

ความเชื่อมั่นของผู้โดยสารต่อการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของไทย

จิรญญา วุฒิพงษ์พิพัฒน์^{1*} และ อารีรัตน์ เส้นสัด²

บทคัดย่อ

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

คำสำคัญ: สายการบินราคาประหยัด, ความเชื่อมั่น, นโยบายการบริหาร

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

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



The Passengers' Confidence for Choosing Thai Budget Airlines

Jirunya Wutthiphongphiphat^{1*} and Areerat Sensod²

Abstract

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

Keywords: Budget Airlines, Confidence, Policies Factor in Management

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

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

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