

ความเชื่อมั่นของผู้โดยสารต่อการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย

จิรัญญา วุฒิพงษ์พิพัฒน์^{1*} และ อารีรัตน์ เส้นสด²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัดของผู้โดยสาร 2) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย 3) ศึกษาระดับความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย และ 4) นำเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสายการบินพาณิชย์ของไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัย เชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นสัดส่วน ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติไคสแควร์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารของสายการบิน หรือผู้เป็นตัวแทนของสายการบิน Thai Air Asia จำนวน 3 ท่าน สายการบิน Nok Air จำนวน 1 ท่าน และสายการบิน Thai Lion Air จำนวน 1 ท่าน ที่มีประสบการณ์การทำงานในองค์กรปัจจุบันมากกว่า 3 ปี โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ และใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยด้านนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัดโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก 2) ผู้โดยสารส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียบ่อยที่สุด โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเพราะราคาถูก และมีความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่า 4 ครั้ง/ปี 3) ความเชื่อมั่นของผู้โดยสาร ในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และ 4) สายการบินราคาประหยัด ควรมีการปรับเวลาการเดินทางให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารมากขึ้น พัฒนาคูคลองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เปิดเส้นทางการเดินทางใหม่ ๆ เพิ่มความถี่ในเส้นทางการบินเดิม และนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพต่อผู้โดยสารทุกคน อย่างเท่าเทียมกัน ให้ผู้โดยสารมีความสะดวกสบาย และปลอดภัยทุกการเดินทาง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเป็นอันดับแรก

คำสำคัญ: สายการบินราคาประหยัด, ความเชื่อมั่น, นโยบายการบริหาร

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทร. +668 4222 0144 อีเมล: jirunya.w@gmail.com



The Passengers' Confidence for Choosing Thai Budget Airlines

Jirunya Wutthiphongphiphat^{1*} and Areerat Sensod²

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the level of importance policies factor in management of budget airlines of passengers, 2) to study behavior of passengers in choosing Thai budget airlines 3) to study the level of confidence of passengers in choosing services provided by Thai budget airlines, and 4) to illustrate the best practices for Thai commercial airline business. The methodology of this research was mixed method including quantitative research and Qualitative research. In quantitative research part, the sample group selected through proportional stratified random sampling consisted of 400 passengers who used the Thai budget airlines services at Don Mueang International Airport. The questionnaire was the instrument for collecting data. The data was analyzed by computer programs. The statistics used in this study include frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and chi-square. In qualitative research part, the sample group selected through purposive random sampling consisted of Thai Air Asia 3 workers, Nok Air 1 worker, and Thai Lion Air 1 worker, who held the position of manager or representative of airlines with work experiences over 3 years. The interview form was the instrument for collecting data. The result was interpreted by content analysis method. The findings were as follows 1) policies were the most influential factor in management of budget airlines 2) the majority of passengers used Thai Air Asia airlines services, the most reason was low price, and frequent of used airlines services were more than 4 times per year 3) the confidence of passengers in choosing budget airline services was at a high level and 4) in-depth interviews revealed that budget airlines should adjust their travel times to suit the needs of passengers, provide training for staffs, improve staffs to be more efficient, open new routes, increase frequencies on existing routes, offer quality services to all passengers equally, and ensure comfort and safety of all flights to convince passengers to initially choose services from budget airlines.

Keywords: Budget Airlines, Confidence, Policies Factor in Management

¹ Master's Degree Student, Department of Aviation Management, Civil Aviation Training Center Thailand

² Lecture, Department of Aviation Management, Civil Aviation Training Center Thailand

* Corresponding Author, Tel. +668 4222 0144 e-mail: jirunya.w@gmail.com

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการบิน เป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ ที่มีขนาดใหญ่และมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลาจากสถิติที่ผ่านมา มีการคาดการณ์มูลค่าที่เกิดจากการบินทั่วโลก (World Annual RPK: Revenue Passenger Kilometers) เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.70 ต่อปี จากปี พ.ศ. 2555-พ.ศ. 2575 และจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในทุก ๆ 15 ปี จากปี พ.ศ. 2523 โดยคาดการณ์ไว้ว่าจำนวนผู้โดยสารต่อปี ในเที่ยวบินประจำทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า คือ จาก 2.70 พันล้านคน ในปี พ.ศ. 2554 เพิ่มขึ้นเป็น 6 พันล้านคน ภายในปีพ.ศ. 2573 ปัจจัยหลักที่เป็นตัวแปรสำคัญในการเจริญเติบโตของตลาดการบินต่อไปในอนาคต ได้แก่ การเติบโตแบบก้าวกระโดดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา การเปิดกว้างของการค้าแบบเสรี และปรากฏการณ์การเติบโตอย่างต่อเนื่องของสายการบินราคาประหยัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชีย การขยายตัวอย่างรวดเร็ว ของตลาดการบินในประเทศจีน และอินเดียส่งผลให้ปริมาณจราจรในภูมิภาค และไปยังประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรวมแล้วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนี้ ถือเป็นพื้นที่ที่คาดการณ์ว่าตลาดการบินจะเติบโตต่อเนื่องไปในอัตราที่รวดเร็วที่สุดแห่งหนึ่งในโลก [1]

สายการบินราคาประหยัดเป็นประเภทสายการบิน ที่มีผู้โดยสารต่างเลือกใช้บริการเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี โดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ซึ่งในปีที่ผ่านมาตลาดสายการบินราคาประหยัดมีการเติบโตทั้งเส้นทางบิน และความถี่ในการให้บริการเพิ่มขึ้น ซึ่งปริมาณจราจรทางอากาศ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 มีเที่ยวบินพาณิชย์ขึ้น-ลง รวม 214,809 เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.74 เป็นเที่ยวบินระหว่างประเทศ 60,874 เที่ยวบิน และเที่ยวบินภายในประเทศจำนวน 153,935 เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.55 และ 30.57 ตามลำดับ รองรับผู้โดยสาร รวมทั้งสิ้น 28,589,312 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.75 [2]

ในปี พ.ศ. 2558 สายการบินราคาประหยัดที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ สายการบิน Thai Air Asia มีส่วนแบ่งทางการตลาดเกือบครึ่งของผู้ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 40.44

รองลงมา ได้แก่ สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 27.27 และร้อยละ 15.27 ตามลำดับ [3]

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าสายการบินราคาประหยัดมีการเติบโตของเส้นทางบิน และเพิ่มความถี่ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร ดังนั้น เพื่อให้บริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินราคาประหยัดควรมีมาตรการเตรียมความพร้อมในการบริหารงานทุก ๆ ด้าน เช่น การขจัดปัญหาที่ทำให้เที่ยวบินเกิดความล่าช้า และควรมีการตรวจเช็คสภาพของเครื่องบินทุกครั้งก่อนนำมาให้บริการ เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น โดยจัดทำนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารในยุคปัจจุบัน เป็นการเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสารให้ยังคงเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเชื่อมั่นของผู้โดยสารต่อการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย เพื่อทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินพาณิชย์ของไทยสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจพิจารณาปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารสายการบินในด้านต่าง ๆ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัดของผู้โดยสาร

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย

2.3 เพื่อศึกษาระดับความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย

2.4 เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสายการบินพาณิชย์ของไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

ประกอบด้วย จำนวนผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบิน ดังนี้ สายการบิน Thai Air Asia จำนวน 12,256,474 คน สายการบิน Nok Air จำนวน 8,263,119 คน และ สายการบิน Thai Lion Air จำนวน 4,626,170 คน รวมจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 25,145,763 คน เป็นข้อมูลจำนวนผู้โดยสาร จำแนกตามสายการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ประจำปี 2558 อ้างอิงข้อมูลจาก Air Transport Information and Slot Coordination Division Coporate Strategy Department [3]

3.1.2 ประชากรที่ใช้ในวิจัยในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้บริหารของสายการบิน หรือผู้เป็นตัวแทนของสายการบิน Thai Air Asia สายการบิน Nok Air และสายการบิน Thai Lion Air

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ใช้วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ Taro Yamane ซึ่ง $n = N/[1+N(e^2)]$ ที่ความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 [4] ทำการแทนค่าสูตร ดังนี้ $n = 25,145,763/[1+25,145,763(0.05^2)]$ ดังนั้น $n = 400$ ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นสัดส่วน (Proportional stratified random sampling) จำแนกตาม 3 สายการบิน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากตัวอย่างมีลักษณะเป็นการกระจายของข้อมูล และได้สัดส่วนตัวอย่างที่เหมาะสมดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงขนาดจำนวนประชากรและตัวอย่าง

รายชื่อสายการบิน	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
Thai Air Asia	12,256,474	195
Nok Air	8,263,119	131
Thai Lion Air	4,626,170	74
รวม	25,145,763	400

ที่มา ข้อมูลจำนวนผู้โดยสารจำแนกตามสายการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ของ Air Transport Information and Slot Coordination Division Coporate Strategy Department [3]

3.2.2 ผู้บริหารของสายการบิน หรือผู้เป็นตัวแทนของสายการบิน Thai Air Asia จำนวน 3 ท่าน สายการบิน Nok Air จำนวน 1 ท่าน และสายการบิน Thai Lion Air จำนวน 1 ท่าน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยต้องเป็นผู้บริหารของสายการบิน หรือผู้เป็นตัวแทนของสายการบินราคาประหยัดที่มีประสบการณ์การทำงานในองค์กรปัจจุบันมากกว่า 3 ปี

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ มีรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัด ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านความปลอดภัย และด้านภาพลักษณ์ ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย ได้แก่ สายการบินราคาประหยัดที่เคยใช้บริการบ่อยที่สุด เหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด และความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัด และ ส่วนที่ 4 ความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย

ข้อคำถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 3 ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบปลายปิดและมีตัวเลือกให้เลือกตอบ ส่วนข้อคำถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 4 ลักษณะของคำถามเป็นแบบ Likert Scale Questions

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติไคสแควร์

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีที่มาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการศึกษาข้อมูล

ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร งานวิจัย บทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด ทฤษฎี กำหนดขอบเขตข้อมูล และจัดทำแบบสอบถาม

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารของสายการบินหรือผู้เป็นตัวแทนของสายการบิน Thai Air Asia สายการบิน Nok Air และสายการบิน Thai Lion Air จำนวน 5 ท่าน ด้วยแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

5.1.1 จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.75 อายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และมีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.75

5.1.2 ผลการวิจัยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัดของผู้โดยสาร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความปลอดภัยมีระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา คือ ด้านภาพลักษณ์ และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.21 และ 3.91 ตามลำดับ)

โดยด้านความปลอดภัยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องตระหนักถึงความปลอดภัยจากวัตถุสัมภาระ โดยนักบิน ลูกเรือ และพนักงานภาคพื้นดินทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรมด้านความตระหนักรู้ในสินค้าอันตราย เพื่อให้สามารถระบุสินค้า และวัตถุที่อาจมีอันตรายซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อความปลอดภัยของเที่ยวบิน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55)

ด้านภาพลักษณ์ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความรับผิดชอบต่อนักงาน เช่น ฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47)

ด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องสามารถนำสัมภาระบรรทุกได้ทั้งเครื่องได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (ฟรี) ไม่เกิน 15 และ 20 กิโลกรัม สำหรับเที่ยวบินในประเทศและระหว่างประเทศ ตามลำดับ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29)

5.1.3 ผลการวิจัยพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเพราะราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 56.75 และมีความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่า 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 26.50

5.1.4 ผลการศึกษาระดับความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความเชื่อมั่นมากที่สุดในเรื่องเมื่อท่านต้องการเดินทางโดยสารเครื่องบิน ท่านให้ความสำคัญกับสายการบินราคาประหยัดเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ส่วนรายข้อที่มีความเชื่อมั่นน้อยที่สุด คือ สายการบินราคาประหยัดให้ความรู้สึกถึงการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.65)

5.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้บริหารของสายการบินราคาประหยัดได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสายการบินพาณิชย์ของไทย ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ ดังนี้ ควรวางแผนในด้านการปรับเวลาการเดินทางให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารมากขึ้น พัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เปิดเส้นทางการบินใหม่ ๆ เพิ่มความถี่ในเส้นทางการบินเดิม และนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพต่อผู้โดยสารทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ให้ผู้โดยสารมีความสะดวกสบาย และปลอดภัยทุกการเดินทาง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเป็นอันดับแรก

6. อภิปรายผลการวิจัย

6.1 ผลการวิจัย ปัจจัยด้านนโยบายในการบริหารของสายการบินราคาประหยัด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก อาจเนื่องมาจากผู้บริหารของสายการบินราคาประหยัดแต่ละสายการบินได้มีการวางแผนนโยบายการบริหารของสายการบินโดยยึดความต้องการของผู้โดยสารเป็นสำคัญ ฉะนั้น ในมุมมองของผู้โดยสารที่เป็นผู้ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจึงให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ในการบริหารของสายการบินราคาประหยัดอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความปลอดภัยมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านภาพลักษณ์ และด้านราคา ตามลำดับ อาจเป็นไปได้ว่าในช่วงที่ผ่านมา มีข่าวเกี่ยวกับเครื่องบินเกิดอุบัติเหตุกลายเป็นสิ่งสะท้อนถึงความต้องการความปลอดภัยจากสายการบินราคาประหยัดของผู้โดยสารมากที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งยืนยันถึงความต้องการของผู้โดยสารเป็นลำดับแรก เพื่อให้มีการวางแผนนโยบายมาตรการความปลอดภัยไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในสายการบินราคาประหยัด โดยนโยบายด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องสามารถนำสัมภาระบรรทุกได้ต้องเครื่องได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (ฟรี) ไม่เกิน 15 และ 20 กิโลกรัมสำหรับเที่ยวบินในประเทศและระหว่างประเทศตามลำดับ ซึ่งถือว่าเป็นการอำนวยความสะดวกและช่วยลดค่าใช้จ่ายแก่ผู้โดยสารได้อีกทางหนึ่ง ส่วนนโยบายด้านความปลอดภัยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องตระหนักถึงความปลอดภัยจากวัตถุ สัมภาระ โดยนักบิน ลูกเรือ และพนักงานภาคพื้นดินทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรมด้านความตระหนักรู้ในสินค้าอันตราย เพื่อให้สามารถระบุสินค้าและวัตถุที่อาจมีอันตรายซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อความปลอดภัยของเที่ยวบิน และนโยบายด้านภาพลักษณ์ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความรับผิดชอบต่อพนักงาน เช่น ฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสาร อธิบายได้ว่า ความปลอดภัยของผู้โดยสารถือเป็นหัวใจหลักขององค์กรแต่ละสายการบิน ซึ่งการวางแผนนโยบายที่ได้ผลดีนั้น ควรให้ความสำคัญทั้งกับผู้โดยสารสายการบิน และพนักงานในองค์กรของสายการบินราคาประหยัดต้องสร้างการตระหนักรู้ฝึกอบรม

เรื่องความปลอดภัยจากวัตถุ สัมภาระให้แก่พนักงานในองค์กร โดยต้องสามารถแยกแยะวัตถุ สัมภาระอันตรายได้ เพื่อเป็นการบริหารจัดการมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้โดยสาร และสร้างภาพลักษณ์ในเรื่องความรับผิดชอบต่อพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียบ่อยที่สุด โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเพราะราคาถูก และมีความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่า 4 ครั้ง/ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของเทอดศักดิ์ [5] พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย และใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำปีละ 1-5 ครั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรกิจดี [6] พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลในการสำรองที่นั่งเพราะว่าราคาประหยัด สายการบินแอร์เอเชียเป็นสายการบินที่ได้รับการสำรองที่นั่งมากที่สุด

6.3 ผลการวิจัย ความเชื่อมั่นของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความเชื่อมั่นมากที่สุดในเรื่องเมื่อท่านต้องการเดินทางโดยสารเครื่องบิน ท่านให้ความสำคัญกับสายการบินราคาประหยัดเป็นอันดับแรก อธิบายได้ว่า เมื่อผู้โดยสารเคยใช้บริการสายการบินราคาประหยัดแล้วเกิดความพึงพอใจ ก็จะมี ความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดซ้ำในครั้งต่อไป ซึ่ง ถ้าหากจะใช้บริการสายการบินจะทำให้ นึกถึงสายการบินราคาประหยัดเป็นอันดับแรกนั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ M. Sandada and R. Chinomona [7] พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ำและความเชื่อมั่น มีอิทธิพลที่แข็งแกร่งต่อแนวโน้มการซื้อซ้ำของลูกค้ำเมื่อถูกกระตุ้นความภักดีของลูกค้ำในครั้งแรก

7. ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 400 คน มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินพาณิชย์ของไทย ดังนี้

7.1 ควรใช้นโยบายด้านราคาในเรื่องสามารถนำสัมภาระบรรทุกใต้ท้องเครื่องได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (ฟรี) ไม่เกิน 15 และ 20 กิโลกรัมสำหรับเที่ยวบินในประเทศ และระหว่างประเทศ ตามลำดับ มาปรับใช้เป็นนโยบายหลักในองค์กรของสายการบินราคาประหยัด ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสายการบินราคาประหยัดขององค์กรตนเองเพิ่มขึ้น

7.2 ควรมีนโยบายการจัดการอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน โดยพนักงานของสายการบินราคาประหยัดทุกคนควรผ่านการฝึกอบรมด้านความตระหนักรู้ในสินค้าอันตราย เพื่อให้สามารถระบุสินค้าและวัตถุที่อาจมีอันตรายซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อความปลอดภัยของเที่ยวบิน และเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินในเรื่องอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสารได้ทันที่

7.3 ควรใช้ราคาเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าผู้โดยสารสายการบินราคาประหยัด โดยตั้งราคาบัตรโดยสารให้มีราคาเหมาะสมกับระยะทางของเที่ยวบินนั้น ๆ

7.4 ควรมีนโยบายฝึกอบรมพนักงานโดยเน้นสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้โดยสารที่มารับการบริการสายการบินราคาประหยัด แสดงให้เห็นถึงการดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารตลอดระยะเวลาการเดินทาง

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] Aerothai. (2016). [Online]. Future of Aviation. [cited November 11, 2016]. Available from : <http://goo.gl/U4c5Wx> (in Thai)
- [2] Airports of Thailand Plc. (2016). [Online]. Annual Report 2015 of AOT Operates the World's Smartest Airports. [cited November 11, 2016]. Available from : <http://goo.gl/oFh7JS> (in Thai)
- [3] Air Transport Information and Slot Coordination Division Coporate Strategy. (2016). [Online]. AOT Traffic Report 2015. [cited November 11, 2016]. Available from : <http://goo.gl/UAENcP> (in Thai)
- [4] Suchart Prasit-rathsint. (2012). Social Science Research Methodology. Bangkok : Samlada. (in Thai)

- [5] Terdsak Panna. (2009). Passengers' Behavior and Factors Influencing Decision Making on Using Low-Cost Airlines Services. Independent Study, Faculty of Economics Kasetsart University. (in Thai)
- [6] Phirakit Mittrath. (2008). Factors on Decision Behaviors of Domestic Low-Cost Airlines Passenger. Master Thesis, Faculty of Business Administration, Sukhothai Thammathirat University. (in Thai)
- [7] Sandada M. and Chinomona R. (2013). "Customer Satisfaction, Trust and Loyalty as Predictors of Customer Intention to Re-Purchase South Africa Retailing Industry." Mediterranean Journal of Social Sciences. Vol.4 No.14 : 437-446.