

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ
ของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง

The service marketing mix that influencing the decision making for
the Select the service low cost airline Domestic routes of Thai
passengers in Don Mueang Airport

จารุวรรณ พันหินลาด¹ พิศมัย เหล่าไทย²
Jaruan Phuenhinlat¹ Pissamai Loathai²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง และ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศในท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง แตกต่างกัน และด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง

¹ นักศึกษาปริญญาโท,หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธนบุรี

Master's degree student, Master of Business Administration Program, Thonburi University

² อาจารย์, ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธนบุรี

Lecturer, Dr., Master of Business Administration Program, Thonburi University

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

This research aims to (1) study personal factors influencing the decision to choose low-cost airline services on domestic routes for Thai passengers at Don Mueang International Airport and (2) examine marketing mix factors influencing the decision to choose low-cost airline services on domestic routes for Thai passengers at Don Mueang International Airport. The sample group for this study consisted of 400 Thai passengers who had previously used low-cost airline services on domestic routes at Don Mueang International Airport. Simple random sampling was employed. The research instrument used was a questionnaire. The data were analyzed by using computer software package. The statistical analysis techniques used included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis.

The analysis revealed that

1. Personal factors related to occupation differed in their opinions on the decision to choose low-cost airline services on domestic routes for Thai passengers at Don Mueang International Airport, while factors related to gender, age, marital status, education level, and income did not show significant differences.

2. The service marketing mix factors, including marketing promotion, personnel, and physical presentation, significantly influenced the decision to choose low-cost airline services on domestic routes for Thai passengers at Don Mueang International Airport.

Keywords: The service marketing mix, decision-making, low-cost airline services

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการบินมีการแข่งขันที่รุนแรง และมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็ว อย่างที่จะเห็นได้อย่างชัดเจน นั่นคือเรื่องของเวลาที่ใช้ในการเดินทาง มีความสะดวกรวดเร็วกว่าการเดินทางประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไกลข้ามหลายจังหวัด หรือข้ามประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวันหยุดประจำปี และเทศกาลสำคัญซึ่งจะทำให้การจราจรติดขัด เกิดเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการเสียเวลาในการเดินทางเป็น อย่างมาก และอีกประเด็นสำคัญ คือราคาบัตรโดยสารในปัจจุบันมีราคาถูกลงเป็นอย่างมาก ส่งผลให้นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ที่ตัดสินใจเดินทางโดยเครื่องบินมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการที่สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งกลยุทธ์การแข่งขันที่รุนแรงของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาที่เข้มข้นมากขึ้น มีการ

จัดโปรโมชั่น ทำให้การเดินทางโดยเครื่องบินจะเป็นตัวเลือกในการเดินทางลำดับต้นๆ เพราะความคุ้มค่าของราคาค่าบัตรโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับค่าบัตรโดยสารทางรถไฟ หรือรถทัวร์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน แต่จะได้รับความสะดวกสบายมากกว่าและถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วกว่าหลายเท่า รวมถึงมีความปลอดภัยมากกว่าเมื่อเทียบกับการเดินทางในรูปแบบอื่น จากสถิติผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก จาก 4.54 ล้านคนในปี 2547 เป็น 72.71 ล้านคน ในปี 2562 ด้วย CAGR 16.6% จากในอดีต ในปี 2564 ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการมากกว่าร้อยละ 70 ของตลาดผู้โดยสารทางอากาศ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารนิยมโดยสารทางอากาศเพิ่มมากขึ้น (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2564)

ในปี 2563 และปี 2564 มีจำนวนผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปีก่อนๆ ที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับสถิติจำนวนผู้โดยสารภาพรวมทั่วประเทศในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2555-2564) พบว่า ในสถานการณ์ปกติปี 2555-2562 จำนวนผู้โดยสารภาพรวมในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.24 ต่อปี แบ่งเป็นผู้โดยสารระหว่างประเทศ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.43 ต่อปี และผู้โดยสารภายในประเทศเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 11.23 ต่อมาในปี 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อเนื่องมาจนถึงปี 2564 โดยได้เกิดการแพร่ระบาดของไวรัส ทั้งสายพันธุ์อัลฟา เบต้า เดลต้า และโอไมครอน ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการบิน ทั้งของไทยและทั่วโลก ทำให้การขนส่งทางอากาศต้องหยุดชะงักลงชั่วคราว ถึงแม้ว่าจะเริ่มมีการคิดค้นวัคซีนได้และมีจำนวนผู้ได้รับวัคซีนมากขึ้นก็ตาม จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้จำนวนผู้โดยสารภาพรวมลดลงมากที่สุดในรอบสิบปีของอุตสาหกรรมการบินของไทย โดยมีจำนวนผู้โดยสารเพียง 20.92 ล้านคน ลดลงจากปีก่อน ถึงร้อยละ 64.1 แบ่งเป็นผู้โดยสารระหว่างประเทศ 1.59 ล้านคน ลดลงร้อยละ 90.2 และผู้โดยสารภายในประเทศ 19.33 ล้านคน ลดลงร้อยละ 54.0 จากปีที่ ผ่านมา (กองเศรษฐกิจการบิน, 2564)

และในปัจจุบันจากผลกระทบจากการปรับตัวของราคาน้ำมัน ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ย่อมส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินการของสายการบินเนื่องจากต้นทุนเชื้อเพลิงอากาศยาน มีสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมด โดยสายการบินเต็มรูปแบบมีสัดส่วนต้นทุนเชื้อเพลิงอากาศยานสูงถึงร้อยละ 25.9 ในขณะที่สายการบินต้นทุนต่ำมีค่าเชื้อเพลิงอากาศยานสูงถึงร้อยละ 30.8 ซึ่งที่ผ่านมาราคาน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นถึง 166.70 เหรียญต่อบาเรล หรือเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 53.19 จากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้จากต้นทุนราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นอาจจะยังไม่ส่งผลต่อไปยังผู้โดยสารในทันที เนื่องจากสายการบินยังคงรักษาระดับค่าโดยสารตามกลไกตลาดและการแข่งขัน แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้สามารถแบกรับต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น สายการบินก็ต้องปรับอัตราค่าโดยสารให้สูงขึ้นให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เปลี่ยนไป (กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมกิจการการบินพลเรือน, 2565)

อย่างไรก็ตามสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นแข่งขันกันในเรื่องของราคาเป็นหลัก ประสบปัญหาอย่างมากจากต้นทุนราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะกระทบต่อราคาค่าบัตรโดยสารต่อมา และส่งผลต่อ

ความไว้วางใจของผู้โดยสาร สายการบินต้นทุนต่ำจึงต้องมีกลยุทธ์และการวางแผนการตลาดที่ดี เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร โดยเฉพาะในท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีสายการบินต้นทุนต่ำเป็นหลัก ซึ่งในปี 2564 มีจำนวนเที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุดในประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่มีจำนวนเที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศมากที่สุดในประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษา และสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศในท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 4,902,965 คน (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2564) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศในท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีวิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 400 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง งานวิจัยนี้มีตัวแปรที่ศึกษา 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยอ้างอิง

แนวคิด และทฤษฎีจาก Kotler & Keller (2012) คือ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการในการให้บริการ และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในส่วนตัวแปรตาม ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยอ้างอิงแนวคิด และทฤษฎีจาก Kotler & Keller (2012) คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการใช้บริการ ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

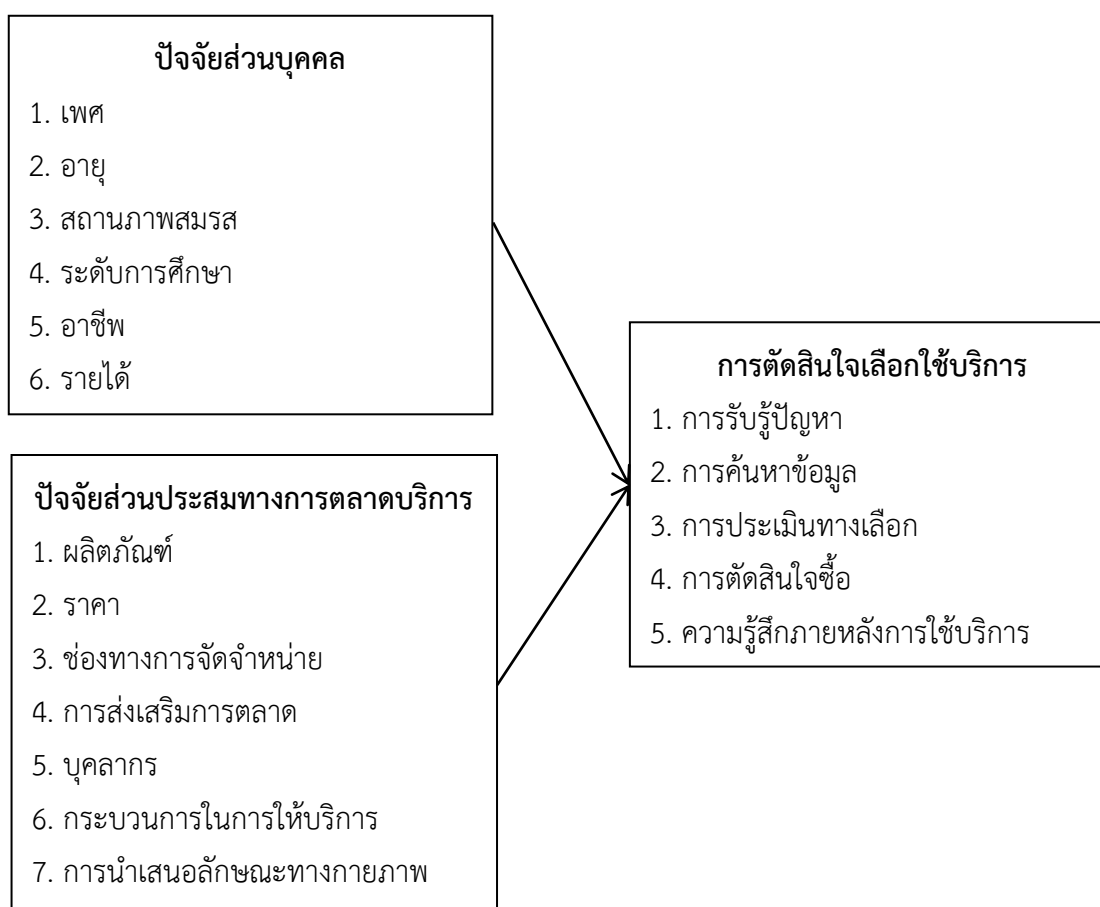
งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาในพื้นที่ภายในท่าอากาศยานดอนเมือง

4. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาดำเนินงานวิจัยระหว่างเดือนกรกฎาคม ปี 2565 ถึงเดือนมีนาคม ปี 2566 รวมเป็นระยะเวลา 9 เดือน

กรอบแนวคิด

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง และสามารถกำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับ ดังนี้คือ

ประชากร ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศในท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 4,902,965 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศในท่าอากาศยานดอนเมือง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane (1967) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบชนิดเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ได้แก่ เกณฑ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง โดยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร

3. กำหนดกรอบแนวคิด ขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ให้สอดคล้องและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์การวัดตามนิยามศัพท์

4. ร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง

5. นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องให้มีความครอบคลุมทางด้านเนื้อหา ความชัดเจนทางด้านภาษา หลังจากนั้นผู้วิจัยนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

6. นำเสนอแบบสอบถามฉบับร่างต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและสำนวนภาษาที่ใช้

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความถูกต้องของเนื้อหา (Content) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับแนวคิด และทฤษฎีที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence: IOC) ที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์หาค่า IOC หรือค่าดัชนีความสอดคล้อง เพื่อความถูกต้องเหมาะสมของเครื่องมือ และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและมีความสมบูรณ์ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นสำหรับการวิจัย ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อขอคำแนะนำ และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบประเมินไปทำการคำนวณหาความเที่ยงตรงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าของแบบสอบถาม 0.6 ขึ้นไป (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550) ผลการทดสอบพบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา (IOC) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เท่ากับ 0.97 และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เท่ากับ 0.98

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1974) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่า 0.70 ขึ้นไป (วิจิต อุอัน, 2550) ได้ค่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เท่ากับ 0.96 และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เท่ากับ 0.80

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) โดยทำการแจกแบบสอบถามภายในท่าอากาศยานดอนเมือง เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย สร้างความสะดวกสบายให้แก่กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม และมีความน่าเชื่อถือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลที่ได้และนำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

1.2 ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การทดสอบที (t-test แบบ Independent samples) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ใช้ F-test (One way ANOVA) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธี Least-Significant Different (LSD) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้แยกเป็นรายคู่หากพบว่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. สรุปผลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15-30 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ คือ สถานภาพโสด จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 มีอาชีพส่วนใหญ่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และรายได้ส่วนใหญ่ คือ ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25

2. ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศแตกต่างกัน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง แตกต่างกัน และด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพสมรส ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสาร

ชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเพศ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ปัญหา แตกต่างกัน ด้านสถานภาพสมรส แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ปัญหา และความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ แตกต่างกัน และด้านอาชีพ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ปัญหา การประเมินทางเลือก และความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ แตกต่างกัน

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	b	Std. Error	Beta	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	2.275	0.150	-	15.171	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์	0.068	0.042	0.091	1.624	0.105
ด้านราคา	-0.024	0.036	-0.040	-0.660	0.509
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.058	0.043	0.082	1.352	0.177
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.073	0.032	0.131	2.254	0.025*
ด้านบุคลากร	0.154	0.039	0.223	3.980	0.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.039	0.038	0.064	1.014	0.311
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0.111	0.036	0.178	3.051	0.002*
R = 0.586, R ² = 0.343, Adj. R ² = 0.332, S.E. = 0.358, F = 29.301, Sig = 0.000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์อยู่ในระดับต่ำ เท่ากับ 0.343 สามารถพยากรณ์ได้ ร้อยละ 34.30 และเขียนสมการพยากรณ์ ได้เท่ากับ $Y = 2.275 + 0.154 (\text{ด้านบุคลากร}) + 0.111 (\text{ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ}) + 0.073 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$ สรุปได้ว่า อันดับแรก คือ ด้านบุคลากร สามารถพยากรณ์ ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศได้มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

อภิปรายผล

การนำเสนออภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอโดยลำดับตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศแตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ แตกต่างกันมีความคิดเห็น แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า สอดคล้องกับ ณรงค์พร จรรโลงบุตร (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบิน การบินไทย สำหรับการให้บริการภายใน ประเทศ เส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ

จากผลการศึกษา พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อภิปรายได้ว่า สอดคล้องกับ พิไลลักษณ์ ไกรรัตน์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัย พบว่า ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สหวัฒน์ ชีระธรรม และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร สุนทรี บุญประเวช (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สนามบินข้ามภูมิภาค กรณีศึกษา สนามบินนานาชาติ อุ๋ตะเถา จังหวัดระยอง ผลการวิจัย พบว่า ด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สนามบินข้ามภูมิภาค กรณีศึกษา สนามบินนานาชาติอุ๋ตะเถา จังหวัดระยอง และสอดคล้องกับ หยาตพิรุณ ไกรเทพ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพงานบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานดอนเมือง ส่วนใหญ่พอสรุปได้ว่า สายการบินควรรักษาเรื่องเวลา ให้เที่ยวบินตรงเวลา และเมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศ ดังนั้น จึงควรปรับปรุง ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรให้ส่วนลดบัตรโดยสารครึ่งราคาแก่ผู้พิการ (ต้องแสดงบัตรคนพิการ)
2. ควรมีการส่งเสริมการตลาด โหลดสัมภาระฟรี เมื่อจองเที่ยวบินไปและกลับภายในประเทศ
3. ควรมีการส่งเสริมการตลาด เดือนเกิดบินฟรี 1 ครั้งต่อ 1 ท่าน

ด้านบุคลากร

1. พนักงานควรมีความพร้อมในการให้บริการ สามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน และมีศักยภาพในการให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุ และผู้พิการ
2. ควรมีบุคลากรทางการแพทย์ประจำไว้เพื่อช่วยเหลือเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน
3. พนักงานควรช่วยยกกระเป๋าใส่ช่องเก็บสัมภาระให้แก่ผู้โดยสาร พร้อมทั้งยกออกเมื่อสิ้นสุดการเดินทาง เพื่อลดความวุ่นวายในการใช้บริการ

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. ควรมีที่รองเท้า และรองศรีษะตรงเก้าอี้โดยสาร
2. ควรเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยของผู้โดยสาร โดยมีการสาธิตระบบความปลอดภัยบนเครื่องบินอย่างละเอียดมากยิ่งขึ้น และมีหน้าจอบริการข้อความต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทางหู
3. ควรมีช่อง USB ไว้สำหรับชาร์จแบตเตอรี่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้วิจัยควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพต่อองค์การสายการบิน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นการเก็บผ่านสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ชีวิตประจำวันอยู่ เช่น ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย หรือโรงเรียน เป็นต้น เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำมาซึ่งความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.3 ควรมีการเพิ่มวิธีเก็บข้อมูล เพื่อให้ผลวิเคราะห์มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการบิน. 2564. **จำนวนผู้โดยสารภาพรวมทั่วประเทศในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2555-2564)**. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2565, จาก <http://www.caat.or.th/th>.
- กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมกิจการการบินพลเรือน. 2565. **ผลกระทบจากการปรับตัวของราคาน้ำมัน**. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2565, จาก <http://www.caat.or.th/th>.
- ณรงค์พร จรรโลงบุตร. 2563. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบิน การบินไทย สำหรับการให้บริการภายในประเทศ เส้นทางกรุงเทพฯ - เชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). 2564. **LOW - COST CARRIERS TRAFFIC IN 2021**. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.airportthai.co.th/wp-content/uploads/2022/06/ANNUAL-REPORT-2021.pdf>.
- พิไลลักษณ์ ไกรรัตน์. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิชิต อุ่อ้น. (2550). **การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: พรินท์แอมมี่ (ประเทศไทย) จำกัด.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2550). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์**. กรุงเทพฯ: สุพีเรีย พรินติ้งเฮาส์.
- สหวัดน์ ชีระธรรม และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารศิลปการจัดการ. 4(3), 582-593.
- สุนทรี บุญประเวช. (2564). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สนามบินข้ามภูมิภาค กรณีศึกษา สนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- หยาดพิรุณ ไกรเทพ. (2564). **ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพงานบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Cronbach, L.J. (1974). **Essentials of psychological**. 3rd ed. New York: Happer & Row Publishers.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). **Marketing management (14 th ed.)**. New Jersey: Prentice Hall.
- Taro Yamane. (1967). **Taro Statistic : An Introductory Analysis**. New York: Harper & row.