับชาวญี่ปุ่นมีความพยายามในการสื่อสารกับผู้โดยสาร การจองตั๋ว การให้น้ำหนักสัมภาระที่เพียงพอต่อความต้องการรสชาติอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกที่แปลกใหม่ เช่น ชุดดูแลสุขภาพ(ยาสีฟัน) ยารักษาโรค

#### 5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ของฟิลลิปส์ คอตเลอร์ (Philip Kotler) ซึ่งมีแนวคิดที่เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยสายการบินไทยมีลักษณะเด่น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในขณะที่สายการบิน เจแปนแอร์ไลน์มีส่วนประสมทางการตลาดที่มีลักษณะเด่น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคลและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินมากที่สุด ทั้งนี้ยังพบว่าความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนฤฤทธิ์ วงษ์มณฑา (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการ

บริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัยในการเดินทาง การบริการ และรสชาติอาหารอยู่ในระดับที่ดีมาก รองลงมาคือ การให้ราคาตั๋วโดยสารที่ต่างกันแต่ละ สัปดาห์ในราคาระดับที่มีความสามารถในการจ่ายได้ ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมแก่ เที่ยวบิน มีเงื่อนไขการลดราคาตั๋วโดยสาร สิทธิประโยชน์จากการสะสมไมล์ มีแพ็คเกจที่ให้ความสะดวกสบาย เช่น ตั๋วโดยสารพร้อมที่พัก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีด้านกระบวนการ คือ ความสะดวกในการจองตั๋วโดยสาร การชำระเงินบนเครื่อง และความรวดเร็วในการบิน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยหรือยกกรณีเปรียบเทียบสายการบิน สามารถเลือกสายการบินที่มีฐานการบินหลักที่ต่างกันเช่น สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองเพื่อทำการเปรียบเทียบ ระหว่างสายการบินพรีเมียมและสายการบินโลว์คอสต์อื่นๆที่มีเส้นทาง กรุงเทพฯ – ญี่ปุ่น เพื่อสร้างความหลากหลายมากขึ้น เช่น สายการบินไทยและสายการบินแอร์เอเชีย สายการบินนกสก็๊ตกับสายการบินเอเชียแอตแลนติกแอร์ไลน์ เพื่อศึกษาปัจจัยในด้านปัจจัยและความนิยมในการเลือกใช้สายการบิน

## บรรณานุกรม

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

อนงค์นัฐ ทาอินต๊ะ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ.  
[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

[http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2555/Exer2555\\_no278](http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2555/Exer2555_no278)

นฤทธิ์วงษ์มณฑา. (2554) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
สายการบินของบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.

[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก [http://www.apo-](http://www.apo-tokyo.org/news/wpcontent/uploads/sites/4/2015/05/Thailand_FoodFocusThailand_p)

[tokyo.org/news/wpcontent/uploads/sites/4/2015/05/Thailand\\_FoodFocusThailand\\_p18-28.Nov2013.pdf](http://www.apo-tokyo.org/news/wpcontent/uploads/sites/4/2015/05/Thailand_FoodFocusThailand_p18-28.Nov2013.pdf)

คนไทยนิยมเที่ยวเอเชียแปซิฟิกมากที่สุด.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<https://www.ilovetogo.com/Article/29/863/Contacts.aspx>

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบิน.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/247550>

ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. สายการบินกับการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตร.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10

มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <http://digi.library.tu.ac.th/thesis/la/1621/03chapter2.pdf>

เกี่ยวกับการบินไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

[http://www.thaiairways.com/th\\_TH/about\\_thai/index.page](http://www.thaiairways.com/th_TH/about_thai/index.page)

สายการบิน Japan Airways.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<http://www.sdy-tour.com/th/สายการบิน-japan-airlines>

ทฤษฎีอุปสงค์. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<https://researchcontactlens.wordpress.com/บทที่2-เอกสารที่เกี่ยวข้อง/>

รัฐ วัชร พัฒนจิระรุจน์. **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior).**

[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

**ทฤษฎีการบริการ.**[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

[http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930081/chapter2.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930081/chapter2.pdf)

**ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด.** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

[http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930081/chapter2.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930081/chapter2.pdf)

Birdfreedom(นามแฝง).**เที่ยวบินตรงจากไทย.** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้

จาก <http://www.tiewyeepoon.com/planning/direct-flight/>

**แนะนำตัวเครื่องบินไปญี่ปุ่นโดยสายการบินญี่ปุ่น.** [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2559.

เข้าถึงได้จาก [http://www.his-bkk.com/th/JAL-ANA\\_special/JAL-ANA\\_special.php](http://www.his-bkk.com/th/JAL-ANA_special/JAL-ANA_special.php)

**สมาชิกฟลายเออร์โบนัสสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส รับคะแนนสะสมบนเที่ยวบินของสาย**

**การบินเจแปนแอร์ไลน์.**[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

[http://www.bangkokair.com/tha/press\\_release/view/32](http://www.bangkokair.com/tha/press_release/view/32)

## **ภาษาอังกฤษ**

Saleh Rafiq Choudhury.(2015). **Marketing Strategy of Singapore Airlines.**[ออนไลน์].

เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<http://www.scribd.com/doc/239020908/Marketing-Strategy-of-Singapore-Airlines#scribd>

ภาคผนวก



### แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและ  
สายการบินเจแปนแอร์ไลน์กรณีศึกษาเส้นทางไทย- ญี่ปุ่น

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบการวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชา  
เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ โดยมี  
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์  
ไลน์ เส้นทางไทย – ญี่ปุ่น จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตาม  
ความเป็นจริง สำหรับข้อมูลนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น โดยผู้ศึกษาจะ  
วิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเองและไม่มีส่วนใดเกี่ยวข้องกับข้อมูลรายบุคคล และผู้ศึกษาใคร่  
ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสดี

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาเอเชียศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

---

---

1. Have you take TG/JAL from Thailand to Japan?

TGかJALはタイから日本までに乗ることがありますか。

คุณเคยขึ้นสายการบินไทยหรือสายการบินเจแปนแอร์ไลน์จากไทยไปญี่ปุ่นหรือไม่

2. Why did you choose this airline?

どうしてこの航空を選びましたか。

ทำไมถึงเลือกใช้บริการสายการบินนี้

3. How did you reserve the ticket? Is it complicated?

空券の予約するのはどうでしたか。難しかったですか。

คุณทำการจองตั๋วด้วยวิธีไหน ยุ่งยากหรือไม่

4. What do you think about the price?

価格についてどう思いましたか。

คุณคิดอย่างไรกับราคา

5. Which promotions that you deserved or used for the reservation?

どのプロモーションの予約のためにもらえましたか。

โปรโมชั่นใดที่คุณได้รับ หรือใช้ในการจอง

6. What do you think about ground services and on-board services?

グラウンドホステスのサービスと機中のサービスはどう思いましたか。

คุณคิดเห็นอย่างไรกับการให้บริการภาคพื้นดินและบนเครื่อง

7. How were facilities able to respond to your needs?

飛行機の設備は需要に対応されましたか。

สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆตรงตามความต้องการหรือไม่

8. Would you like to take this airline again?

この航空はもういかに航空しますか。

คุณจะใช้บริการสายการบินนี้อีกหรือไม่

ตารางที่ จำนวนเที่ยวบินเส้นทางไทย- ญี่ปุ่นของสายการบินไทยและสายการบินเจแปนแอร์ไลน์(ต่อ)

สายการบิน	เส้นทาง		ตารางบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงจุดหมายปลายทาง
การบินไทย	กรุงเทพฯ	นาริตะ	ทุกวัน	8:00	15:50
				22:35	6:15
				23:55	7:35
	กรุงเทพฯ	ฮานดะ	ทุกวัน	14:50	22:30
	กรุงเทพฯ	โอซาก้า	ทุกวัน	08:30	15:40
				11:00	18:10
				23:15	6:25
	กรุงเทพฯ	นาโกย่า	ทุกวัน	00:05	07:30
			ทุกวัน	08:15	15:40
	กรุงเทพฯ	ฟุกุโอกะ	ทุกวัน	01:00	08:00
	กรุงเทพฯ	ซัปโปโร	ทุกวัน	23:45	08:00
กรุงเทพฯ	เซ็นได	อังคาร, พฤหัสบดี, เสาร์	23:59	07:55	
เจแปนแอร์	กรุงเทพฯ	นาริตะ	ทุกวัน	08:15	16:05
				23.10	7.25



ไลน์	กรุงเทพฯ	ฮานดะ	ทุกวัน	09:55	17:30
				22:55	06:00
	กรุงเทพฯ	โอซาก้า	ทุกวัน	00:40	07:50
	กรุงเทพฯ	นาโกย่า	ทุกวัน	22:55	06:20
ไม่กำหนด	กรุงเทพฯ	โคมัทสึ	ไม่กำหนด	09:55	17:30
			ไม่กำหนด	22:25	06:00
	กรุงเทพฯ	ซัปโปโร	ไม่กำหนด	09:55	17:30
			ไม่กำหนด	22:25	06:00
			ไม่กำหนด	23:25	06:35
	เชียงใหม่	โอซาก้า	ไม่กำหนด	21:40	23:00
สายการบิน	เส้นทาง		ตารางบิน	เวลาออกเดินทาง	เวลาถึงจุดหมายปลายทาง
เจแปนแอร์ไลน์ (บางกอกแอร์เวย์ส*)	เชียงใหม่	ฮานดะ	ไม่กำหนด	19:10	20:30
	เชียงใหม่	โอซาก้า	ไม่กำหนด	19:50	21:10
	เชียงใหม่	โอซาก้า	ไม่กำหนด	19:50	21:10
	เกาะสมุย	โอซาก้า	ไม่กำหนด	19:45	20:50

		ซาก้า			
	เกาะสมุย	โอซาก้า	ไม่กำหนด	19:45	20:50
	เกาะสมุย	โอซาก้า	ไม่กำหนด	19:45	20:50
	เกาะสมุย	โอซาก้า	ไม่กำหนด	20:45	22:15
	เกาะสมุย	โอซาก้า	ไม่กำหนด	21:05	22:10
	เกาะสมุย	นาโกย่า	ไม่กำหนด	20:15	21:45
	เกาะสมุย	นาโกย่า	ไม่กำหนด	21:05	22:10
	เกาะสมุย	ฮานะคะ	ไม่กำหนด	19:45	21:35
	เกาะสมุย	ฮานะคะ	ไม่กำหนด	19:45	20:50
	เกาะสมุย	ฮานะคะ	ไม่กำหนด	19:45	20:50
	เกาะสมุย	นาริตะ	ไม่กำหนด	06:00	07:05

	เกาะสมุย	โอซาก้า	ไม่กำหนด	19:40	21:05
	เกาะสมุย	ฮานะคะ	ไม่กำหนด	06:40	08:05
	เกาะสมุย	ฮานะคะ	ไม่กำหนด	19:40	21:05

\*สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส เป็นสายการบินพันธมิตรของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ โดยการใช้ Codeshare เป็นการเชื่อมเส้นทางการบินระหว่างประเทศญี่ปุ่นซึ่งจะทำให้ผู้ที่เดินทางจากประเทศไทยสู่โตเกียว ฮานะคะ, สนามบินนาริตะ และโอซาก้า (คันไซ) ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ ต่อเนื่องไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ให้บริการโดยสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส เช่น มุมไบ, เกาะสมุย, ภูเก็ต และเชียงใหม่

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสดี
วันเกิด	17 สิงหาคม พ.ศ.2536
ที่อยู่	438/2 ซอยเจริญกรุง85 ถนนเจริญกรุง แขวงวัดพระยาไกร เขตบาง คอ แหลม กทม. 10120
ประวัติการศึกษา	จบมัธยมตอนต้นและปลายจาก โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย จบระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัด นครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์  
เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสลิ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาญี่ปุ่น
ภาคนิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบินไทยและ สายการบินเจแปนแอร์ไลน์ กรณีศึกษาเส้นทางไทย – ญี่ปุ่น
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา	438/2 ซอยเจริญกรุง 85 แยก 6 ถนนเจริญกรุง แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม กทม. 10120
หมายเลขโทรศัพท์	0869912724

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์นี้ อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวจุฑาทิพย์ ทองสลิ)

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)