

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา	16
3.1 เทคนิคที่ใช้ในการศึกษา	16
3.2 ข้อมูลประชากรและตัวอย่าง	16
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	17
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	18

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 โครงสร้าง ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	19
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	26
4.3 วิเคราะห์จัดอันดับของปัจจัยที่มีผลต่อลักษณะอุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	32
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษากฎหมายและข้อเสนอแนะ	41
5.1 สรุปผลการศึกษา	41
5.2 กฎหมาย	44
5.3 ข้อเสนอแนะ	46
เอกสารอ้างอิง	48
ภาคผนวก	50
ภาคผนวก ก โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด (มหาชน)	51
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	54
ประวัติผู้เขียน	61

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 สายการบินที่เปิดเส้นทางภายในประเทศ และไปยังต่างประเทศ	2
4.1 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ	21
4.2 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ	21
4.3 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพ	22
4.4 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ	22
4.5 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	23
4.6 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	23
4.7 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	24
4.8 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการ	25
4.9 จำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามค่าใช้จ่ายตัวโดยสาร โดยเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	25
4.10 แสดงค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการให้บริการของสายการบินที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	27
4.11 แสดงค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการปัจจัยด้านราคา ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	29
4.12 แสดงค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	30
4.13 แสดงค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	32
4.14 แสดงการจัดอันดับของปัจจัยด้านการให้บริการของสายการบินที่มีผลต่อลักษณะอุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	34
4.15 แสดงการจัดอันดับของปัจจัยด้านราคาของสายการบินที่มีผลต่อลักษณะอุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่	37
4.16 แสดงการจัดอันดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลักษณะอุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่	38
4.17 แสดงการจัดอันดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อลักษณะอุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่	40

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

- 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภค
ต่อการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย

15



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved