

นวัตกรรมบริการและประสบการณ์ของผู้โดยสารที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ
อิเล็กทรอนิกส์และความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย*
SERVICE INNOVATION AND CUSTOMER EXPERIENCE AFFECTING
TO ELECTRONIC SERVICE QUALITY AND CUSTOMER LOYALTY:
A CASE OF LOW-COST AIRLINES IN THAILAND

นัตตา ทิพย์จันทา

Nadda Tipjanta

วิทยาลัยการบิน การท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

College of Aviation Tourism and Hospitality, Sripatum University, Bangkok, Thailand

Corresponding author E-mail: Nadda.ti@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์ผู้โดยสาร นวัตกรรมบริการ การรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย และ 2) เพื่อวิเคราะห์คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มผู้โดยสารชาวไทย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 - เดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา และสถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นนวัตกรรมบริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.31) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.32) จากการทดสอบสมมติฐาน สามารถพยากรณ์ปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.900 คิดเป็นร้อยละ 90 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริการสำหรับครอบครัว ($\beta = 0.210$) มีอิทธิพลสูงสุด และสามารถพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.835 คิดเป็นร้อยละ 83.50 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) ($\beta = 0.388$) มีอิทธิพลสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: นวัตกรรม, การบริการ, ประสบการณ์, ความภักดี, สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

The objectives of this research article were, 1) To examine passenger experience, service innovation, perceptions of electronic service quality, and passenger loyalty toward low-cost airlines in Thailand. 2) To analyze the impact of electronic service quality on passenger loyalty toward

*Received October 5, 2025; Revised October 29, 2025; Accepted October 31, 2025



low-cost airlines in Thailand. A quantitative research design was employed. Data were collected using a questionnaire from a purposive sample of 400 Thai passengers who had previously used low-cost airlines in Thailand between October 2023 and March 2024. Descriptive statistics and inferential statistics, specifically multiple regression analysis, were used for data analysis. The research findings revealed that the overall mean score of passenger opinions regarding service innovation of low-cost airlines was at the highest level (4.31). Similarly, the overall mean score of passenger loyalty toward low-cost airlines in Thailand was also at the highest level (4.32). Hypothesis testing indicated that service innovation had a positive influence on the electronic service quality of low-cost airlines in Thailand, with a multiple regression coefficient of 0.900, accounting for 90 percent of the variance. When considering individual factors, the “family service” dimension ($\beta = 0.210$) exerted the greatest influence. Furthermore, the analysis revealed that electronic service quality significantly influenced passenger loyalty, with a multiple regression coefficient of 0.835, accounting for 83.50 percent of the variance. Among the dimensions, “efficiency” ($\beta = 0.388$) had the strongest influence, statistically significant at the .01 level.

Keywords: Innovation, Service, Experience, Loyalty, Low-Cost Airline

บทนำ

อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางของผู้โดยสาร หรือการขนส่งสินค้าข้ามทวีป บริการที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและปลอดภัย จึงเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต่างคาดหวัง ท่าอากาศยานถือเป็นศูนย์กลางความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมการบิน อีกทั้งยังเป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในภาคอื่น ๆ อาทิ การขนส่งทางอากาศ การท่องเที่ยว การจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการลงทุนจากต่างประเทศ สำหรับผู้มาเยือนท่าอากาศยานเปรียบเสมือนพื้นที่ต้อนรับที่จะสร้างความประทับใจและสร้างความรู้สึกลดภัยในการมาเยือน และสำหรับผู้โดยสาร ท่าอากาศยานเปรียบเสมือนสถานที่พักผ่อนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนออกเดินทาง ท่าอากาศยานจึงมีความสำคัญในการจัดหาบริการและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่าอากาศยานต่างมีเป้าหมายสำคัญในการ “สร้างความพึงพอใจของลูกค้าและ “สร้างผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กร” ธุรกิจท่าอากาศยานยังต้องเผชิญความท้าทายหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความท้าทายทางด้านธุรกิจ เช่น การเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม การบิน การแข่งขันภายในภูมิภาค หรือความท้าทายทางธรรมชาติและสังคม เช่น สภาพอากาศ ภัยพิบัติ การก่อการร้าย ความขัดแย้งทางการเมือง รวมทั้งความท้าทายจากความคาดหวังของผู้โดยสาร การรับมือความท้าทายเหล่านี้ มีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและสร้างผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กร จึงเป็นเหตุให้ “นวัตกรรม” เข้ามามีบทบาทสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่าอากาศยานในปัจจุบัน นวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมการบินสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาคการเดินทางและขนส่ง ภาคการบริการ รวมถึงภาคค้าปลีกและค้าส่ง นวัตกรรมจึงสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่าและในหลายระดับ ตั้งแต่ นวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป ที่เป็นการเพิ่มเติมเสริมแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น จนไปถึงนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมอย่างสิ้นเชิง รวมถึงการตอบโจทย์ลูกค้าใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน นอกจากนี้ เทคโนโลยีถือเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรม เนื่องจากอุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรม

ที่มีมาตรฐานสูง ที่ต้องเป็นไปตามกฎระเบียบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการบริการ เทคโนโลยี จึงเป็นตัวช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ที่ควบคุมน้อยลง (Airports of Thailand Public Company Limited (AOT), 2018)

ตลาดสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงมาก หลายสายการบินต่างก็เสนอราคาตัวเครื่องบิน ในราคาถูก มีการบริการที่หลากหลาย และช่องทางการจองที่สะดวกมากขึ้นเป็นการดึงดูดผู้โดยสารที่คำนึงถึงราคา เป็นหลักในการให้บริการปัจจัยที่ขับเคลื่อนการแข่งขันการเติบโตของเศรษฐกิจไทยทำให้ผู้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นหลังจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 คลี่คลายลง จึงทำให้เกิด การขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานการบิน สนามบินใหม่ ๆ ถูกสร้างขึ้น ทำให้เส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ มีทางเลือกในการบินมากขึ้น นโยบายการเปิดเสรีท้องฟ้า ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศสามารถบินเข้ามา ในประเทศไทยได้ง่ายขึ้น เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยให้สายการบินสามารถลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้มากขึ้น จึงทำให้เกิดผลกระทบของการแข่งขัน ราคาตัวเครื่องบินที่ถูกผู้โดยสารมีตัวเลือกมากขึ้น และสามารถ จองตัวเครื่องบินในราคาที่ถูกลง ทั้งนี้ยังเสนอบริการที่หลากหลาย เช่น อาหาร น้ำหนักสัมภาระที่เข็คอิน ที่นั่งที่ เลือกได้ ฯลฯ ผู้โดยสารสามารถเลือกบริการที่เหมาะสมกับความต้องการมีช่องทางการจองที่สะดวก ผู้โดยสารสามารถ จองตัวเครื่องบินผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชันมือถือ หรือตัวแทนจำหน่าย อนาคตของตลาดสายการบินต้นทุนต่ำ ในประเทศไทยจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง จะยังคงแข่งขันกันในเรื่องราคา บริการ และช่องทางการขาย ผู้โดยสาร จะได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน ในรูปแบบของราคาตัวเครื่องบินที่ถูกลง บริการที่หลากหลาย และช่องทางการจอง ที่สะดวก (International Air Transport Association (IATA), 2023)

ในยุคปัจจุบันผู้โดยสารมีความคาดหวังต่อประสบการณ์การบินที่ทันสมัยและยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งปัจจุบัน ผู้โดยสารมีความคาดหวังต่อประสบการณ์การบินที่มากกว่าแค่การเดินทางจากจุด A ไปยังจุด B ผู้โดยสารต้องการ ประสบการณ์การบินที่ทันสมัย สะดวกสบาย รวดเร็ว ตรงต่อเวลา และยั่งยืน ความคาดหวังของผู้โดยสารต่อ ประสบการณ์การบินที่ทันสมัย เช่น 1) เทคโนโลยี ผู้โดยสารต้องการใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การเช็คอินออนไลน์ การจองตัวเครื่องบินผ่านแอปพลิเคชันมือถือ การขึ้นเครื่องบินโดยไม่ต้องใช้ตัวกระดาษ การใช้ Wi-Fi ความเร็วสูงบนเครื่องบิน และระบบความบันเทิงบนเครื่องบินแบบส่วนตัว 2) การบริการ ผู้โดยสารต้องการ บริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และเป็นมิตร เช่น การบริการที่นั่งที่กว้างขวาง อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ บริการห้องน้ำที่สะอาด และบริการความช่วยเหลือสำหรับผู้พิการ และ 3) ความตรงต่อเวลา ผู้โดยสารต้องการ บินตรงต่อเวลา ไม่มีการล่าช้า และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเที่ยวบินของตนอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังคาดหวังต่อ ประสบการณ์การบินที่ยั่งยืน เช่น 1) สิ่งแวดล้อม ผู้โดยสารต้องการสายการบินที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ลดมลพิษ ทางอากาศ ลดการใช้น้ำมัน และลดขยะ 2) สังคม ผู้โดยสารต้องการสายการบินที่สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น สร้างงาน และส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางสังคม 3) เศรษฐกิจ ผู้โดยสารต้องการสายการบินที่บริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เสนอราคาตัวเครื่องบินที่เหมาะสม และสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับนักลงทุน สายการบินที่สามารถตอบสนอง ความคาดหวังของผู้โดยสาร ต่อประสบการณ์การบินที่ทันสมัยและยั่งยืน จะประสบความสำเร็จในตลาด ดึงดูดลูกค้าใหม่ รักษาฐานลูกค้าเดิม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ผู้โดยสารยุคใหม่มีความคาดหวังต่อประสบการณ์การบินที่สูงขึ้น สายการบินจำเป็นต้องปรับตัว นำเทคโนโลยีมาใช้ พัฒนารูปแบบบริการ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน ถือเป็นสิ่งที่ทุกสายการบินต้องการพัฒนา ปัญหาเหล่านี้พร้อมรับมือการบริการในยุคปัจจุบันให้พร้อมมากยิ่งขึ้นจึงต้องพยายามนำนวัตกรรมบริการ ที่ทันสมัยและใหม่เข้ามาใช้ในงานสายการบิน (International Civil Aviation Organization (ICAO), 2023)



จากการนำเสนอข้อมูลข้างต้นถึงความต้องการและปัญหาเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริการและประสบการณ์ผู้โดยสารในปัจจุบันทำให้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงผลกระทบที่จะมีต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงจะอย่างไรถึงจะสร้างความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินในการกลับมาใช้บริการซ้ำและทำให้ผู้โดยสารเกิดความจงรักภักดีต่อสายการบินนั้น ๆ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง “นวัตกรรมการบริการและประสบการณ์ของผู้โดยสารที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์และความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย” มีความสำคัญเกี่ยวกับ 1) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร 2) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำ 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 4) ยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คน และ 5) สนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ด้วยเหตุผลดังกล่าวงานวิจัยเรื่องนวัตกรรมการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อยกระดับผู้โดยสารไทย จึงมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในการพัฒนาธุรกิจสายการบิน ยกระดับประสบการณ์การบินของผู้โดยสาร และส่งเสริมเศรษฐกิจไทย อันจะเป็นแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมการบริการการเพิ่มคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่จะก่อให้เกิดความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์ผู้โดยสาร นวัตกรรมการบริการ การรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ เก็บจากกลุ่มผู้โดยสารทั้งสองท่าอากาศยาน คือ ท่าอากาศยานดอนเมืองและท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รวมถึงผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 - เดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 จำนวน 10,801,553 คน (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2566)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 จำนวน 10,801,553 คน (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2566) และผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทยเป็นแบบทราบจำนวนประชากร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 400 ตัวอย่าง ใช้พื้นที่ในการเก็บ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พื้นที่ละ 200 โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามานะ (Yamane, T., 1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ที่ 0.813 อ้างอิงจากตำราของ Hambleton (Berk, R. A., 1984) (ปรับปรุงแก้ไขตามผู้ทรงคุณวุฒิและนำแบบสอบถาม ไปทดลอง (Try-out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน คำนวณหา

ค่าความเชื่อมั่นได้ (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของค่า Cronbach ได้ค่าเท่ากับ 0.990 ซึ่งผ่านเกณฑ์จาก 0.70 ขึ้น เป็นไปตามเกณฑ์ของ Nunnally (Nunnally, J. C., 1978); (George, D. & Mallery, P., 2003)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา และสถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการวิจัยชี้ว่า ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และความภักดีในระดับสูง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ได้แก่ ประสบการณ์ผู้โดยสาร นวัตกรรมบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ สายการบินควรพัฒนาระบบเช็คอินอัตโนมัติ บริการแชทบอทและระบบความบันเทิงบนเครื่อง เพื่อเพิ่มความสะดวกและประสบการณ์ที่ดี ควรรักษาความเสถียรของเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และการให้บริการเสริมอย่างเหมาะสม เช่น Wi-Fi หรืออาหารตามสั่ง ทั้งนี้ การยกระดับคุณภาพบริการดิจิทัลจะช่วยสร้างความภักดีและความยั่งยืนในการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำในไทย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 นวัตกรรมบริการ การรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นนวัตกรรมบริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ในภาพรวม

นวัตกรรมบริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านระบบจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์	4.34	.697	มากที่สุด
2. ด้านบริการเสริมแบบเลือกจ่าย	4.26	.741	มากที่สุด
3. ด้านเทคโนโลยีมือถือ	4.34	.705	มากที่สุด
4. ด้านบริการรับส่งสนามบิน	4.28	.718	มากที่สุด
5. ด้านโปรโมชั่นและส่วนลด	4.32	.703	มากที่สุด
6. ด้านโปรแกรมสมาชิก	4.27	.745	มากที่สุด
7. ด้านบริการสำหรับครอบครัว	4.34	.685	มากที่สุด
รวม	4.31	.638	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นนวัตกรรมบริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับระดับความคิดเห็นที่สำคัญจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจำแนกออกเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ด้านระบบจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์, ด้านเทคโนโลยีมือถือ และด้านบริการสำหรับครอบครัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมา คือ ด้านโปรโมชั่นและส่วนลด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) ด้านบริการรับส่งสนามบิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) ด้านโปรแกรมสมาชิก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และด้านบริการเสริมแบบเลือกจ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ความภักดีของผู้โดยสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทยมีความผูกพันและคุ้มค่า และมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในครั้งต่อไปเป็นอันดับแรก	4.30	.835	มากที่สุด
2. ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ตั้งใจ จะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำทุกครั้งที่เดินทาง	4.33	.803	มากที่สุด
3. ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จะบอกต่อถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการอย่างแน่นอน	4.33	.807	มากที่สุด
รวม	4.32	.734	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับระดับความคิดเห็นที่สำคัญจากมากไปหาน้อย พบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจำแนกออกเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ตั้งใจ จะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำทุกครั้งที่เดินทางและผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จะบอกต่อถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมา คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทย มีความผูกพันและคุ้มค่า และมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในครั้งต่อไปเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงมีพฤติกรรมบอกต่อเชิงบวกต่อสายการบินที่ตนเลือกใช้บริการ เมื่อรวมทุกปัจจัย พบว่า ประสิทธิภาพผู้โดยสาร นวัตกรรมบริการและการรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสายการบินควรเน้นการพัฒนาวัตกรรมการบริการและยกระดับประสิทธิภาพผู้โดยสารผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความภักดีและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดการบินต้นทุนต่ำ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า Variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปรปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	VIF	Tolerance	Durbin-Watson
$\bar{X}$	4.34	4.34	4.26	4.34	4.28	4.32	4.27	4.34			
S.D.	.651	.697	.741	.705	.718	.703	.745	.685			
Y		.763**	.777**	.773**	.763**	.822**	.865**	.825**			
X ₁		1.00	.799**	.766**	.672**	.723**	.763**	.705**	3.492	.289	
X ₂			1.00	.800**	.756**	.707**	.777**	.718**	4.211	.237	
X ₃				1.00	.760**	.769**	.773**	.758**	4.016	.249	1.926

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า Variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปรปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	VIF	Tolerance	Durbin-Watson
X ₄					1.00	.762**	.763**	.773**	3.439	.291	
X ₅						1.00	.822**	.846**	4.521	.221	
X ₆							1.00	.865**	5.518	.181	
X ₇								1.00	5.389	.186	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปรปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ 1) ระบบจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ (x₁) 2) บริการเสริมแบบเลือกจ่าย (x₂) 3) เทคโนโลยีมือถือ (x₃) 4) บริการรับส่งสนามบิน (x₄) 5) โปรโมชั่นและส่วนลด (x₅) 6) โปรแกรมสมาชิก (x₆) และ 7) บริการสำหรับครอบครัว

(Y) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 - 0.741 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ประกอบกับการพิจารณาค่า VIF พบว่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.181 - 0.289 ซึ่งไม่เกิน 10 การพิจารณาร่วมกับ ค่า Durbin-Watson พบว่า Durbin-Watson คือ 1.926 ซึ่งค่าอยู่ในช่วง 1.50 - 2.50 เพราะฉะนั้นผลการตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระแสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	P
ค่าคงที่ (Constant)	.361		3.562	.000**
1. ระบบจองตั๋วเครื่องบิน	.157	.168	4.095	.000**
2. บริการเสริมแบบเลือกจ่าย	.138	.157	3.486	.001**
3. เทคโนโลยีมือถือ	.137	.149	3.379	.001**
4. บริการรับส่งสนามบิน	.039	.043	1.052	.293
5. โปรโมชั่นและส่วนลด	.167	.181	3.867	.000**
6. โปรแกรมสมาชิก	.084	.097	1.873	.062
7. บริการสำหรับครอบครัว	.200	.210	4.118	.000**
R	.900 ^a			
R Square	.811			
Adjusted R Square	.807			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.900 โดยสามารถพยากรณ์ปัจจัย นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ในภาพรวม ได้มากถึงร้อยละ 90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ



เป็นรายด้าน พบว่า บริการสำหรับครอบครัว ($\beta = 0.210$) โปรโมชันและส่วนลด ($\beta = 0.181$) ระบบจองตั๋วเครื่องบิน ($\beta = 0.168$) บริการเสริมแบบเลือกจ่าย ($\beta = 0.157$) และเทคโนโลยีมือถือ ($\beta = 0.149$) ที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงยอมรับตามสมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย และปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ในด้าน 2 ด้าน คือ โปรแกรมสมาชิก ($\beta = 0.097$) และมีบริการรับส่งสนามบิน ($\beta = 0.043$)

$Y = 1.071 + 0.210$ บริการสำหรับครอบครัว $+ 0.181$ โปรโมชันและส่วนลด $+ 0.168$ ระบบจองตั๋วเครื่องบิน $+ 0.157$ บริการเสริมแบบเลือกจ่าย และ $+ 0.149$ เทคโนโลยีมือถือ ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่า Variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปร ปัจจัยคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	VIF	Tolerance	Durbin-Watson
$\bar{X}$	4.32	4.35	4.28	4.36	4.38			
S.D.	.734	.675	.719	.689	.707			
Y	1.00	.801**	.755**	.772**	.750**	4.009	.249	
X ₁		1.00	.828**	.823**	.799**	4.508	.222	2.053
X ₂			1.00	.835**	.825**	5.140	.195	
X ₃				1.00	.859**	4.606	.217	
X ₄					1.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 * * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปรปัจจัยคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ 1) ประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) (x₁) 2) ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) (x₂) 3) ด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment) (x₃) และ 4) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) (x₄)

(Y) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.675 - 0.734 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ประกอบกับการพิจารณาค่า VIF พบว่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.195 - 0.249 ซึ่งไม่เกิน 10 การพิจารณาร่วมกับ ค่า Durbin-Watson พบว่า Durban-Watson คือ 2.053 ซึ่งค่าอยู่ในช่วง 1.50 - 2.50 เพราะฉะนั้นผลการตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระแสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity สามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	P
ค่าคงที่ (Constant)	.213		1.540	.124
1. ประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency)	.422	.388	7.002	.000**
2. ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability)	.216	.212	3.601	.000**
3. ด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment)	.196	.184	2.931	.004*
4. ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)	.112	.108	1.815	.070

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	P
R	.835 ^a			
R Square	.698			
Adjusted R Square	.694			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.835 โดยสามารถพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมได้มากถึงร้อยละ 83.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) ($\beta = 0.388$) ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) ($\beta = 0.212$) และด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment) ($\beta = 0.196$) ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงยอมรับตามสมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 ด้านนี้และปฏิเสธในด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ($\beta = 0.112$)

$Y = 0.213 + 0.227$ ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) + 0.388 ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) + 0.212 และ + 0.196 ด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment) ปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 นวัตกรรมบริการ การรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ด้านระบบจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ 2) ด้านบริการเสริมแบบเลือกจ่าย 3) ด้านเทคโนโลยีมือถือ 4) ด้านบริการรับส่งสนามบิน 5) ด้านโปรโมชั่นและส่วนลด 6) ด้านโปรแกรมสมาชิก และ 7) ด้านบริการสำหรับครอบครัว

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีระดับความคิดเห็นต่อ นวัตกรรมบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านระบบจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ เทคโนโลยีมือถือ และบริการสำหรับครอบครัว ซึ่งแสดงให้เห็นว่านวัตกรรมดิจิทัลได้กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีให้แก่ผู้โดยสารในยุคปัจจุบัน 1) ด้านระบบจองตั๋วออนไลน์ ได้รับความความคิดเห็นในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มุ่งเน้นความสะดวก รวดเร็ว และสามารถควบคุมกระบวนการด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan, M. et al. ที่ชี้ว่า “ระบบจองออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ” เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะในกลุ่มนักเดินทางที่มีความคุ้นชินกับเทคโนโลยี (Khan, M. et al., 2019) นอกจากนี้ 2) เทคโนโลยีมือถือ ซึ่งรวมถึงแอปพลิเคชันสายการบิน การแจ้งเตือนแบบเรียลไทม์ และการใช้โทรศัพท์มือถือในการเช็คอินหรือแสดงตั๋ว ยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสะดวกสบายในการเดินทาง ซึ่งได้รับการยืนยันจากงานวิจัยของ Kim, M. & Lee, C. ที่ระบุว่า การพัฒนาแพลตฟอร์มมือถือสามารถยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสาร และส่งผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้าในสายการบินต้นทุนต่ำ (Kim, M. & Lee, C., 2018) 3) บริการสำหรับครอบครัว ก็ถือเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมที่ได้รับ



ความสนใจ โดยผู้โดยสารให้ความสำคัญกับการจัดที่นั่งใกล้กัน การดูแลเด็กเล็ก และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Chung ที่กล่าวถึง “Family-friendly services” ว่าเป็นองค์ประกอบที่สามารถเพิ่มความไว้วางใจและความภักดีต่อแบรนด์ของสายการบินในระยะยาว (Chung, Y., 2020) ในส่วนของ 4) โปรโมชัน และส่วนลด และ 5) โปรแกรมสมาชิก ก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ แม้จะอยู่ในลำดับรองลงมา แต่ก็สะท้อนถึงกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการซ้ำ โดย Tsafarakis, S., et al. พบว่า กลุ่มผู้โดยสารที่มีความอ่อนไหวต่อราคาจะตอบสนองเชิงบวกต่อส่วนลดหรือสิทธิประโยชน์ที่ชัดเจน โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงเช่นประเทศไทย (Tsafarakis, S., et al., 2018) นอกจากนี้ 6) บริการเสริมแบบเลือกจ่าย แม้จะอยู่ในลำดับความสำคัญที่ต่ำที่สุด แต่ยังมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นความยืดหยุ่นและเปิดโอกาสให้ผู้โดยสารเลือกบริการตามความจำเป็น อย่างไรก็ตาม อาจต้องการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพิ่มเติมเพื่อให้ผู้โดยสารเข้าใจถึงความคุ้มค่าของบริการดังกล่าวได้อย่างชัดเจน (Suhartanto, D. et al., 2018)

โดยสรุป นวัตกรรมบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้โดยสารในยุคดิจิทัล ที่เน้นความสะดวก ความเป็นส่วนตัว และความยืดหยุ่น การส่งเสริมนวัตกรรมเหล่านี้ควรดำเนินไปควบคู่กับกลยุทธ์การสื่อสารและการตลาด เพื่อสร้างความเข้าใจ คุณค่า และนำไปสู่ความภักดีในระยะยาวของผู้โดยสาร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้โดยสารภายในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) 2) ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) 3) ด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment) และ 4) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)

การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้โดยสารภายในประเทศไทย โดยเน้นการประเมินความพึงพอใจใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1) ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) 2) ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) 3) ด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment) และ 4) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าโดยรวมแล้ว ผู้โดยสารในประเทศไทยมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะในด้านความเป็นส่วนตัว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ได้รับการให้ความสำคัญจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุด นอกจากนี้ พบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) เป็นปัจจัยที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญสูงสุด โดยเฉพาะในยุคที่ข้อมูลส่วนบุคคลมีความเสี่ยงในการถูกละเมิด การที่ระบบสามารถรักษาความปลอดภัยของข้อมูลได้ดีจะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้โดยสารในการใช้บริการ การรักษาความเป็นส่วนตัวเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองข้ามได้ เนื่องจากความกังวลในเรื่องนี้มีผลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้น การพัฒนาเทคโนโลยีและระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจสายการบิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hong, W. & Kim, H. ในส่วนของด้านการทำให้บรรลุความสำเร็จ (Fulfilment) นั้น ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อการได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวังและการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องทันเวลา ผู้โดยสารต้องการที่จะได้รับการบริการที่ครบถ้วนตามที่ต้องการ ซึ่งการทำให้ผู้โดยสารรู้สึกว่าได้รับสิ่งที่ต้องการจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในระยะยาวได้ (Hong, W. & Kim, H., 2019) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bai et al. สำหรับด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารยังคงให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการที่ระบบสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและไม่มีปัญหาทางเทคนิคที่ทำให้เกิดความยุ่งยากในการใช้งาน ระบบที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้โดยสารสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก (Bai, B. et al., 2022) ซึ่งจะทำให้ประสบการณ์การใช้บริการโดยรวมดีขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yoon, J. & Kim, J. และด้าน

ความพร้อมของระบบ (System Availability) (Yoon, J. & Kim, J., 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee, S. et al. ที่เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร พบว่า ความพร้อมของระบบในการให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ก็มีความสำคัญไม่น้อย เมื่อระบบสามารถทำงานได้ตลอดเวลาโดยไม่มีปัญหาขัดข้อง ผู้โดยสารจะรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการและไม่รู้สึกรู้ว่ามีความล่าช้าหรือข้อผิดพลาดใด ๆ เกิดขึ้น (Lee, S. et al., 2020) สามารถสรุปได้ว่า สายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ต้องพัฒนาและปรับปรุงทั้งในด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ความพร้อมของระบบ การทำให้บรรลุความสำเร็จ และการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้โดยสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดสายการบินได้อย่างยั่งยืน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทยมีความผูกพันและคุ้มค่า และมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในครั้งต่อไปเป็นอันดับแรก 2) ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ตั้งใจ จะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำทุกครั้งที่เดินทาง และ 3) ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จะบอกต่อถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการ อย่างแน่นอนจะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำทุกครั้งที่ได้เดินทาง

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงระดับความภักดีของผู้โดยสารต่อสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ซึ่งพบว่าโดยรวมแล้วผู้โดยสารมีความภักดีในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อถึงความคุ้มค่าของบริการในแง่ของราคาและความสะดวกสบาย ผลการศึกษานี้สะท้อนถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านประสบการณ์ที่ดีและความคุ้มค่าในการใช้บริการ ซึ่งสามารถนำไปสู่การภักดีและการแนะนำให้กับผู้อื่นได้ 1) ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ การที่ผู้โดยสารตั้งใจจะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำทุกครั้งที่ได้เดินทาง แสดงถึงความภักดีที่เกิดจากความพึงพอใจในประสบการณ์การใช้บริการ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen & Tsai ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจและความสะดวกสบายในการใช้บริการมีผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยการสร้างประสบการณ์ที่ดีจากการให้บริการที่คุ้มค่าและมีคุณภาพจะช่วยเพิ่มโอกาสในการรักษาลูกค้าและเพิ่มระดับความภักดีให้กับสายการบิน 2) การบอกต่อถึงความคุ้มค่า ผลการศึกษพบว่า ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะบอกต่อถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการ สิ่งนี้สะท้อนถึงความสำคัญของการสร้างความภักดีในระยะยาวผ่านการให้บริการที่เหนือความคาดหมาย (Chen, C. F. & Tsai, D. H., 2020) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคำแนะนำจากลูกค้าไปยังผู้อื่น การบอกต่อเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงพลัง โดยเฉพาะในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง เช่น สายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งผู้โดยสารมักจะตัดสินใจจากคำแนะนำและรีวิวจากผู้ใช้บริการจริง และ 3) ความผูกพันกับบริการ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์สายการบินไทยและรู้สึกว่ามีค่าผูกพันกับบริการ แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของการมีช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและง่ายดาย การใช้ช่องทางออนไลน์ในการซื้อบัตรโดยสารช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างความผูกพันกับลูกค้า (Kim, M. & Lee, C., 2018) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bai, B. et al. ที่พบว่า ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์และการมีประสบการณ์ที่สะดวกและรวดเร็วสามารถส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะในตลาดสายการบินต้นทุนต่ำที่ผู้โดยสารคาดหวังประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้บริการ (Bai, B. et al., 2022)

สามารถสรุปได้ว่า สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยสามารถสร้างความภักดีจากผู้โดยสารได้ผ่านการมอบประสบการณ์ที่ดีและคุ้มค่า ซึ่งไม่เพียงแต่การให้บริการที่ดี แต่ยังรวมไปถึงช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกสบายและการสร้างความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับลูกค้าผ่านการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย



ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอ นวัตกรรมบริการ ที่ตอบสนองความต้องการและสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร เป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น ระบบจองตั๋วออนไลน์ การให้บริการเสริมที่เลือกง่าย หรือการให้บริการสำหรับครอบครัว ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้โดยสารรู้สึกได้รับความสะดวกสบายและคุ้มค่ามากขึ้น การเน้นที่โปรโมชั่นและส่วนลด ยังถือเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดลูกค้า เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำมีการแข่งขันที่สูง และผู้โดยสารมักจะมองหาความคุ้มค่าในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhou, X. et al. นอกจากนี้ เทคโนโลยีมือถือ ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีขึ้น โดยช่วยให้ผู้โดยสารสามารถจัดการเรื่องต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเองผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการใช้บริการออนไลน์ในทุก ๆ ด้านของชีวิตประจำวัน (Zhou, X. et al., 2022)

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลการศึกษาเน้นย้ำถึงความสำคัญของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และการมีระบบที่พร้อมเสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างความภักดีของผู้โดยสาร การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ทันที เช่น การจองตั๋วที่รวดเร็ว การเช็คอินผ่านออนไลน์ หรือการจัดการการเดินทางที่สะดวกสบาย จะทำให้ผู้โดยสารรู้สึกพึงพอใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ การบริหารระบบที่มีความพร้อมในการให้บริการเป็นอีกปัจจัยที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญ เนื่องจากความไม่เสถียรของระบบอาจสร้างความไม่พึงพอใจและทำให้ผู้โดยสารมีความรู้สึกไม่มั่นใจในการใช้บริการในครั้งถัดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Santos, J. & Fernandes, J.; Kucukusta, D. et al. ที่กล่าวว่าการที่ความเป็นส่วนตัว ไม่ได้มีอิทธิพลต่อความภักดีอาจจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งผู้โดยสารอาจไม่คาดหวังการให้บริการที่เน้นความเป็นส่วนตัวมากนัก เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำมักเน้นที่การให้บริการที่ประหยัดและคุ้มค่า การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความสะดวกในการเดินทางอาจสำคัญกว่าความเป็นส่วนตัวในสายตาของผู้โดยสารกลุ่มนี้ (Santos, J. & Fernandes, J., 2020); (Kucukusta, D. et al. , 2020)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์และความภักดี อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดี ได้แก่ ประสบการณ์ผู้โดยสาร นวัตกรรมบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ สายการบินควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา ระบบเช็คอินอัตโนมัติ (Self Check-in System) ระบบความบันเทิงส่วนบุคคลบนเครื่องบิน (In-flight Entertainment) และ บริการแชทบอท (Chatbot Service) เนื่องจากเป็นบริการที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสารอย่างแท้จริงนอกจากนี้ การพัฒนานวัตกรรมบริการที่ตอบโจทย์ด้านความคุ้มค่าและสะดวกสบาย เช่น แพคเกจท่องเที่ยว การบริการรถรับ-ส่งสนามบิน และระบบบริหารจัดการขั้นตอนการเดินทางด้วยตนเองผ่านมือถือ จะช่วยยกระดับประสบการณ์ผู้โดยสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันในด้าน ความพร้อมของระบบ (System Availability) ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับความเสถียรของเว็บไซต์ แอปพลิเคชันและระบบหลังบ้าน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความไม่พึงพอใจจากปัญหาทางเทคนิค ขณะเดียวกันควรประชาสัมพันธ์จุดเด่นของบริการที่มีอยู่ เช่น ระบบเช็คอินอัตโนมัติหรือแพคเกจท่องเที่ยว ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มคุณค่าการบริการในมุมมองของผู้โดยสาร นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า บริการบางประเภท เช่น ระบบจดจำใบหน้า (Facial Recognition), บริการ Wi-Fi ความเร็วสูง และอาหารตามสั่งบนเครื่องบิน ยังไม่ได้รับความสำคัญจากกลุ่มผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

จึงควรจัดให้เป็นบริการเสริม (Optional Service) ที่ผู้โดยสารสามารถเลือกซื้อเพิ่มเติมได้ตามความต้องการโดยสรุปแล้ว ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้โดยสาร (Passenger Loyalty) ดังนั้นสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ผู้โดยสารที่มีคุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน ข้อเสนอแนะ ขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมหลากหลายช่วงอายุและภูมิภาค การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มผู้โดยสารชาวต่างชาติ กลุ่มผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้โดยสารในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนมุมมองและพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

- 1) เปรียบเทียบระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำกับสายการบินพรีเมียม ควรศึกษาความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำกับสายการบินแบบ Full-service ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความคาดหวังและลักษณะของผู้โดยสารแต่ละกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น
- 2) ศึกษาเชิงลึกด้านพฤติกรรมผู้โดยสารและเทคโนโลยีที่ตอบโต้เฉพาะกลุ่ม งานวิจัยต่อไป สามารถเน้นศึกษาพฤติกรรมผู้โดยสารที่ใช้เทคโนโลยีเฉพาะ เช่น Mobile App, Chatbot หรือ Self-service kiosk ว่ามีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีอย่างไรในระดับปัจเจก
- 3) ศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในระยะยาว เนื่องจากพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ควรมีการติดตามผลในระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อดูแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AI, biometrics หรือระบบอัตโนมัติในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2566). รายงานสถิติประจำปี 2566. เรียกใช้เมื่อ 28 เมษายน 2568 จาก <https://shorturl.asia/pa1x5>
- Airports of Thailand Public Company Limited (AOT). (2018). Annual Report 2018. Retrieved April 28, 2025, from <https://investor.airportthai.co.th/ar.html>
- Bai, B. et al. (2022). The impact of fulfillment on passenger satisfaction in the airline industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 46(3), 542-560.
- Berk, R. A. (1984). A guide to criterion-referenced test construction. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Chen, C. F. & Tsai, D. H. (2020). The effects of service quality on customer satisfaction and loyalty in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 85(2020), 12-19.
- Chung, Y. (2020). The influence of family-friendly services on airline customer retention. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(2), 221-238.
- George, D. & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. (4th ed.). New York: Allyn & Bacon.
- Hong, W. & Kim, H. (2019). Privacy concerns and customer trust in airline services. *International Journal of Information Management*, 45(2019), 56-67.
- International Air Transport Association (IATA). (2023). Annual Safety Report 2023. Retrieved April 28, 2025, from <https://www.iata.org/en/publications/safety-report/>
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2023). Annual Safety Report 2023. Retrieved April 28, 2025, from <https://shorturl.asia/UjHdq>



- Khan, M. et al. (2019). Online booking systems and passenger satisfaction in low-cost airlines. *Journal of Air Transport Management*, 75(2019), 55-62.
- Kim, M. & Lee, C. (2018). Mobile service quality and its influence on user satisfaction in the airline industry. *International Journal of Tourism Sciences*, 18(3), 144-157.
- Kucukusta, D. et al. (2020). Privacy and service quality in low-cost carriers: What matters to consumers. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(1), 55-70.
- Lee, S. et al. (2020). Prevalent insomnia concerns among direct-care workers JAG. *Journal of Applied Gerontology*, 41(1), 1-11.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd.). New York: McGraw-Hill.
- Santos, J. & Fernandes, J. (2020). The influence of service quality on loyalty in the low-cost airline industry. *Journal of Marketing Management*, 21(6), 99-112.
- Suhartanto, D. et al. (2018). Understanding customer loyalty in the airline industry: The role of price fairness, frequent flyer programs and in-flight service. *Tourism Management Perspectives*, 28(2018), 102-109.
- Tsafarakis, S. et al. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*, 68, 61-75. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.010>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.
- Yoon, J. & Kim, J. (2021). The role of technology in low-cost airline customer satisfaction. *Journal of Air Transport Management*, 78(2021), 1-10.
- Zhou, X. et al. (2022). Pricing strategies in low-cost carriers: The impact of promotions and discounts on customer loyalty. *Journal of Marketing Research*, 29(4), 456-470.