

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ความคิดเห็นของผู้โดยสารการบินในประเทศต่อการใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง
ผู้เขียน	นายณกุล วงศ์หมึก
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์อรุช มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารการบินในประเทศต่อการใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง ตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้สายการบินที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองของสายการบินในประเทศไทย ได้แก่ การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ และโอเรียนท์ไทย โดยแบ่งเก็บในกลุ่มผู้เคยใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองจำนวน 150 ชุด และกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองอีก 150 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,000-20,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สายการบิน พบว่าสายการบินที่เลือกเดินทางบ่อยที่สุดคือไทยแอร์เอเชีย โดยมีความถี่ในการเดินทางโดยเครื่องบินคือ น้อยกว่า 4 ครั้งต่อปี วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือท่องเที่ยว ลักษณะในการเดินทางไปกับครอบครัว และช่วงเวลาที่เดินทางด้วยสายการบินมากที่สุดคือ เวลา 08.01-11.00 น.

ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการในการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริม

การตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และมีความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา

สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด 10 อันดับแรก คือ เมนูการใช้งานต้องเข้าใจได้ง่ายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง ไม่ควรมีค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ควรลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เกี่ยวกับการให้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง การใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองจะทำให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็วและประหยัดเวลาในการตรวจบัตรโดยสาร ต้องมีการอธิบายขั้นตอนการใช้งานทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ควรแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น ขั้นตอนการให้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองแก่ผู้โดยสาร การแสดงข้อมูลเที่ยวบินบนบัตรขึ้นเครื่อง (Boarding Pass) ที่ใช้บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง ต้องมีความชัดเจน ทั้งทางออกขึ้นเครื่องและเวลาขึ้นเครื่อง บริการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองควรเป็นบริการที่ทำความเข้าใจง่ายเพราะมีเครื่องมือ และคำอธิบายการใช้งานชัดเจน รูปแบบสัญลักษณ์ของการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเอง ทั้งทาง Web/Internet, Kiosk และ Mobile Check-in ควรมีสีสัน ความดึงดูดน่าใช้บริการ ระบบการตรวจบัตรโดยสารด้วยตนเองควรสามารถเชื่อมโยงได้ทั่วประเทศ

<b>Independent Study Title</b>	Domestic Passenger Opinion Towards Self-Check-in Services
<b>Author</b>	Mr. Nakul Wongmuek
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Orachorn Maneesong

### **ABSTRACT**

This independent study aimed at investigating domestic passenger opinions towards self-check-in service. Samples of this study were identified to the passengers, with and without self-check-in experience, of Thai airlines: Thai Airways, Bangkok Airways, Thai Air Asia, Nok Air and Orient Thai. Those samples were divided, in according to the convenient sampling method, into a group of 150 passengers with self-check-in experience and a group of 150 passengers without self-check-in experience. The questionnaires were used as the tool to collect data, then data obtained were analyzed by the use of descriptive statistic, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings presented that most respondents were female in the age between 20-30 years old, holding Bachelor's degree as the highest education level, working as private company officer and earning monthly income at the amount of 10,000-20,000 baht in average.

The studying results of the behavior in selecting airlines showed that the airline that they traveled with the most was Thai Air Asia. The frequency in traveling by plane was found at less than 4 times a year, with the touring purpose. They usually traveled with their family and mostly during 08.01-11.00 hrs.

The studying results of the passenger opinions towards self-check-in service showed that the respondents respectively ranked their overall opinions at the Agree level to the following

factors: service process, product, place, promotion, people and physical evidence and presentation; but at the Neutral level to price factor.

Hereafter were shown the top ten sub-factors being ranked at the highest level of opinion: having user-friendly menu in both Thai and English languages, offering free of charge or none extra charge for the self-check-in service, advertising the self-check-in service on media such as television, radio, leaflet, newspapers and magazines, gaining comfortable-rapid-and time saving benefits by using the self-check-in service, providing detailed guidance on how to use such a service in all steps, publicizing the information of the self-check-in service: such as the direction to get self-check-in service via media, offering informative boarding pass details, in which the boarding gate and time shall be presented, for those who took the self-check-in service, being the simple service due to having effective device with detailed instructions, having colorful and attractive symbols of this service to be found on Web/Internet, Kiosk and Mobile check-in and being able to use the self-check-in service nationwide.