

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน นางสาวกัญญา หมั่นไธสง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

นาย วิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์ ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ บุญสวาท พฤทธิกันนท์ กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัญหาในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ใช้ หรือเคยใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 300 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นระยะเวลา 1 – 2 ปี โดยใช้บริการเฉลี่ย 1 – 5 ครั้ง/ต่อปี ซื้อตั๋วเครื่องบินทางอินเทอร์เน็ต ใช้บริการสายการบินนกกแอร์ และใช้เดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่ได้กำหนดวันเดินทางที่แน่นอน ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามยังคงเลือกใช้บริการเดินทางสายการบินต้นทุนต่ำและในขณะเดียวกันจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งแต่ละปัจจัยจะมีปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ จุดหมายปลายทางที่ให้บริการ ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาตัวเครื่องบินชั้นธรรมดา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ การซื้อตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การจองก่อนได้ตั๋วราคาถูก ปัจจัยด้านบุคคลคือ ประสิทธิภาพของกัปตันและนักบิน ปัจจัยด้านกายภาพคือ ระบบมาตรฐานความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร และปัจจัยด้านกระบวนการ คือ การดูแลผู้โดยสารกรณีเครื่องบินล่าช้า

ปัญหาในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยปัญหาที่พบมากที่สุดในแต่ละปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการตามลำดับดังนี้ คือ เวลาของการขึ้น-ลง ของเครื่องบินไม่ตรงกับเวลาที่ระบุในตารางบิน ค่าธรรมเนียมเพิ่มในกรณีเปลี่ยนแปลงชื่อ การไม่มั่นใจในการชำระค่าโดยสารทางอินเทอร์เน็ต โปรโมชันที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง การควบคุมเครื่องบินของกัปตันและนักบินกรณีเครื่องบินตกหลุมอากาศ ความไม่มั่นใจในตัวเครื่องบิน และวันเวลาเดินทางที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

Independent Study Title Factors Affecting Consumer Decision on Selection of Low Cost Airline in Bangkok Metropolitan

Author Miss. Kanya Muenhong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Mr. Wicharn Sirichai-ekawat	Chairperson
Assoc. Prof. Boonsawart Prugsiganont	Member
Asst. Prof. Chanin Singrungruang	Member

ABSTRACT

The purposes of this independent study were to study the factors affecting consumer decision on selection of low cost airline in Bangkok Metropolitan and problems of the low cost airline services. The sample of the study were 300 customer in Bangkok Metropolitan who used low cost airline. The data was analyzed by using statistical analysis as frequency, percentage and mean.

The results of the study were the respondents had mostly used the low cost airline for one to two years and frequently used it one to five times a year. Furthermore, most of them bought the ticket via internet and the most frequency choice was Nok-Air Airline. The purpose of buying ticket was traveling which was invalidated departure time. For the future, the respondents would use low cost airline and also introduce it to other people.

The factors affecting consumers decision on selection of low cost airline in Bangkok Metropolitan in terms of serviced marketing mix showed high influence level. The most influence factor in each serviced marketing mix were route destination for product factor, regular fare of

economy class for price factor, ticket distribution via internet for place factor, low price in advance booking for promotion factor, the efficiency of captain and pilot for people factor, passengers security system for physical evidence factor, and the taking care of passengers for inconvenient situation or flight delay for process factor.

The problems of low cost airline services in terms of serviced marketing mixed factors showed high significant level. There were the flight delay, the additional fee charges for changing name, distrust of payment via internet, the unclear and wrong sales promotion, airplane control by pilot in case of air hold situation, distrust of airplane safety, and unchanged schedule time table, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved