



การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร

PERCEIVED RISK AND RISK MANAGEMENT ON THE SERVICE USAGE LOW COST
AIRLINES OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

รวีวรรณ เกษมศรีวิไล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

PERCEIVED RISK AND RISK MANAGEMENT ON THE SERVICE USAGE LOW COST
AIRLINES OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



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

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร
ของ
รวิวรรณ เกษมศรีวิไล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.จรินทร์ จารุเสน) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.เพชรรัตน์ จินตน์นุพงศ์)

ชื่อเรื่อง	การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	รวิวรรณ เกษมศรีวิไล
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. จรินทร์ จารุเสน

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 45,001 บาทขึ้นไป ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การรับรู้ความเสี่ยง, การจัดการความเสี่ยง, สายการบินต้นทุนต่ำ

Title	PERCEIVED RISK AND RISK MANAGEMENT ON THE SERVICE USAGE LOW COST AIRLINES OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	RAWEEWAN KASEMSRIVILAI
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Dr. Jarin Jarusen

The purpose of this research is to study perceived risk and risk management on the service usage of low cost airlines of consumers in the Bangkok metropolitan area. The sample group consisted of 400 consumers who used the services of low cost airlines and lived in the Bangkok metropolitan area. The majority of the respondents were female, aged between 31-40 years, with a single status, an educational level of a Bachelor's degree, and they are private company employee with their monthly income of over 45,001 Baht. The results of hypothesis found that consumers of a different status, level of education and monthly income had different level of risk management for using the services of low cost airlines at a statistically significant level of 0.05. Furthermore, the perceived risk of consumers influenced to risk management with statistically significant levels of 0.05. In consideration of each factor, financial risk, social risk, psychological risk and time risks were related to risk management at a statistically significant level of 0.05.

Keyword : Perceived risk, Risk management, Low cost airlines

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.จรินทร์ จารุเสน อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา ตลอดจน ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. จิโรจน์ บุรณศิริ ผศ.ดร.อินทกะ พิริยะกุล และ อาจารย์ ดร.เพชรรัตน์ จินต์นุพงศ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ เป็นคณะกรรมการสอบ ให้ข้อเสนอแนะ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณท่านคณาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้าย ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้ข้อมูลอันเป็น ประโยชน์ ขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว ของผู้วิจัย ตลอดจนเพื่อนร่วมงาน เพื่อนนิสิต และ ทุกคนที่คอยห่วงใย คอยให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนอย่างดีเสมอมา รวมถึงเจ้าหน้าที่ใน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย ตลอดจน ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือผู้วิจัยในส่วนอื่น ๆ ที่มีได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ด้วย

รวีวรรณ เกษมศรีวิไล

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	5
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	5
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	5
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
สมมติฐานการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง.....	13

ความหมายของการรับรู้.....	13
ความหมายของความเสีย.....	14
ความหมายของการรับรู้ความเสีย.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสีย.....	21
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายการบิน.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	32
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	32
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	105
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ.....	108
สังเขปการวิจัย.....	108
สรุปผลการวิจัย.....	109
การอภิปรายผลการวิจัย.....	116
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	118
ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	120

บรรณานุกรม	121
ภาคผนวก.....	125
ภาคผนวก ก	126
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	126
ประวัติผู้เขียน.....	134



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	48
ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวม.....	50
ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่.....	50
ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	51
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน.....	52
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม	53
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา.....	54
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา	55
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวม.....	56
ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล	56
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน.....	57

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ การบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	58
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร	59
ตาราง 15 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	60
ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	61
ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's Test.....	63
ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe64	
ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test	65
ตาราง 20 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้ Levene's Test66	
ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ Brown- Forsythe	67
ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's	68
ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ F-test.....	69

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD).....	70
ตาราง 25 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's Test	71
ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe	72
ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's.....	73
ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test	74
ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)	75
ตาราง 30 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's Test	77
ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe	77
ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test.....	78

ตาราง 33 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้ Levene's Test	80
ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test	81
ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)	82
ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)	84
ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	86
ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis	87
ตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	91
ตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความ	

ภาคีสถิตยการบิน ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครโดยการใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis	92
ตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	96
ตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครโดยการใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis	97
ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	101
ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครโดยการใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis	102
ตาราง 45 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	105

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 การเปรียบเทียบจำนวนเที่ยวบินตั้งแต่ปี 2551-2562 ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง	2
ภาพประกอบ 2 การเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารตั้งแต่ปี 2551-2562 ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง	3
ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	9



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมในรูปแบบต่าง ๆ ทางบก ทางน้ำ รวมทั้งทางอากาศ เพื่อให้สอดคล้องกับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบที่ต้องแข่งขันกับเวลา และต้องการทั้งความสะดวกสบาย และความเร็วในการขนส่งมากที่สุด ทำให้การคมนาคมทางอากาศ หรือธุรกิจการบินเข้ามามีอิทธิพลและได้รับความนิยมอย่างมากในยุคปัจจุบันนี้ เพราะการเดินทางโดยเครื่องบินเป็นการเดินทางที่ปลอดภัยมากที่สุด สะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลาในการเดินทางค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางโดยรถไฟ และรถทัวร์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในอดีต

ในปัจจุบันธุรกิจสายการบินมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพราะความต้องการของผู้โดยสารที่เพิ่มมากขึ้นอีกทั้งประเทศไทยได้ประกาศนโยบายเปิดน่านฟ้าเสรีในปี พ.ศ.2545 ทำให้สายการบินสัญชาติอื่นในอาเซียนเข้ามาแข่งขันอย่างเสรีในธุรกิจการบิน และทำให้เกิดสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) หรือสายการบินราคาประหยัดในประเทศไทย เช่น สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อที่จะลดต้นทุนในการบริการให้ต่ำที่สุด รวมทั้งลดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ไม่จำเป็นออกไป แต่ยังคงรักษาระดับมาตรฐานความปลอดภัยตามระดับสากล โดยต้นกำเนิดของสายการบินต้นทุนต่ำมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี ค.ศ. 1971 สายการบิน South West Airlines ลดการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นออก เช่น อาหาร ทำให้ต้นทุนการบริหารลดลงจนสามารถขายบัตรโดยสารได้ในราคาที่ต่ำกว่าสายการบินอื่น ต่อมา มีการนำแนวคิดนี้ไปปรับใช้อย่างแพร่หลายในประเทศต่าง ๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งกลยุทธ์การแข่งขันที่รุนแรงของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาที่เข้มข้นมากขึ้น มีการจัดโปรโมชั่น เช่น บัตรโดยสารราคา 0 บาท จัดแพคเกจบัตรโดยสารร่วมกับโรงแรม เป็นต้น ทำให้การเดินทางโดยเครื่องบินจะเป็นตัวเลือกในการเดินทางลำดับต้นๆ เพราะความคุ้มค่าของราคาค่าบัตรโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับค่าบัตรโดยสารทางรถไฟ หรือรถทัวร์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน แต่จะได้รับ

ความสะดวกสบายมากกว่าและถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วกว่าหลายเท่า ทั้งนี้ การเปิดเส้นทางการบินภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นทำให้ครอบคลุมการเดินทางทุกจุดหมายมากยิ่งขึ้น และจากข้อมูลในปี พ.ศ. 2562 สายการบินต้นทุนต่ำเป็นที่นิยมอย่างมาก โดยครองส่วนแบ่งการตลาดของการบินภายในประเทศมากถึง 72.77 % แสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารภายในประเทศนิยมเลือกการบริการโดยคำนึงถึงปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก (ท่าอากาศยานไทย, 2562)



ภาพประกอบ 1 การเปรียบเทียบจำนวนเที่ยวบินตั้งแต่ปี 2551-2562 ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

ที่มา : ท่าอากาศยานไทย (2562)



ภาพประกอบ 2 การเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารตั้งแต่ปี 2551-2562 ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

ที่มา : ท่าอากาศยานไทย (2562)

จากภาพประกอบ 1 และ 2 จะเห็นได้ว่าจำนวนเที่ยวบินที่ให้บริการและจำนวนผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งเป็นท่าอากาศยานหลักที่ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่ มีจำนวนเที่ยวบินและผู้โดยสารเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนเที่ยวบินเพียง 135,988 เที่ยวบิน จนถึงปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนเที่ยวบินมากถึง 273,594 เที่ยวบิน หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 101% ส่วนจำนวนผู้โดยสาร ในปี พ.ศ. 2556 มีเพียง 15,562,753 คน และปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนมากถึง 41,008,379 คน หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 163% เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารนิยมโดยสารทางอากาศเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลสถิติการเดินทางในแต่ละประเภท พบว่าการเดินทางโดยเครื่องบิน เป็นการเดินทางที่ปลอดภัยที่สุด และความเป็นไปได้ที่จะเกิดอุบัติเหตุทางเครื่องบินต่ำกว่าการเดินทางโดยรถยนต์ถึง 15 เท่า แม้ว่าการเดินทางโดยเครื่องบินจะสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยที่สุด แต่เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบเมื่อเกิดอุบัติเหตุจากการเดินทางโดยเครื่องบินพบว่ามีความรุนแรงและสร้างความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินมากกว่าการเดินทางประเภทอื่น ๆ และส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดความเสี่ยงด้านต่าง ๆ มีมูลค่าสูง เช่น การตรวจสอบความพร้อมของเครื่องบินทุกครั้งก่อนบิน การฝึกอบรมนักบินและพนักงาน เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุในหลายๆกรณี (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2550)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” โดยงานวิจัยนี้มุ่งศึกษากลุ่มผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อทราบถึงปัจจัยเหล่านี้ และช่วยให้ธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์เพื่อลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคให้เหลือน้อยที่สุดและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพและ ภาพลักษณ์การบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำทราบถึงการรับรู้และการจัดการความเสี่ยงของผู้บริโภค และนำข้อมูลจากการวิจัยไปพัฒนาแนวทางการลดความเสี่ยงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำได้ปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้ที่สนใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัย เพื่อช่วยตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาด้านการรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และได้เก็บเพิ่มแบบสอบถามอีก 5% หรือเท่ากับจำนวน 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Multi-stage random sampling มี 2 ขั้นตอน โดยเรียงลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตกรุงเทพมหานคร จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 50 เขต โดยเก็บแบบสอบถามในสถานที่ ที่มีผู้คนจำนวนมาก ได้แก่ บริเวณห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ เช่น ห้างสยามพารากอน ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ ห้างเทอร์มินอล 21 สาขาโอศิก ห้างเซ็นทรัล สาขาลาดพร้าว ห้างซีคอน สแควร์ สาขาศรีนครินทร์ ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการแจก แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ด้วยการสแกน QR code ของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างให้ ครบจำนวน 400 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

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 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

1.1.2.2 อายุ 21-30 ปี

1.1.2.3 อายุ 31-40 ปี

1.1.2.4 อายุ 41-50 ปี

1.1.2.5 อายุ 51 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพ

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส

1.1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน-นักศึกษา

1.1.5.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.4 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

1.1.5.5 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.1.6 รายได้ต่อเดือน

1.1.6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.1.6.2 15,001 – 25,000 บาท

1.1.6.3 25,001 – 35,000 บาท

1.1.6.4 35,001 – 45,000 บาท

1.1.6.5 45,001 บาท ขึ้นไป

1.2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

1.2.1 ความเสี่ยงด้านหน้าที่

1.2.2 ความเสี่ยงด้านกายภาพ

1.2.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

1.2.4 ความเสี่ยงด้านสังคม

1.2.5 ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

1.2.6 ความเสี่ยงด้านเวลา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่

- 2.1 การค้นหาข้อมูล
- 2.2 ความรักดีต่อสายการบิน
- 2.3 ภาพลักษณ์ของสายการบิน
- 2.4 ราคาบัตรโดยสาร

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ตรงกันของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์ต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
2. สายการบินต้นทุนต่ำ หมายถึง สายการบินที่มุ่งเน้นการลดต้นทุนเพื่อใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคาในตลาดที่ให้บริการ
3. การรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ความเป็นไปได้ที่อาจเกิดความสูญเสีย หรือเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน หรือเป็นการเสียโอกาสที่อาจเกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการของสายการบิน
 - 3.1 ความเสี่ยงด้านหน้าที่ หมายถึง ความไม่พอใจในประสิทธิภาพของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับ ซึ่งความเสี่ยงนี้รวมถึงคุณภาพของการบริการด้วย
 - 3.2 ความเสี่ยงด้านกายภาพ หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้ให้บริการจะได้รับอันตรายหรือได้รับบาดเจ็บจากการให้บริการ รวมถึงทรัพย์สินได้รับความเสียหาย เช่น ความปลอดภัยจากการให้บริการสายการบิน
 - 3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ความเสี่ยงที่ผู้ให้บริการจะสูญเสียเงินหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ไม่ได้คาดหวัง สำหรับการซื้อสินค้าและบริการในแต่ละครั้ง
 - 3.4 ความเสี่ยงด้านสังคม หมายถึง ความเป็นไปได้ที่เกิดจากผลของการให้บริการที่ส่งผลต่อความคิดหรือปฏิกิริยาของบุคคลรอบข้าง
 - 3.5 ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา หมายถึง ความกลัวและอารมณ์ของผู้ใช้บริการแต่ละบุคคล
 - 3.6 ความเสี่ยงด้านเวลา หมายถึง ความเสี่ยงที่ผู้ให้บริการเสียเวลา หรือความล่าช้าในการให้บริการ

4.การจัดการความเสี่ยง คือ วิธีการที่ผู้บริโภคใช้เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจ ก่อนที่จะทำการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4.1 การค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลจากการสื่อสารแบบปากต่อปาก จากคนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว ญาติ หรือ เพื่อน และข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอและเป็นประโยชน์จนเกิดความมั่นใจก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4.2 ความภักดีต่อสายการบิน ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะใช้บริการสายการบินใหม่ โดยเลือกใช้บริการสายการบินเดิมที่ตนเองเคยใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจ

4.3 ภาพลักษณ์ของสายการบิน ผู้บริโภคจะเชื่อถือสายการบินที่มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีเพราะมั่นใจว่า สายการบินนั้นจะให้บริการที่ดีกว่าสายการบินที่มีชื่อเสียงน้อยกว่า นอกจากนี้ ความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มักมีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน

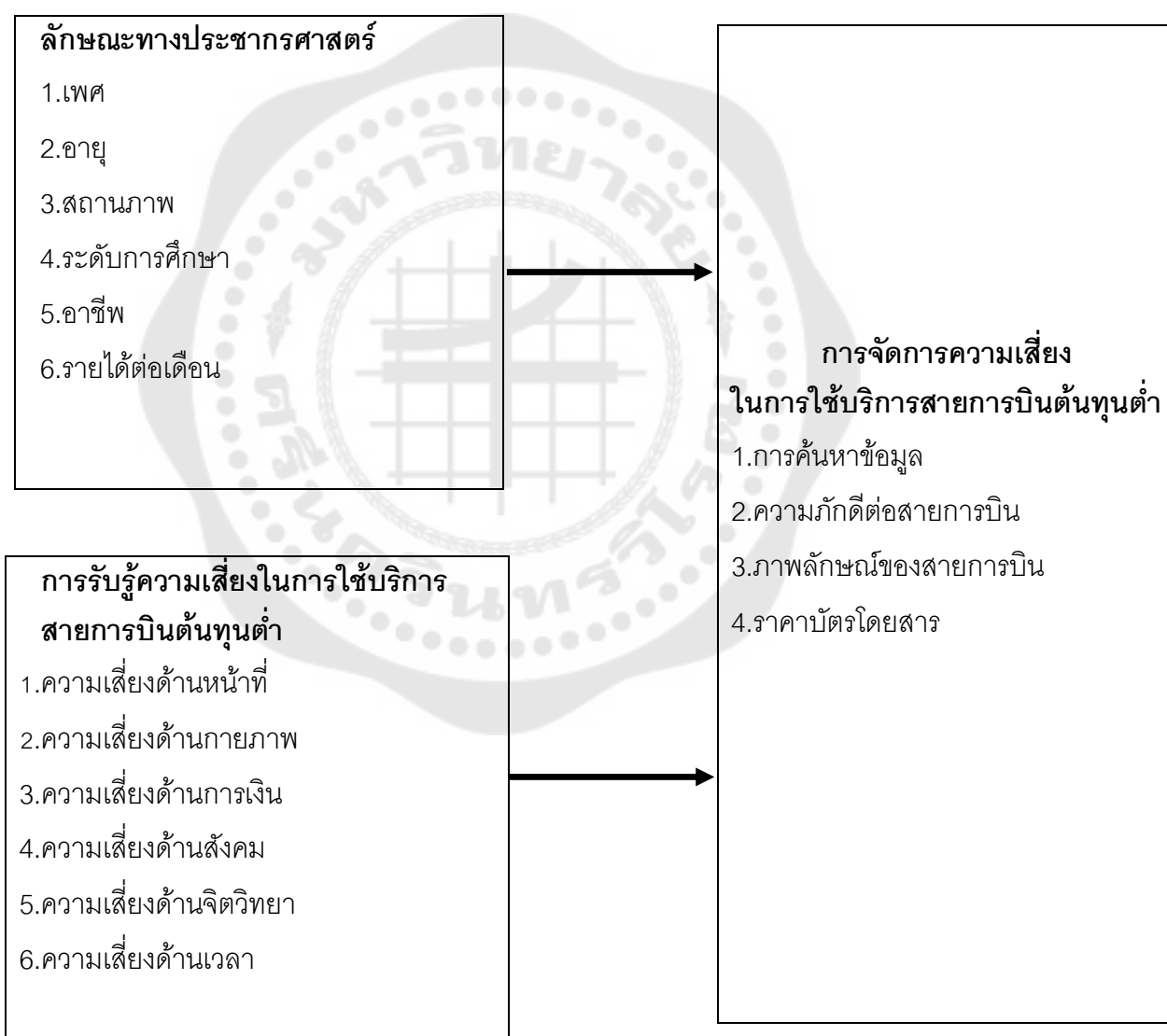
4.4 ราคาบัตรโดยสาร ในกรณีที่ผู้บริโภคเกิดความลังเลสงสัย ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าการซื้อบัตรโดยสารที่แพงที่สุด จะได้รับการบริการที่ยอดเยี่ยมและคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายการบิน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ให้คำนิยามว่า ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว รายได้ การศึกษา เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ ที่สำคัญต่อการตลาดเพราะทำให้ทราบถึงความต้องการ หรืออุปสงค์ในสินค้า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของประชากร ส่งผลให้เกิดตลาดใหม่ รวมทั้งทำให้ความสำคัญของตลาดอื่นลดน้อยลง ตัวแปรประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่

1. อายุ นักการตลาดให้ความสำคัญและใช้ประโยชน์จากความแตกต่างด้านอายุของผู้บริโภค เพื่อใช้แบ่งส่วนการตลาด
2. เพศ ตัวแปรด้านเพศมีความสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และสังคมที่เปลี่ยนไปสตรีทำงานนอกบ้านมากขึ้น ส่งผลให้สตรีมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง
3. วงจรชีวิตครอบครัว คือ สิ่งที่มีอิทธิพลและกำหนดพฤติกรรม ซึ่งในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตจะส่งผลต่อความแตกต่างด้านพฤติกรรมการซื้อ
4. รายได้และการศึกษา โดยการศึกษาที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดต่อรายได้เป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่นักการตลาดใช้ตัวแปรนี้ในการแบ่งส่วนการตลาด เพื่อที่จะศึกษาแนวโน้มผู้บริโภค

วารุณี ตันติวงศ์วานิช (2554, น. 105-107) ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านเพศ หมายถึง เพศหญิงและชายมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านกายภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

2. องค์ประกอบด้านอายุของประชากร หมายถึง จำนวนสัดส่วนของประชากรของกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

3. องค์ประกอบด้านสถานภาพ หมายถึง สถานภาพโสด หรือสมรส ส่งผลต่อความแตกต่างทางการเงิน และ สังคม

4. องค์ประกอบด้านการศึกษา หมายถึง การศึกษาเป็นเครื่องวัดฐานะทางการเงินและสังคม ทำให้ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

5. องค์ประกอบด้านอาชีพ หมายถึง อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน

6. องค์ประกอบด้านรายได้ หมายถึง รายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ อีกทั้งนักการตลาดควรพิจารณาแนวโน้มในด้านรายได้ ซึ่งสัมพันธ์กับอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) กล่าวถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ใช้เป็นเกณฑ์สำหรับการแบ่งส่วนทางการตลาดมากที่สุด โดยความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์มีอยู่หลายประเด็นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ ระดับการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายประเภทเดียวกันอาจมีพฤติกรรมการซื้อที่คล้ายคลึงกัน

ศิววรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 57-58) ได้อธิบายว่า ด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพครอบครัว เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นักการตลาดใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด และเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด โดยตัวแปรที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1.อายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะตอบสนองความต้องการและความชอบของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ส่วนใหญ่นักการตลาดจึงมุ่งเน้นประโยชน์ในด้านอายุ เพื่อที่จะค้นหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก

2. เพศ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันด้านทัศนคติและพฤติกรรม ส่งผลให้นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาตัวแปรชนิดนี้อย่างละเอียดเพื่อทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งในปัจจุบันสตรีส่วนใหญ่ทำงานนอกบ้าน รวมถึงมีอิทธิพลและบทบาทมากขึ้นในสังคม

3. การศึกษา จะส่งผลต่อทัศนคติ ค่านิยมของการบริโภคที่ต่างกัน โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ได้รับการศึกษาสูงจะเน้นการบริโภคสินค้าที่มีราคาที่สูงกว่า และคุณภาพที่ดีกว่า

4. อาชีพ มีแนวโน้มทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าแตกต่างกัน และสิ่งนี้ทำให้นักการตลาดศึกษาถึงความต้องการใช้สินค้าของแต่ละกลุ่มอาชีพ เพื่อจัดหาสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละอาชีพ

5. รายได้ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด และส่วนใหญ่รายได้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ แต่อย่างไรก็ตามตลาดของครอบครัวที่มีรายได้ในระดับต่ำและปานกลางจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า ดังนั้น รายได้จึงไม่อาจเป็นตัวชี้ที่ชัดเจนถึงความสามารถในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้

6. สถานภาพครอบครัว เป็นเป้าหมายสำคัญที่นักการตลาดพยายามศึกษาตัวแปรนี้มาโดยตลอด โดยให้ความสนใจขนาดของครอบครัว ลักษณะของบุคคลในครอบครัว และผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจการซื้อสินค้าในครอบครัว เพื่อใช้วางแผนทางการตลาดอย่างเหมาะสม

สุदारัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. การศึกษาของผู้บริโภคที่มีการศึกษาที่ดีและมีประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภครู้จักเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวมากขึ้น

2. วัยและเพศของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่กำหนดประเภทและปริมาณการซื้อสินค้า และการบริการของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคที่อยู่ในวัยที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจและความรอบคอบในการซื้อสินค้าที่ต่างกัน เช่นวัยรุ่นส่วนใหญ่มักจะตัดสินใจในการซื้อสินค้าอย่างรวดเร็วและง่ายกว่าผู้ใหญ่

3. รายได้ของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะกำหนดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับรายได้ที่ตนเองได้รับ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่มีรายได้มาก จะสามารถซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาสูงกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยกว่า

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ความหมายของการรับรู้

ณัฐวุฒิ สง่างาม (2554) กล่าวว่า การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้ โดยสามารถแปลความหมายจากการรับรู้ เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เข้าใจความหมาย

นันทสารี สุขโต (2548, น. 66) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง การเปิดรับ และการแปลความหมายของความเข้าใจ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งประกอบด้วย การมองเห็น การได้ยิน การรับกลิ่น การรับรสชาติ และการสัมผัส ซึ่งรับรู้ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

บรรยงค์ ไตจินดา (2545) ให้คำนิยามว่า การรับรู้ คือ การที่บุคคลได้รับรู้และตีความตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งการรับรู้แบ่งออกเป็น 2 กิจกรรมหลัก คือ การรับข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูลตามความเข้าใจ ซึ่งการรับรู้จะใช้ประสบการณ์เก่า รวมถึงความสนใจของแต่ละบุคคลเป็นพื้นฐานในการแปลความหมาย

สุดาพร กุณทลบุตร (2549, น. 83) ให้ความหมายของการรับรู้ว่า การที่บุคคลตอบสนองต่อข้อมูลหรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว แล้วแปลความหมายจากสิ่งนั้นออกมา โดยมนุษย์มีการรับรู้อย่างเป็นกระบวนการ กล่าวได้ว่า การสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมรอบตัวโดยใช้อวัยวะ เช่น หู ตา จมูก ลิ้น และอื่น ๆ และให้สมองแปลความหมายจากประสบการณ์ หรือความรู้เดิม ส่งผลถึงการรับรู้ของแต่ละบุคคลในเรื่องเดียวกันอาจแตกต่างกันได้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) การรับรู้สามารถแบ่งออกเป็น 4 กระบวนการ ดังนี้

1. การถ่ายทอดความรู้สึก โดยเริ่มต้นจากการที่บุคคลเปิดรับข้อมูลที่สื่อมายังประสาทสัมผัสทั้ง 5 และถูกกระตุ้นไปยังระบบสมองและจิตใจ
2. การจำแนกความรู้สึก เกิดจากการที่บุคคลได้รู้จักแยกแยะรายละเอียดของการรับรู้ตามประสบการณ์และความรู้ดั้งเดิมของแต่ละบุคคล
3. ความเข้าใจจากสิ่งที่รับรู้ โดยความเข้าใจอาจมีทั้งที่ถูกต้อง และไม่ถูกต้อง เพราะอาจมีสาเหตุที่มาจาก การสื่อสาร อีกทั้งการตีความยังได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ ความรู้สึคนึกคิด และ ความเชื่อของแต่ละคน
4. การรักษาข้อมูล หมายถึง การจดจำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ และนำไปสู่การตัดสินใจในลำดับต่อไป

ความหมายของความเสี่ยง

กิตติ บุญนา (2554, น. 1) กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยอยู่บนพื้นฐานความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้น อาจมีผลมาจากปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลจากภายใน หรือภายนอกขององค์กร และทำให้องค์กรได้รับความเสียหายทั้งในด้านทรัพย์สินและชื่อเสียง

ชัยเชษฐ พรหมศรี (2550, น. 14) กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสในการเกิดเหตุการณ์บางอย่างที่ไม่คาดคิด และส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร จนอาจทำให้เกิดความล้มเหลวในการบริหาร รวมถึงความสูญเสียต่าง ๆ ขององค์กร

ธ สุนทราวุธ (2550, น. 152) ได้ให้นิยามความเสี่ยงว่า หมายถึง เหตุการณ์หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และส่งผลกระทบต่อภารกิจขององค์กร ทำให้องค์กรเกิดความเสี่ยง และลดโอกาสที่องค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์

อังสนา ศรีประเสริฐ (2553) กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง ผลจากความไม่แน่นอนที่ทำให้เกิดความผิดพลาด เสียหาย หรือความสูญเสีย ซึ่งความไม่แน่นอนนี้จะส่งผลกระทบต่อด้านลบ และทำให้องค์กรไม่บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

Morden (2007) กล่าวถึง ความเสี่ยงในมุมมองของนักยุทธศาสตร์ว่า ความเสี่ยงในการตัดสินใจเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด ขึ้นอยู่กับลักษณะ 2 ประการ คือ ประการแรก คือความรู้ในด้านทางเลือกในการตัดสินใจ ประการที่ 2 คือ ความรู้ในด้านผลลัพธ์ที่เกิดทางเลือกในการตัดสินใจ

Robbins and Coulter (2005) กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง การตัดสินใจเพื่อจัดการสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยคาดเดาผลลัพธ์ได้ในระดับหนึ่ง หากคาดเดาผลลัพธ์ได้มาก ความเสี่ยงก็จะต่ำ ในทางตรงกันข้าม หากคาดเดาผลลัพธ์ได้น้อย ความเสี่ยงจะอยู่ในระดับสูง

ความหมายของการรับรู้ความเสี่ยง

ศุภร เสรีรัตน์ (2544, น. 132) กล่าวถึง การรับรู้ความเสี่ยง จากการสูญเสียเงินทอง ยังรวมถึงการรับรู้ผลลัพธ์จากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น การทำงานที่ไม่ดีของผลิตภัณฑ์ และความไม่สะดวกที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

Kotler, Armstrong, Saunders, and Wong (2001) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องประเมินค่าความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ โดยความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้จะส่งผลกระทบต่อปัจจัยในการบริโภคที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

Burns and Slovic (2012) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงของแต่ละบุคคล เกิดขึ้นจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความสามารถในการประเมิน รวมถึงความรู้ลึก และส่งผลกระทบต่อตอบสนองความเสี่ยงนั้นแตกต่างกันออกไป เช่น หากเราเผชิญกับความเสี่ยงนั้นบ่อย ๆ เราจะประเมินความเสี่ยงนั้นในระดับต่ำ, หรือหากเป็นความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นต่ำ เราก็จะประเมินความเสี่ยงในระดับต่ำเช่นกัน, หากเราประเมินความเสี่ยงในระดับสูง เราจะเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นมากกว่าความเสี่ยงในระดับต่ำ

พิมพ์พรรณ ศิลปสุวรรณ (2548) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจในความเสี่ยงของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับความเสียหายและอันตรายที่เกิดจากความเสี่ยง โดยอ้างอิงจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวถึง การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค โดยตราสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือทำให้ลดความเสี่ยงให้กับผู้บริโภค และการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจะแตกต่างกัน ซึ่งความเสี่ยงมีหลายประเภท ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่ คือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ หรือไม่มีประสิทธิภาพตามที่คาดหวัง
2. ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ใช้ หรือผู้อื่น
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่คุ้มค่ากับราคาที่จ่ายออกไป
4. ความเสี่ยงด้านสังคม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้ใช้เกิดความอึดอาย
5. ความเสี่ยงด้านจิตใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสภาพจิตใจของผู้ใช้
6. ความเสี่ยงด้านเวลา เป็นความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดีตามที่คาดหวัง ทำให้เสียเวลาในการค้นหาผลิตภัณฑ์ที่พอใจอื่น ๆ

นิรภัย จันทร์สวัสดิ์ (2551) กล่าวว่า ความเสี่ยง คือ เหตุการณ์ หรือการกระทำใด ๆ ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ทำให้มีผลกระทบเชิงลบ หรือได้รับความเสียหาย จนไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ของระดับองค์กร จนถึงระดับบุคคล เช่น ความเสี่ยง จากการโจรกรรมข้อมูล การทุจริต การบิดเบือนข้อมูล โดยความเสี่ยง จำแนกออกเป็น 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในระดับเหตุการณ์
2. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ
3. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในด้านการเงิน
4. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในด้านความปลอดภัยที่เป็นอันตรายต่อชีวิต และทรัพย์สิน

นภาพรณ คณานุรักษ์ (2556, น. 114) กล่าวถึง การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญเมื่อผู้บริโภคเห็นผลลัพธ์ของการตัดสินใจซื้อ ความเสี่ยงสามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภทคือ

1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ผลิตภัณฑ์ไม่มีประสิทธิภาพตามที่คาดหวัง หรือไม่สามารถทำประโยชน์ได้ตามที่ระบุไว้ เช่น เครื่องทำน้ำร้อนไม่สามารถทำให้น้ำร้อนได้

2. ความเสี่ยงด้านร่างกาย เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับชีวิตและทรัพย์สินทั้งของตนเองและผู้อื่น ซึ่งมีสาเหตุมาจากผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐาน เช่น การตัดสินใจซื้อครีมแต้มสิวที่ห่อที่ไม่เคยใช้ และปรากฏว่าเกิดผลข้างเคียง คือ เกิดอาการแพ้ครีมแต้มสิว

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป หรือ ต้องนำผลิตภัณฑ์ไปซ่อมเปลี่ยน หรือ ขอเงินคืน เพราะมีความรู้สึกที่ไม่คุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ มา เช่น บ้านเดี่ยวขนาด 50 ตารางวา ราคา 5 ล้านบาท แต่การปลูกสร้างไม่มีคุณภาพทำให้ผนังบ้านร้าว มีน้ำรั่วซึมบริเวณฝ้า

4. ความเสี่ยงด้านสังคม เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับผู้บริโภค หรือไม่ดี จนทำให้ผู้บริโภครู้สึกเสียหน้า เช่น การใช้กระเป๋ารุ่นที่เซย ทำให้เพื่อนๆ ล้อเลียน

5. ความเสี่ยงด้านจิตใจ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดี และอาจทำลายภาพลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ยังรวมถึงความไม่สบายใจ ความวิตกกังวลที่มีผลจากความคาดหวังในการซื้อสินค้า ความรู้สึกเสียตาที่ซื้อหรือใช้สินค้า เช่น ฉันทายที่จะบอกเพื่อนว่าฉันใช้ของเลียนแบบ

6. ความเสี่ยงด้านเวลา เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเสียเวลาในการค้นหาผลิตภัณฑ์ แต่ผลิตภัณฑ์กลับไม่ดีตามที่คาดหวังไว้ เช่น ผู้บริโภคต้องการเช่าคอนโดใจกลางเมืองหลวง แต่คุณภาพและราคาห้องไม่ได้ดีอย่างที่คิดไว้

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ให้คำนิยามว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนของผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าและบริการ และองค์ประกอบของการรับรู้ความเสี่ยง 7 ด้าน ที่สำคัญได้แก่

1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่ หมายถึง ความไม่พอใจในประสิทธิภาพของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับ ซึ่งความเสี่ยงนี้รวมถึงคุณภาพของการบริการด้วย เช่น คุณภาพของการบริการของสายการบินนี้เป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่

2. ความเสี่ยงด้านกายภาพ หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับอันตราย หรือ ได้รับบาดเจ็บจากการใช้บริการ รวมถึงทรัพย์สินได้รับความเสียหาย เช่น ฉันทายจะได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการสายการบินในครั้งนี้นหรือไม่

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ความเสี่ยงที่ผู้ใช้บริการจะสูญเสียเงินหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ไม่ได้คาดหวัง สำหรับการซื้อสินค้าและบริการในแต่ละครั้ง เช่น การเดินทางโดยสายการบินนี้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปหรือไม่

4. ความเสี่ยงด้านสังคม หมายถึง ความเป็นไปได้ที่เกิดจากผลของการใช้บริการที่ส่งผลต่อความคิดหรือปฏิกิริยาของบุคคลรอบข้าง เช่น บุคคลในครอบครัว หรือ เพื่อน เห็นด้วยหรือไม่ที่ฉันตัดสินใจใช้บริการสายการบินนี้

5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา หมายถึง ความกลัวและอารมณ์ของผู้ใช้บริการแต่ละบุคคล เช่น ฉันจะแน่ใจได้อย่างไรว่าสายการบินนี้จะไม่ยกเลิกเที่ยวบิน หรือไม่เลิกกิจการ

6. ความเสี่ยงด้านเวลา หมายถึง ความเสี่ยงที่ผู้ใช้บริการเสียเวลา หรือความล่าช้าในการให้บริการ เช่น เที่ยวบินออกล่าช้ากว่าเวลากำหนดไว้ หรือ ระยะเวลาในการบินมากกว่าที่แจ้งไว้

7. ความเสี่ยงด้านรู้สึก หมายถึง ผลกระทบจากเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากการใช้บริการ เช่น เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น พายุ ทำให้เที่ยวบินต้องเดินทางล่าช้า เพราะสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการบิน

ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548, น. 32) ให้คำนิยามว่า ความเสี่ยงประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ความไม่แน่นอนของประสิทธิภาพของงานบริการ และผลที่ตามมาของความไม่แน่นอน ความไม่แน่นอน หมายถึง ความเป็นไปได้ที่จะเกิดความผิดพลาดเมื่อรับบริการ ส่วนผลที่ตามมาของความไม่แน่นอน หมายถึง อันตรายและความเสียหายของสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมา ซึ่งความเสี่ยงมีดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่ โอกาสที่จะได้รับการบริการที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ เช่น บริการรับตัดเย็บเสื้อผ้า ผู้บริโภคอาจได้รับความเสี่ยงที่เสื้อผ้าที่ตัดเย็บออกมาไม่สวยอย่างที่คิดไว้

2. ความเสี่ยงด้านกายภาพ หมายถึง โอกาสที่บริการนั้น อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้เป็นอันตรายต่อร่างกายของผู้บริโภค เช่น การผ่าตัดเสริมความงาม อาจมีผลข้างเคียงกับผิวหนัง หรือส่งผลร้ายต่อร่างกาย

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคอาจต้องสูญเสียเงินมากกว่าที่ได้ประมาณการไว้ หากได้รับการบริการที่ผิดพลาด เช่น การซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยว อาจมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นเพิ่มเติม

4. ความเสี่ยงด้านสังคม เป็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่ยอมรับจากบุคคลสำคัญของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากบริการนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้บริโภค เช่น การเลือกสถานที่จัดงานแต่งงาน หรือ สถานที่จัดเลี้ยงงานวันเกิด

5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เป็นความเสี่ยงที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ แล้วไม่ตรงกับที่ตีความหวังไว้ ซึ่งเป็นบริการที่มีคุณค่าทางอารมณ์ เช่น การบริการคาราโอเกะ สถานบันเทิงต่าง ๆ

6. ความเสี่ยงด้านเวลา เป็นความเสี่ยงที่ผู้บริโภคเสียเวลาให้กับบริการที่ผิดพลาด เช่น การซ่อมโทรศัพท์มือถือที่ศูนย์บริการ ซึ่งใช้เวลาในการซ่อม 5 ชั่วโมง แต่ปรากฏว่าไม่สามารถซ่อมเสร็จตามกำหนดการที่ให้ไว้ ทำให้ผู้บริโภคต้องเสียเวลาในการรอคอยนานขึ้น และไม่มีโทรศัพท์ใช้ระหว่างที่รอซ่อม

นราทิพย์ ณ ระนอง (2557) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการในระบบออนไลน์ในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในรูปแบบใหม่เพิ่มมากขึ้น โดยแบ่งความเสี่ยงออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคต้องสูญเสียเงินเนื่องจากต้นทุนแฝง ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายนั้นสูงเกินจริง และอาจมีสินค้าและบริการชนิดเดียวกันแต่จำหน่ายที่อื่นในราคาที่ถูกกว่า หรือสินค้าและบริการนั้นอาจให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

2. ความเสี่ยงด้านความสามารถของสินค้า หมายถึง ความเป็นไปได้ที่สินค้าและบริการไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ จนทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจเพราะการทำงานของสินค้าและบริการที่ต่ำกว่าที่คาดหวัง และระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้งาน หรือความรู้ด้านข้อมูลของสินค้า

3. ความเสี่ยงด้านเวลา หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคต้องเสียเวลาที่จะพยายามในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังรวมถึงระยะเวลาที่ระบบทำงานผิดพลาด ทำให้ผู้บริโภคเสียโอกาสที่จะทำกิจกรรมอื่นในช่วงเวลาเหล่านี้

4. ความเสี่ยงด้านสังคม หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะสูญเสียภาพลักษณ์ทางสังคม เพราะเลือกใช้สินค้าและบริการที่ไม่เป็นที่นิยม หรือได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน ตัวอย่างเช่น การเลือกใส่เสื้อผ้าแฟชั่นที่ล้ำสมัย ทำให้เพื่อนล้อเลียนว่าเชย

5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อสินค้าและบริการนั้นขัดแย้งกับบุคลิกลักษณะนิสัย หรือ ภาพลักษณ์ของตนเอง เช่น ผู้บริโภคบอกว่าเป็นคนอนุรักษ์สัตว์ แต่ใช้กระเป๋าหนังจะเข้ อาจทำให้ถูกสังคมมองผู้บริโภคนั้นด้านลบ

6. ความเสี่ยงด้านกายภาพ หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคอาจได้รับบาดเจ็บหรืออันตรายจากการใช้สินค้าและบริการ เช่น การใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานในการผลิตแล้วอาจเกิดผื่นแพ้ ผื่นคันแดง

7. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะได้รับ ความเสียหายจากการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัวโดยการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นความลับ ไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมหรือการถูกโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งความเสียหายเหล่านี้มักเกิดการนโยบายและความเข้มงวดในการเก็บรักษาความลับของผู้บริโภค

8. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะต้องสูญเสียทางการเงิน เช่น การโดนละเมิดข้อมูลความลับทางการเงิน หมายเลขบัตรเครดิต หรือรหัสผ่านในการใช้งานบัตรเครดิต ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงในด้านนี้จึงมีความเกี่ยวข้องกับการเลือกใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้ามากที่สุด

McKechnie, Winklhofer, and Ennew (2006) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีมีดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ทศนคติ ความเชื่อของผู้ใช้บริการว่า จะต้องจ่ายค่าบริการมากกว่าที่ควรจะเป็น

2. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย หมายถึง ทศนคติ ความเชื่อในด้านความปลอดภัยของระบบ และส่งผลให้เกิดความเสียหาย

3. ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ หมายถึง การถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ซึ่งความเสี่ยงด้านนี้มีความสัมพันธ์กับ ทศนคติ ความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุมที่รัดกุมในการจัดเก็บข้อมูลและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการเพื่อไม่ให้ข้อมูลรั่วไหล

Orasanu, Fischer, and Davison (2002) กล่าวถึงความเสี่ยงของการบินไว้ว่า

1. ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การดำเนินการที่อาจส่งผลเสียต่อเที่ยวบิน เช่น การใช้น้ำมันเชื้อเพลิง หรือความผิดพลาดในการบินสำหรับเที่ยวบินต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงด้านผลผลิต หมายถึง การดำเนินการที่อาจมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบิน เช่น ความล่าช้าของเที่ยวบินที่ออกจากสนามบินหรือเที่ยวบินที่มาถึงสนามบิน หรือ การเปลี่ยนเส้นทางของการบิน

3. ความเสี่ยงด้านความเป็นมืออาชีพ หมายถึง การกระทำที่อาจส่งผลเสียต่อเป้าหมายในอาชีพหรือความมั่นคงในงาน

4. ความเสี่ยงทางกายภาพ หมายถึง การกระทำหรือเหตุการณ์ที่อาจส่งผลเสียต่อความปลอดภัยของเที่ยวบินและผู้โดยสาร

5. ความเสี่ยงด้านสังคม หมายถึง การกระทำที่อาจส่งผลเสียเชิงลบที่ผู้อื่น ได้แก่ ผู้โดยสาร ผู้จัดการ ผู้ควบคุม พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ตัดสินความสามารถและทักษะของนักบิน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง

นภาพรณ คณานุรักษ์ (2556) ให้คำนิยามว่า ผู้บริโภคจะจัดการกับความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยง และเป็นการสร้างความมั่นใจก่อนที่จะตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคเลือกใช้กลยุทธ์เพื่อลดความเสี่ยงดังต่อไปนี้

1. การค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลจากการสื่อสารแบบปากต่อปาก จากคนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว ญาติ หรือ เพื่อน และข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอและเป็นประโยชน์จนเกิดความมั่นใจก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า

2. ความภักดีต่อตราสินค้า ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงที่จะทดลองสินค้าใหม่ และเลือกใช้สินค้าเดิมที่ตนเองพึงพอใจ

3. การเลือกจากภาพลักษณ์ของตราสินค้า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่ไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้า มักจะเชื่อว่าสินค้าที่มีชื่อเสียงดี จะมีคุณภาพดี และคุ้มค่าที่จะซื้อ เพราะชื่อเสียงที่ดีเป็นการรับประกันในคุณภาพของสินค้า และบริการที่ดี ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงเน้นการรับรู้ผ่านตราสินค้าที่มีชื่อเสียง

4. การเลือกจากภาพลักษณ์ของร้านค้า หากผู้บริโภคไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะเชื่อถือในร้านค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เพราะมั่นใจว่าสินค้าของร้านนี้จะมีคุณภาพดี ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี จะรวมถึงการบริการหลังจากการขาย การแก้ปัญหาในกรณีที่ไม่พอใจในสินค้า การคืนสินค้า

5. ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นที่แพงที่สุด ในกรณีที่ผู้บริโภคเกิดความสงสัยในคุณภาพ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าคุณภาพที่แพงที่สุด จะเป็นสินค้าที่ดีที่สุดและคุ้มค่าที่จะซื้อที่สุด

6. ผู้บริโภคค้นหาความมั่นใจ หากผู้บริโภครู้สึกไม่แน่ใจว่าทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นทางเลือกที่ดีและเหมาะสมหรือยัง ผู้บริโภคจะค้นหาความมั่นใจ โดยพิจารณาเงื่อนไขการรับประกันต่าง ๆ เช่น มีการรับประกันการคืนเงิน ในกรณีที่เกิดความไม่พอใจสินค้า

Schiffman and Kanuk (2010) กล่าวว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีการพัฒนากลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงของตนเอง ซึ่งกลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น

มากยิ่งขึ้นเมื่อต้องตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า แม้ว่าการตัดสินใจนั้นอาจมีความไม่แน่นอนอยู่ก็ตาม โดยพฤติกรรมที่ผู้บริโภคมักใช้ในการรับมือกับความรู้สึกเสี่ยง มีรายละเอียดดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล โดยผู้บริโภคมักแสวงหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปาก ซึ่งข้อมูลที่ได้ อาจมาจาก เพื่อน บุคคลในครอบครัว จากผู้ขาย จากสื่อต่าง ๆ หรือจากผู้อื่น ๆ ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่ตนเองสนใจ และโดยผู้บริโภคจะใช้เวลาในการพิจารณาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมา เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าชนิดนี้ และเป็นการลดความเสี่ยงของผู้บริโภค

2. ความภักดีต่อตราสินค้า เป็นการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงวิธีหนึ่งของผู้บริโภค โดยการใช้ตราสินค้าเดิมที่เคยใช้และเกิดความพึงพอใจ แทนที่จะเลือกซื้อสินค้าใหม่หรือทดลองใช้สินค้าที่ไม่เคยใช้ หากผู้บริโภคมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงในด้านนี้สูง มักจะมีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าที่เคยใช้มากกว่าที่จะใช้สินค้าใหม่

3. การเลือกจากภาพลักษณ์ตราสินค้า หากผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้สินค้าที่จะตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเชื่อมั่นในคุณภาพและเลือกซื้อสินค้าที่มีตราสินค้ามีชื่อเสียงมากกว่า

4. การเลือกจากภาพลักษณ์ของร้านค้า เมื่อผู้บริโภคไม่ทราบข้อมูลของสินค้า ผู้บริโภคมักจะเชื่อใจร้านค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง เช่น การซ่อมรถยนต์ ผู้บริโภคจะเชื่อมั่นคุณภาพการบริการของศูนย์บริการมากกว่าอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

5. การเลือกสินค้าที่มีราคาแพง โดยทั่วไปผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเลือกสินค้าที่มีราคาแพง เพราะเชื่อว่ามีคุณภาพดีกว่าสินค้านี้ราคาถูก เช่น โทรศัพท์มือถือที่มีราคาแพงจะมีคุณภาพดีกว่าโทรศัพท์มือถือที่ราคาถูกกว่า

6. การแสวงหาการรับประกัน ผู้บริโภคมักจะแสวงหาการรับประกันสินค้าต่าง ๆ เช่น เงื่อนไขการคืนเงินหากไม่พอใจในสินค้า การรับประกันสินค้า การทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อใบรับรองสินค้าจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ

Harvett (2013) ให้แนวทางการจัดการความเสี่ยงของโครงการ ว่ามีกระบวนการสำคัญที่มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.การกำหนดขอบเขตบริบทของความเสี่ยง
- 2.การวางแผนการจัดการความเสี่ยง และการระบุความเสี่ยง
- 3.การวิเคราะห์ความเสี่ยง
- 4.ประเมินความเสี่ยงเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ความเสี่ยงเชิงปริมาณ

5.การประเมิน และการวางแผนตอบสนองต่อความเสี่ยง

6.การรักษาความเสี่ยง และการติดตามความเสี่ยง

Chu and Li (2008, P. 216) ได้กล่าวว่า การควบคุมความเสี่ยงจะทำในกระบวนการซื้อด้วยเหตุนี้ ผู้บริโภคจึงต้องการที่จะลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจก่อนที่จะทำการซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคจะควบคุมความเสี่ยงจนอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ก่อนที่จะทำการซื้อผู้บริโภคจะวัดผลลัพธ์ของพฤติกรรมซื้อโดยทั่วไปแล้ว อีกทั้งการซื้อสินค้าออนไลน์จะพบความไม่แน่นอนค่อนข้างมาก ผู้บริโภคจึงค้นหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และข้อมูลอื่น ๆ เช่น ราคา ราคาสินค้า การรับประกัน เป็นต้น เพื่อที่จะลดความเสี่ยงด้านการรับรู้ และผู้บริโภคมักใช้กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ชื่อเสียงของผู้ผลิต การโฆษณา การพูดปากต่อปาก ความภาคภูมิใจในราคาสินค้า ภาพลักษณ์ของราคาสินค้า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกับราคา การรับประกัน การคืนเงิน นอกจากนี้ ผู้บริโภคมักจะเชื่อใจในสินค้ามากยิ่งขึ้น หากได้รับการอ้างอิงจากกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค เช่น ดารา นักแสดง เซเลบริตี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายการบิน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึง อุตสาหกรรมการบิน (Aviation Industry) หมายถึง กลุ่มธุรกิจที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Service) และขนส่งสินค้าทางอากาศ (Cargo Service) ประกอบด้วย 4 กลุ่มธุรกิจคือ

- 1.ธุรกิจการบิน (Airline Business)
- 2.ธุรกิจอากาศยาน (Aircraft Business)
- 3.ธุรกิจการทำอากาศยาน (Airport Business)
- 4.ธุรกิจบริการเครื่องช่วยในการเดินอากาศ (Air Navigation Aids Business)

1. ธุรกิจการบิน (Airline Business)

ธุรกิจการบินเป็นองค์ประกอบแรกของอุตสาหกรรมการบิน ธุรกิจการบิน หรือ บริษัทการบินหรือสายการบิน หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคล ที่ประกอบธุรกิจการขนส่งทางอากาศแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามลักษณะการเป็นเจ้าของ ขอบเขตการบริการ และลักษณะการให้บริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.ประเภทสายการบินตามลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการได้แก่

1.1 สายการบินของรัฐ (State Air Carriers) เป็นสายการบินที่รัฐบาลเข้าไปลงทุนหรือรัฐบาลเป็นเจ้าของสายการบินเอง โดยให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ

1.2. สายการบินของเอกชน (Private Air Carriers) เป็นสายการบินที่เอกชนเป็น

เจ้าของ ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ รวมทั้งการให้เช่าเหมาลำด้วย

2.ประเภทสายการบินตามขอบเขตการให้บริการ แบ่งตามลักษณะการบินได้แก่

- 2.1 สายการบินที่ให้บริการภายในประเทศ (Domestic Air Carriers) เป็นสายการบินที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร และขนส่งสินค้าตามเมืองต่าง ๆ ภายในประเทศ
- 2.2. สายการบินที่ให้บริการระหว่างประเทศ (International Air Carriers) เป็นสายการบินที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร และขนส่งสินค้าตามเมืองต่าง ๆ ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

3.ประเภทสายการบินตามลักษณะการให้บริการ แบ่งตามลักษณะการบริการที่ให้แกผู้โดยสาร ได้แก่

- 3.1 สายการบินประจำมีกำหนดการบิน (Scheduled Airline) เป็นสายการบินที่ให้บริการประจำเส้นทางที่กำหนดไว้ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ โดยมีตารางการบินที่แน่นอน และให้บริการสม่ำเสมอ
- 3.2 สายการบินไม่ประจำ (Non-scheduled Airline) เป็นสายการบินที่ให้บริการทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ แต่ไม่มีตารางการบินที่แน่นอน โดยเป็นลักษณะการบริการแบบเช่าเหมาลำ หรือบริการแบบพิเศษ

2.ธุรกิจอากาศยาน (Aircraft Business)

เป็นการให้บริการเช่าเหมาลำ สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ

1. Affinity Charter Flight เป็นการให้บริการเช่าเหมาลำเพื่อใช้ในโอกาสต่าง ๆ
- 2.Charter Curies เป็นการเช่าเหมาเพื่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่ง
- 3.Back to Back Charter เป็นการเช่าเหมาเครื่องบินเพื่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใดที่ใดที่หนึ่งเป็นประจำ

3. ธุรกิจการทำอากาศยาน (Airport Business)

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะการเป็นเจ้าของ และลักษณะการใช้งาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 3.1 แบ่งประเภททำอากาศยานตามลักษณะการเป็นเจ้าของ คือ ทำอากาศยานของรัฐบาล และเอกชน
- 3.2 แบ่งประเภททำอากาศยานตามลักษณะการใช้งาน ได้แก่
 - 3.2.1 ทำอากาศยานทหาร

3.2.2 ท่าอากาศยานพลเรือน แบ่งย่อยออกเป็น ท่าอากาศยานพลเรือนระหว่างประเทศ และท่าอากาศยานภายในประเทศ

4. ธุรกิจบริการเครื่องช่วยในการเดินอากาศ (Air Navigation Aids Business)

เป็นธุรกิจที่ให้บริการระบบในการอำนวยความสะดวกให้แก่อากาศยานในการเดินอากาศ มี 2 ประเภท ได้แก่

4.1 อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งสัญญาณวิทยุ

4.2 อุปกรณ์ประเภททัศนวิสัย เพื่อช่วยในการมองเห็นของนักบิน เช่น ระบบไฟฟ้าสนามบิน ป้ายเครื่องป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ

Reichmuth (2008) ได้แบ่งประเภทสายการบินที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. Full Service Network Carriers (FSNC) คือสายการบินที่มุ่งเน้นการให้บริการเต็มรูปแบบ และมีความหลากหลายของบริการก่อนการบิน และบริการบนเครื่องบินรวมถึงมีชั้นบริการที่แตกต่างกัน

2. Low Cost Carriers (LCC) หมายถึง สายการบินต้นทุนต่ำ มุ่งเน้นไปที่การลดต้นทุนเพื่อใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคาในตลาดที่ให้บริการ นิยมใช้เครื่องบินขนาดเล็กและขนาดกลาง เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิง

3. Holiday Carriers คือ สายการบินที่ให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด โดยนิยมใช้คำว่า "สายการบินเช่าเหมาลำ" และส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นขายบัตรโดยสารโดยตรงจากสายการบินให้กับผู้โดยสาร แต่รวมอยู่ในแพ็คเกจเช่าเหมาลำที่ขายบัตรโดยสารโดยบริษัทนำเที่ยว

4. Regional Carriers หมายถึง สายการบินที่ให้บริการในภูมิภาคนั้น ๆ บินในระยะทางไม่ไกล โดยทั่วไปจะใช้เครื่องบินขนาดเล็กที่มี 20-100 ที่นั่ง

ส่วนสายการบินที่ขนส่งสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. Traditional Freight Carriers คือ สายการบินที่ขนส่งสินค้าโดยเฉพาะ เช่น British Midland

2. Hybrid Carriers คือ สายการบินที่ให้บริการขนส่งสินค้า หมายถึง สายการบินทั่วไปบางสายการบินได้ให้บริการขนส่งสินค้าด้วย เช่น Air Berlin, Aer Lingus

ข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ในประเทศไทย สายการบินต้นทุนต่ำเกิดขึ้นเมื่อปลายปี พ.ศ. 2546 ด้วยการกำเนิดของ สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) ซึ่งในเวลานั้นถือหุ้นโดย แอร์เอเชียของมาเลเซีย และในเวลาไล่เลี่ยกัน เครือโอเรียนท์ไทย แอร์ไลน์ ได้เปิดบริการสายการบินต้นทุนต่ำ วัน-ทู-โก

(One-Two-Go) ขึ้นมา รวมทั้งนกแอร์ (Nok Air) ที่เกิดขึ้นในช่วงต้นปี พ.ศ. 2547 ซึ่งเป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่ถือหุ้นโดยการบินไทย (ปัญญา เทพสงเคราะห์, 2555)

สายการบินต้นทุนต่ำ เป็นธุรกิจด้านการบินที่เน้นการบริหารต้นทุนให้ต่ำที่สุด โดยลดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ไม่จำเป็นออกไป เพื่อที่จะสามารถจำหน่ายบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำได้ รวมถึง การขายบัตรล่วงหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้สามารถจัดการความเสี่ยงด้านการโดยสารไม่เต็มลำ โดยรูปแบบการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำนั้นจะเน้นสินค้าและบริการที่เรียบง่าย และเน้นปัจจัยด้านราคาเป็นสำคัญ โดยมีรูปแบบการให้บริการดังต่อไปนี้

1. บัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำราคาจะถูกกว่าบัตรโดยสารชั้นประหยัดของสายการบินใหญ่ๆ ประมาณ 40-50 %

2. สายการบินส่วนใหญ่ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มฟรีแก่ผู้โดยสารบนเครื่องบิน เพื่อบริหารต้นทุนให้ต่ำที่สุด อีกทั้งเพื่อเป็นการลดภาระงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน แต่ผู้โดยสารสามารถซื้ออาหารหรือเครื่องดื่มได้โดยตรงจากพนักงานบนเครื่องบิน หรือเลือกซื้อในเว็บไซต์ของสายการบินก่อนขึ้นเครื่อง

3. ผู้โดยสารต้องจ่ายค่าสัมภาระที่ต้องบรรทุกใต้ท้องเครื่องบิน เนื่องจากสายการบินส่วนใหญ่ไม่มีบริการฟรีสำหรับค่าสัมภาระ ซึ่งสามารถเลือกซื้อน้ำหนักสัมภาระได้ตั้งแต่กระบวนการจองบัตรโดยสาร หรือซื้อที่สนามบินตอนที่ดำเนินการเช็คอิน

4. สายการบินจะไม่มีการคืนเงินค่าบัตรโดยสาร ในกรณีที่ผู้โดยสารต้องการยกเลิกเที่ยวบิน แก้อื้อผู้โดยสาร รวมทั้งไม่อนุญาตให้เปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่จอง

5. ใช้ระบบการออกบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการออกบัตรโดยสาร

6. สายการบินส่วนใหญ่จะให้บริการด้วยเครื่องบินรุ่นเดียวกันทั้งหมด หรืออย่างมากไม่เกิน 2 รุ่น เพื่อสามารถบริหารต้นทุนในการบำรุงรักษาได้ง่ายมากขึ้น อีกทั้งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมนักบินได้อีกด้วย

7. ส่วนใหญ่มักให้บริการเส้นทางการบินระยะสั้น บริการเส้นทางในประเทศ หรือประเทศใกล้เคียงโดยไม่มีการแวะจอดเครื่องบินบนเส้นทางที่บินผ่าน ทำให้ประหยัดเวลาในการเดินทางรวมถึงสามารถประหยัด ค่าใช้จ่ายที่สนามบินที่ต้องแวะจอดอีกด้วย

8. สายการบินส่วนใหญ่จะใช้สนามบินรองแทน สนามบินหลัก เช่น การใช้สนามบินดอนเมือง แทนสนามบินสุวรรณภูมิ เป็นต้น เพื่อสามารถลดค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมในการใช้สนามบิน

ในปัจจุบัน สายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการในประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

1. สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Air Asia)

บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 19 กันยายน พ.ศ. 2546 ในปัจจุบันมีสัดส่วนของผู้ถือหุ้น คือ บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ที่ 55% และ Air Asia Group Berhad ของมาเลเซีย อยู่ที่ 45% ให้บริการเส้นทางบินทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

สายการบินไทยแอร์เอเชีย ได้รับการยอมรับในด้านการบริการระดับโลก โดยได้รับเลือกให้เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่ดีที่สุดในโลกของ Skytrax 11 ปีติดต่อกันระหว่างปี 2552 ถึง 2562 และรางวัล World Travel Awards สายการบินต้นทุนต่ำชั้นนำของโลกเป็นเวลาแปดปีติดต่อกันตั้งแต่ปี 2556 ถึง 2563

2. สายการบินไทยแอร์เอเชียเอ็กซ์ (Air Asia X)

เป็นสายการบินที่อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท ไทยแอร์เอเชียเอ็กซ์ จำกัด ที่เกิดจากการร่วมทุนของสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย และ สายการบิน แอร์เอเชีย เอ็กซ์ โดยให้บริการเส้นทางบินต่างประเทศเท่านั้นและให้บริการเที่ยวบินไปยังจุดหมายปลายทางระหว่าง 4-9 ชั่วโมงโดยบินจากศูนย์กลาง ซึ่งคือสนามบินดอนเมือง กรุงเทพมหานคร และเริ่มให้บริการครั้งแรกในเส้นทาง กรุงเทพฯ (ดอนเมือง) - โซล (อินช็อน) ประเทศเกาหลีใต้ เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2557 และต่อมาขยายเส้นทางบินสู่ประเทศอื่น ๆ เช่น ญี่ปุ่น

3. สายการบินนกแอร์ (Nok Air)

บริษัท สายการบิน นกแอร์ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ในชื่อบริษัท สกายเอเชีย จำกัด (Sky Asia Ltd.) และวันที่ 16 มกราคม 2549 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด” ต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดมหาชน ในวันที่ 20 มิถุนายน 2556 โดยมีบริษัทที่ร่วมหุ้นหลัก คือ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยถือหุ้น 49%

สายการบินนกแอร์ให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศ และระหว่างประเทศ โดยมีเครื่องบินที่ให้บริการ จำนวน 2 รุ่น ได้แก่เครื่องบินรุ่นโบอิง 737 และเครื่องบินคว 400 เน็กซ์เจน

4. สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ (Lion Air)

สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ เป็นสายการบินในเครือของ Lion Group ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างสายการบินไลอ้อนแอร์ ประเทศอินโดนีเซีย และกลุ่มนักธุรกิจชาวไทย บริหารงานภายใต้ชื่อบริษัท ไทย ไลอ้อน เมนทารี จำกัด โดยเปิดบริการจากศูนย์กลาง สนามบินดอนเมือง

ตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2556 และให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศ และระหว่างประเทศ

5.สายการบินไทยเวียตเจ็ทแอร์ (Vietjet Air)

สายการบินไทยเวียตเจ็ทแอร์ เป็นสายการบินต้นทุนต่ำในกลุ่มเวียตเจ็ทแอร์ ของประเทศเวียดนาม ดำเนินงานในนามบริษัท ไทย เวียตเจ็ท แอร์ จอยท์ สต็อก จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 และให้บริการจากสนามบินสุวรรณภูมิ โดยมีเส้นทางที่ให้บริการทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

สายการบินไทยเวียตเจ็ทแอร์ ให้บริการโดยเครื่องบินแอร์บัส A-320 และมีจุดหมายปลายทางระหว่างประเทศ 1 แห่ง คือ ประเทศเวียดนาม และจุดหมายปลายทางในประเทศอีกหลายจังหวัด

6.สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส (Bangkok Airways)

สายการบินบางกอกแอร์เวย์สเริ่มก่อตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 ในเวลาต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)” เริ่มให้บริการแบบประจำในช่วงแรกในวันที่ 20 มกราคม พ.ศ.2529 ในเส้นทาง กรุงเทพ-นครราชสีมา กรุงเทพ-สุรินทร์ และกรุงเทพ-กระบี่ ช่วงในปี พ.ศ. 2532 บริษัทฯ ได้สร้างสนามบินแห่งแรกที่เกาะสมุย และได้เริ่มดำเนินงานในสนามบินสมุย และต่อมาขยายการให้บริการไปยังสนามบินอื่นๆ

7.สายการบินไทยสมายล์ (Thai Smile Airways)

บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด เป็นบริษัทในเครือของการบินไทย และให้บริการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ.2555 โดยมีจุดเริ่มต้นการบริการที่สนามบินสุวรรณภูมิ สู่จุดหมายปลายทางทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรี จรัสศรี (2561) ได้ศึกษาการรับรู้ และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศจากบริษัทนำเที่ยวของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีรายได้ตั้งแต่ 55,001 บาทขึ้นไป ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศของผู้บริโภคโดยรวมในทุกด้านอยู่ในระดับสูง โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับสูงในด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านเวลา ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา และด้านความรู้สึก ส่วนการรับรู้ระดับต่ำเป็นด้านสังคมอยู่ใน นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศอยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยพบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านความภาคภูมิใจต่อบริษัทนำเที่ยวอยู่ใน

ระดับสูงที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ คือ ด้านภาพลักษณ์ของบริษัทน่าเชื่อถือ ด้านการค้นหาความมั่นใจ และด้านราคาแพ็คเกจท่องเที่ยว ล้วนอยู่ในระดับสูง

ภาสินี อ่ำรอด (2561) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ ที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อคอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์ผ่านช่องทาง Social Media ของผู้บริโภค ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเป็นเพศชาย ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือ เท่ากับปริญญาตรี โดยผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อคอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์ผ่านช่องทาง Social Media โดยเฉลี่ยไม่เกิน 3,000 บาทต่อครั้ง และส่วนใหญ่จะซื้อคอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งใน 1 ปี และซื้อคอร์สเรียนเพียง 1 คอร์สเรียน และ เนื่องจากช่องทาง Social Media ที่ ผู้ประกอบการนิยมใช้ในการโฆษณามากที่สุด คือ Facebook ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จัก คอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์ผ่านทาง Facebook ซึ่งผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และส่งผลให้นิยมซื้อ คอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์ผ่านทาง Facebook เช่นเดียวกัน อีกทั้ง ผู้บริโภคยังคงไว้วางใจที่จะ กลับมาซื้อคอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์ผ่านช่องทาง Social Media อีกด้วย

ศุภรัตน์ ชัยเศวตกานนท์ (2559) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการ รับรู้ความเสี่ยงของการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ไม่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ใน ระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน สำหรับด้านความกังวลความเป็นส่วนตัว อิทธิพลทางสังคม และ การรับนวัตกรรม ของการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนความสัมพันธ์ใน ระดับต่ำมากเป็นด้านความไว้วางใจ อีกทั้งยังมีทิศทางเดียวกันกับการรับรู้ความเสี่ยงของการ บริการสายการบินต้นทุนต่ำ นอกจากนี้ในด้านความกังวลความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจ การ รับนวัตกรรม และอิทธิพลทางสังคม ล้วนมีผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ

Muriana and Vizzini (2017) ได้ศึกษาเรื่อง Project risk management: A deterministic quantitative technique for assessment and mitigation ซึ่งศึกษาเทคนิคที่กำหนดขึ้นเพื่อ ประเมินและป้องกันความเสี่ยงของโครงการ โดยกำหนดความเสี่ยงของสถานะความคืบหน้าของ งาน ประการแรก ตรวจสอบประสิทธิภาพของปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ต้นทุน คุณภาพ และเวลา ซึ่ง สะท้อนถึงกฎเหล็กของการบริหารโครงการ เมื่อแต่ละขั้นตอนสิ้นสุดลง ค่าจริงของปัจจัยป้อนเข้า จะถูกตรวจสอบและเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ และการดำเนินการแก้ไขเพื่อที่จะพิจารณาถึง

ผลกระทบของการปฏิบัติงานโดยภาพรวมของโครงการ ดังนั้นระดับความเสี่ยงในปัจจุบันของโครงการจะถูกกำหนดโดยวิธีผลรวมแบบถ่วงน้ำหนัก หากสูงกว่าที่แผนที่วางไว้ จะมีการดำเนินการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงของทั้งโครงการ โดยกำหนดตารางเวลา/ต้นทุน/ข้อกำหนดในขั้นตอนการวางแผน และตรวจพบความเบี่ยงเบนในความก้าวหน้าของแต่ละขั้นตอน

Hallikas and Lintukangas (2016) ได้ศึกษาเรื่อง Purchasing and supply: An investigation of risk management performance ผลการศึกษาพบว่าจากสภาพแวดล้อมแบบเครือข่าย ความสามารถในการพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญของความสำเร็จและเป็นงานที่ท้าทายสำหรับการจัดการของบริษัท เป็นที่ทราบกันดีว่าบริษัทต่าง ๆ มีความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานและความเสี่ยงต่าง ๆ การระบุและการจัดการความเสี่ยงเหล่านี้จึงมีความสำคัญต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะเลือกการดำเนินการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม จะต้องตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินการเหล่านี้ แม้ว่าจะมีการวิจัยมากมายในด้านการจัดซื้อและการจัดการอุปทาน แต่มีเพียงส่วนเล็ก ๆ เท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน

การศึกษานี้ศึกษาเชิงประจักษ์สำรวจการวางแผนทางของผู้จัดจำหน่าย การพึ่งพาผู้จัดจำหน่าย การปฐมนิเทศลูกค้า และการซื้ออย่างเป็นระบบแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงด้านอุปทานของบริษัท การออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจได้ถูกดัดแปลงสำหรับการศึกษา การศึกษาของเราแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงทางสถิติการถดถอยของตัวแปร การวางแผนผู้จัดจำหน่าย การพึ่งพาผู้จัดจำหน่าย การปฐมนิเทศลูกค้า และการจัดซื้ออย่างเป็นระบบ พร้อมประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงด้านอุปทาน โดยผลการศึกษานี้อ้างอิงจากข้อมูลที่รวบรวมจากบริษัทขนาดใหญ่และขนาดกลางในฟินแลนด์จำนวน 165 แห่ง

Visschers V.H.M. (2018) ได้ศึกษาเรื่อง Differences in Risk Perception Between Hazards and Between Individuals ผลการศึกษาพบว่า วิธีที่ผู้คนคิดเกี่ยวกับอันตรายมักจะเบี่ยงเบนไปจากความน่าจะเป็นและความรุนแรงที่ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จุดมุ่งหมายของบทนี้คือเพื่อชี้แจงว่าผู้คนรับรู้ความเสี่ยงอย่างไร ด้วยเหตุนี้ เราจึงมุ่งเน้นไปที่สายการวิจัยที่สำคัญสองหัวข้อหลัก: (1) การวิจัยเกี่ยวกับตัวอย่างทางจิตวิทยา ซึ่งอธิบายความผันแปรระหว่างการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่แตกต่างกัน และ (2) การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจกำหนดการรับรู้ของแต่ละคนเกี่ยวกับความเสี่ยง (กล่าวคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจ ความรู้ ความสัมพันธ์ทางอารมณ์ ค่านิยม และความเป็นธรรม)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยงต่าง ๆ (เช่น สิ่งมีชีวิตที่ดัดแปลงพันธุกรรม วัตถุเจือปนอาหาร และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ) จะได้รับการตรวจสอบเพื่อให้เกิดผลในการปฏิบัติเพื่อการจัดการความเสี่ยงและการสื่อสาร โดยรวมแล้ว บทนี้แสดงให้เห็นว่าบทบาทของการรับรู้ผลประโยชน์ ความไว้วางใจ ความรู้ ความสัมพันธ์ทางอารมณ์ ค่านิยมส่วนบุคคล และความเป็นธรรม ที่อาจไม่ได้ตรงไปตรงมาเสมอไป โดยมีปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงอันตรายที่แตกต่างกัน เราแนะนำให้ผู้ปฏิบัติงานเมื่อเขาเผชิญกับอันตรายใหม่ ให้ทำการค้นหาข้อมูลของการศึกษาก่อนหน้านี้ที่เกี่ยวกับอันตรายที่คล้ายคลึงกันเพื่อที่จะระบุปัจจัยที่อธิบายการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับอันตรายใหม่



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วย แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้เน้นการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้วิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตกรุงเทพมหานคร โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545) จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และได้เก็บเพิ่มแบบสอบถามอีก 5% หรือเท่ากับจำนวน 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

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

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน คะแนนมาตรฐานตามระดับความเชื่อมั่น (Z = 1.96)

P แทน สัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจ (P = 0.50)

Q แทน สัดส่วนของลักษณะที่ไม่สนใจในประชากรเท่ากับ 1-P

e แทน ความคาดเคลื่อนของการประมาณค่า

โดยแทนค่าในสูตรเพื่อหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัย เท่ากับ 385 คน และมีการเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมอีก 5% เท่ากับ 15 คน ซึ่งจะเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง

ขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตกรุงเทพมหานคร จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 50 เขต โดยเก็บแบบสอบถามในสถานที่ ที่มีผู้คนจำนวนมาก ได้แก่ บริเวณห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ เช่น ห้างสยามพารากอน ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ ห้างเทอร์มินอล 21 สาขาอโศก ห้างเซ็นทรัล สาขาลาดพร้าว ห้างซีคอน สแควร์ สาขาศรีนครินทร์ ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการแจก แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ด้วยการสแกน QR code ของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างให้ ครบจำนวน 400 ชุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อให้ยังครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งเอาไว้โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) และปลายเปิด (Open-ended questions)

1. เพศ : ลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ : ลักษณะของแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

2.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

2.2 21-30 ปี

2.3 31-40 ปี

2.4 41-50 ปี

2.5 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ : ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

3.1 โสด

3.2 สมรส

3.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา : ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) และใช้การวัดระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.2 ปริญญาตรี

4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ : ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) และใช้การวัดระดับข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

5.1 นักเรียน-นักศึกษา

5.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

5.4 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

5.5 อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้ต่อเดือน : ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

6.2 15,001 – 25,000 บาท

6.3 25,001 – 35,000 บาท

6.4 35,001 – 45,000 บาท

6.5 45,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีจำนวนคำถาม 16 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้คะแนนแบบมาตรา ส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ซึ่งเป็น โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้ คะแนน ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความถี่ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน ตามระดับการรับรู้ความเสี่ยง		
คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำโดยมีจำนวนคำถาม 11 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรรกาคำน (Interval Scale) โดยการให้คะแนนแบบมาตรา ส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ซึ่งเป็น โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความถี่ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรรกาคำน} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5}
 \end{aligned}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน ตามระดับการจัดการความเสี่ยง

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง ผู้บริโภคมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง ผู้บริโภคมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง ผู้บริโภคมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง ผู้บริโภคมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง ผู้บริโภคมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม
2. กำหนดแบบขอบเขตสอบถาม ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างแบบสอบถามให้มีความชัดเจนความมุ่งหมายของวิจัย
3. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่างเพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ได้ไม่ต่ำกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ซึ่งความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แบ่งเป็นรายด้านดังนี้

ด้านความเสี่ยงด้านหน้าที่	0.756
ด้านความเสี่ยงด้านกายภาพ	0.731
ด้านความเสี่ยงด้านการเงิน	0.736
ด้านความเสี่ยงด้านสังคม	0.858
ด้านความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	0.775

ด้านความเสี่ยงด้านเวลา	0.781
ด้านการค้นหาข้อมูล	0.807
ด้านความถูกต้องต่อสายการบิน	0.954
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	0.743
ด้านราคาบัตรโดยสาร	0.704

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งลักษณะของแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) นำแบบสอบถามที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่าง ๆ จากนั้นจึงรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ นำมาจัดกระทำข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการค้นคว้าเอกสาร วารสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อออกแบบงานวิจัย และแบบสอบถาม

การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูล

หลังจากผู้ทำวิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากนั้น แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับที่มีความสมบูรณ์ถูกต้อง เรียบร้อยมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้ว มาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.2 การคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และส่วนที่ 3 การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

2.1 ค่าสถิติ t-test (Independent t-test) ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในความแตกต่างระหว่างเพศชายกับเพศหญิงที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

2.2 ค่าสถิติ One Way ANOVA ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

2.3 วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

f แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558)

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$(\sum x)^2$ แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ค่าอัลฟา (α Coefficient ของ ครอนบัค (Cronbach)(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \frac{\overline{\text{covariance}}}{\overline{\text{variance}}}}{1 + (k-1) \frac{\overline{\text{covariance}}}{\overline{\text{variance}}}}$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{\text{covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม

$\overline{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560)

3.1.1 กรณีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $S \frac{2}{1} = S \frac{2}{2}$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1+n_2-2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{x}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.1.2 กรณีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $s_1^2 \neq s_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

$$\text{โดยที่ } df = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} - \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{x}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

df แทน องศาแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)

3.2 การทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.2.1 ในกรณีซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้สถิติ One-Way Analysis of Variance (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2558)

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

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSW แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดยมีองศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) ดังนี้

$$df = n - 1$$

$$df_b = p - 1$$

$$df_w = n - p$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

p แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2 สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown – Forsythe (B) ใช้ในกรณีที่ความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน (Hartung & Argac, 2001) สามารถเขียนได้ ดังนี้

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

โดยค่า

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

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown – Forsythe

MS_B แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป ที่ โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3

3.2.3 สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

$$LSD = n - k \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean square error ได้จากตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ความคลาดเคลื่อน

n_i แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ j

3.2.4 สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ใช้สูตร ดังนี้

$$\overline{d_D} = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ $\overline{d_D}$ แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test

q_D แทน ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test

$MS_{S/A}$ แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

S แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงสามารถเขียนได้ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

โดยที่ β_0 แทน ส่วนตัดแกน Y เมื่อกำหนดให้ $X_1 = X_2 = \dots = X_k = 0$

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ เป็นสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วน (Partial Regression Coefficient) โดยที่ค่า β_i เป็นค่าที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม Y เมื่อตัวแปรอิสระ X_i โดยที่ตัวแปรอิสระ X ตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษา “การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Max แทน	ค่าสูงสุด (Maximum)
Min แทน	ค่าต่ำสุด (Minimum)
t แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of square)
MS แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean square)
R แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาคู่
R ² แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาคู่
SEb แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
b แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
$\hat{Y}$ แทน	คะแนนพยากรณ์ของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในรูปคะแนนดิบ
H ₀ แทน	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H ₁ แทน	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
* แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็นการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ การค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน ภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	102	25.50
หญิง	298	74.50
รวม	400	100
2.อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	0.50
21-30 ปี	93	23.25
31-40 ปี	159	39.75
41-50 ปี	124	31.00
51 ปีขึ้นไป	22	5.50
รวม	400	100
3.สถานภาพ		
โสด	256	64.00
สมรส	113	28.25
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	31	7.75
รวม	400	100
4.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	7.75
ปริญญาตรี	245	61.25
สูงกว่าปริญญาตรี	124	31.00
รวม	400	100
5.อาชีพ		
นักเรียน-นักศึกษา	4	1.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	53	13.25
พนักงานบริษัทเอกชน	275	68.75
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	56	14.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ	12	3.00
รวม	400	100
6.รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	16	4.00
15,001 – 25,000 บาท	90	22.50
25,001 – 35,000 บาท	72	18.00
35,001 – 45,000 บาท	89	22.25
45,001 บาท ขึ้นไป	133	33.25
รวม	400	100

จากตาราง 1 แสดงข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

1.เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 และเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

2.อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 อายุ 21-30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

3.สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

4.ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

5.อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 อาชีพอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และเป็นนักเรียน-นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

6.รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาทจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	95	23.75
31-40 ปี	159	39.75
41 ปีขึ้นไป	146	36.50
รวม	400	100
2.อาชีพ		
นักเรียน-นักศึกษาและอื่น ๆ	16	4.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	53	13.25
พนักงานบริษัทเอกชน	275	68.75
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	56	14.00
รวม	400	100
3.รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	106	26.50
25,001 – 35,000 บาท	72	18.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. รายได้ต่อเดือน		
35,001 – 45,000 บาท	89	22.25
45,001 บาท ขึ้นไป	133	33.25
รวม	400	100

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ดังนี้

1. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ตามลำดับ

2. อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และเป็นนักเรียน-นักศึกษาและอื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

3. รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และมีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวม

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่	3.05	0.834	ปานกลาง
2. ความเสี่ยงด้านกายภาพ	3.63	0.905	สูง
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน	3.63	0.675	สูง
4. ความเสี่ยงด้านสังคม	2.15	1.086	ต่ำ
5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	3.75	0.752	สูง
6. ความเสี่ยงด้านเวลา	3.77	0.790	สูง
รวม	3.33	0.570	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาได้แก่

การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.63 การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่

การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
1. คุณภาพของการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่เป็นไปตามที่สายการบินโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอไว้	3.18	1.031	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
2.สายการบินต้นทุนต่ำอาจทำให้ สัมภาระของท่านเกิดชำรุด/เสียหาย หรือสูญหายได้	3.08	1.076	ปานกลาง
3.พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอาจจะ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสาร อย่างทั่วถึง	2.88	1.112	ปานกลาง
รวม	3.05	0.834	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านหน้าที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ คุณภาพของการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่เป็นไปตามที่สายการบินโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 รองลงมาได้แก่ สายการบินต้นทุนต่ำอาจทำให้สัมภาระของท่านเกิดชำรุด/เสียหาย หรือสูญหายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอาจจะไม่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสารอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ

การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
1.ขนาดและความกว้างของเก้าอี้ โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำมี ความคับแคบ ทำให้ท่านรู้สึกอึดอัด ตลอดการเดินทาง	3.92	1.057	สูง

ตาราง 5 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
2.ห้องโดยสาร ห้องน้ำและอุปกรณ์ ต่าง ๆ ในเครื่องบินไม่สะอาด อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของท่าน	3.34	1.087	ปานกลาง
รวม	3.63	0.904	สูง

จากตาราง 5 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านกายภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำมีความคับแคบ ทำให้ท่านรู้สึกอึดอัดตลอดการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือ ห้องโดยสาร ห้องน้ำและอุปกรณ์ ต่าง ๆ ในเครื่องบินไม่สะอาด อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน

การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
1.คุณภาพการบริการของสายการบิน ต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่คุ้มค่ากับเงิน ที่จ่ายไป	2.84	1.079	ปานกลาง
2.การซื้อบัตรโดยสารจากสายการบิน ต้นทุนต่ำอาจมีค่าใช้จ่ายอื่นแอบแฝง เช่น ค่าธรรมเนียมชำระเงินผ่านบัตร เครดิต	3.93	1.010	สูง

ตาราง 6 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
3.ท่านรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงเทียวกบิน อาจจะมืค่าใช้จ่ยสูงขึ้นมก เมื่อเทียบ กัการซื้อบัตรโดยสารใหม่	4.13	0.879	สูง
รวม	3.63	0.675	สูง

จากตาราง 6 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านการเงินโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ท่านรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงเทียวกบิน อาจจะมืค่าใช้จ่ยสูงขึ้นมก เมื่อเทียบกัการซื้อบัตรโดยสารใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาได้แก่ การซื้อบัตรโดยสารจากสายการบินต้นทุนต่ำอาจมีค่าใช้จ่ยอื่นแอบแฝง เช่น ค่าธรรมเนียมชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่คุ้มค่างับเงินที่จ่ยไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม

การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
1.ท่านคิดว่าการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่เป็นที่ยอมรับจากบุคคลรอบข้าง	2.27	1.233	ต่ำ
2.การใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ภาพลักษณ์ของท่านไม่ดีในสายตาของบุคคลรอบข้าง	2.02	1.093	ต่ำ
รวม	2.15	1.086	ต่ำ

จากตาราง 7 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ท่านคิดว่าการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่เป็นที่ยอมรับจาก บุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 รองลงมาคือ การใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ภาพลักษณ์ของท่านไม่ดีในสายตาของบุคคลรอบข้างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.02 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
1.ท่านมีความกังวลเมื่อได้รับข่าวสารในเชิงลบของสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น ข่าวการยกเลิก/เปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน ข่าวการยกเลิกกิจการของสายการบิน	3.88	1.007	สูง
2. ระหว่างการเดินทาง ท่านมีความหวาดกลัวว่าอาจเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น เครื่องยนต์ขัดข้อง เครื่องบินตก หลุมอากาศ	3.62	1.092	สูง
3.ระหว่างการเดินทาง ท่านกลัวว่าผู้ร่วมเดินทางของท่าน จะมีพฤติกรรมที่ทำให้ท่านไม่พึงพอใจ เช่น ส่งเสียงดัง และไม่มีการยาท	3.74	1.017	สูง
รวม	3.75	0.752	สูง

จากตาราง 8 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านจิตวิทยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ท่านมีความกังวลเมื่อได้รับข่าวสารในเชิงลบของสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น ข่าวการยกเลิก/เปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน ข่าวการยกเลิกกิจการของสายการบิน มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาได้แก่ ระหว่างการเดินทาง ท่านกลัวว่าผู้ร่วมเดินทางของท่าน จะมีพฤติกรรมที่ทำให้ท่านไม่พึงพอใจ เช่น ส่งเสียงดัง และไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ ระหว่างการเดินทาง ท่านมีความหวาดกลัวว่าอาจเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น เครื่องยนต์ขัดข้อง เครื่องบินตกหลุมอากาศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
1.ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอาจจะเกิดความล่าช้าในการเดินทาง	3.67	1.046	สูง
2.ท่านรับรู้ว่าการเช็คอินที่เคาน์เตอร์มีความล่าช้า ทำให้เสียเวลาในการรอเช็คอินนาน	3.60	1.031	สูง
3.ท่านรับรู้ว่าขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินมีความยุ่งยากมาก อาจทำให้ท่านรู้สึกเสียเวลา	4.05	0.884	สูง
รวม	3.77	0.789	สูง

จากตาราง 9 พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านเวลาโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ท่านรับรู้ว่าขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินมีความยุ่งยากมาก อาจทำให้ท่านรู้สึกเสียเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาได้แก่ ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอาจจะเกิดความล่าช้าในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และ ท่านรับรู้ว่าการเช็คอินที่เคาน์เตอร์มีความล่าช้า ทำให้เสียเวลาในการรอเช็คอินนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน ภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวม

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการความเสี่ยง
1.ด้านการค้นหาข้อมูล	4.03	0.609	สูง
2.ด้านความภักดีต่อสายการบิน	4.25	0.738	สูงที่สุด
3.ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	3.63	0.820	สูง
4.ด้านราคาบัตรโดยสาร	2.89	0.980	ปานกลาง
รวม	3.70	0.531	สูง

จากตาราง 10 พบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับการจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ความภักดีต่อสายการบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาได้แก่

การค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และราคาบัตรโดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล

การจัดการความเสี่ยงด้านการค้นหาข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการความเสี่ยง
1.ท่านหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	4.11	0.880	สูง
2.ท่านมักสอบถามความพึงพอใจจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ	3.94	0.971	สูง

ตาราง 11 (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง ด้านการค้นหาข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการ ความเสี่ยง
3.ท่านเปรียบเทียบข้อมูลและราคาบัตร โดยสารของสายการบินต่าง ๆ ก่อน ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ	4.43	0.760	สูงที่สุด
4.ท่านเลือกสายการบินที่ได้รับรางวัล คุณภาพในการบริการ	3.64	1.014	สูง
รวม	4.03	0.609	สูง

จากตาราง 11 พบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับการจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ท่านเปรียบเทียบข้อมูลและราคาบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาได้แก่ ท่านหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ท่านมักสอบถามความพึงพอใจจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และท่านเลือกสายการบินที่ได้รับรางวัลคุณภาพในการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน

การจัดการความเสี่ยง ด้านความภักดีต่อสายการบิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการ ความเสี่ยง
1.หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่ เคยใช้บริการ ท่านจะเลือกใช้บริการ สายการบินนั้นอีกในครั้งหน้า	4.23	0.825	สูงที่สุด

ตาราง 12 (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง ด้านความภักดีต่อสายการบิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการ ความเสี่ยง
2.หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่ เคยใช้บริการ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่น เลือกใช้บริการสายการบินนั้น	4.27	0.774	สูงที่สุด
รวม	4.25	0.738	สูงที่สุด

จากตาราง 12 พบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบินอยู่ในระดับสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับการจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่เคยใช้บริการ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกใช้บริการสายการบินนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่เคยใช้บริการ ท่านจะเลือกใช้บริการสายการบินนั้นอีกในครั้งหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน

การจัดการความเสี่ยง ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการ ความเสี่ยง
1.ท่านมักเลือกใช้บริการสายการบินที่มี ชื่อเสียงเท่านั้น	3.39	1.088	ปานกลาง
2.ท่านมีความมั่นใจและเชื่อถือในการ บริการของสายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีมา ยาวนาน มากกว่าสายการบินที่เพิ่งเปิด ดำเนินการ	3.71	1.083	สูง
3.ความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำบนเครือข่ายสังคม ออนไลน์มีผลต่อการเลือกสายการบิน	3.81	0.952	สูง

ตาราง 13 (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยง ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการ ความเสี่ยง
รวม	3.63	0.820	สูง

จากตาราง 13 พบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านภาพลักษณ์ของสายการบินอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ ความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกสายการบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมา ได้แก่ ท่านมีความมั่นใจและเชื่อถือในการบริการของสายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีมายาวนาน มากกว่าสายการบินที่เพิ่งเปิดดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และท่านมักเลือกใช้บริการสายการบินที่มีชื่อเสียงเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร

การจัดการความเสี่ยง ด้านราคาบัตรโดยสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการจัดการ ความเสี่ยง
1.สายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่แพงกว่ามักให้บริการที่ดีกว่าสายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่ถูกลงกว่า	3.43	1.189	สูง
2.หากมีบัตรโดยสารในเส้นทางเดียวกัน ท่านมักจะเลือกใช้สายการบินที่มีราคาบัตรโดยสารที่แพงที่สุด	2.37	1.200	ต่ำ
รวม	2.89	0.980	ปานกลาง

จากตาราง 14 พบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านราคาบัตรโดยสารอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับการจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือ สายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่แพงกว่ามัก

ให้บริการที่ดีกว่าสายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่ถูกกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมา คือ หากมีบัตรโดยสารในเส้นทางเดียวกัน ท่านมักจะเลือกใช้สายการบินที่มีราคาบัตรโดยสารที่แพงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน จำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยจะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งหากพบว่าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร	Levene's Test for Equity of Variances	
	F	p-value
การค้นหาข้อมูล	4.518*	0.034
ความภักดีต่อสายการบิน	1.785	0.182

ตาราง 15 (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยงในการให้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร	Levene's Test for Equity of Variances	
	F	p-value
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	0.122	0.727
ราคาบัตรโดยสาร	0.251	0.617

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's Test พบว่าด้านการค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแปรปรวนต่างกัน จึงใช้วิธี t-test กรณี Equal Variance not Assumed

ด้านความภักดีต่อสายการบิน ภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.182, 0.727 และ 0.617 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่ามีความแปรปรวนไม่ต่างกัน จึงใช้วิธี t-test กรณี Equal Variance Assumed

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การจัดการความเสี่ยงใน การให้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p-value
การค้นหาข้อมูล	ชาย	4.01	0.549	-0.390	198.900	0.697
	หญิง	4.04	0.630			
ความภักดีต่อสายการบิน	ชาย	4.23	0.804	-0.428	398	0.669
	หญิง	4.26	0.716			
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	ชาย	3.68	0.838	0.626	398	0.532
	หญิง	3.62	0.815			

ตาราง 16 (ต่อ)

การจัดการความเสี่ยงใน การใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p-value
ราคาบัตรโดยสาร	ชาย	2.91	0.989	0.185	398	0.853
	หญิง	2.89	0.980			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ t-test พบว่า

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.697 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.669 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.532 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.853 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการ

จัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งหากพบว่าค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน โดยค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบโดยสถิติ Brown-Forsythe แต่ถ้าค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะทดสอบโดยสถิติ F-test และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยสถิติ Dunnett's T3 หรือสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's Test

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Levene Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	5.380*	2	397	0.005
ความภักดีต่อสายการบิน	3.536*	2	397	0.030
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	3.428*	2	397	0.033
ราคาบัตรโดยสาร	1.625	2	397	0.198

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงผลการทดสอบ Levene Statistic Test พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล ความรักดีต่อสายการบิน และภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.005, 0.030 และ 0.033 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 18

ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.198 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 19

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การจัดการความเสี่ยง ในการใช้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำ		Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	Brown-Forsythe	0.706	2	345.599	0.495
ความรักดีต่อสายการบิน	Brown-Forsythe	2.987	2	373.140	0.052
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	0.733	2	386.450	0.481

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.495 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านการค้นหาข้อมูล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความรักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.052 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.481 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test

การจัดการความเสี่ยง ในการใช้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ราคาบัตรโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.747	2	0.874	0.907	0.404
	ภายในกลุ่ม	382.197	397	0.963		
	รวม	383.944	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.404 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งหากพบว่าค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน โดยค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบโดยสถิติ Brown-Forsythe แต่ถ้าค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะทดสอบโดยสถิติ F-test และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยสถิติ Dunnett's T3 หรือสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 20 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้ Levene's Test

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Levene Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	4.498*	2	397	0.012
ความภักดีต่อสายการบิน	7.118*	2	397	0.001
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	9.124*	2	397	<0.001
ราคาบัตรโดยสาร	0.724	2	397	0.486

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงผลการทดสอบ Levene Statistic Test พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน และภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.012, 0.001 และ <0.001 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสถานภาพแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 21

ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.486 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสถานภาพไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 23

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ		Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	Brown-Forsythe	5.382*	2	101.933	0.006
ความภักดีต่อสายการบิน	Brown-Forsythe	2.050	2	120.362	0.133
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	1.172	2	104.190	0.314

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 22

ความภักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.133 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบิน

ต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.314 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
โสด	4.10	-	0.237* (0.004)	-0.033 (0.991)
สมรส	3.86		-	-0.271 (0.165)
หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.13			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's พบว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด กับ ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส มีค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกับผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าววาคือ

ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพโสด มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการ
ค้นหาข้อมูล มากกว่าผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรส โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.237

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการ
บินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ F-test

การจัดการความเสี่ยง ในการให้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ราคาบัตรโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	11.805	2	5.902	6.297*	0.002
	ภายในกลุ่ม	372.139	397	0.937		
	รวม	383.944	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้
บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้
สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบิน
ต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's
Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 24

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)

		โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
สถานภาพ	$\bar{X}$	2.77	3.13	3.10
โสด	2.77	-	-0.365* (0.001)	-0.329 (0.075)
สมรส	3.13		-	0.036 (0.855)
หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.10			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD) พบว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด กับผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร แตกต่างกับผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.365

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งหากพบว่าค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน โดยค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบโดยสถิติ Brown-Forsythe แต่ถ้าค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะทดสอบโดยสถิติ F-test และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยสถิติ Dunnett's T3 หรือสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 25 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's Test

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Levene Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	0.478	2	397	0.621
ความภักดีต่อสายการบิน	2.622	2	397	0.074
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	3.401*	2	397	0.034
ราคาบัตรโดยสาร	0.240	2	397	0.787

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงผลการทดสอบ Levene Statistic Test พบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 26

ด้านการค้นหาข้อมูล ความรักดีต่อสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.621 0.074 และ 0.787 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 28

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Statistic	df1	df2	p-value
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe 8.684*	2	78.361	<0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 27

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.06	-	-0.552* (0.021)	-0.753* (0.002)
ปริญญาตรี	3.62		-	-0.201 (0.058)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.82			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's พบว่า

ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกับผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.552

ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกับผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบิน

บินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.753

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

การจัดการความเสี่ยง ในการใช้บริการสาย การบินต้นทุนต่ำ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	4.772	2	2.386	6.597*	0.002
	ภายในกลุ่ม	143.587	397	0.362		
	รวม	148.359	399			
ความภักดีต่อสายการบิน	ระหว่างกลุ่ม	1.965	2	0.983	1.810	0.165
	ภายในกลุ่ม	215.532	397	0.543		
	รวม	217.497	399			
ราคาบัตรโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.581	2	0.291	0.301	0.740
	ภายในกลุ่ม	383.363	397	0.966		
	รวม	383.944	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ

Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 29

ด้านความภักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.165 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.740 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญตรี	ปริญญตรี	สูงกว่า ปริญญตรี
ต่ำกว่าปริญญตรี	3.66	-	4.05 (0.001)	4.09 (<0.001)
ปริญญตรี	4.05		-	-0.046 (0.490)
สูงกว่าปริญญตรี	4.09			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD) พบว่า

ผู้บริโภคมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้บริโภคที่ศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่ศึกษามัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกับผู้บริโภคที่ศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ศึกษามัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล น้อยกว่าผู้บริโภคที่ศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.386

ผู้บริโภคมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้บริโภคที่ศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่ศึกษามัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างกับผู้บริโภคที่ศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ศึกษามัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล น้อยกว่าผู้บริโภคที่ศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.431

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งหากพบว่าค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน โดยค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบโดยสถิติ Brown-Forsythe แต่ถ้าค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะทดสอบโดยสถิติ F-test และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน

(Multiple Comparison) โดยสถิติ Dunnett's T3 หรือสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 30 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's Test

การจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Levene Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	1.214	3	396	0.304
ความภักดีต่อสายการบิน	0.640	3	396	0.589
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	7.381*	3	396	<0.001
ราคาบัตรโดยสาร	1.038	3	396	0.376

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงผลการทดสอบ Levene Statistic Test พบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 31

ด้านการค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.304 0.589 และ 0.376 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 32

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

การจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ		Statistic	df1	df2	p-value
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	1.024	3	51.090	0.390

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.390 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบินไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	0.749	3	0.250	0.670	0.571
	ภายในกลุ่ม	147.610	396	0.373		
	รวม	148.359	399			
ความภักดีต่อสายการบิน	ระหว่างกลุ่ม	0.226	3	0.075	0.137	0.938
	ภายในกลุ่ม	217.271	396	0.549		
	รวม	217.497	399			
ราคาบัตรโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.485	3	0.828	0.860	0.462
	ภายในกลุ่ม	381.459	396	0.963		
	รวม	383.944	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.571 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความภักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.938 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.462 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งหากพบว่าค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน โดยค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะทำการทดสอบโดยสถิติ Brown-Forsythe แต่ถ้าค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะทดสอบโดยสถิติ F-test และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน

(Multiple Comparison) โดยสถิติ Dunnett's T3 หรือสถิติ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 33 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้ Levene's Test

การจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Levene Statistic	df1	df2	p-value
การค้นหาข้อมูล	1.519	3	396	0.209
ความภักดีต่อสายการบิน	1.549	3	396	0.201
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	1.863	3	396	0.135
ราคาบัตรโดยสาร	0.168	3	396	0.918

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 แสดงผลแสดงผลการทดสอบ Levene Statistic Test พบว่า ด้านการค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน ภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.209 0.201 0.135 และ 0.918 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้ต่อเดือนไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง

ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
การค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2.389	3	0.796	2.160	0.092
	ภายในกลุ่ม	145.970	396	0.369		
	รวม	148.359	399			
ความภักดีต่อสายการบิน	ระหว่างกลุ่ม	8.484	3	2.828	5.358*	0.001
	ภายในกลุ่ม	209.014	396	0.528		
	รวม	217.497	399			
ภาพลักษณ์ของสายการบิน	ระหว่างกลุ่ม	14.415	3	4.805	7.492*	<0.001
	ภายในกลุ่ม	253.983	396	0.641		
	รวม	268.398	399			
ราคาบัตรโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.476	3	0.825	0.857	0.464
	ภายในกลุ่ม	381.468	396	0.963		
	รวม	383.944	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความภักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 35

ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 36

ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ 0.464 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า หรือเท่ากับ	25,001 - 35,000	35,001 - 45,000	45,001 บาท
		25,000 บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	4.23	4.22	4.04	4.43
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	4.23	-	0.004 (0.970)	0.187 (0.074)	-0.206* (0.030)
25,001 – 35,000 บาท	4.22		-	0.183 (0.113)	-0.210* (0.049)

ตาราง 35 (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า หรือเท่ากับ	25,001 - 35,000	35,001 - 45,000	45,001 บาท
		25,000 บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
		4.23	4.22	4.04	4.43
35,001 – 45,000 บาท	4.04			-	-0.393*
					(<0.001)
45,001 บาท ขึ้นไป	4.43				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD) พบว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน แตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.206

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน แตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.210

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001 -45,000 บาท กับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001 -45,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน แตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001 -45,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.393

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	35,001 - 45,000 บาท	45,001 บาท ขึ้นไป
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	3.42	-	-0.062 (0.614)	-0.263* (0.023)	-0.455* (<0.001)
25,001 – 35,000 บาท	3.48		-	-0.201 (0.114)	-0.393* (0.001)
35,001 – 45,000 บาท	3.68			-	-0.192 (0.081)
45,001 บาท ขึ้นไป	3.87				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD) พบว่า

ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท กับ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 35,001 - 45,000 บาท มีค่า p-value เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกับ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35,001 - 45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 35,001 - 45,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.263

ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท กับ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกับ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.455

ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 25,001 – 35,000 บาท กับ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 25,001 – 35,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกับ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 45,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 25,001 – 35,000 บาท มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน น้อยกว่า ผู้บริโภครายที่มีรายได้น้อยกว่า 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.393

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 37

ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
Regression	34.075	6	5.679	19.530*	<0.001
Residual	114.284	393	0.291		
Total	148.359	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา อย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณได้ดังนี้

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis

การรับรู้ความเสี่ยง	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	SE	Beta		
(Constant)	2.247	0.178		12.609*	<0.001
ด้านหน้าที่ (X_1)	-0.039	0.042	-0.053	-0.922	0.357
ด้านกายภาพ (X_2)	0.068	0.036	0.102	1.897	0.059
ด้านการเงิน (X_3)	0.141	0.048	0.156	2.955*	0.003
ด้านสังคม (X_4)	-0.020	0.029	-0.036	-0.697	0.486
ด้านจิตวิทยา (X_5)	0.103	0.045	0.127	2.301*	0.022
ด้านเวลา (X_6)	0.212	0.043	0.275	4.912*	<0.001
R = 0.479 R Square = 0.230 Adjusted R ² = 0.218 SE = 0.539					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) ด้านการเงิน (X_3) ด้านจิตวิทยา (X_5) และด้านเวลา (X_6) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวกกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1)

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) และ ด้านสังคม (X_4) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงลบกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.357 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (X_1) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.059 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ (X_2) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน (X_3) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (X_3) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.486 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม (X_4) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา (X_5) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (X_5) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา (X_6) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา (X_6) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.218 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 21.80

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ -0.039 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ลดลง 0.039 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.068 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล เพิ่มขึ้น 0.068 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.141 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล เพิ่มขึ้น 0.141 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ -0.020 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ลดลง 0.020 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.103 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล เพิ่มขึ้น 0.103 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.212 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล เพิ่มขึ้น 0.212 หน่วย

สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถรวมทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$(Y_1) = 2.247 + 0.141(X_3) + 0.103(X_5) + 0.212(X_6)$$

สมมติฐานข้อที่ 2.2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน

H_0 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน

H_1 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 39

ตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
Regression	15.497	6	2.583	5.025*	<0.001
Residual	202.001	393	0.514		
Total	217.498	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความภักดีต่อสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา อย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณได้ดังนี้

ตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis

การรับรู้ความเสี่ยง	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		p-value
	B	SE	Beta	t	
(Constant)	3.218	0.237		13.579*	<0.001
ด้านหน้าที่ (X_1)	0.035	0.056	0.039	0.620	0.536
ด้านกายภาพ (X_2)	0.029	0.048	0.035	0.600	0.549
ด้านการเงิน (X_3)	0.082	0.063	0.075	1.293	0.197
ด้านสังคม (X_4)	-0.103	0.039	-0.151	-2.647*	0.008
ด้านจิตวิทยา (X_5)	-0.068	0.059	0.070	1.148	0.252
ด้านเวลา (X_6)	0.130	0.057	0.140	2.270*	0.024
R = 0.267 R Square = 0.071 Adjusted R ² = 0.057 SE = 0.717					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) ด้านกายภาพ (X_2) ด้านการเงิน (X_3) ด้านจิตวิทยา (X_5) และด้านเวลา (X_6) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวกกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน (Y_1)

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงลบกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน (Y_1)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (X_1) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.057 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน คิดเป็นร้อยละ 5.70

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.035 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.035 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.029 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.029 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.082 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.082 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ -0.103 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน ลดลง 0.103 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.068 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.068 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.130 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.130 หน่วย

สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$(Y_1) = 3.218 + 0.130(X_6) - 0.103(X_4)$$

สมมติฐานข้อที่ 2.3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน

H_0 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน

H_1 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 41

ตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
Regression	38.361	6	6.393	10.923*	<0.001
Residual	230.037	393	0.585		
Total	268.397	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา อย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณได้ดังนี้

ตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis

การรับรู้ความเสี่ยง	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		p-value
	B	SE	Beta	t	
(Constant)	1.703	0.253		6.735*	<0.001
ด้านหน้าที่ (X_1)	-0.017	0.060	-0.017	-0.278	0.781
ด้านกายภาพ (X_2)	0.085	0.051	0.094	1.661	0.098
ด้านการเงิน (X_3)	0.151	0.068	0.125	2.241*	0.026
ด้านสังคม (X_4)	0.077	0.042	0.102	1.855	0.064
ด้านจิตวิทยา (X_5)	0.168	0.063	0.154	2.651*	0.008
ด้านเวลา (X_6)	0.087	0.061	0.084	1.422	0.156
R = 0.378 R Square = 0.143 Adjusted R ² = 0.130 SE = 0.765					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) ด้านการเงิน (X_3) ด้านสังคม (X_4) ด้านจิตวิทยา (X_5) และด้านเวลา (X_6) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวกกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1)

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงลบกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.781 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (X_1) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้าน

ภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ (X_2) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน (X_3) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (X_3) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.064 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม (X_4) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา (X_5) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (X_5) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา (X_6) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.156 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา (X_6) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.130 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบินคิดเป็นร้อยละ 13

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ -0.017 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ลดลง 0.017 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.085 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.085 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.151 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.151 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.077 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.077 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.168 หมายความว่า เมื่อผู้ประกอบการมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.168 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.087 หมายความว่า เมื่อผู้ประกอบการมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน เพิ่มขึ้น 0.087 หน่วย

สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$(Y_1) = 1.703 + 0.151(X_3) + 0.168(X_5)$$

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร

H_0 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร

H_1 : การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อ ค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 43

ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
Regression	90.885	6	15.148	20.313*	<0.001
Residual	293.059	393	0.746		
Total	383.944	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาบัตรโดยสาร มีค่า p-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา อย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณได้ดังนี้

ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis

การรับรู้ความเสี่ยง	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		p-value
	B	SE	Beta	t	
(Constant)	1.369	0.285		4.798*	<0.001
ด้านหน้าที่ (X_1)	0.120	0.068	0.102	1.779	0.076
ด้านกายภาพ (X_2)	-0.019	0.058	-0.018	-0.333	0.739
ด้านการเงิน (X_3)	-0.066	0.076	-0.046	-0.871	0.384
ด้านสังคม (X_4)	0.357	0.047	0.395	7.616*	<0.001
ด้านจิตวิทยา (X_5)	0.157	0.072	0.120	2.189*	0.029
ด้านเวลา (X_6)	0.031	0.069	0.025	0.451	0.652
R = 0.487 R Square = 0.237 Adjusted R ² = 0.225 SE = 0.864					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) ด้านสังคม (X_4) ด้านจิตวิทยา (X_5) และด้านเวลา (X_6) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงบวกกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร (Y_1)

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) และด้านการเงิน (X_3) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเชิงลบกับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร (Y_1)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) กับการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร (Y_1) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (X_1) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ต่อการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.225 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 22.50

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่ (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.120 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร เพิ่มขึ้น 0.120 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ -0.019 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ลดลง 0.019 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ -0.066 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร ลดลง 0.066 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.357 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร เพิ่มขึ้น 0.357 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.157 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร เพิ่มขึ้น 0.157 หน่วย

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา (X_6) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.031 หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้มีการจัดการความเสี่ยงในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านราคาบัตรโดยสาร เพิ่มขึ้น 0.031 หน่วย

สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถรวมนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$(Y_1) = 1.369 + 0.357(X_4) + 0.157(X_5)$$

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 45 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
ด้านการค้นหาข้อมูล	Independent t-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Independent t-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Independent t-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Independent t-test	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	F-test	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
ด้านการค้นหาข้อมูล	Brown-Forsythe	สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	F-test	สอดคล้อง

ตาราง 45 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
ด้านการค้นหาข้อมูล	F-test	สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	F-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	F-test	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
ด้านการค้นหาข้อมูล	F-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	F-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Brown-Forsythe	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	F-test	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน		
ด้านการค้นหาข้อมูล	F-test	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	F-test	สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	F-test	สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	F-test	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร		
2.1 ความเสี่ยงด้านหน้าที่	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 45 (ต่อ)

2.2 ความเสี่ยงด้านกายภาพ	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
2.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
2.4 ความเสี่ยงด้านสังคม	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Multiple Regression	สอดคล้อง
2.5 ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Multiple Regression	สอดคล้อง
2.6 ความเสี่ยงด้านเวลา	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านความภักดีต่อสายการบิน	Multiple Regression	สอดคล้อง
ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง
ด้านราคาบัตรโดยสาร	Multiple Regression	ไม่สอดคล้อง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินสามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์เพื่อลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคให้เหลือน้อยที่สุดและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงในด้านคุณภาพและ ภาพลักษณ์การบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สังเขปการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำทราบถึงการรับรู้และการจัดการความเสี่ยงของผู้บริโภค และนำข้อมูลจากการวิจัยไปพัฒนาแนวทางการลดความเสี่ยงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค รวมทั้งเพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยแบ่งตามตัวแปร ได้แก่

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 และเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 อายุ 21-30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และ เป็นนักเรียน-นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 89 คน คิด

เป็นร้อยละ 22.25 มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และมีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา ของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านหน้าที่ ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.05 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุดคือประเด็นคุณภาพของการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่เป็นไปตามที่สายการบินโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอไว้ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.18 และรองลงมา คือ สายการบินต้นทุนต่ำอาจทำให้สัมภาระของท่านเกิดชำรุด/เสียหาย หรือสูญหายได้ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.08 และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอาจจะไม่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสารอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยที่ 2.88 ตามลำดับ

ด้านกายภาพ ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.63 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ ขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำมีความคับแคบ ทำให้ท่านรู้สึกอึดอัดตลอดการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.92 รองลงมาคือ ห้องโดยสาร ห้องน้ำและอุปกรณ์ต่าง ๆ ในเครื่องบินไม่สะอาด อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของท่าน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.34 ตามลำดับ

ด้านการเงิน ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.63 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ ท่านรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน อาจจะมีค่าใช้จ่ายสูงชันมาก เมื่อเทียบกับการซื้อบัตรโดยสารใหม่ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.13 รองลงมาได้แก่ การซื้อบัตรโดยสารจากสายการบินต้นทุนต่ำอาจมีค่าใช้จ่ายอื่นแอบแฝง เช่น ค่าธรรมเนียมชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยที่ 3.93 และคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป มีค่าเฉลี่ยที่ 2.84 ตามลำดับ

ด้านสังคม ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ยที่ 2.15 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ ท่านคิดว่า

การใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่เป็นที่ยอมรับจาก บุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยที่ 2.27 รองลงมาคือ การใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ภาพลักษณ์ของท่านไม่ดีในสายตาของ บุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยที่ 2.02 ตามลำดับ

ด้านจิตวิทยา ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.75 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือท่านมีความกังวลเมื่อได้รับข่าวสารในเชิงลบของสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น ข่าวการยกเลิก/เปลี่ยนแปลง เที่ยวบิน ข่าวการยกเลิกกิจการของสายการบิน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.88 รองลงมาได้แก่ ระหว่างการเดินทาง ท่านกลัวว่าผู้ร่วมเดินทางของท่าน จะมีพฤติกรรมที่ทำให้ท่านไม่พึงพอใจ เช่น ส่งเสียงดัง และไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ยที่ 3.74 และระหว่างการเดินทาง ท่านมีความหวาดกลัวว่าอาจเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น เครื่องยนต์ขัดข้อง เครื่องบินตกหลุมอากาศ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.62 ตามลำดับ

ด้านเวลา ระดับการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.77 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือท่านรับรู้ว่าการขึ้นตอนการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินมีความยุ่งยากมาก อาจทำให้ท่านรู้สึกเสียเวลา มีค่าเฉลี่ยที่ 4.05 รองลงมาได้แก่ ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอาจเกิดความล่าช้าในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.67 และ ท่านรับรู้ว่าการเช็คอินที่เคาน์เตอร์มีความล่าช้า ทำให้เสียเวลาในการรอเช็คอินนาน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.60 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน ภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ความภักดีต่อสายการบิน ภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า ระดับการจัดการความเสี่ยง โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านการค้นหาข้อมูล ระดับการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ ท่านเปรียบเทียบข้อมูลและราคาบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.43 รองลงมาได้แก่ ท่านหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.11 ท่านมักสอบถามความพึงพอใจจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.94 ตามลำดับ

ด้านความภักดีต่อสายการบิน ระดับการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 4.25 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่เคยใช้บริการ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกใช้บริการสายการบินนั้น มีค่าเฉลี่ยที่ 4.27 รองลงมาคือ หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่เคยใช้บริการ ท่านจะเลือกใช้บริการสายการบินนั้นอีกในครั้งหน้า มีค่าเฉลี่ยที่ 4.23

ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ระดับการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.63 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ ความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกสายการบิน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.81 รองลงมา ได้แก่ ท่านมีความมั่นใจและเชื่อถือในการบริการของสายการบินที่มีชื่อเสียงที่ติมายาวนาน มากกว่าสายการบินที่เพิ่งเปิดดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.71 และท่านมักเลือกใช้บริการสายการบินที่มีชื่อเสียงเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยที่ 3.39 ตามลำดับ

ด้านราคาบัตรโดยสาร ระดับการจัดการความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดเป็นรายข้อพบว่า การจัดการความเสี่ยงที่มีค่ามากที่สุด คือ สายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่แพงกว่ามักให้บริการที่ดีกว่าสายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่ถูกกว่า มีค่าเฉลี่ยที่ 3.43 รองลงมา คือ หากมีบัตรโดยสารในเส้นทางเดียวกัน ท่านมักจะเลือกใช้สายการบินที่มีราคาบัตรโดยสารที่แพงที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 2.37 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน จำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

พิจารณาแล้วพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านความภักดีต่อสายการบิน ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน และด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

พิจารณาแล้วพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน และด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านราคาบัตรโดยสาร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พิจารณาแล้วพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านความภักดีต่อสายการบิน ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน และด้านราคาบัตรโดยสารในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พิจารณาแล้วพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านความภักดีต่อสายการบิน ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน และด้านราคาบัตรโดยสารในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พิจารณาแล้วพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยง ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสามารถสรุปประเด็นในการอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านราคาบัตรโดยสารแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีการจัดการความเสี่ยงด้านการค้นหาข้อมูลมากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส เนื่องจากผู้ที่มีสถานภาพโสดจะมีความเชื่อมั่นในความคิดของตนเองมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส ซึ่งได้รับอิทธิพลทางความคิดจากคู่สมรสและส่งผลต่อพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ด้วย และยังพบอีกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส มีการจัดการความเสี่ยงด้านราคาบัตรโดยสาร มากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด อาจกล่าวได้ว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต้องคำนึงถึงรายจ่ายเรื่องส่วนตัวและครอบครัว จึงต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินมากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดซึ่งจะมีอิสรภาพทางการเงินมากกว่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

กษิติเดช หงษ์ทอง (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

2. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูลและด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน แตกต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีการจัดการความเสี่ยงด้านการค้นหาข้อมูล สูงกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี นอกจากนี้ จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีการจัดการความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ของสายการบินสูงกว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.552 และ 0.753 ตามลำดับ เนื่องจากระดับการศึกษาที่สูงกว่า ทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลและคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริภักตร์ ศิริโท (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยง และการยอมรับบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดความกังวลในระบบความปลอดภัยในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับการยอมรับบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

3. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน และด้านภาพลักษณ์ของสายการบินแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีการจัดการความเสี่ยง ด้านความภักดีต่อสายการบินมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูงจะสามารถซื้อบริการที่มีราคาแพง เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกใช้บริการสายการบินที่ตนเองชื่นชอบและพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรยา ทยานุวัฒน์ (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้สูง จะมีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง มากกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่ำกว่า

4. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปกับคุณภาพการบริการที่ได้รับ และคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ อีกทั้งสายการบินต้นทุนต่ำอาจมีการคิดค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แอบแฝง เช่น ค่าธรรมเนียมการชำระเงิน ส่งผลให้ผู้บริโภคพยายามค้นหาข้อมูลมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคมักจะเลือกใช้บริการสายการบินที่มีภาพลักษณ์การบริการที่ดี และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิตร เพ็ญวรรณ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินมีความสัมพันธ์ต่อการจัดการความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า

5. การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านความภักดีต่อสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร เนื่องจาก ผู้บริโภคเกิดความกังวลว่าจะไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้างในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จึงเลือกบริการที่ราคาเพราะผู้บริโภคเชื่อมั่นว่าสายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่แพงกว่าจะให้บริการที่ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ นภาพรณ คณานุรักษ์ (2556) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคมีการมุ่งเน้นพัฒนากลยุทธ์ของตนเองเพื่อลดความเสี่ยงที่รับรู้ได้ และเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้แก่ตนเอง โดยผู้บริโภคจะซื้อสินค้ารุ่นที่แพงที่สุด ในกรณีที่ผู้บริโภคเกิดความสงสัยในคุณภาพ อีกทั้งผู้บริโภคจะรู้สึกว่าคุณค่ารุ่นที่แพงที่สุด จะเป็นสินค้าที่ดีที่สุดและคุ้มค่าที่จะซื้อมากที่สุด

6. การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน และราคาบัตรโดยสาร

เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความกังวลเมื่อได้รับข่าวสารเชิงลบของสายการบิน เช่น การยกเลิกเที่ยวบิน ทำให้ผู้บริโภคพยายามเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้นในลักษณะต่าง ๆ เช่น สอบถามความพึงพอใจจากคนรอบข้างที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และทำการเปรียบเทียบข้อมูลของสายการบินต่าง ๆ ที่ได้ค้นหาจากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการตรงตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของนภาวรรณ คณานุรักษ์ (2556) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะใช้กลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงหลายกลยุทธ์ เช่น การค้นหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ หรือ สื่อสารแบบปากต่อปากจากคนรอบข้าง เพื่อที่จะลดความเสี่ยงในการซื้อบริการครั้งนั้นลงได้

7.การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านความภักดีต่อสายการบิน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลว่าอาจจะเกิดความล่าช้าในการเดินทางกับสายการบินต้นทุนต่ำ อาจทำให้เสียเวลาในการเดินทาง ส่งผลให้ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยจะภักดีต่อสายการบินที่พึงพอใจ มากกว่าที่จะไปทดลองใช้บริการสายการบินอื่น ๆ ที่ไม่เคยใช้บริการมาก่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนราทิพย์ ณ ระนอง (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาว่าหากเกิดข้อผิดพลาดในการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ จะทำให้เสียเวลานานที่จะรอนาคารแก้ปัญหา รวมถึงต้องเสียเวลานานในการศึกษาขั้นตอนการติดตั้งและการใช้งาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ผู้บริโภคที่มีการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 45,001 บาทขึ้นไป ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นหลัก เพราะผู้บริโภคเหล่านี้มีรายได้สูง สามารถซื้อบริการจากสายการบินที่ตนเองเชื่อมั่น เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำสามารถนำผลการวิจัยมากำหนดกลยุทธ์ตามหัวข้อย่อยได้ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการควรปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การดูแลด้านสัมภาระ จัดหาบุคลากรมาให้เพียงพอในการให้บริการลูกค้า หรือ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในระบบการบริการ เช่น นำระบบหุ่นยนต์มาช่วยในการการเสิร์ฟอาหาร เพื่อให้มีการบริการที่สะดวกรวดเร็วและสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2.2 ผู้ประกอบการควรชี้แจงค่าธรรมเนียมในการชำระเงินแต่ละประเภทให้ชัดเจน เช่น ค่าธรรมเนียมเมื่อชำระผ่านบัตรเครดิต เพื่อรับประกันให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าจะมีค่าธรรมเนียมตามที่ชี้แจงเท่านั้น และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค

2.3 เพิ่มความคุ้มค่าของราคา เช่น ไม่คิดค่าธรรมเนียมน้ำหนักสัมภาระที่ต้องโหลดใต้ท้อง ให้บริการอาหารว่างและเครื่องดื่มฟรีบนเครื่องบิน เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น

2.4 นำเสนอโปรโมชั่นสำหรับผู้บริโภคที่เดินทางบ่อย ๆ เช่น หากจองบัตรโดยสารมากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และเดินทางภายในระยะเวลาที่กำหนดจะได้รับส่วนลดพิเศษ เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดต้องการซื้อมากขึ้น

2.5 จัดโปรโมชั่นสำหรับบุคคลในครอบครัว เช่น ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับเส้นทางใหม่ เมื่อจองบัตรโดยสารให้คนในครอบครัว

2.6 ปรับปรุงขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินให้มีความยืดหยุ่น และมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นในการดำเนินการ เพราะขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนและการบริการที่รวดเร็วจะสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

3. ด้านการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำสามารถนำผลการวิจัยมากำหนดกลยุทธ์ตามหัวข้อย่อยได้ดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการควรจะนำเสนอโปรโมชั่นที่เหนือคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจับรางวัลชิงโชค โดยให้รางวัลเป็นบัตรโดยสารเส้นทางต่างประเทศสำหรับผู้โชคดี จัดโปรโมชั่นวันเกิดของสมาชิกที่เดินทางในเดือนเกิด ส่วนลดพิเศษสำหรับการเดินทางในวันธรรมดา ส่วนลดสำหรับการเดินทางเป็นหมู่คณะ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น

3.2 ผู้ประกอบการควรจะรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งยกระดับคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่มีการบอกต่อ เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่อีกด้วย

3.3 ผู้ประกอบการควรจะอัปเดตข้อมูล รวมถึงประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการลงในสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และทำให้สายการบินเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการศึกษาตัวแปรด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ทศนคติ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนอง เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ครอบคลุมมากขึ้น

2.ควรจะศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นที่นิยม เพื่อให้ผู้ประกอบการสายการบินนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บรรณานุกรม

- Burns, W. J., & Slovic, P. (2012). Risk perception and behaviors: Anticipating and responding to crises. *Risk Analysis*, 32(4), 579-582.
- Chu, K.-K., & Li, C.-H. (2008). A study of the effect of risk-reduction strategies on purchase intentions in online shopping. *Int. J. Electron. Bus. Manag.*, 6(4), 213-226.
- Hallikas, J., & Lintukangas, K. (2016). Purchasing and supply: An investigation of risk management performance. *International Journal of Production Economics*, 171, 487-494.
- Hartung, J., & Argac, D. a. (2001). Testing for Homogeneity in Combining of Two-Armed Trials with Normally Distributed Responses. *Sankhyā: The Indian Journal of Statistics, Series B (1960-2002)*, 63(3), 298-310.
- Harvett, C. M. (2013). A study of uncertainty and risk management practice relative to perceived project complexity. *Bond University, Australia*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2001). Principles of Marketing, 2nd edition. *Corporate communications*, 6(3), 164-165.
- McKechnie, S., Winklhofer, H., & Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International journal of retail & distribution management*, 34(4/5), 388-410.
- Morden, T. (2007). *Principles of Strategic Management* (3rd ed.). Great Britain: MPG Books.
- Muriana, C., & Vizzini, G. (2017). Project risk management: A deterministic quantitative technique for assessment and mitigation. *International Journal of Project Management*, 35(3), 320-340.
- Orasanu, J., Fischer, U., & Davison, J. (2002). RISK PERCEPTION: A CRITICAL ELEMENT OF AVIATION SAFETY. *IFAC Proceedings Volumes*, 35(1), 49-58.
- Reichmuth, J. (2008). *Air Transport and Airport Research*.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). Management Eight. In: Pearson Education Inc. Upper Saddle river, New Jeffrey.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer Behavior Edisi 10. In: New Jersey: Pearson International Edition.

Visschers V.H.M., S. M. (2018). Psychological Perspectives on Risk and Risk Analysis (Differences in Risk Perception Between Hazards and Between Individuals, pp. 63-80). Zug: Springer.

กษิติเดช หงษ์ทอง. (2560). การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2558). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9, [ฉบับพิมพ์ซ้ำ]). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 15, [ฉบับพิมพ์ซ้ำ]). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติ บุญนาค. (2554). กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

จิตรี จรัสศรี. (2561). การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศจากบริษัทนำเที่ยวของผู้บริโภคในประเทศไทย. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ = *Tourism and hospitality marketing*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วี พรินท์.

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2550). การบริหารความเสี่ยง. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2560). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิติพร เฟื่องวรรณะ. (2558). การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- ณัฐวุฒิ สง่างาม. (2554). การสร้างแบรนด์ด้วยการตลาดสี่เหลี่ยมของกระดาศไอดีเดีย กรีน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ท่าอากาศยานไทย. (2562). รายงานประจำปี.
- ธรรมาวุธ. (2550). การบริหารจัดการความเสี่ยงทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: บริษัท เนติกุลการพิมพ์ จำกัด.
- นภาพรณ คณานุกรณ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้า.
- นราทิพย์ ณ ระนอง. (2557). การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นันทสวรี สุขโต. (2548). การตลาดระดับโลก (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิรภัย จันทสวัสดิ์. (2551). การบริหารความเสี่ยง. กรุงเทพฯ: สุทรไพศาล.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2545). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: รวมสาส์น 1977.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการบินและการจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ดีไซน์ จำกัด.
- ปัญจมา เทพสงเคราะห์. (2555). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการบริการข้อมูลด้านการบินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ: กรณีศึกษาในกลุ่มผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์พรรณ ศิลปสุวรรณ. (2548). แนวคิด หลักการ การพยาบาลอาชีวอนามัย : ทฤษฎีและการปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เจริญดีการพิมพ์.
- ปิริยะ ผลพิรุฬห์. (2550). การเดินทางโดยเครื่องบิน: ความเสี่ยงที่ต้องยอมรับ. สืบค้นจาก <http://piriya-pholphirul.blogspot.com/2007/05/blog-post.html>
- ภาสินี อ่ำรอด. (2561). การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อคอร์สเรียนธุรกิจออนไลน์ผ่านช่องทาง *social media* ของผู้บริโภค. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ยุพาวรรณ วรณวณิช. (2548). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วารุณี ตันติวงศ์วานิช. (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วีรยา ทยานุวัฒน์. (2563). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด ([ฉบับปรับปรุงใหม่ครั้งที่ 2]). กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3 (ฉบับปรับปรุงแก้ไข)). กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ บิซิเนส เพรส.
- ศุภรัตน์ ชัยเสวตกานนท์. (2559). การรับรู้ความเสี่ยงของการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- สิริภักดิ์ ศิริโท. (2557). การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตวารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานครปริทัศน์, 4(1), 98-106.
- สุดาพร ภูมพลบุตร. (2549). หลักการตลาด--สมัยใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 5, (ฉบับปรับปรุง)). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดาร์ตน์ พิมพ์รัตนกานต์. (2557). เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8 (ปรับปรุงครั้งที่ 8)). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อังสนา ศรีประเสริฐ. (2553, มกราคม-มีนาคม). การบริหารความเสี่ยงกับงานตรวจสอบภายใน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 30(1), 151-161.







แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การรับรู้และการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

1.แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2.ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และครบถ้วน เพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์ตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยในส่วนข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนในกรณีใด ๆ ทั้งสิ้น และการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำในภาพรวมเท่านั้น และผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 3 การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ☐ 2) 21-30 ปี
- ☐ 3) 31-40 ปี ☐ 4) 41-50 ปี
- ☐ 5) 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส
- ☐ 3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี
- ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- ☐ 1) นักเรียน-นักศึกษา ☐ 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- ☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
- ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 2) 15,001 – 25,000 บาท
- ☐ 3) 25,001 – 35,000 บาท ☐ 4) 35,001 – 45,000 บาท
- ☐ 5) 45,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
		5	4	3	2	1
ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (Functional Risk)						
1.	คุณภาพของการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่เป็นไปตามที่สายการบินโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอไว้					
2.	สายการบินต้นทุนต่ำอาจทำให้สัมภาระของท่านเกิดชำรุด/เสียหาย หรือสูญหายได้					
3.	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอาจจะไม่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสารอย่างทั่วถึง					
ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk)						
1.	ขนาดและความกว้างของเก้าอี้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำมีความคับแคบ ทำให้ท่านรู้สึกอึดอัดตลอดการเดินทาง					
2.	ห้องโดยสาร ห้องน้ำ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในเครื่องบินไม่สะอาด อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของท่าน					

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
		5	4	3	2	1
	ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)					
1.	คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้ไม่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป					
2.	การซื้อบัตรโดยสารจากสายการบินต้นทุนต่ำอาจมีค่าใช้จ่ายอื่นแอบแฝง เช่น ค่าธรรมเนียมชำระเงินผ่านบัตรเครดิต					
3.	ท่านรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน อาจจะมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้นมา เมื่อเทียบกับการซื้อบัตรโดยสารใหม่					
	ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk)					
1.	ท่านคิดว่าการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่เป็นที่ยอมรับจากบุคคลรอบข้าง					
2.	การให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ภาพลักษณ์ของท่านไม่ดีในสายตาของบุคคลรอบข้าง					
	ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychological Risk)					
1.	ท่านมีความกังวลเมื่อได้รับข่าวสารในเชิงลบของสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น ข่าวการยกเลิก/เปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน ข่าวการยกเลิกกิจการของสายการบิน					

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
		5	4	3	2	1
2.	ระหว่างการเดินทาง ท่านมีความหวาดกลัวว่าอาจเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น เครื่องยนต์ขัดข้อง เครื่องบินตกหลุมอากาศ					
3.	ระหว่างการเดินทาง ท่านกลัวว่าผู้ร่วมเดินทางของท่าน จะมีพฤติกรรมที่ทำให้ท่านไม่พึงพอใจ เช่น ส่งเสียงดัง และไม่มีมารยาท					
	ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk)					
1.	ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ อาจเกิดความล่าช้าในการเดินทาง					
2.	ท่านรับรู้ว่าการเช็คอินที่เคาน์เตอร์มีความล่าช้า ทำให้เสียเวลาในการรอเช็คอินนาน					
3.	ท่านรับรู้ว่าขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินมีความยุ่งยากมาก อาจทำให้ท่านรู้สึกเสียเวลา					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบ
เดียว

การจัดการความเสี่ยงในการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
		5	4	3	2	1
	การค้นหาข้อมูล					
1.	ท่านหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ					
2.	ท่านมักสอบถามความพึงพอใจจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ					
3	ท่านเปรียบเทียบข้อมูลและราคาบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ					
4.	ท่านเลือกสายการบินที่ได้รับรางวัลคุณภาพในการบริการ					
	ความภักดีต่อสายการบิน					
1.	หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่เคยใช้บริการ ท่านจะเลือกใช้บริการสายการบินนั้นอีกในครั้งหน้า					
2.	หากท่านรู้สึกพึงพอใจสายการบินที่เคยใช้บริการ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกใช้บริการสายการบินนั้น					

การจัดการความเสี่ยงในการให้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
		5	4	3	2	1
	ภาพลักษณ์ของสายการบิน					
1.	ท่านมักเลือกใช้บริการสายการบินที่มีชื่อเสียงเท่านั้น					
2.	ท่านมีความมั่นใจและเชื่อถือในการบริการของสายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีมายาวนาน มากกว่าสายการบินที่เพิ่งเปิดดำเนินการ					
3.	ความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกสายการบิน					
	ราคาบัตรโดยสาร					
1.	สายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่แพงกว่ามักให้บริการที่ดีกว่าสายการบินที่ตั้งราคาบัตรโดยสารที่ถูกกว่า					
2.	หากมีบัตรโดยสารในเส้นทางเดียวกัน ท่านมักจะเลือกใช้สายการบินที่มีราคาบัตรโดยสารที่แพงที่สุด					

*****ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม*****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	รวีวรรณ เกษมศรีวิไล
วัน เดือน ปี เกิด	14 พฤศจิกายน 2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2545 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

