



คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ
กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์

SERVICE QUALITY AFFECTING DECISIONS TO USE DOMESTIC LOW-COST AIRLINES
: CASE STUDY OF NOK AIR

วีรยา ทยานุวัฒน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ
กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

SERVICE QUALITY AFFECTING DECISIONS TO USE DOMESTIC LOW-COST AIRLINES
: CASE STUDY OF NOK AIR



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2020

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ
กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์
ของ
วีรยา ทยานวัฒน์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.รลิตา สังข์บุญนาคน) (รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

ชื่อเรื่อง	คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์
ผู้วิจัย	วีรยา ทยานุวัฒน์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. รลิตา สังข์บุญนา

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสถิติวิเคราะห์สมการถอยถอยชนิดหลายตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (2) ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ อยู่ในระดับคุณภาพการบริการดีทุกด้าน (3) ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์โดยรวมอยู่ในระดับดี (4) ผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (5) ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (6) ตัวแปรที่ส่งผลกับคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศสายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ,ด้านความเอาใจใส่ ,ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านการให้ความมั่นใจ

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, การตัดสินใจใช้บริการ, สายการบินนกแอร์

Title	SERVICE QUALITY AFFECTING DECISIONS TO USE DOMESTIC LOW-COST AIRLINES : CASE STUDY OF NOK AIR
Author	WERAYA TAYANUWAT
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Dr. Rasita Sangboonnak

The objectives of this research are to study the quality of services that affected the decision to use Nok Air, a low-cost domestic airline. The sample used in this research were 400 passengers, divided into those passengers who used the airline and those who had never used Nok Air. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA and statistical values for multiple regression analysis. The research results were as follows (1) the majority of the respondents who used Nok Air were female, over 36 years, graduated with a Bachelor's degree, worked as a private company employees, and earned an average monthly income of 30,000 Baht or lower; (2) the passengers commented on the quality of the services provided in five aspects, including tactile things, such as reliability, responsiveness, assurance and attention were at a good level of service quality in all aspects; (3) passengers had overall opinions on their decision to use Nok Air at a good level; (4) passengers with different occupations had different decisions to use low-cost domestic airline with a statistical significance level of 0.05; and (5) passengers with a different average monthly income had different decisions to use the low-cost domestic airline with a statistical significance level of 0.05; and (6) the variables affecting service quality on decisions to use Nok Air with a statistical significance level of 0.05 were the aspects of responsiveness, empathy, tangibility, and assurance.

Keyword : Service Quality, Decision Making to Use Services, Nok Air Airlines

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร. รลิตา สังข์บุญนาคนาค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจแก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ ให้ความช่วยเหลือในงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนสำเร็จ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ประสิทธิผลความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง รวมถึงเพื่อนๆ ที่คอยให้การสนับสนุน ให้คำแนะนำและให้กำลังใจ เพื่อเพิ่มแรงพลังในการทำวิจัยเล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยฉบับนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องธุรกิจสายการบินต่างๆ ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้กับผู้มีส่วนร่วมทุกท่าน

วีรยา ทยานุวัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูปภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	2
ความสำคัญของงานวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	8
1. แนวคิดและทฤษฎีทางประชากรศาสตร์.....	8
2. แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการบริการ.....	12
3. แนวคิดและทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจ.....	16
4. ประวัติและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินนกแอร์.....	17
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	24
1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	24
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	25
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	30
5. การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการศึกษา	38
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	64
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	65
สังเขปการวิจัย	65
สรุปผลการวิจัย	66
อภิปรายผลการวิจัย	70
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	73
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	79
ประวัติผู้เขียน	86

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40
ตาราง 2 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ ทำการจัดกลุ่มใหม่ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับคุณภาพการ บริการของสายการบินนกแอร์ 5 ด้าน เป็นรายข้อ	44
ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับการตัดสินใจ ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เป็นรายข้อ	49
ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบความค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ที่จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's test.....	51
ตาราง 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามเพศ	51
ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบความค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's test.....	52
ตาราง 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอายุ.....	53
ตาราง 9 แสดงผลการทดสอบความค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test.....	54
ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	55
ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's test.....	56

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe.....	56
ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกัน กับการตัดสินใจใช้ บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3	57
ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test	59
ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	60
ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการ ให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) กับการตัดสินใจใช้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression. 61	
ตาราง 17 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และ ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ (Multiple Regression Analysis ใช้วิธี enter).....	62
ตาราง 18 แสดงสรุปผลทดสอบสมมติฐาน.....	64

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
ภาพประกอบ 2 ภาพตัวอย่างสัญลักษณ์ตราสินค้าสายการบินนกแอร์.....	17
ภาพประกอบ 3 ภาพตัวอย่างเส้นทางการบินสายการบินนกแอร์.....	20



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) คือธุรกิจในรูปแบบในการเดินทางทางอากาศ เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการบิน เนื่องจากผู้โดยสารนึกถึงความประหยัดในการเดินทางมากขึ้น จึงทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีการแข่งขันที่รุนแรงและขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนส่งผลทำให้แต่ละสายการบินต่างตระหนักถึงปัญหาด้านคู่แข่งและส่วนใหญ่มหันมาใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความต่างทางด้านราคาให้กับสินค้าหรือบริการของตัวเองอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่สายการบินต้นทุนต่ำนิยมใช้เพื่อจูงใจลูกค้าในปัจจุบันอาจทำได้ลำบากในสภาพแวดล้อมปัจจุบันนี้ เนื่องจากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงทำให้สายการบินต้นทุนต่ำหันไปสร้างความต่างที่ตราสินค้าแทน โดยพยายามสร้างตำแหน่งสินค้าของตัวเองให้เข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภค ให้เป็นอันดับต้นๆ และพยายามเข้าถึงผู้โดยสารให้มากที่สุด ด้วยการสร้างความแตกต่างในตราสินค้าให้กับสินค้าหรือบริการผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบ (นิรัชยา เลิศเรืองฤทธิ์, 2559) รวมไปถึงการคิดค้นวิธีการสื่อสารการตลาดใหม่ๆ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

สายการบินนกแอร์ เป็นสายการบินชั้นประหยัด ซึ่งมีการบินไทย เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ โดยนกแอร์ได้มองเห็นในเรื่องของความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ มีการรับรองสนับสนุนอย่างดีเยี่ยมจากสายการบินไทย ในด้านเครื่องบิน นักบิน และงานซ่อมบำรุง ล้วนมีมาตรฐานระดับโลกเช่นเดียวกันกับสายการบินไทย ได้รับรองจากกรมการขนส่งทางอากาศแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา องค์การร่วมบริหารการบินแห่งยุโรป

สภาพการแข่งขันในตลาดธุรกิจการบินในปี พ.ศ. 2563 สายการบินต้นทุนต่ำ มีการเผชิญกับสภาวะที่รุนแรงแบบต่อเนื่อง เนื่องจากแต่ละสายการบินได้มีการสั่งเครื่องบินแบบใหม่เพิ่มขึ้นและเปิดเส้นทางใหม่ในภูมิภาคในประเทศไทย ตลอดจนเพิ่มเที่ยวบินในเส้นทางเดิม จาก 3-4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เป็นการบินแบบวันต่อวัน ในขณะเดียวกัน ผู้โดยสารได้เล็งเห็นความสำคัญกับเรื่องของการรับบริการที่มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง ความน่าเชื่อถือของสายการบิน ความปลอดภัยในการเดินทาง ตลอดจนความเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ดังนั้นสายการบินนกแอร์ต้องมีการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป (สยามธุรกิจ, 2562)

สำหรับการทำงานของสายการบินนกแอร์ในปี พ.ศ. 2562 ในช่วง 3 ไตรมาสที่ผ่านมา สายการบินนกแอร์ขาดสภาพคล่องทางการเงินเป็นจำนวนมากกว่า 50% จึงทำให้ปรับลดเที่ยวบินในเส้นทางรองบางเที่ยว และหยุดลดการบินเครื่องบินจำนวนหนึ่งลง ทำให้ในอดีต สายการบินนกแอร์มีปัญหาในด้านภาพลักษณ์ของสายการบินที่ไม่ดีนัก และด้วยสภาวะการแข่งขันในธุรกิจการบินที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้สายการบินนกแอร์มีผลกระทบอย่างหนักในการแก้ปัญหา นกแอร์ต้องเร่งปรับภาพลักษณ์คุณภาพการให้บริการของนกแอร์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อลดปัญหาด้านภาพลักษณ์ที่ไม่ดีออกไป และสิ่งสำคัญต้องสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสารให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ยังต้องปรับตัว เพื่อรองรับกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากสายการบินคู่แข่งที่มีอยู่ และสายการบินที่เข้ามาใหม่ (ข่าวสด, 2562)

ด้วยเหตุผลนี้ทำให้การบริการ เป็นส่วนหนึ่งในการแข่งขันที่สำคัญ เพราะคุณภาพการบริการที่ดีจะสามารถดึงดูดใจให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจในการบริการ และสามารถทำให้ลูกค้ามีการตัดสินใจที่จะใช้บริการสายการบินต่อไป ผู้วิจัยเลยสนใจที่จะศึกษา “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบิน ให้เต็มขีดความสามารถของตนเอง

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจที่จะใช้บริการเส้นทางการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยแบ่งตามลักษณะของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เป็นข้อมูลแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพในการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารที่รับบริการสายการบินนกแอร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร
2. เป็นแนวทางในการนำผลวิจัยไปศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบถึงจำนวนประชากร ดังนั้นในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (Yamane Taro, 1973) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% หรือ 0.05 จากสูตรการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสถานที่เก็บข้อมูล ได้แก่ ภายในท่าอากาศยานดอนเมือง เนื่องจาก สถานที่ดังกล่าวเป็นฐานปฏิบัติการหลักในการทำการบินของสายการบินนกแอร์ และการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ดังกล่าว ให้ครบตามแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 16-25 ปี

1.1.2.2 26-35 ปี

1.1.2.3 36-45 ปี

1.1.2.4 46-55 ปี

1.1.2.5 มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2 ปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1 นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต

1.1.4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.4.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

1.1.4.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ

1.1.4.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.1.5.2 15,001-30,000 บาท

1.1.5.3 30,001-45,000

1.1.5.4 45,001-60,000

1.1.5.5 มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป

1.2 คุณภาพการบริการบนเครื่องบินสายการบินนกแอร์

1.2.1 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility)

1.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

1.2.3 ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)

1.2.4 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)

1.2.5 ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการสายการบิน
ต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost airline) หมายถึง สายการบินในอัตราค่าโดยสารที่ต่ำกว่าสายการบินปกติทั่วไป ด้วยการลดต้นทุนการบิน โดยไม่มีบริการพิเศษต่างๆ เช่น ไม่มีการจองที่นั่ง ไม่มีการบริการอาหารฟรีบนเครื่องบิน ไม่มีน้ำหนักบรรทุกทุกสัมภาระใต้เครื่องบินให้ผู้โดยสารฟรี ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินได้ เป็นต้น

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้โดยสารที่รับบริการหรือเคยรับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบินนกแอร์

3. คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของผู้โดยสาร ซึ่งผู้โดยสารจะทำการประเมินคุณภาพการบริการโดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังของตนเองกับการบริการที่ได้รับจริง โดยทำการประเมินจากความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบิน สายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยทำการประเมินคุณภาพบริการในด้านต่างๆ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

3.1 ด้านสิ่งสัมผัสได้ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่เป็นรูปธรรมของการบริการ สามารถมองเห็นได้ จับต้องได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่องบิน เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการต่างๆ ซึ่งจะทำให้ผู้ได้รับบริการรับรู้ได้อย่างชัดเจน

3.2 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ที่ได้รับบริการ เกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการรับบริการเป็นที่ดี ตรงตรงและถูกต้อง

3.3 ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความเต็มใจและตั้งใจในการให้บริการ การเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ตรงความต้องการ

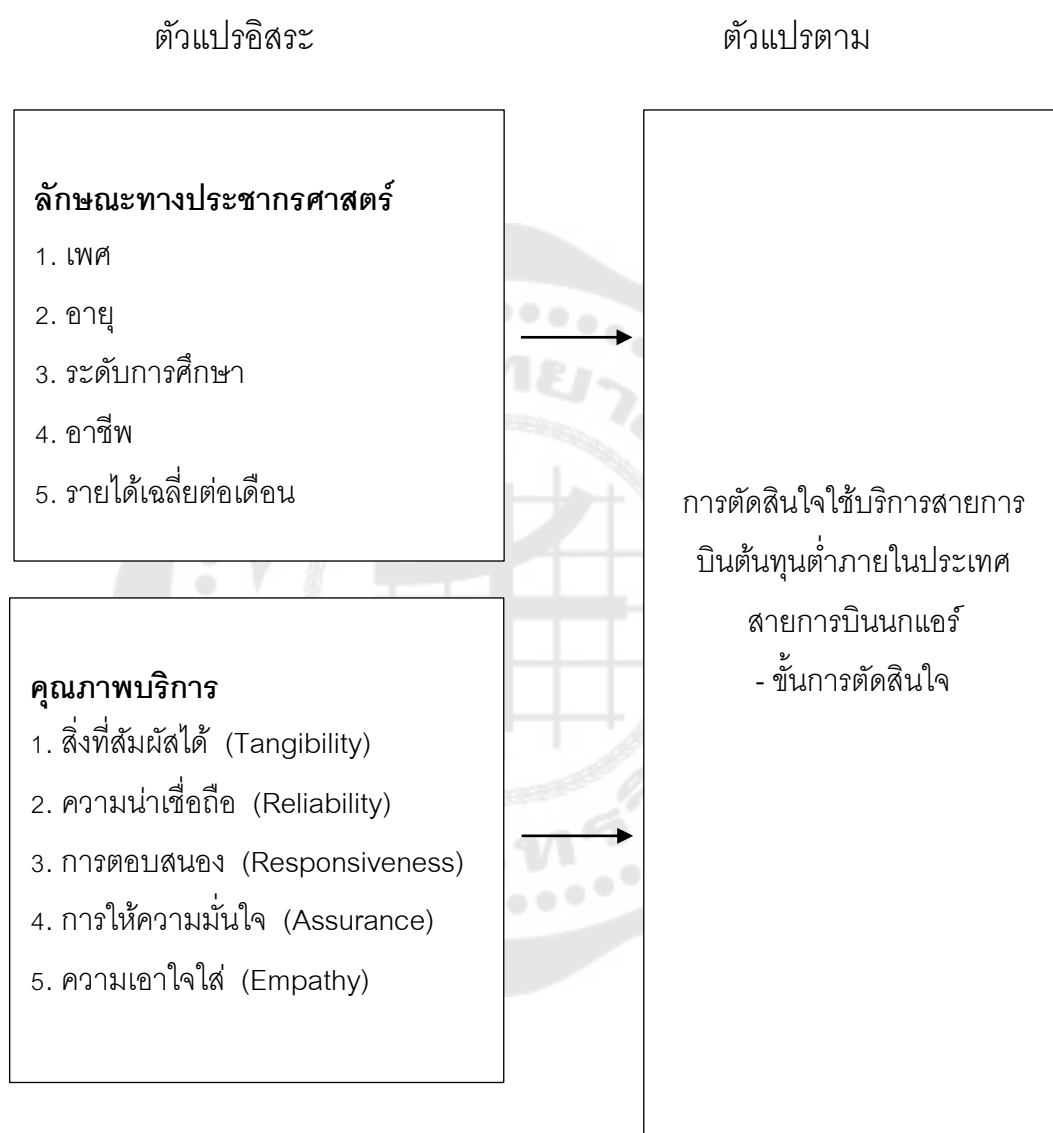
3.4 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความความสามารถส่งผลทำให้เกิดความเชื่อใจ ความเชื่อมั่น ของผู้ได้รับบริการในการใช้บริการนั้นๆ

3.5 ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการให้บริการโดยคำนึงถึงจิตใจและความแตกต่างของผู้ได้รับบริการเป็นหลัก

4. การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากการตัดสินใจ ในด้านจิตใจและลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการหรือตัดสินใจซื้อสินค้าอื่นๆ

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” มีกรอบแนวความคิดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” มีสมมุติฐานดังนี้

1. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกรับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

2. คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการหาข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานข้อมูลจากแนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของงานวิจัย เพื่อให้ประกอบในการวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” ที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา โดยมีประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจ
4. ประวัติและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินนกแอร์
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้อธิบายไว้ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ ด้านอายุ ด้านเพศ ด้านขนาดครอบครัว ด้านสถานภาพครอบครัว ด้านรายได้ ด้านอาชีพ และด้านการศึกษา สิ่งเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่ถูกใช้บ่อยมากในการแบ่งส่วนแบ่งตลาด ทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสามารถใช้สถิติวัดได้ ประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา สังคมและวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงแนวความคิดและความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึง และมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรในด้านอื่นๆ ในด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีตัวแปร ดังนี้

1. ด้านอายุ (Age) เนื่องจาก สินค้าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า ที่มีอายุแตกต่างกัน กลุ่มนักการตลาดจึงใช้ประโยชน์ในเรื่องอายุนี้เป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างของส่วนทางการตลาด นักการตลาดจึงได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยให้ความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น
2. ด้านเพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการแบ่งส่วนทางการตลาด เช่นเดียวกัน กลุ่มนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะสถานการณ์ปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมี

การเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมการบริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจจะมีสาเหตุมาจากการที่กลุ่มผู้หญิงมีการทำงานที่มากขึ้น

3. ด้านลักษณะครอบครัว (Marital status) ในอดีตจนถึงในปัจจุบัน ปัจจัยด้านลักษณะครอบครัวถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการทำตลาดมาตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า กลุ่มนักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือน ว่าใครสามารถตัดสินใจในครัวเรือนมากที่สุด ที่ทำให้นักการตลาดสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมต่อไปได้

4. ด้านรายได้ ด้านการศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) ถือเป็นส่วนสำคัญในเรื่องการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ต่ำ เป็นกลุ่มที่มีขนาดตลาดที่มีขนาดใหญ่ในสังคม ปัญหาที่สำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือ เกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้เป็นตัวแสดงถึงความสามารถในการเลือกซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถ ในการเลือกซื้อสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าอย่างแท้จริงอาจจะถือเป็นเกณฑ์ในรูปแบบของการดำรงชีวิต ทางด้านรสนิยม ด้านอาชีพ ด้านการศึกษา ฯลฯ แม้ด้านรายได้จะเป็นตัวแปรที่ถูกนำมาใช้เยอะ กลุ่มนักการตลาดส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์ ด้านรายได้มารวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรือโยงรวมกับด้านอื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่างๆ ถือว่าใช้ในเกณฑ์ด้านรายได้ร่วมกับเกณฑ์ด้านอายุ

ภาวิณี กาญจนภา (2554) ได้อธิบายไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษาและรายได้ เป็นต้น ลักษณะที่กล่าวมา มีความสำคัญต่อกลุ่มนักการตลาด เนื่องมาจากในปัจจุบันที่กล่าวมาข้างต้น มีความเกี่ยวพันในเรื่องของอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลายรูปแบบ ในการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ มีการชี้ให้เห็นถึงเรื่องของการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และตลาดอื่นๆ จะลดลงหมดไปหรือความสำคัญจะลดลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

1. อายุ เป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ปัจจัยหนึ่งที่นักการตลาดใช้ในการศึกษาพฤติกรรม ซึ่งอายุที่แตกต่างกันของบุคคลส่งผลต่อความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาเรื่องราวต่างๆ การรับรู้ ประสบการณ์ชีวิต ความสนใจ และอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละช่วงวัย

1.1 วัยเด็ก บุคคลในวัยนี้ มีความสนใจในผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทขนมหวาน สิ่งที่สำคัญ ในวัยนี้มักจะสนใจสื่อทางโทรทัศน์ที่เป็นรายการสำหรับเด็ก และมุ่งเน้นไปที่เรื่องของความสนุกสนานมากกว่า สื่อสิ่งเป็นสิ่งพิมพ์สื่อต่างๆ

1.2 วัยรุ่น ผู้ที่อยู่ในวัยนี้มีแนวโน้มที่จะมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ประเภทเรื่องของความบันเทิง และผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ต่างๆ แต่บุคคลในวัยกลุ่มนี้ยังมีรายได้ไม่มากนัก เนื่องจากยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง บุคคลกลุ่มวัยรุ่นกลุ่มนี้น่าจะเป็นกลุ่มตลาดที่ดี ส่วนสื่อที่บุคคลในวัยนี้มักจะให้ความสนใจ จะเป็นสื่อประเภทโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต

1.3 วัยรุ่นตอนปลายจนถึงวัยกลางคน บุคคลกลุ่มนี้ เป็นบุคคลที่มีรายได้เป็นของตนเอง ผู้ที่อยู่ในวัยนี้อาจจะเป็นตลาดที่ดีสำหรับสินค้าในประเภทที่มีราคาสินค้าระดับปานกลางถึงระดับสูง กลุ่มสินค้าประเภทนี้ สามารถแสดงให้เห็นถึงผลของการย่างเข้าสู่วัยกลางคนของตนเอง สื่อที่จะมักใช้ในการเข้าถึงบุคคลกลุ่มวัยนี้ มักจะเป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์

1.4 วัยเกษียณอายุหรือวัยชรา บุคคลกลุ่มนี้ ถือเป็นบุคคลในกลุ่มที่มีรายได้ไม่มากเท่าไร นิยมใช้จ่ายเงินเมื่อมีความจำเป็นในการใช้จ่าย ผู้ที่อยู่ในกลุ่มวัยนี้น่าจะเป็นกลุ่มตลาดที่ดีสำหรับผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของประเภทการท่องเที่ยว หรือผลิตภัณฑ์ในส่วนที่สามารถเสริมสร้างความแข็งแรงสุขภาพร่างกายได้ เช่น ประเภทสถานที่ออกกำลังกาย ประเภทเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงร่างกายของตนเอง สื่อประเภทที่สามารถเข้าถึงในกลุ่มบุคคลวัยนี้ จะเป็นพวกในเรื่องของสื่อวิทยุหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ แต่ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กล่าวข้างต้น ต้องอาศัยความระมัดระวังอย่างมาก เพื่อไม่ให้เป็นการสร้างความแบ่งแยกในช่วงอายุว่าตนเองกำลังจะเข้าสู่วัยชราหรือวัยเกษียณอายุอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันในเรื่องการรับรู้และการต่อต้าน ในการเลือกซื้อสินค้าต่างๆ

2. เพศหญิงและชาย มีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของสรีระ เรื่องความถนัดอารมณ์ และเรื่องทางสภาวะจิตใจ ได้ถูกกำหนดในบทบาทของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง จึงส่งผลทำให้เพศหญิง และเพศชายมีโอกาสที่จะมีแนวคิดค่านิยม รวมถึงเรื่องของทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป โดยปัจจัยทางด้านเพศเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการตลาด เนื่องจากเพศที่แตกต่างกัน อาจส่งผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันได้อีกด้วย

3. เชื้อชาติ ในเรื่องเชื้อชาติสามารถถูกนำมาใช้ในการเป็นเกณฑ์ ในเรื่องแบ่งส่วนตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าบางประเภท อาทิ ประเภทเสื้อผ้า ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องประดับ เป็นต้น บุคคลที่มีเชื้อชาติเดียวกันส่วนใหญ่มักจะมีวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ความ

เชื่อและค่านิยมที่เหมือนกัน ซึ่งมีผลในการตัดสินใจเลือกชนิดหรือเลือกคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์สินค้าที่เลือกซื้อเลือกใช้

4. รายได้ (Income) จัดเป็นตัวแปรที่นักการตลาดมักนิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาด เนื่องจาก เป็นปัจจัยที่สามารถสะท้อนถึงความสามารถ อำนาจในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค นอกจากนี้ ในส่วนของรายได้ยังมีผลกับชนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้มีการเลือกซื้อเลือกใช้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ที่สูง ส่วนใหญ่มักมีความสนใจในประเภทสินค้าฟุ่มเฟือยและมีคุณภาพดี เป็นจำนวนมากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ที่ต่ำ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคกลุ่มรายได้ที่ต่ำจะมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจต่อสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการใช้งานและการดำรงชีวิต

5. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) แต่ละขั้นของวงจรชีวิตในครอบครัว จะมีส่วนในการกำหนดว่า บุคคลได้มีการทำหน้าที่ในการเลือกตัดสินใจซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อย่างเช่น ในช่วงที่ครอบครัวเริ่มต้น มีการแต่งงานและมีบุตรเพิ่มเข้ามา สินค้าผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกในครอบครัวจะให้ความสนใจอาจจะเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าสำหรับเด็ก

6. ชนชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นเรื่องที่มีผลกระทบที่รุนแรงต่อในความชอบสินค้าผลิตภัณฑ์ต่างๆ หลายบริษัทจึงได้ทำการออกแบบบริการและสินค้าให้เข้ากับชนชั้นทางสังคมของแต่ละกลุ่ม โดยรสนิยมและความชอบของชนชั้นทางสังคมสามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายใน 1 ปี อย่างเช่น ในช่วงปี 1990 ช่วงเวลาแห่งความโลภและการแสดงออกทางฐานะ เพื่อชนชั้นที่สูงกว่า ทุกวันนี้ความชอบและรสนิยมของผู้คนทั่วโลก จะเน้นไปที่เรื่องของเศรษฐกิจที่พอเพียง ถึงแม้ว่าสินค้าบางประเภทบางชนิดยังมีราคาที่สูง ด้วยตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ก็ยังมีกลุ่มบุคคลที่แสวงหาสินค้าราคาแพงเหล่านี้เพื่อนำมาครอบครอง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยขอนำทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ดังกล่าวมา เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาถึงตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ อาจเป็นสาเหตุของการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ หรือไม่อย่างไร ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามต่อไป

2. แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการบริการ

ในปัจจุบันที่ธุรกิจภาคบริการประสบภาวะการแข่งขันภายในธุรกิจที่ค่อนข้างสูง ทำให้ทุกธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ที่ตรงหรือเกินกว่าเป้าหมายของผู้บริโภคให้มากที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจและการจงรักภักดีกับตราสินค้าและบริการ เนื่องจากคุณภาพบริการที่ดีจะเป็นรากฐานของความสำเร็จที่ยั่งยืนของธุรกิจภาคการบริการ

ความหมายของการบริการ

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ราชบัณฑิตยสถานให้คำจำกัดความของคำว่า บริการ ไว้ว่า หากเป็นคำนาม หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ ถ้าเป็นคำกริยา หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ

Gronroos (1990) ให้ความหมายไว้ว่า “การบริการ คือ กิจกรรมหรือกลุ่มกิจกรรมที่โดยธรรมชาติแล้วไม่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีเพื่อการจัดการต่อปฏิกริยาที่เกิดขึ้นระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเพื่อให้จัดการกับปัญหาของลูกค้า”

เลิฟลือค คริสโตเฟอร์ เอช และไรท์ ลอเรน (2003) กำหนดความหมายว่า “เป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการเป็นสิ่งที่ไม่มองเห็น จับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้”

Kotler Philip และ Keller Kevin (2006) กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของการบริการ 4 ประการ ได้แก่

ประการที่ 1 การบริการมีลักษณะที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) เพราะ ไม่สามารถจับต้องหรือมองเห็น ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ไม่มีเสียง และสัมผัสไม่ได้ สิ่งเหล่านี้ทำให้การบริการมีความแตกต่างจากสินค้าอื่น นอกจากนี้ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ทำให้ผู้ให้บริการมองไม่เห็นผลลัพธ์ของการบริการก่อนการซื้อ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมีการจัดการเพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความมั่นใจด้วยการสร้างหลักฐานทางกายภาพให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความมีตัวตนของการบริการให้เห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุด

ประการที่ 2 การบริการไม่สามารถแยกจากกันได้ (Inseparability) เนื่องจากการผลิตและการบริโภคหรือการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ดังนั้น การรับรู้คุณภาพของการบริการจะเกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ

ประการที่ 3 การบริการมีความไม่แน่นอน (Variability) ทั้งนี้เพราะความหลากหลายของผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ เวลาของการให้บริการ เป็นต้น ทำให้การบริการมีความไม่สม่ำเสมอ

ประการที่ 4 การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability of output) เมื่อการบริการเกิดขึ้นแล้วไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการบริการที่ไม่ทันความต้องการของผู้รับบริการหรือสูญเสียรายได้โดยเปล่าประโยชน์

ประเภทของการบริการ

Kotler และ Keller (2012) ได้อธิบายประเภทของการบริการไว้ว่า องค์ประกอบของการบริการสามารถเป็นได้ทั้งองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรองของภาพรวมที่น่าเสนอต่อลูกค้าซึ่งได้จัดประเภทของการบริการที่น่าเสนอต่อลูกค้าไว้

1. สินค้าที่สัมผัสได้จริง ตัวอย่างเช่น สบู่/ยาสีฟัน โดยไม่มีการบริการเสริมเข้ามาด้วย
2. สินค้าที่มีตัวตนจับต้องได้ร่วมกับบริการ ตัวอย่างเช่น รถยนต์ คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ ที่มีการรับประกันหรือการบริการลูกค้าแบบพิเศษ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาสินค้าให้มีเทคโนโลยีมากขึ้น จะมีความต้องการให้มีการบริการสนับสนุนซึ่งต้องเป็นบริการที่มีคุณภาพในระดับสูงด้วย
3. การผสมผสานสินค้าเข้ากับการบริการ ตัวอย่างเช่น ภัตตาคาร จะมีสัดส่วนของสินค้าและบริการเท่ากัน
4. การบริการเป็นหลักร่วมกับสินค้าเป็นส่วนรอง ตัวอย่างเช่น การเดินทางทางเครื่องบินที่มีสินค้าสนับสนุน ได้แก่ ของว่างหรือเครื่องดื่ม
5. การบริการอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น พี่เลี้ยงเด็ก นักกายภาพบำบัด หรือนวดบำบัด

คุณภาพของการบริการ

กมลวรรณ เก่งสาริกิจ (2559) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกตามที่คาดหวังไว้ ในขณะที่ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีความมั่นใจในบริการว่ามีคุณภาพการบริการที่ดี ส่งผลให้รู้สึกมั่นใจ ไว้ใจ ในการบริการตามที่คาดหวังไว้

สิริวิมล คำวงศ์ (2559) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการใช้บริการของลูกค้า และการรับรู้ถึงผลปฏิบัติที่ได้รับหลังจากการใช้บริการ

Schmenner R.W (1995, อ้างถึงใน กมลวรรณ เก่งสารกิจ 2559) คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ และความคาดหวังที่ผู้ได้รับบริการได้รับจริงจากการบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่น้อยกว่าความคาดหวังผู้รับบริการก็จะรู้สึกติดลบ ตรงกันข้ามกันหากผู้รับบริการรับรู้ว่าการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังคุณภาพการให้บริการก็จะเป็นบวกหรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง

Parasuraman Zeithaml และ Berry (1985) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ เป็นข้อวินิจฉัยเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยขึ้นอยู่กับเหตุผลคุณลักษณะในการประเมินความเชื่อ และทัศนคติของผู้ประเมิน

เกณฑ์ที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman Zeithaml และ Berry (1990) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ที่ผู้รับบริการต้องใช้ประเมินคุณภาพการบริการ สามารถชี้แจงได้เป็น 10 มิติ ได้แก่

1. สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) คือ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวก การแต่งตัวของบุคลากร และอุปกรณ์ต่างๆ
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการทำตามข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้เกี่ยวกับบริการนั้นๆอย่างถูกต้อง
3. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้ารวมทั้งด้านความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการ
4. ความสามารถ (Competence) คือ การมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและความรู้ในการบริการ
5. อธิษาศย์ไมตรี (Courtesy) คือ มีความเรียบร้อย ความสุภาพ การเคารพ การให้เกียรติซึ่งกันและกัน และการเป็นมิตรในการติดต่อกับผู้อื่น
6. ความไว้วางใจได้ (Credibility) คือ การมีคุณค่าน่าเชื่อถือ มีความสัตย์ และมีความเชื่อถือไว้วางใจได้
7. การเข้าถึงบริการ (Access) คือ การที่ผู้ใช้บริการสามารถได้รับการบริการได้อย่างสะดวกสบาย ไม่มีขั้นตอนที่มากมายหรือซับซ้อนจนเกินไป ใช้เวลาน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการจะต้องอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้เสมอ

8. การสื่อสาร (Communication) คือ การพูดคุยด้วยภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ และรับฟังสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะแจ้งหรือบอกให้ทราบ

9. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย

10. ความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง มีความพยายามที่จะรู้จักเข้าใจลูกค้า และทราบในความต้องการลูกค้า

ในการเลือกซื้อหรือใช้บริการในแต่ละครั้ง ลูกค้าไม่สามารถจับต้องในเรื่องของสินค้าบริการได้ ดังนั้น ลูกค้าจึงใช้เกณฑ์ในการวัดระดับของคุณภาพการบริการก่อนทำการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการ

Parasuraman Zeithaml และ Berry (1998) ได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาในขั้นของการประเมินคุณภาพการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยปี 1998 ได้มีการสร้างเครื่องมือชุดของคุณภาพการบริการโดยมีการจำแนกเป็น 5 ด้านขึ้นมา มีดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) งานบริการต้องสามารถจับต้องและสัมผัสได้ มีความเป็นรูปธรรม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวชี้วัด โดยมีลักษณะกายภาพที่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน อย่างเช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ สถานที่ วัสดุ และบุคคลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นั้น ช่วยให้กลุ่มลูกค้ามีการรับรู้ถึงพนักงานในการตั้งใจให้บริการอย่างเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอให้แก่กลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภค งานบริการที่มอบให้แก่กลุ่มลูกค้าในทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง มีความเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในการให้บริการ และสามารถสร้างความเชื่อถือ เชื่อใจไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าได้

3. การตอบสนอง (Responsive) พนักงานมีหน้าที่ให้บริการกลุ่มลูกค้าด้วยความเต็มอกเต็มใจ มีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าในเวลาที่กำหนด โดยกลุ่มลูกค้าจะได้รับการบริการได้อย่างรวดเร็วและมีความสะดวกสบาย

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของความรู้และความสามารถ ทักษะในการทำงานต่างๆ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และความมีมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นมิตร จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ความพึงพอใจรวมถึงสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการเป็นอย่างดี

5. ความเอาใจใส่ (Empathy) พนักงานที่ให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าแต่ละบุคคลด้วยการเอาใจใส่และให้ความสนใจ แก่ผู้ที่มาใช้บริการ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีคุณภาพการบริการ Parasuraman Zeithaml และ Berry (1998) ดังกล่าวมาศึกษาคุณภาพการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับตัวแปรในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsive) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

3. แนวคิดและทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, อ้างถึงในพวงแก้ว บวรกิจสุธี 2556) กล่าวว่า ผู้ซื้อจะมีลักษณะการซื้อ มีเหตุผล และความชอบที่แตกต่างกัน แต่ผู้ซื้อจะมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่เหมือนกัน ซึ่งแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ความสามารถรับรู้ถึงความต้องการ ผู้บริโภคจะคำนึงถึงถึงความต้องการจากสิ่งที่ตนเองรู้สึกว่ายังขาดหาย และจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถมาเติมเต็มให้กับความต้องการนั้น

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาค้นหาในข้อมูล ผู้บริโภคจะหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการให้เยอะที่สุด เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา ทำการเปรียบเทียบเพื่อหาทางเลือกที่ดีและเหมาะสมกับตนเองที่สุด

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจ เป็นการตัดสินใจ ทำการซื้อจริง ซึ่งผู้ซื้อต้องทำการคิดและตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการ ยี่ห้อสินค้า รวมไปถึงปริมาณการเลือกซื้อ

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ-การใช้ ผู้ซื้ออาจมีพฤติกรรมในการตอบสนองความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจจากการซื้อ การใช้ ที่ต่างกัน คือ เมื่อพึงพอใจก็จะทำการซื้อซ้ำ และอาจกลายเป็นลูกค้าที่มีความภักดีได้ เมื่อไม่พึงพอใจก็จะเลิกใช้ หรืออาจเรียกร้องให้ผู้ขายรับผิดชอบ

วุฒิ สุขเจริญ (2559) ระบุว่า การตัดสินใจ (Decision making) ไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพัง แต่มีรูปแบบที่เป็นกระบวนการ (Process) โดยทั่วไปมีงานย่อยๆ ภายใต้การตัดสินใจ ได้แก่ การระบุถึงปัญหา (Identify problem) ระบุทางเลือก (Identify alternatives) ถ้าเป็นการตัดสินใจไม่ซับซ้อนเป็นเรื่องที่เคยชินอยู่แล้ว ผู้บริโภคจะเลือกแบบที่เคยชิน (Choose usual action) แต่ถ้ามีความซับซ้อนผู้บริโภคจะประเมินทางเลือก (Evaluate alternatives) และทางเลือกที่มี (Choose among alternatives) หลังจากตัดสินใจในทางเลือกแล้วจะกระทำตามที่ตัดสินใจ โดยผู้ตัดสินใจ

จะหาคำอธิบายว่าทำไมจึงตัดสินใจแบบนั้น (Effect choice) ในกรณีที่ไม่สามารถตัดสินใจ ผู้บริโภคจะพยายามสร้างทางเลือกใหม่ (Generate new alternative) หากไม่สามารถสร้างทางเลือกใหม่ ผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจและจะละทิ้งปัญหา (Abandon problem)

Moody Paul (1983, อ้างถึงใน วุฒิ สุขเจริญ 2559) ได้นำเสนอกระบวนการตัดสินใจ โดยระบุว่า การตัดสินใจบางเรื่องมีความซับซ้อน บางเรื่องเป็นเรื่องง่าย ๆ และการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่เป็นระบบปิดแบบวนรอบ (Closed-loop decision process) โดยเริ่มจากการตระหนักถึงปัญหา จากนั้นจึงเกิดการรับรู้ปัญหา มีการวิเคราะห์ทางเลือกที่เป็นไปได้ และผลที่ตามมาแล้วจึงทำการเลือกทางเลือก และนำไปปฏิบัติ หลังจากนั้นจะเกิดการตอบกลับ (Feedback) และกลับไปตระหนักถึงปัญหาใหม่

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจ ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ดังกล่าวมา โดยใช้ในขั้นตอนการตัดสินใจเพียงขั้นตอนเดียว เนื่องจากในขั้นตอนการตัดสินใจนั้นเป็นขั้นตอนของการประเมินผลในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค เป็นการศึกษา ถึงการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ซึ่งสอดคล้องกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

4. ประวัติและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินนกแอร์

สายการบินนกแอร์ คือ สายการบินราคาประหยัดของคนไทย ซึ่งมีบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร่วมกับผู้ถือหุ้นอื่นๆ "นกแอร์" เป็นชื่อที่มีความเป็นไทย สั้นและง่ายต่อการจดจำ โดยสัญลักษณ์นก เป็นสัญลักษณ์แห่งการเดินทางที่ไร้ขีดจำกัด มีอิสระในการบิน สามารถบินไปได้ทุกที่ที่อยากจะไป สำหรับตราสินค้านี้ นกแอร์ใช้สีเหลืองเป็นตราสัญลักษณ์ของสายการบิน โดยสีเหลืองนั้นแสดงให้เห็นถึงลักษณะและมีความหมาย โดยหมายถึงความเป็นมิตร และความอบอุ่น



ภาพประกอบ 2 ภาพตัวอย่างสัญลักษณ์ตราสินค้าสายการบินนกแอร์

“นกแอร์” จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ในนามบริษัท สกายเอเชีย จำกัด (Sky Asia Ltd.) ต่อมาวันที่ 16 มกราคม 2549 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท สายการบินบินนกแอร์ จำกัด” ภายหลังได้แปรสภาพเป็นบริษัทจำกัดมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2556 โดยมีสโลแกน “มั่นใจบินไปกับนกแอร์”

พันธกิจของบริษัท “นกแอร์มุ่งมั่นเพื่อเป็นสายการบินราคาประหยัดอันดับหนึ่งในประเทศไทย โดยนำเสนอความพึงพอใจแก่ลูกค้าด้วยราคาที่คุ้มค่าแต่คงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ ความสะอาด ความคิดสร้างสรรค์ และการเอาใจใส่”

วิสัยทัศน์ของบริษัท “มืออาชีพอย่างเป็นกันเอง” บุคลากรที่ให้บริการท่านด้วยความใส่ใจ ความเป็นมิตร และความเป็นมืออาชีพ สะท้อนถึงวัฒนธรรมที่ใส่ใจการบริการและการฝึกอบรมตามมาตรฐานสากลมาเป็นอย่างดี นกแอร์มีความภาคภูมิใจที่มีโอกาสได้รับใช้ผู้โดยสารคนไทย และแสดงถึงหัวใจบริการในแบบไทยที่นำภาคภูมิใจสู่นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก

“แบ่งปันเพื่อสังคม” นกแอร์มีความภาคภูมิใจที่ได้มีโอกาสแบ่งปันและสร้างประโยชน์ต่อสังคม เช่น โครงการ “Nok Gives Life” จัดจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อนำรายได้เข้ามูลนิธิเด็กที่มึโรคหัวใจ โดยโครงการนี้จะอยู่ในความดูแลของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ และการสร้างห้องสมุดดินสำหรับเยาวชนเพื่อให้เป็นแหล่งการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ทุรกันดาร ภายใต้โครงการ “Nok Library”

“มุ่งมั่นเพื่อความปลอดภัย” นกแอร์ดำรงไว้ซึ่งการบริหารระบบบริหารคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคง โดยใช้แผนบริหารจัดการเชิงรุก ในการระบุอันตรายและความเสี่ยง ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการตรวจประเมินอย่างมีระบบ เพื่อกำจัดหรือลดระดับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยทางการบิน การบาดเจ็บของบุคคล การเสียหายของอุปกรณ์ หรือสภาพแวดล้อม

“นวัตกรรมเพื่อการเดินทาง” วันนี้เราไม่หยุดค้นคว้าเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และนำมาสร้างสรรค์บริการรูปแบบใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มช่องทางและยกระดับการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางแก่ผู้โดยสาร เช่น แอปพลิเคชันสำหรับ Apple Watch ช่วยรับข้อมูลการเดินทางและแสดงบอร์ดดิ้งพาสได้อย่างสะดวกสบายผ่านนาฬิกา การถ่ายรูปบัตรเครดิต แทนการกรอกข้อมูลเลขบัตรเครดิต ช่วยให้ทำการจองได้รวดเร็วกว่าเดิม

สายการบินนกแอร์ คำนึงถึงความปลอดภัยของท่านผู้โดยสารเป็นหลักสำคัญและเพื่อความมั่นใจของท่านผู้โดยสารทุกท่านต่อความปลอดภัยที่ท่านจะได้รับตลอดการเดินทางกับ

นกแอร์ เราใช้เครื่องบินที่เช่าจากการบินไทยและรวมถึงใช้บุคลากรบำรุงเครื่องบินเดียวกันกับการบินไทย ซึ่งเป็นระบบที่มีมาตรฐานการซ่อมบำรุงที่เป็นสากล มาตรฐานดังกล่าว เป็นมาตรฐานที่ได้รับความไว้วางใจจากสายการบินต่างชาติที่มีชื่อเสียงอีกหลายราย ทั้งนี้ เนื่องมาจากมาตรฐานของการบินไทย มีการรับรองในเรื่องมาตรฐานจากกรมการขนส่งทางอากาศแห่งประเทศไทย (Department of Civil Aviation หรือ DCA) และองค์การขนส่งทางอากาศของต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (US Federal Aviation Administration หรือ FAA) และองค์การร่วมบริหารการบินแห่งยุโรป (Europe's Joint Aviation Authority หรือ JAA) ตลอดจนการรับรองคุณภาพ ISO 9002 ด้านการบริหารจัดการระบบที่มีคุณภาพ และยังได้ ISO 14000 ในการรับรองด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม อีกด้วย

สายการบินนกแอร์ให้บริการเที่ยวบินจากฐานปฏิบัติการหลักที่ทำอากาศยานดอนเมือง ฐานปฏิบัติการย่อยที่ทำอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่และทำอากาศยานนานาชาติภูเก็ต โดยมุ่งเน้นให้บริการเที่ยวบินทั้งในเส้นทางที่มีความต้องการอย่างหนาแน่นอย่างเส้นทางสายหลัก และเส้นทางบินที่มีความต้องการบินจำนวนน้อยอย่างเส้นทางรอง ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการคาดการณ์ถึงความต้องการทางการบินที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตอย่างเส้นทางการบินสายรอง และเส้นทางการบินสายย่อยเพื่อให้สอดคล้องกลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท ทั้งนี้บริษัทยังให้บริการเที่ยวบินในแบบเหมาลำ (Charter Flight) กับผู้โดยสารที่มีความประสงค์จะเดินทางเป็นหมู่คณะ หรือต้องการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่อยู่นอกเหนือจากตารางบินแบบประจำของบริษัทอีกด้วย นกแอร์ให้บริการขนส่งทางอากาศภายในประเทศและต่างประเทศ ในลักษณะจุดต่อจุด โดยไม่มีบริการเชื่อมต่อ (Point-to-Point) เป็นผู้ให้บริการเที่ยวบินที่ครอบคลุมทุกภูมิภาค ในประเทศไทย

โดยในปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศมากที่สุด โดยบริษัทให้บริการเที่ยวบินทั้งหมด 28 เส้นทางบิน ซึ่งประกอบด้วย 21 เส้นทางบินภายในประเทศ และ 7 เส้นทางบินระหว่างประเทศ มีฝูงบิน (Fleet) ทั้งหมด 26 ลำ ได้แก่ โบอิง 737-800 จำนวนที่นั่ง 189 ที่นั่ง จำนวน 18 ลำ และเครื่องบินโบดัด Q400 จำนวนที่นั่ง 86 ที่นั่ง จำนวน 8 ลำ



ภาพประกอบ 3 ภาพตัวอย่างเส้นทางการบินสายการบินนกแอร์

เส้นทางการบินภายในประเทศ

- ภาคเหนือ (เชียงใหม่, เชียงราย, ลำปาง, แพร่, แม่ฮ่องสอน, แม่ฮ่องสอน)
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น, บุรีรัมย์, สกลนคร,อุดรธานี,อุบลราชธานี,เลย)
- ภาคกลาง (พิษณุโลก)
- ภาคใต้ (หาดใหญ่, ตรัง, กระบี่, ชุมพร, ภูเก็ต, นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี, ระนอง)

เส้นทางระหว่างประเทศ

- กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) – ย่างกุ้ง (พม่า)
- กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) - โฮจิมินห์ (เวียดนาม)
- กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) – หนานหนิง (จีน)
- ภูเก็ต – เจียงตู (จีน)
- กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) – กัวฮาดู (อินเดีย)
- เชียงใหม่ – หนานหนิง (จีน)
- กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) – ฮิโรชิม่า (ญี่ปุ่น)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อินทิรา จันทรัฐ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เทียบบินภายในประเทศ ผลวิจัยพบว่า ลูกค้ำที่ใช้หรือเคยใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เทียบบินภายในประเทศ ผลงานวิจัยพบว่า โดยรวมเป็นเพศชาย มีอายุ 36 - 45 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีความคาดหวังต่อด้านทัศนคติ ความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้า ทัศนคติลักษณะทางกายภาพ ในระดับความคาดหวังมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด-น้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่องความคาดหวัง พบว่า เพศแตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำเทียบบินภายในประเทศ ทางด้าน ทัศนคติความเชื่อถือได้ และทัศนคติลักษณะทางกายภาพ อายุพบความแตกต่างกันทางด้านทัศนคติความมั่นใจ และทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว สถานภาพพบความแตกต่างทางด้านทัศนคติความมั่นใจ การศึกษาพบความแตกต่างทางด้านทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็วและทัศนคติความมั่นใจ อาชีพพบความแตกต่างทางด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว และทัศนคติเข้าถึงจิตใจลูกค้า ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่องการรับรู้จริง พบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำเทียบบินภายในประเทศ ทางด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว และทัศนคติความเชื่อถือได้ อายุพบความแตกต่างกัน ทางด้านทัศนคติการตอบสนองรวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว และทัศนคติความเชื่อถือได้ อาชีพพบความแตกต่างทางด้านทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว และทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้า สถานภาพ การศึกษา และรายได้พบความแตกต่างกันทุกด้าน

ณัฐชยา พาเจริญ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพในการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเทียบบินภายในประเทศ กรณีศึกษา : เส้นทางการบินเชียงใหม่-กรุงเทพ ผลวิจัยพบว่า ด้านคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน ในด้านที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการในเรื่องของการใช้อุปกรณ์ความปลอดภัย เรื่องความคาดหวังในคุณภาพบริการของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีหมายเลขที่นั่งโดยสารถูกต้องชัดเจน ในเรื่องของปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เทียบบินภายในประเทศที่พบ ได้แก่ พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินไม่อยู่ในบริเวณที่สามารถสอบถามได้ พนักงานภาคพื้นดินให้การ

บริการไม่ค่อยดี ดูแลผู้โดยสาร First Class เป็นพิเศษและดูแลผู้โดยสารต่างชาดีกว่าผู้โดยสารคนไทย การติดต่อและการซื้อตั๋วผ่าน web site ใช้เวลานาน การแจ้งเลื่อนเที่ยวบินและการ Check in ล่าช้าและไม่สะดวกสบายในการเดินทาง

พงษ์พันธุ์ ตระกูลศรีชัย (2553) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา : สายการบินไทยแอร์เอเชีย ผลวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้โดยสารชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยเดือน ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการให้บริการของพนักงานสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พฤติกรรมด้านการใช้บริการของผู้โดยสารชาวไทย ในด้าน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสายการบิน ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ของสายการบิน ด้านจำนวนครั้งในการเดินทางต่อปีนั้น พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการ ในการเดินทางเพียง 1-2 ครั้งต่อปี ด้านได้รับประสบการณ์ในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่าส่วนใหญ่ได้รับประสบการณ์ที่ดี ในการใช้บริการ ด้านเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยส่วนใหญ่พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ข้อมูลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการของพนักงาน สายการบินไทยแอร์เอเชียพบว่าอันดับ 1 คือ เครื่องบินที่นำมาทำการบิน อันดับ 2 คือ ความตรงต่อเวลา ของสายการบิน อันดับ 3 คือ การดูแลผู้โดยสารเมื่อเกิดกรณีเครื่องบินล่าช้า

พริมนนท์ ธนธิปวรนนท์ (2554) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ สายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา สายการบินไทยแอร์เอเชีย กับ สายการบินนกแอร์ ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อจุดประสงค์ด้านธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ จำนวนครั้งของการใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่เดินทางเป็นวันจันทร์-วันศุกร์ การสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางเว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่ เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะ เรื่องราคา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจะใช้บริการนกแอร์มากกว่าไทยแอร์เอเชีย ในเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการที่ได้รับจากการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินนกแอร์ โดยรวมในระดับมาก ตัวแปรที่สำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกันระหว่างสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินนกแอร์ คือ การสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตร และเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินนกแอร์ ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อ

เดือน และช่วงเวลาที่ เดินทาง ส่วน สายการบินไทยแอร์ เอเชีย ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ และจำนวนครั้งของการใช้บริการ ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการที่ได้รับจากการใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำระหว่างสายการบิน ไทยแอร์เอเชียและสายการบินนกแอร์ มีความแตกต่างกันทั้งรายด้านและโดยรวม

ณัชชา ศักดิ์สุจริต (2554) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลวิจัยพบว่า ในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการชาวไทยต่อคุณภาพบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแตกต่างกัน และผู้ให้บริการชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

จิตติพงศ์ วรรณมทองดี (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร ผลการวิจัยพบว่า ทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มในด้านแนะนำหรือบอกต่อกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการสายการบินไทยในอนาคต ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เรื่องคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน บริการที่สัมผัสได้ ความเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ และ ความเข้าถึงจิตใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร ในด้านการกลับมาใช้บริการสายการบินไทยและด้านแนะนำหรือบอกต่อกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการสายการบินไทยในอนาคต ในทุกตัวแปร

พัชรี อนุสิทธิ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ตัวแปรความเป็นรูปธรรมของบริการ ตัวแปรความเชื่อถือไว้วางใจได้ ตัวแปรการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ตัวแปรการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร ในส่วนผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารที่รับบริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ ผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ เนื่องจาก ผู้วิจัยไม่ทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Yamane Taro, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ ความผิดพลาดไม่เกิน 5% จากสูตรนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่	n	=	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	e	=	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05
	Z	=	ความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่ง Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า 1.96 (กัลยา วาณิชบัญชา, 2545)

โดยแทนค่าที่ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.05 ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{4(0.0025)}$$

$$n = \frac{3.8416}{(0.01)}$$

$$n = 385$$

จากสูตรการวิจัยที่คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง ดังนั้นจึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ภายในท่าอากาศยานดอนเมือง

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกผู้โดยสาร ที่เต็มใจและยินดีให้ข้อมูล ภายในท่าอากาศยานดอนเมือง จนได้ทั้งหมด 400 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

แหล่งที่มาของข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาเอกสารข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากจากผู้โดยสารที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถามเพื่อถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้โดยสาร ความคิดเห็นคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) และคำถามด้านการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบินนกแอร์

2. ปรับปรุงดัดแปลงแบบสอบถาม ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้กับงานวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ออกแบบ นำเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องของเนื้อหาและเสนอแนะเพิ่มเติม ก่อนนำเสนอกรรมการควบคุมงานสารนิพนธ์

4. นำเสนอแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทำการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง จากนั้นนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมงานสารนิพนธ์ เพื่อทดสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดสอบใช้จริง

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2544) ซึ่งค่าอัลฟาที่ได้แสดงถึงระดับความคงที่ของคำถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูงโดยในงานวิจัยนี้ค่าความเชื่อมั่นจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (เกียรติสุตา ศรีสุข, 2552)

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้น กำหนดเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งลักษณะ

คำถามแบบปลายปิด (Close – ended Question) จำนวน 5 ข้อ โดยแต่ละคำถามแสดงประเภทของข้อมูล

ข้อที่ 1 เพศ ซึ่งแบ่งออกเป็น เพศชายและเพศหญิง ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1.1 ชาย

1.2 หญิง

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงอายุตาม มาตรฐานการจัดกลุ่มอายุ 3 ประเภท มีดังนี้ กลุ่ม 5 ปี กลุ่ม 10 ปี และกลุ่ม 20 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) โดยในการวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มแบบ 10 ปี ดังนั้นจึงแบ่งช่วงอายุออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

2.1 16-25 ปี

2.2 26-35 ปี

2.3 36-45 ปี

2.4 46-55 ปี

2.5 มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal scale) ดังนี้

3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.2 ปริญญาตรี

3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

4.1 นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต

4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.3 พนักงานบริษัทเอกชน

4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ

4.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยผู้วิจัยได้กำหนดช่วงห่างช่วงละ 15,000 บาท และช่วงอายุออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

5.2 15,001 – 30,000 บาท

5.3 30,001 – 45,000 บาท

5.4 45,001 – 60,000 บาท

5.5 60,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มีข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ รวม 24 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามมาตรวัดส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
ระดับ 5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	เห็นด้วย
ระดับ 3	ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามในส่วนของคุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2558) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

ซึ่งค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แสดงได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับดีมาก
3.41-4.20	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับดี
2.61-3.40	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับไม่ดี
1.00-1.80	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จำนวน 6 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามมาตราวัดส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน โดยกำหนดระดับคะแนน ได้ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
ระดับ 5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	เห็นด้วย
ระดับ 3	ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามในส่วนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ ที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} = 0.80\end{aligned}$$

ซึ่งค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แสดงได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับดีมาก
3.41-4.20	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับดี
2.61-3.40	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับไม่ดี
1.00-1.80	ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ อยู่ในระดับไม่ดีย่างมาก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยที่นำแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 กลุ่ม ที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือ บทความ สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ วารสาร เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดการข้อมูลโดยการดำเนินการตามขั้นตอน โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับคำตอบแล้วมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิจัยทางสังคมศาสตร์หรือ SPSS/PC (Statistical package for social science) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ทำวิจัยทำการตรวจสอบความความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างได้มีการตอบ และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว และนำมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.4 การทดสอบสมมติฐานเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ Independent t – test (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546), One –Way Analysis of Variance (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) และสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ Multiple Regression Analysis (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

การทดสอบเพศที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการที่ต่างกัน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ Independent t – test ทดสอบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง

การทดสอบอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน โดย วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระหลายตัว โดยตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเอง แต่จะมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม

5. การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2546) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อกำหนดให้ P แทน ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2546) ใช้สูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{(\sum x)}{n}$$

เมื่อกำหนดให้ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

Σx	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วาณิชย์
ปัญญา, 2546)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อกำหนดให้	$S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของ กลุ่มตัวอย่าง
	Σx^2	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\Sigma x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่นของ
แบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha
Coefficient) (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2546; 2554, 35) มีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k \overline{(Covariance)} / \overline{(Variance)}}{1 + (k-1) \overline{(Covariance)} / \overline{(Variance)}}$$

เมื่อกำหนดให้	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{(Covariance)}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนรวมระหว่าง คำถามต่างๆ
	$\overline{(Variance)}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2.1 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1.1 สถิติ Independent t – test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศ โดยใช้สูตรดังนี้

กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($s_1^2 = s_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x} - \bar{y}}{Sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อกำหนดให้

t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{x}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($s_1^2 \neq s_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x} - \bar{y}}{Sp \sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความอิสระ = df

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1-1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2-1}}$$

เมื่อกำหนดให้	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{x}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

2.1.2. สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีสูตรดังนี้

ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) มีสูตร ดังนี้

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อกำหนดให้	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom : DF) ระหว่างกลุ่ม คือ k-1 ภายในกลุ่ม n-k และรวมทั้งกลุ่ม คือ n-1

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% ทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MES \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่

$n_i \neq n_j$

$r = n - k$

เมื่อกำหนดให้

LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

$T_{\frac{\alpha}{2}; n-k}$ แทน

ค่าที่ใช้พิจารณาการแจกแจงที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ชั้นของความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MES แทน

ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSW)

k แทน

จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i

n แทน

จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j

α แทน

ค่าความเชื่อมั่น

ใช้ค่า Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung, 2001) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_B}{MS_W}$$

โดยค่า

$$MS_W = \left[1 - \frac{n_1}{N} \right] S_i^2$$

เมื่อกำหนดให้

β แทน ค่าสถิติที่พิจารณาใน Brown- Forsythe

MS_B แทน

ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน

ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

K แทน

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n_i แทน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน

ขนาดประชากร

S_i^2 แทน

ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

และเมื่อพบค่าความแปรปรวนของตัวแปรต้นไม่เท่ากันอย่างน้อย 1 กลุ่ม จะทำการตรวจ สอบความแปรปรวนเป็นรายคู่ โดยใช้สูตรตามวิธี Dunnett T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) คำนวณโดยใช้สูตรดังนี้

$$\overline{d_D} = \frac{q_d \sqrt{2(MS_S)_A}}{\sqrt{n}}$$

เมื่อกำหนดให้ $\overline{d_D}$ แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน Dunnett T3

q_d แทน ค่าตาราง Critical values of the Dunnett test

MS_S_A แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.1.3 สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระหลายตัว โดยตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเอง แต่จะมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ในเรื่องคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จากสมการถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งมีพารามิเตอร์ $k+1$ ตัวคือ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ การประมาณ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ จะต้องใช้ข้อมูล ตัวอย่างของตัวแปร $Y, X_1, X_2, \dots, X_k$ โดยใช้ตัวอย่างขนาด n จากสมการเชิงความถดถอยเชิงซ้อน

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \dots + \beta_k X_{ik} + e_i$$

เมื่อกำหนดให้ Y = ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

X = ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

β_0 = ส่วนตัดแกน Y หรือค่าของ Y เมื่อ X มีค่าเป็นศูนย์

e_i = ความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่ม (Random error)

β_1 = ความชัน (Slope) ของเส้นตรง จะเรียกว่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินบินนกแอร์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของผล ได้ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Stranded Deviation)
t	แทน	สถิติทดสอบ T-test
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of squares)
F	แทน	สถิติทดสอบ F-test
df	แทน	องศาของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนในการทดสอบสมมติฐานหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Unstandardized)
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานของตัวแปรอิสระ (Standardized)
SE	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Standard Error of Mean)
Ad R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted R-squared)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R-squared)
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Y	แทน	การตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์
X_1	แทน	คุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility)
X_2	แทน	คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
X_3	แทน	คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)
X_4	แทน	คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)
X_5	แทน	คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอและการแปลผลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน
2. คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ

(Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน
ต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 400 คน แสดงผลการวิเคราะห์จำแนกตามตัวแปร ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
- ชาย		178	44.5
- หญิง		222	55.5
รวม		400	100.0
อายุ			
- 16-25 ปี		106	26.5
- 26-35 ปี		123	30.8
- 36-45 ปี		61	15.2
- 46-55 ปี		50	12.5
- มากกว่า 56 ปีขึ้นไป		60	15.0
รวม		400	100.0
ระดับการศึกษา			
- ต่ำกว่าปริญญาตรี		68	17.0
- ปริญญาตรี		274	68.5
- สูงกว่าปริญญาตรี		58	14.5
รวม		400	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	52	13.0
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12.0
- พนักงานบริษัทเอกชน	189	47.2
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	63	15.8
- พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	36	9.0
- อื่นๆ (ฟรีแลนซ์)	12	3.0
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	82	20.5
- 15,001– 30,000 บาท	158	39.5
- 30,001 – 45,000 บาท	77	19.3
- 45,001 – 60,000 บาท	45	11.2
- มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป	38	9.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน ได้ดังนี้

เพศ ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

อายุ ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ อายุ 16-25 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 อายุ 36-45 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 อายุมากกว่า 56 ปี ขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุ 46-55 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้โดยสารถส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้โดยสารถส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อาชีพอื่นๆ (ฟรีแลนซ์) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้โดยสารถส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รายได้ระหว่าง 30,001-45,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รายได้ระหว่าง 45,001-60,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 รายได้มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความถี่ในกลุ่มย่อยน้อยจนเกินไป ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวมกลุ่มข้อมูลใหม่ เพื่อให้ข้อมูลถูกกระจายอย่างสม่ำเสมอ และเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งได้กลุ่มข้อมูลใหม่ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
- 16-25 ปี	106	26.5
- 26-35 ปี	123	30.8
- มากกว่า 36 ปีขึ้นไป	171	42.7
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	100	25.0
- พนักงานบริษัทเอกชน	189	47.2
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์)	111	27.8
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	240	60.0
- มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	160	40.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่ ได้ดังนี้

ด้านอายุ ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 อายุ 16-25 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) โดยเสนอค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ 5 ด้าน เป็นรายชื่อ

คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility)			
1. สภาพห้องโดยสารบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ	4.34	.632	ดีมาก
2. สภาพห้องน้ำบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ	4.21	.654	ดีมาก
3. ภายในห้องโดยสารมีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีแสงสว่างเพียงพอต่อการใช้งาน	4.11	.664	ดี
4. ขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารมีความเหมาะสม สะดวกสบาย	3.99	.752	ดี
5. ขนาดและความกว้างของที่เก็บสัมภาระเพียงพอต่อการใช้งาน	4.06	.707	ดี
รวม	4.14	.584	ดี

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)			
1. บุคลากรของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความน่าเชื่อถือ	4.14	.719	ดี
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี	4.06	.654	ดี
3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีการบริการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์และเป็นธรรมแก่ผู้โดยสาร	3.97	.673	ดี
4. สายการบินนกแอร์ สามารถให้บริการได้ตรงกับรายละเอียดที่แจ้งไว้กับผู้โดยสาร	4.06	.716	ดี
5. สายการบินนกแอร์มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการบนเครื่องบินเป็นอย่างดี	4.06	.714	ดี
รวม	4.06	.569	ดี
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)			
1. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเต็มใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.05	.685	ดี
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความพร้อมสำหรับการให้บริการ	4.10	.692	ดี
3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีเพียงพอต่อการให้บริการ สามารถให้บริการผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึง	3.94	.738	ดี
4. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถให้ข้อมูล แก่ผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน	4.02	.700	ดี
5. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว	4.04	.725	ดี
รวม	4.03	.589	ดี

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)			
1. ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในความปลอดภัย เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์	3.97	.742	ดี
2. ท่านมีความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ยอดเยี่ยม เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์	4.00	.830	ดี
3. ท่านมีความมั่นใจในการตรงต่อเวลาของเที่ยวบินของสายการบินนกแอร์	3.73	.878	ดี
4. สายการบินนกแอร์มีมาตรฐานในการบริการ เป็นที่ยอมรับของผู้โดยสาร	3.99	.761	ดี
5. อุปกรณ์ช่วยชีวิตบนเครื่องบินมีความทันสมัย และเพียงพอต่อการใช้งานแก่ผู้โดยสารทุกท่าน	4.09	.660	ดี
รวม	3.96	.624	ดี
ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)			
1. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเป็นมิตร เอาใจใส่ มีอัธยาศัยดี ในการให้บริการ	4.01	.713	ดี
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้ความเอาใจใส่กับผู้โดยสารในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	3.91	.701	ดี
3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ได้ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของผู้โดยสารเป็นหลัก	3.88	.743	ดี
4. การบริการบนเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่คำนึงถึงความต้องการของผู้โดยสารเฉพาะกลุ่ม เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ สตรีมีครรภ์ ฯลฯ	4.09	.710	ดี
รวม	3.97	.579	ดี

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ จำนวน 400 คน ที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน 5 ด้าน โดยพิจารณาความคิดเห็นในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีมากในข้อ สภาพห้องโดยสารบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะและสภาพห้องน้ำบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ 4.21 ตามลำดับ และผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีในข้อ ภายในห้องโดยสารมีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีแสงสว่างเพียงพอต่อการใช้งาน, ขนาดและความกว้างของที่เก็บสัมภาระเพียงพอต่อการใช้งาน และขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารมีความเหมาะสมสะดวกสบาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 , 4.06 และ 3.99 ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีทุกข้อ คือ บุคลิกภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความน่าเชื่อถือ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำ ช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี, สายการบินนกแอร์ สามารถให้บริการได้ตรงกับรายละเอียดที่แจ้งไว้กับผู้โดยสาร, สายการบินนกแอร์มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการบนเครื่องบินเป็นอย่างดี และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีการบริการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์และเป็นธรรมแก่ผู้โดยสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 , 4.06 , 4.06 , 4.06 และ 3.97 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีทุกข้อ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความพร้อมสำหรับการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเต็มใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถให้ข้อมูล แก่ผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีเพียงพอต่อการให้บริการ สามารถให้บริการผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 , 4.05 , 4.04 , 4.02 และ 3.94 ตามลำดับ

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีทุกข้อ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความมั่นใจในการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำ ช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี, สายการบินนกแอร์ สามารถให้บริการได้ตรงกับรายละเอียดที่แจ้งไว้กับผู้โดยสาร, สายการบินนกแอร์มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการบนเครื่องบินเป็นอย่างดี และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีการบริการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์และเป็นธรรมแก่ผู้โดยสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 , 4.06 , 4.06 , 4.06 และ 3.97 ตามลำดับ

คุณภาพบริการดีทุกข้อ คือ อุปกรณ์ช่วยชีวิตบนเครื่องบินมีความทันสมัย และเพียงพอต่อการใช้งานแก่ผู้โดยสารทุกท่าน, ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ยอดเยี่ยม เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์, สายการบินนกแอร์มีมาตรฐานในการบริการ เป็นที่ยอมรับของผู้โดยสาร, ความมั่นใจในความปลอดภัย เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์ และความมั่นใจในการตรงต่อเวลาของเที่ยวบินของสายการบินนกแอร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 , 4.00 , 3.99 , 3.97 และ 3.73 ตามลำดับ

ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพบริการดีทุกข้อ คือ การบริการบนเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่คำนึงถึงความต้องการของผู้โดยสารเฉพาะกลุ่ม เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ สตรีมีครรภ์ ฯลฯ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเป็นมิตร เอาใจใส่ มีอัธยาศัยที่ดี ในการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้ความเอาใจใส่กับผู้โดยสารในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ได้ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของผู้โดยสารเป็นหลัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 , 4.01 , 3.91 และ 3.88 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยเสนอค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เป็นรายชื่อ

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีบริการครบครันตรงความต้องการ	3.71	.739	ดี
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีเส้นทางเที่ยวบินภายในประเทศมากกว่าสายการบินอื่นๆ	3.73	.758	ดี
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยพิจารณาจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้า	3.95	.741	ดี
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จากการแนะนำของครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก	3.91	.697	ดี
5. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการครั้งก่อน	3.97	.728	ดี
6. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เมื่อได้มีการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินอื่นๆ	3.63	.836	ดี
รวม	3.82	.576	ดี

จากตาราง 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยรวมมีความคิดเห็นดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ดีทุกข้อ คือ ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการครั้งก่อน, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยพิจารณาจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้า, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จากการแนะนำของครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีเส้นทางเที่ยวบินภายในประเทศมากกว่าสายการบินอื่นๆ, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์

บินนกแอร์ เพราะมีบริการครบครันตรงความต้องการ และตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เมื่อได้มีการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 , 3.95 , 3.91 , 3.73 , 3.71 และ 3.63 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยตามลักษณะประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้โดยสารที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้โดยสารที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้สถิติ Independent Sample t-test โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig มีค่ามากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบความค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ที่จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's test

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
เพศ	Equal variances assumed	0.006	0.938
	Equal variances not assumed		

จากตาราง 5 ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.938 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน (Equal variances assumed) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์		t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
เพศ	ชาย	3.76	0.570	0.006	398	0.083
	หญิง	3.86	0.577			

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.083 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่จะนำไป เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test มีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบความค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's test

อายุ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	0.532	2	397	0.588

จากตาราง 7 ผลการทดสอบความแปรปรวนของกลุ่มอายุต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.588 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความ

แปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตาราง 8

ตาราง 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	1.105	2	0.553	1.672	0.189
	ภายในกลุ่ม	131.161	397	0.330		
	รวม	132.266	399			

จากตาราง 8 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ สถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.189 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่

ละกลุ่มไม่เท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่จะนำไป เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test มีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงผลการทดสอบความค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test

ระดับการศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	0.248	2	397	0.780

จากตาราง 9 ผลการทดสอบความแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษาต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.780 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 10

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.526	2	0.763	2.316	0.100
	ภายในกลุ่ม	130.740	397	0.329		
	รวม	132.266	399			

จากตาราง 10 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ สถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างมีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่จะนำไป เปรียบเทียบเชิงซ้อน

(Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test มีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's test

อาชีพ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	7.124*	2	397	0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของกลุ่มอาชีพต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ มีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์	Statistic	df1	df2	Sig.
อาชีพ	15.150*	2	297.840	0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ จำแนกตามอาชีพโดยใช้ สถิติ Brown-Forsythe พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

หมายความว่า ผู้โดยสารถี่มีอาชีพแตกต่างมีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยค่าสถิติ Dunnett T3 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของกลุ่มผู้โดยสารต่างๆ โดยผลการทดสอบเป็นไปตามตาราง 13

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกัน กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์)
นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.80	-	-0.17* (0.03)	0.21* (0.03)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.96		-	0.38* (0.00)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์)	3.59			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 พบว่า

ผู้โดยสารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างจาก อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแตกต่าง เป็นรายคู่กับ ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้โดยสารอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่า ผู้โดยสารอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17

ผู้โดยสารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างจาก อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแตกต่าง เป็นรายคู่กับ ผู้โดยสารที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้โดยสารอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการมากกว่า ผู้โดยสารอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

ผู้โดยสารที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างจาก อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแตกต่าง เป็นรายคู่กับ ผู้โดยสารที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้โดยสารอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนมีการตัดสินใจใช้บริการมากกว่า ผู้โดยสารอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้สถิติ Independent Sample t-test โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig มีค่ามากกว่า 0.05 และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Equal variances assumed	9.704	0.002*
	Equal variances not assumed		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง โดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Equal variances not assumed) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์		t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
รายได้เฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	3.91	0.515	3.909	292.406	0.000*
ต่อเดือน	มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	3.68	0.633			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

H_0 : คุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

H_1 : คุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค enter ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง

(H₁) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig.
1	Regression	86.813	5	17.363	150.506*	0.000*
	Residual	45.453	394	0.115		
	Total	132.266	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 16 พบว่า ความถดถอยพหุคูณที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) มีผลกับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ โดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 17 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศสายการบินนกแอร์ (Multiple Regression Analysis ใช้วิธี enter)

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่(Constant)	0.161	0.139	1.159	0.247		
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1)	0.202	0.041	4.948*	0.000	0.510	1.959
ด้านความน่าเชื่อถือ (X_2)	0.049	0.052	0.940	0.348	0.330	3.028
ด้านการตอบสนอง (X_3)	0.268	0.054	4.961*	0.000	0.286	3.501
ด้านการให้ความมั่นใจ (X_4)	0.186	0.047	3.940*	0.000	0.332	3.009
ด้านความเอาใจใส่ (X_5)	0.203	0.047	4.301*	0.000	0.385	2.595
r = 0.810 Adjusted R ² = 0.652 R ² = 0.656 SE = 0.339						

หมายเหตุ : ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00 และ ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า 0.2000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 17 ได้ทำการทดสอบความไม่สัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์พบว่า ค่า Variance inflation factor (VIF) ที่สูงสุดมีค่าเท่ากับ 3.501 ซึ่งไม่เกิน 5 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยสุดเท่ากับ 0.286 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.200 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์พหุคูณ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อ ในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยเรียงลำดับมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตอบสนอง (X_3) ด้านความเอาใจใส่ (X_5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1) ด้านการให้ความมั่นใจ (X_4) ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 4 ตัวนี้ สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 65.2 (Adjusted R² = .652) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายเท่ากับ 0.656

สมการที่สามารถทำนายการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ใช้คะแนนดิบดังนี้

$$Y = 0.161 + 0.268 (X_3) + 0.203 (X_5) + 0.202 (X_1) + 0.186 (X_4)$$

สรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง (X_3) ด้านความเอาใจใส่ (X_5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1) และด้านการให้ความมั่นใจ (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.268, 0.203, 0.202, 0.186 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง (X_3) ด้านความเอาใจใส่ (X_5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1) และด้านการให้ความมั่นใจ (X_4) เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอธิบายผลได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ จะพบว่า การตัดสินใจใช้บริการของผู้โดยสาร สายการบินนกแอร์ มีค่าอยู่ที่ระดับ 0.161 หน่วย

คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง (X_3) ที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ เพิ่มขึ้น 0.268 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้คุณภาพการบริการ อีก 4 ด้านมีค่าคงที่ แสดงว่าคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง (X_3) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ (X_5) ที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ เพิ่มขึ้น 0.203 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้คุณภาพการบริการ อีก 4 ด้านมีค่าคงที่ แสดงว่าคุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่ (X_5) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1) ที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ เพิ่มขึ้น 0.202 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้คุณภาพการบริการ อีก 4 ด้านมีค่าคงที่ แสดงว่าคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X_1) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ (X_4) ที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบิณกแอร์ เพิ่มขึ้น 0.186 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้คุณภาพการบริการ อีก 4 ด้านมีค่าคงที่ แสดงว่าคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ (X_4) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบิณกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 18 แสดงสรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบิณกแอร์ แตกต่างกัน		
เพศ	t-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
อายุ	f-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
ระดับการศึกษาสูงสุด	f-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
อาชีพ	Brown-Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	t-test	สอดคล้องตามสมมติฐาน
2. คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบิณกแอร์		
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility)	Regression	สอดคล้องตามสมมติฐาน
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	Regression	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	Regression	สอดคล้องตามสมมติฐาน
ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	Regression	สอดคล้องตามสมมติฐาน
ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)	Regression	สอดคล้องตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินบินนกแอร์” ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีประเด็นที่จะนำมาสรุปผล อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะผลของการวิจัย ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. สังเคราะห์การวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผลการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะ

สังเคราะห์การวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบินนกแอร์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินบินนกแอร์

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เป็นข้อมูลแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการ ให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ให้ตรงจุดกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. สามารถนำผลวิจัยไปศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน

2. คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ด้านเพศ ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

ด้านอายุ ผู้โดยสารส่วนใหญ่ มีอายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 อายุ 16-25 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ผู้โดยสารส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ผู้โดยสารส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน ผู้โดยสารส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) พบว่า อยู่ในระดับคุณภาพการบริการดีทุกด้าน และในรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ และด้าน

การให้ความมั่นใจ โดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมรายด้านเท่ากับ 4.14 , 4.06 , 4.03 , 3.97 และ 3.96 ตามลำดับ

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ผู้โดยสาร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพบริการดีมากในข้อ สภาพห้องโดยสารบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะและสภาพห้องน้ำบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ 4.21 ตามลำดับ และผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพบริการดีในข้อ ภายในห้องโดยสารมีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีแสงสว่างเพียงพอต่อการใช้งาน, ขนาดและความกว้างของที่เก็บสัมภาระเพียงพอต่อการใช้งาน และขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารมีความเหมาะสมสะดวกสบาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 , 4.06 และ 3.99 ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้โดยสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความ โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพบริการดีทุกข้อ คือ บุคลิกภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความน่าเชื่อถือ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำ ช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี, สายการบินนกแอร์ สามารถให้บริการได้ตรงกับรายละเอียดที่แจ้งไว้กับผู้โดยสาร, สายการบินนกแอร์มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการบนเครื่องบินเป็นอย่างดี และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีการบริการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์และเป็นธรรมแก่ผู้โดยสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 , 4.06 , 4.06 , 4.06 และ 3.97 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ผู้โดยสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพบริการดีทุกข้อ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความพร้อมสำหรับการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเต็มใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถให้ข้อมูล แก่ผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีเพียงพอต่อการให้บริการ สามารถให้บริการผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 , 4.05 , 4.04 , 4.02 และ 3.94 ตามลำดับ

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้โดยสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีทุกข้อ คือ อุปกรณ์ช่วยชีวิตบนเครื่องบินมีความทันสมัย และเพียงพอต่อการใช้งานแก่ผู้โดยสารทุกท่าน, ความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ยอดเยี่ยม เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์, สายการบินนกแอร์มีมาตรฐานในการบริการเป็นที่ยอมรับของผู้โดยสาร, ความมั่นใจในความปลอดภัย เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์ และความมั่นใจในการตรงต่อเวลาของเที่ยวบินของสายการบินนกแอร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 , 4.00 , 3.99 , 3.97 และ 3.73 ตามลำดับ

ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ผู้โดยสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ โดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการดีทุกข้อ คือ การบริการบนเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่คำนึงถึงความต้องการของผู้โดยสารเฉพาะกลุ่ม เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ สตรีมีครรภ์ ฯลฯ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเป็นมิตร เอาใจใส่ มีอัธยาศัยดี ในการให้บริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้ความเอาใจใส่กับผู้โดยสารในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของผู้โดยสารเป็นหลัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 , 4.01 , 3.91 และ 3.88 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศของสายการบินนกแอร์พบว่า

ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยรวมมีความคิดเห็นดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ดีทุกข้อ คือ ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะ มีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการครั้งก่อน, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยพิจารณาจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้า, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จากการแนะนำของครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีเส้นทางเที่ยวบินภายในประเทศมากกว่าสายการบินอื่นๆ, ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีบริการครบครันตรงความต้องการ และตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เมื่อได้มีการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 , 3.95 , 3.91 , 3.73 , 3.71 และ 3.63 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่า ผู้โดยสารอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 , ผู้โดยสารอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจใช้บริการมากกว่า ผู้โดยสารอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21 และโดยผู้โดยสารอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีการตัดสินใจใช้บริการมากกว่า ผู้โดยสารอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์) โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 โดยสรุปคือ ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้โดยสารอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และสุดท้ายคือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/อื่นๆ (ฟรีแลนซ์)

5. ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ สรุปได้ดังนี้ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ คุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศสายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ,ด้านความเอาใจใส่, ด้านสิ่งที่สัมผัสได้และด้านการให้ความมั่นใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.268, 0.203, 0.202, 0.186 ตามลำดับ หมายความว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง ,ด้านความเอาใจใส่, ด้านสิ่งที่สัมผัสได้และด้านการให้ความมั่นใจ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” มีสิ่งที่น่าสนใจอภิปรายเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และ ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) พบว่า ความคิดเห็นทั้ง 5 ด้านนั้น มีคุณภาพบริการอยู่ในระดับดี เนื่องจาก สายการบินนกแอร์ เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่อยู่ภายใต้การควบคุมของสายการบินไทยที่มีชื่อเสียงมายาวนาน ได้รับรางวัลมากมาย ทำให้มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ในการบริการดี ผู้โดยสารจึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอินทรา จันทรรัฐ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อ คุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เทียบบินภายในประเทศ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้า ทัศนคติลักษณะทางกายภาพ ในระดับความคาดหวังมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการของพนักงานต้อนรับด้วยเช่นกัน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศของสายการบินนกแอร์ พบว่า การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์โดยรวมมีความคิดเห็นดี เนื่องจาก อาจเกิดจากความคิดเห็นของผู้โดยสารในด้านบริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งหากผู้โดยสารมี

ความคิดเห็นถึงคุณภาพการบริการในทิศทางที่ดี แล้วทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการสายการบินได้อีกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติพงศ์ วรรณมทองดี (2558) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร ผลวิจัยพบว่า ผู้โดยสารมีแนวโน้มที่อาจจะกลับมาใช้บริการในอนาคตได้อีก หากได้รับการบริการที่ดีในครั้งก่อน

3. ผลการศึกษาผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ เนื่องจาก อาชีพเป็นตัวแสดงถึงสถานะทางสังคมอย่างหนึ่งในการเลือกสายการบิน เป็นการเลือกสายการบินที่ตอบโจทย์การทำงานแตกต่างกันออกไป หรือในบางอาชีพก็จะมีสิทธิพิเศษในการเดินทางต่างๆของสายการบินนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชร อนุสิทธิ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง พบว่า ผู้โดยสารที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจาก ผู้โดยสารที่มีรายได้แตกต่างกัน อาจส่งผลในเรื่องของข้อจำกัดในการเลือกสายการบินในการเดินทางที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีรายได้มากก็จะมี การตัดสินใจเลือกสายการบินที่ตอบโจทย์เกี่ยวกับการเดินทางของตนเอง ในส่วนของผู้ที่มีรายได้ น้อยก็อาจจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ณัชชา ศักดิ์สุขจิต (2554) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยมีรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

4. ผลการศึกษารูปร่างคุณภาพการบริการของสายการบินนกแอร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์

ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก การตอบสนองเป็นการสื่อถึงความเต็มใจในการให้บริการกับผู้โดยสาร การบริการให้ทันถ่วงทีต่อความต้องการของผู้โดยสาร ดังนั้น ถ้ามีการบริการที่ไม่ทันต่อความต้องการของผู้โดยสาร อาจจะส่งผลให้ผู้โดยสารเกิดความไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการซ้ำได้อีกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและ

ทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภครู้สึก ประทับใจในสินค้าหรือบริการ จะมีผลทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีกครั้ง หรือบอกต่อผู้อื่นเกี่ยวกับความพอใจและไม่พอใจของตนเองในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น

ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ความเอาใจใส่ เป็นสิ่งที่พนักงานต้องมี ในการดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสาร ให้ความสนใจกับผู้โดยสาร ดังนั้น หากผู้โดยสารไม่รับรู้ถึงความเอาใจใส่ของพนักงาน ผู้โดยสารก็จะไม่พึงพอใจและอาจจะไม่ตัดสินใจใช้สายการบินนั้นอีก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่กล่าวว่า ทำให้ผู้บริโภค รู้สึก ประทับใจในสินค้าหรือบริการ แล้วผู้บริโภคจะกลับมาใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีกครั้ง หรือ ส่งต่อต่อผู้อื่นเกี่ยวกับความพอใจและไม่พอใจของตนเองในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) พบว่า คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีผลในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก การบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เป็นสิ่งที่ผู้โดยสารสามารถมองเห็นและสามารถจับต้องได้ ถือเป็นสิ่งสำคัญในการอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ให้กับผู้โดยสาร ซึ่งหากสิ่งที่ผู้โดยสารสัมผัสอยู่ในระดับที่ดี ผู้โดยสารก็จะสามารถรับรู้ได้ทันที และเกิดความพึงพอใจในการเดินทางครั้งนั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภครู้สึก ประทับใจในสินค้าหรือบริการ จะมีผลทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีกครั้ง หรือ บอกต่อผู้อื่นเกี่ยวกับความพอใจและไม่พอใจของตนเองในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) คุณภาพการบริการด้านการการให้ความมั่นใจ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ความมั่นใจ เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้โดยสารเกิดความคาดหวัง ในความรู้ ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการว่าจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุดในการบริการ ดังนั้น หากผู้โดยสารไม่มีความมั่นใจในการบริการ ผู้โดยสารก็จะไม่ตัดสินใจใช้บริการสายการบินนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อผู้บริโภครู้สึก ประทับใจในสินค้าหรือบริการ จะส่งผลทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีกครั้ง หรือ ส่งต่อผู้อื่น เกี่ยวกับความพอใจและไม่พอใจของตนเองในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารสายการบินนกแอร์ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้พิจารณาประกอบกับกำหนดนโยบายในการพัฒนาสายการบินต่อไปได้ ควรมีการวางแผนการตลาด โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท เนื่องจากผู้โดยสารกลุ่มนี้ คือ กลุ่มที่มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์มากที่สุด ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ ดังนั้นหากมีการวางกลยุทธ์ให้ถูกกลุ่ม ก็สามารถสร้างผลตอบแทนให้สายการบินได้มากขึ้น

2. ด้านคุณภาพการบริการ 5 ด้าน จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแต่ละด้าน

ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) สายการบินควรมีการจัดอบรมและส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ศักยภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้มีความพร้อมสำหรับการให้บริการอยู่เสมอ รวมถึงมีการจัดสรรพนักงานในการให้บริการให้ทั่วถึง เหมาะสม ตรงความต้องการของผู้โดยสาร เนื่องจากผลวิจัยพบว่า คุณภาพด้านการตอบสนอง ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสายการบินนกแอร์

ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) สายการบินควรคำนึงถึงผู้โดยสารเป็นหลัก การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้โดยสารเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การบริการด้วยรอยยิ้ม ความเอาใจใส่ของพนักงานแก่ผู้โดยสาร รวมถึงอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกที่คำนึงถึงบุคคลเฉพาะกลุ่ม ให้มีการใช้งานที่พร้อมอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจในสายการบินนั้นๆ เนื่องจากผลวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสายการบินนกแอร์

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) สายการบินควรมีการดูแลอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการรักษาความสะอาดภายในห้องโดยสาร และห้องน้ำบนเครื่องบินอย่างทั่วถึง ควรมีการพัฒนาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจในการเดินทาง เนื่องจากผลวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสายการบินนกแอร์

ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) สายการบินควรมีการสื่อสารให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจ ควรมีการแจ้งข้อมูลต่างๆ มีการจัดตารางเวลาเที่ยวบินที่ตรงต่อเวลา พัฒนาอุปกรณ์ช่วยชีวิตบนเครื่องบินให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ และเพียงพอต่อการใช้งานแก่ผู้โดยสาร

ทุกท่าน เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจในการเดินทาง เนื่องจากผลวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสายการบินนกแอร์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการของสายการบินของไทยและสายการบินของประเทศอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันเพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาพัฒนาสายการบินต่อไปได้
2. ควรมีการศึกษาคุณภาพการบริการและแนวโน้มการกลับมาใช้บริการอีกครั้งของกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มาใช้บริการสายการบิน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด
3. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการสายการบินในระดับต่างๆ และสาเหตุการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาประมาณการลดต้นทุนของสายการบิน
4. ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้โดยสารกับการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ผู้โดยสารพึงประสงค์กับการบริการจากสายการบิน เพื่อปรับปรุงการพัฒนาให้สามารถดึงดูดและเพิ่มปริมาณลูกค้ามากขึ้น

บรรณานุกรม

- Etzel Michael J, Walker Bruce J, และ Stanton William J. (2007). *Marketing* (14th ed). Boston: Mc Graw Hill.
- Gronroos. (1990). *Service management and marketing*. Massachusetts: Lexington Books.
- Henry Assael. (1995). *Consumer Behavior & Marketing Action* (5th ed.). South-Western: College.
- Kotler, และ Keller. (2012). *Marketing management: The millennium* (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kotler Philip, และ Keller Kevin. (2006). *Marketing Management*. Twelfth Edition,: Pearson Education.
- Lewis Mark, และ Parooj Bloom. (1983). *Organization Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Moody Paul. (1983). *Decision Making : Proven methods for better decisions*. Singapore: McGraw Hill.
- Parasuraman Zeithaml, และ Berry. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 10.
- Parasuraman Zeithaml, และ Berry. (1990). *Delivery quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York: A Division of Macmillan Inc.
- Parasuraman Zeithaml, และ Berry. (1998). SERQUAL: A multiple – item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12-40.
- Schmenner R.W. (1995). Escaping the black holes of cost accounting. *Business Horizons*, 66-72.
- Yamane Taro. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช้าง.
- เลิฟลิช คิสโตเฟอร์ เอช, และ โรธ ลอเรน. (2003). การตลาดบริการ (อดุล จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล, และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- กมลวรรณ เก้งสารกิจ. (2559). การรับรู้ประโยชน์ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ. (ปริญญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6..): กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.

ข่าวสด. (2562, 19 พฤศจิกายน). นกแอร์ ล้นปีหน้า ผู้โดยสารทะลุ 10 ล้าน - ปัญหาเครื่องดีเลย์จะหมดไป ลุยรับมอบเครื่องเพิ่ม 4 ลำ. สืบค้นจาก

https://www.khaosod.co.th/economics/news_3069892

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2544). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ [เอกสารประกอบการเรียนการสอน]. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.

ฐิติพงศ์ วรรณมทองดี. (2558). คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ณัฏชา ศักดิ์สุขจริต. (2554). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ณัฐชยา พาเจริญ. (2552). คุณภาพในการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ กรณีศึกษา : เส้นทางการบินเชียงใหม่-กรุงเทพฯ. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

นิรัชยา เลิศเรืองฤทธิ์. (2559). การรับรู้คุณค่าตราสินค้าและพฤติกรรมที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย: กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชีย. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ปทุมพร โพธิ์กาศ. (2554). จิตวิทยาการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็ม แอนด์เอ็มและเลเซอร์พริ้นต์.
- พงษ์พันธุ์ ตระกูลศรีชัย. (2553). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา : สายการบินไทยแอร์เอเชีย. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2529). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัชร อนุสิทธิ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- พีรเมธ ธานีปวรนนท์. (2554). เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ สายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา สายการบินไทยแอร์เอเชีย กับ สายการบินนกแอร์. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ยะลา.
- ภาวิณี กาญจนภา. (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย. ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา, 18(3), 8-11.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ บริษัท วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และ ศุภรเสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สยามธุรกิจ. (2562, 29 พฤศจิกายน). “นกแอร์” สยายปีกเปิดเส้นทางใหม่ วางเป้าปี 63 ลดขาดทุน 50% ผู้โดยสารทะลุ 10 ล้าน. สืบค้นจาก <https://www.siamturakij.com/news/25328>
- สายการบินนกแอร์. (2562). ประวัติและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน). สืบค้นจาก <https://content.nokair.com/th/About-Nokair/Company-Information.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). มาตรฐานการจัดจำแนกข้อมูลสถิติ. สืบค้นจาก

<http://statstd.nso.go.th/classification/description.aspx?id=6>

- สิริวิมล คำวงศ์. (2559). ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (ปริญญา นิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล. (2558). ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการและการจัดการข้อร้องเรียน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในการสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิง เกษตรในประเทศไทย. วารสาร *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(3), 431-451.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล, และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัฉรนา นพวิญญวงศ์. (2550). ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายสื่อเช็ตบุรุษสตรีสินค้าในตลาดบน. (ปริญญา นิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- อินทิรา จันทรัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เทียบกับภายในประเทศ. (ปริญญา นิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ
กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์

>>>><<<<

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการทำสารนิพนธ์ของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจเพื่อสังคม สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์

ส่วนที่ 3 : การตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศของสายการบินนกแอร์

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง ทั้งนี้ จะไม่มีการระบุชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามและผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ โดยไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดใดๆ แต่จะนำผลมาวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้นมิใช่ประโยชน์อื่นใด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด
เพียงข้อเดียว

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 16-25 ปี

☐ 2. 26-35 ปี

☐ 3. 36-45 ปี

☐ 4. 46-55 ปี

☐ 5. มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต

☐ 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ 5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ

☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

☐ 2. 15,001 – 30,000 บาท

☐ 3. 30,001 – 45,000 บาท

☐ 4. 45,001 – 60,000 บาท

☐ 5. มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียวที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

คุณภาพการบริการ บนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility)					
1. สภาพห้องโดยสารบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูก สุขลักษณะ					
2. สภาพห้องน้ำบนเครื่องบินมีความสะอาด ถูก สุขลักษณะ					
3. ภายในห้องโดยสารมีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีแสงสว่าง เพียงพอต่อการใช้งาน					
4. ขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารมีความ เหมาะสมสะดวกสบาย					
5. ขนาดและความกว้างของที่เก็บสัมภาระเพียงพอต่อ การใช้งาน					
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
1. บุคลิกภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความ น่าเชื่อถือ					
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความรู้และสามารถให้ คำแนะนำ ช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี					
3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีการบริการที่โปร่งใส ซื่อสัตย์และเป็นธรรมแก่ผู้โดยสาร					
4. สายการบินนกแอร์ สามารถให้บริการได้ตรงกับ รายละเอียดที่แจ้งไว้กับผู้โดยสาร					
5. สายการบินนกแอร์มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการ บนเครื่องบินเป็นอย่างดี					

คุณภาพการบริการ บนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)					
1. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเต็มใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความพร้อมสำหรับการให้บริการ					
3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีเพียงพอต่อการให้บริการ สามารถให้บริการผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึง					
4. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน					
5. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว					
การให้ความมั่นใจ (Assurance)					
1. ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในความปลอดภัย เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์					
2. ท่านมีความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ยอดเยี่ยม เมื่อได้เดินทางกับสายการบินนกแอร์					
3. ท่านมีความมั่นใจในการตรงต่อเวลาของเที่ยวบินของสายการบินนกแอร์					
4. สายการบินนกแอร์มีมาตรฐานในการบริการ เป็นที่ยอมรับของผู้โดยสาร					
5. อุปกรณ์ช่วยชีวิตบนเครื่องบินมีความทันสมัย และเพียงพอต่อการใช้งานแก่ผู้โดยสารทุกท่าน					

คุณภาพการบริการ บนเครื่องบินของสายการบินนกแอร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)					
1. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความเป็นมิตร เอาใจ ใส่ มีอัธยาศัยที่ดี ในการให้บริการ					
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้ความเอาใจใส่กับ ผู้โดยสารในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน					
3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ได้ให้ความสำคัญกับข้อ ติชมและปัญหาของผู้โดยสารเป็นหลัก					
4. การบริการบนเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ คำนึงถึงความต้องการของผู้โดยสารเฉพาะกลุ่ม เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ สตรีมีครรภ์ ฯลฯ					

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียวที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

การตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีบริการครบถ้วนตรงความต้องการ					
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีเส้นทางเที่ยวบินภายในประเทศมากกว่าสายการบินอื่นๆ					
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยพิจารณาจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้า					
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ จากการแนะนำของครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก					
5. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพราะมีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการครั้งก่อน					
6. ท่านตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ เมื่อได้มีการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินอื่นๆ					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาววีรยา ทยานวัฒน์
วัน เดือน ปี เกิด	5 มกราคม 2537
สถานที่เกิด	ชลบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2559 นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ จาก มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ.2563 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	424/3 ม.5 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000

