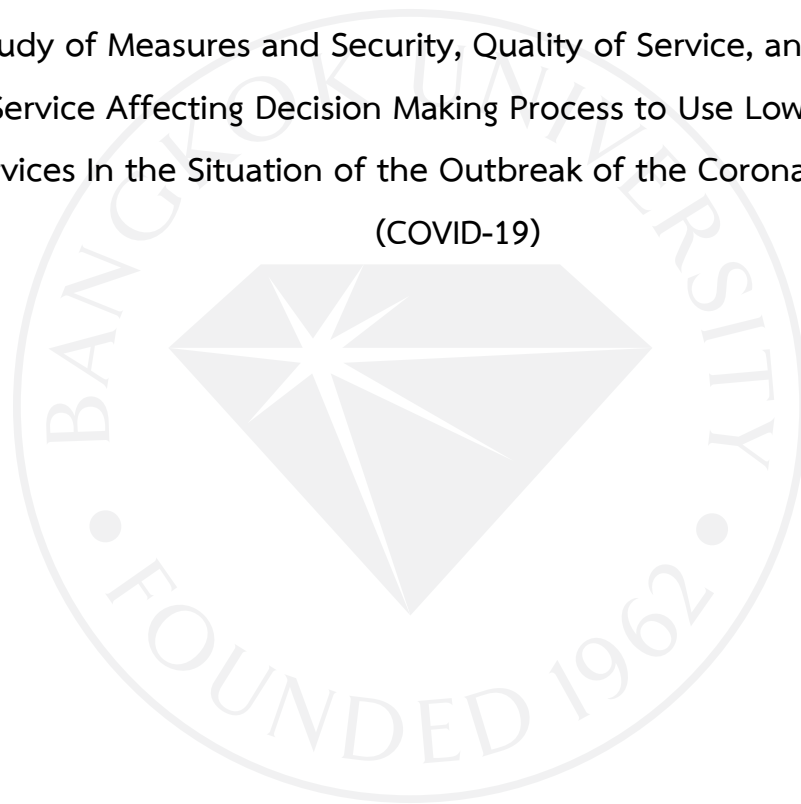



การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสม
การตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
ภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)

A Study of Measures and Security, Quality of Service, and Marketing
Mix Service Affecting Decision Making Process to Use Low Cost Airline
Services In the Situation of the Outbreak of the Coronavirus 2019
(COVID-19)



การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มี
ผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อ
ไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)

A Study of Measures and Security, Quality of Service, and Marketing Mix Service
Affecting Decision Making Process to Use Low Cost Airline Services In the Situation of
the Outbreak of the Coronavirus 2019 (COVID-19)



ลลิตาภรณ์ คำแจ่ม

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาด
บริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์
การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)

ผู้วิจัย ลลิตาภรณ์ คำแจ่ม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศสุภา ปัจฉิมสวัสดิ์

ลลิตาภรณ์ คำแจ่ม. ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2565, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มี
ผลต่อกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อ
ไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) (57 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการ
ให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน
ต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ของผู้โดยสารที่เคยใช้
บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เครื่องมือในการใช้เก็บข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Google
Form) จำนวน 400 คน และวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และวิธีทางสถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ด้าน
มาตรการและความปลอดภัย ในเรื่องมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน และมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล
ด้านคุณภาพการให้บริการ ในเรื่องของ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การดูแลเอาใจใส่
สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น และความไว้วางใจ และ ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ในเรื่องของ
ผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการให้บริการ และบุคลากร มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสาย
การบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในส่วนของด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย ด้าน
มาตรการการคัดกรอง ด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ ด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจ

คำสำคัญ: มาตรการและความปลอดภัย, คุณภาพการให้บริการ, ส่วนประสมการตลาดบริการ,
การตัดสินใจ

Khamjam, L. Master of Business Administration, January 2022, Graduate School, Bangkok University.

A Study of Measures and Security, Quality of Service, and Marketing Mix Service Affecting Decision Making Process to Use Low Cost Airline Services In the Situation of the Outbreak of the Coronavirus 2019 (COVID-19) (57 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Suthinan Pomsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this research were to study the measures and security, quality of service, and marketing mix service affecting decision making process to use low cost airline services In the situation of the outbreak of the COVID-19 in terms of passengers, who had used low cost airline services. The questionnaire, which was distributed by Google Form, was used to collect data form 400 passengers who had used low cost airline services. The descriptive statistics was percentage, mean, and standard deviation, and the inferential statistics was multiple regression analysis. The result fond that the measures and security factor in terms of measures and personal cross is consumption measures affected decision making process, the quality of services in terms of reliability, response, attentive, careful service and environment affected decision making process and the marketing mix service factor in terms of product, price, process and personnel of service affected decision making process to use low cost airline services in the situation of the outbreak of the COVID-19 at a statistical significance level of 0.05. However, the measure for wearing masks, screening, check-in on website, distribution channels, promotion and physical evidence was not affecting decision-making to use low cost airline services in the situation of the outbreak of the COVID-19

Keywords: Measures and safety, Quality of service, Service marketing mix, Decision-making process

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลนี้สามารถสำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิจัย ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ อบรม และอธิบายถึงแนวคิดต่าง ๆ แนวทางในการทำวิจัย รวมไปถึงแบบสอบถามเพื่องานวิจัย และช่วยตรวจสอบความถูกต้องและให้คำปรึกษาในการแก้ไขต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานวิจัย ขอขอบพระคุณสำหรับความเอาใจใส่ คำแนะนำต่าง ๆ ความช่วยเหลือ และการสนับสนุนตลอดการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยจึงขอกราบขอพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษา คอยให้กำลังใจช่วยเหลือ ขอขอบคุณ อาจารย์ อนุชา ปิยะวานิชย์สกุล ที่ให้โอกาสได้รับทุนการศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในนามของนักกีฬารักบี้ฟุตบอล ตลอดจนเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และให้คำแนะนำต่าง ๆ เสมอมา

ลลิตาภรณ์ คำแจ่ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.4 กรอบแนวคิด	7
1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	8
1.6 นิยามคำศัพท์	8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ประวัติและความเป็นมา	11
2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	24
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.4 สมมติฐานการวิจัย	27
3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย	27
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	30
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน	33
บทที่ 5 บทสรุป	
5.1 การอภิปรายผล	36
5.2 ข้อเสนอแนะ	41

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	42
ภาคผนวก	46
ประวัติผู้เขียน	57



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: แสดงค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Analysis Test)	26
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนร้อยละของเพศของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการ	30
ตารางที่ 4.2: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมาตรการและความปลอดภัย ซึ่งประกอบ มาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย มาตรการการบริโภค บนเครื่องบิน มาตรการการคัดกรอง มาตรการสัมภาษณ์บุคคล มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	30
ตารางที่ 4.3: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความไว้วางใจ การดูแล เอาใจใส่สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	31
ตารางที่ 4.4: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ ของผู้โดยสาร ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	32
ตารางที่ 4.5: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกระบวนการตัดสินใจใช้ บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	32
ตารางที่ 4.6: แสดงค่าอิทธิพลของด้านมาตรการและความปลอดภัยที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด-19 (Multiple Regression Analysis)	33
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าอิทธิพลของด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 (Multiple Regression Analysis)	34
ตารางที่ 4.8: แสดงค่าอิทธิพลของด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการ ตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด-19 (Multiple Regression Analysis)	35

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิด

หน้า

7



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ก่อนเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การคมนาคมทางอากาศภายในประเทศนับว่ากำลังนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในผู้ใช้บริการในประเทศไทย ซึ่งสาเหตุสำคัญเกิดขึ้นได้เพราะประเทศไทยมีการให้บริการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำขึ้น ภายในประเทศตั้งแต่เมื่อประมาณปลายปี พ.ศ. 2546 ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา จึงทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเลือกใช้บริการสายการบินแทนการคมนาคมแบบเดิม ๆ ซึ่งได้แก่ ทางรถยนต์และทาง รถไฟกันได้มากขึ้น และอัตราค่าบัตรโดยสารที่ต่ำที่สุด เพื่อเป็นจุดสนใจทางการตลาดและต่อมาแนวโน้มของประชากรที่ต้องการใช้บริการชนิดนี้ก็คาดว่าจะมีเพิ่มมากขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ ญัฐพงศ์ ประกอบการดี (2556) กล่าวว่า สายการบินต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่แตกต่างกับการให้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบ ที่เน้นการบริการแบบหรูหรา สะดวกสบายและมีราคาค่าบัตรโดยสารที่แพงกว่ามาก แต่การให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นที่ประสิทธิภาพการทำงาน การลดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสารที่ไม่จำเป็นออกไปเพื่อลดต้นทุน จึงทำให้สามารถที่จะกำหนดราคาค่าโดยสารให้มีราคาที่ถูกลงได้ ดังนั้นการที่สายการบินต้นทุนต่ำมีราคาที่ต่ำกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ จึงเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้มีผู้โดยสารสนใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ รุจิราภรณ์ เอ็นดู (2558) ได้กล่าวถึง สายการบินต้นทุนต่ำกำลังเป็นที่นิยมมาก เนื่องจากมีราคาบัตรโดยสารที่ถูกลงกว่าการโดยสารเต็มรูปแบบ และมีรายการส่งเสริมการขายที่หลากหลายเมื่อเทียบกับสายการบินแบบเต็มรูปแบบ แต่ในธุรกิจสายการบินมีการแข่งขันสูงมากในการเสนอเส้นทางการบิน สายการบินต้นทุนต่ำ มีกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการลดในสิ่งที่จำเป็นน้อยที่สุดสำหรับการเดินทางในระยะสั้นออก เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น หากผู้โดยสารต้องการอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มต้องชำระเงินเอง ลดสิ่งอำนวยความสะดวก แก่ผู้โดยสาร เช่น จอ DVD เครื่องเล่นเพลง เป็นต้น ทำให้สามารถจำหน่ายบัตรโดยสารในราคาถูกลงได้ และยังมีการจำหน่ายบัตรโดยสารล่วงหน้าผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต ทำให้สะดวกต่อการวางแผนการเดินทางได้มากขึ้น ศุภวิษั ชินตนลาภ (2558) ยังกล่าวว่า ผู้ประกอบการสายการบินจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถที่จะทำให้อุตสาหกรรมต่อไปได้ และสามารถที่จะปรับตัวตามสถานการณ์ทางการที่เปลี่ยนแปลง โดยให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นอันดับแรก อมรทิพย์ อาจสมิต (2550) กล่าวว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญในทำให้สามารถจำหน่ายบัตรโดยสารในราคาถูกลงได้ และยังมีการจำหน่ายบัตรโดยสารล่วงหน้าผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต ทำให้สะดวกต่อการวางแผนการเดินทางได้มากขึ้น ศุภวิษั ชินตนลาภ (2558) ยังกล่าวว่า ผู้ประกอบการสายการบินจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีการ

เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ และสามารถที่จะปรับตัวตามสถานการณ์ทางการที่เปลี่ยนแปลง โดยให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นอันดับแรก อมรทิพย์ อาจสมิติ (2550) กล่าวว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญในเรื่องของ ความมั่นใจในความปลอดภัยของสายการบิน ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ราคาตั๋วโดยสารที่มีราคาถูก การส่งเสริมการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ ความสะดวกในการจองบัตรโดยสารหรือจองบัตรโดยสาร ล้วนแต่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบิน เช่นเดียวกับ สุจิตรา ดีเหลือ (2562) ได้กล่าวว่า สายการบินต้นทุนต่ำ ควรมีขั้นตอนที่ รวดเร็ว และเพียงพอต่อผู้โดยสาร จะทำให้มีการกลับมาใช้ซ้ำ มีการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ ให้ผู้โดยสารพึงพอใจ และเกิดการยอมรับการต่อคุณภาพการให้บริการกับผู้โดยสาร

จากข้อมูลข้างต้น ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำควรพัฒนาในเรื่องมาตรการและความปลอดภัยคุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยเน้นผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ทั้งนี้งานวิจัยจะดำเนินการวิจัย ซึ่งจะใช้ สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย ไทยแอร์เอเชียเอกซ์ ไทยไลอ้อนแอร์ นกแอร์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์ เป็นกรณีศึกษา และดำเนินการสำรวจกับผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำข้างต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงสาเหตุของปัญหาที่ต้องการได้รับการปรับปรุง โดยศึกษาผู้โดยสารผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กำหนด 3 ประเด็นการศึกษาดังนี้ 1.ด้านการศึกษามาตรการและความปลอดภัย 2.คุณภาพการให้บริการ 3.ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และจากประเด็นดังกล่าวมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1.1.1 ด้านการศึกษามาตรการและความปลอดภัย

จากประเด็นดังกล่าว ได้มีแนวคิดและทฤษฎีของ ศิริลักษณ์ (2563) ได้กล่าวว่า ทางบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้มีการออกกฎระเบียบใหม่ๆ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค มีการกำหนดมาตรการเข้มงวดมากขึ้น และแนวคิดของ แคมป์เบล วิลสัน (2563) ได้กล่าวว่า ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานและผู้โดยสาร ถือเป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้มีการเพิ่มมาตรการต่าง ๆ ปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติและข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงประเมินผลการดำเนินการมาตรการของสายการบิน เพื่อความปลอดภัยและความมั่นใจของผู้โดยสารทุกท่านที่ใช้บริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ หลิง เหลียง เทียน (2563) ได้มีการกำหนดมาตรการให้ผู้โดยสารตรวจสอบข้อกำหนดในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้ มาตรการให้ผู้โดยสารสวมหน้ากากอนามัยตลอดการเดินทาง กำหนดสัมภาระติดตัว แนะนำให้ผู้โดยสารมาถึงสนามบินล่วงหน้า 3 ชั่วโมง มาตรการงดให้บริการอาหารบนเครื่องบิน

จากประเด็นดังกล่าว ได้มีงานวิจัยของ สุวเมธ บุญรัตน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้กฎระเบียบพื้นฐานในเดินทางอากาศของผู้โดยสารกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายที่เดินทาง

ด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ และงานวิจัยของ อรจิรา กาศโอสถ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการเผยแพร่มาตรการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้โดยสารสนามบินสาธารณะ และงานวิจัยของ อิศราพร จินต์แสง (2558) การรับรู้ถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบินของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ อวิชญา เหมทานนท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการ มาตรการป้องกันการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ความพึงพอใจ และ ความเชื่อถือไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจไปซื้อตั๋วการบินของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ สตีปีปาตีฮอร์ อีลา อิกวาณี วานี อาฟีเตห์ ดอเลาะ วัชระ ขาวสังข์ และปิยะดา มณีนิล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การแก้ปัญหาการรับมือและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงเตี้ย อ.แม่ลาน จ.ปัตตานี

1.1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ

จากประเด็นดังกล่าว ตรงกับแนวคิดและทฤษฎีของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 มิติหลัก คือ ความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น และแนวคิดของ Crosby (1988) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวที่มีความต้องการให้การบริการนั้นไร้ที่ติ มีการตอบสนองได้พึงพอใจสำหรับผู้รับบริการและผู้ให้บริการนั้น ๆ เช่นเดียวกับ Bitner & Hubbert (1994) กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้ข้อมูลของจากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการให้บริการที่พึงพอใจจากหน่วยงานนั้น ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์สามารถที่จับต้องได้ เลือกด้วยตาเปล่าได้ แต่ในขณะที่การบริการ เป็นสิ่งที่มีลักษณะเฉพาะ อ่อนไหวต่อการตอบสนอง ตอบสนองตามความพึงพอใจของผู้ได้รับการบริการ แตกต่างไปจากสินค้า

จากประเด็นดังกล่าวได้มีงานวิจัยของ กาญจนา ทวีพันธ์ และ แววมยุรา คำสุข (2558) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และงานวิจัยของ สัจพร พิงพิพัฒน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ วสุตม์ โชติพานิช (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ และงานวิจัยของ สุจิตรา ดีเหลือ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และงานวิจัยของ ทาคาโยชิ อุเอซึจิ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความยั่งยืนต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

1.1.3 ด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีแนวคิดและทฤษฎีของ Kotler & Keller (2006) ได้กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งหมายถึง การตลาดในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้าน ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ของกิจการในการแบ่งส่วนประสมให้เหมาะสมในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ไม่มีกำหนดเฉพาะประเภทของอุตสาหกรรม เช่นเดียวกับ ฉัตรยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2545) กล่าวคือ กระบวนการทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้สินค้าเดิมที่มีอยู่ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกันอยู่เสมอ และแนวคิดของ Payne (1993) ให้ความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps แบบดั้งเดิมประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่ายและการสื่อสารด้านการตลาด นั้นไม่เหมาะสมและครอบคลุม ที่จะใช้กับการบริการ เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างกับสินค้าโดยทั่วไป และมีการเสนอแนวคิดใหม่ในเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดบริการ” เพิ่มขึ้นอีก 3 ส่วน คือ บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ และ กระบวนการ

จากประเด็นของปัญหา มีงานวิจัยของ ศุภวิชช์ ชินตนลาภ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย และ งานวิจัยของ เจนนจิรา นาทองคำ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ และงานวิจัยของ ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีน หัวเดียว กรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ปุญญาภา นาคสินธุ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญ ต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และงานวิจัยของ จิตราพร ลาดอก (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

1.1.4 ด้านกระบวนการการตัดสินใจ

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีแนวคิดของ กุลชลี ไชยนันตา (2539) ให้ความหมายว่า เราไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงการตัดสินใจได้ เพราะการตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ อาจมีการใช้หลักของเหตุผล อารมณ์ ความชอบ เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจ และแนวคิดของ ฉัตรยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2545) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจเลือกสิ่งที่มีอยู่ ผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและการบริการอยู่เสมอ เช่นเดียวกับ Plunkett & Attner (1994) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจที่กำหนดขึ้นตอนขึ้นมา

เป็นการใช้กระบวนการในการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลเป็นตัวกำหนด ใช้หลักทางวิทยาศาสตร์เป็นหลัก อ้างอิงในการตัดสินใจที่ถูกต้อง และแนวคิดของ Yukl (1989) ยังกล่าวอีกว่า การตัดสินใจนั้นไม่จำเป็นต้องรีบด่วนตัดสินใจ หากประเมินทางเลือกให้ดี จะส่งผลต่อคุณภาพของการตัดสินใจ ถึงแม้ว่าจะมีทางเลือกที่ดีอยู่แล้วก็ตาม การด่วนตัดสินใจตามเสียงส่วนใหญ่ โดยไม่ได้ไตร่ตรอง อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้เป็นการด่วนตัดสินใจและทำให้เกิดความไม่พึงพอใจตามมา

จากประเด็นดังกล่าวได้มีงานวิจัยของ กัญยพัชร วิชญชัยสิทธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้บริโภค และงานวิจัยของ นवलพรรณ เป็อรุณ (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดมีนบุรี เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ รัตนา โพธิวรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ศรุดา สุปันณี (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเป๊ปซี่ สูตรไม่มีน้ำตาล ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของสายพิณ มัตตะนามะ (2559) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนบ้านลุงพลู อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านมาตรการและความปลอดภัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้อธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลด้านมาตรการและความปลอดภัย

ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ ข้อมูลด้านส่วนประสมการตลาดบริการ และข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มประชากรในขอบเขตงานวิจัยมีเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ Google Form

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1.3.3.1.1 มาตรการและความปลอดภัย

1.3.3.1.2 คุณภาพการให้บริการ

1.3.3.1.3 ส่วนประสมการตลาดบริการ

1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

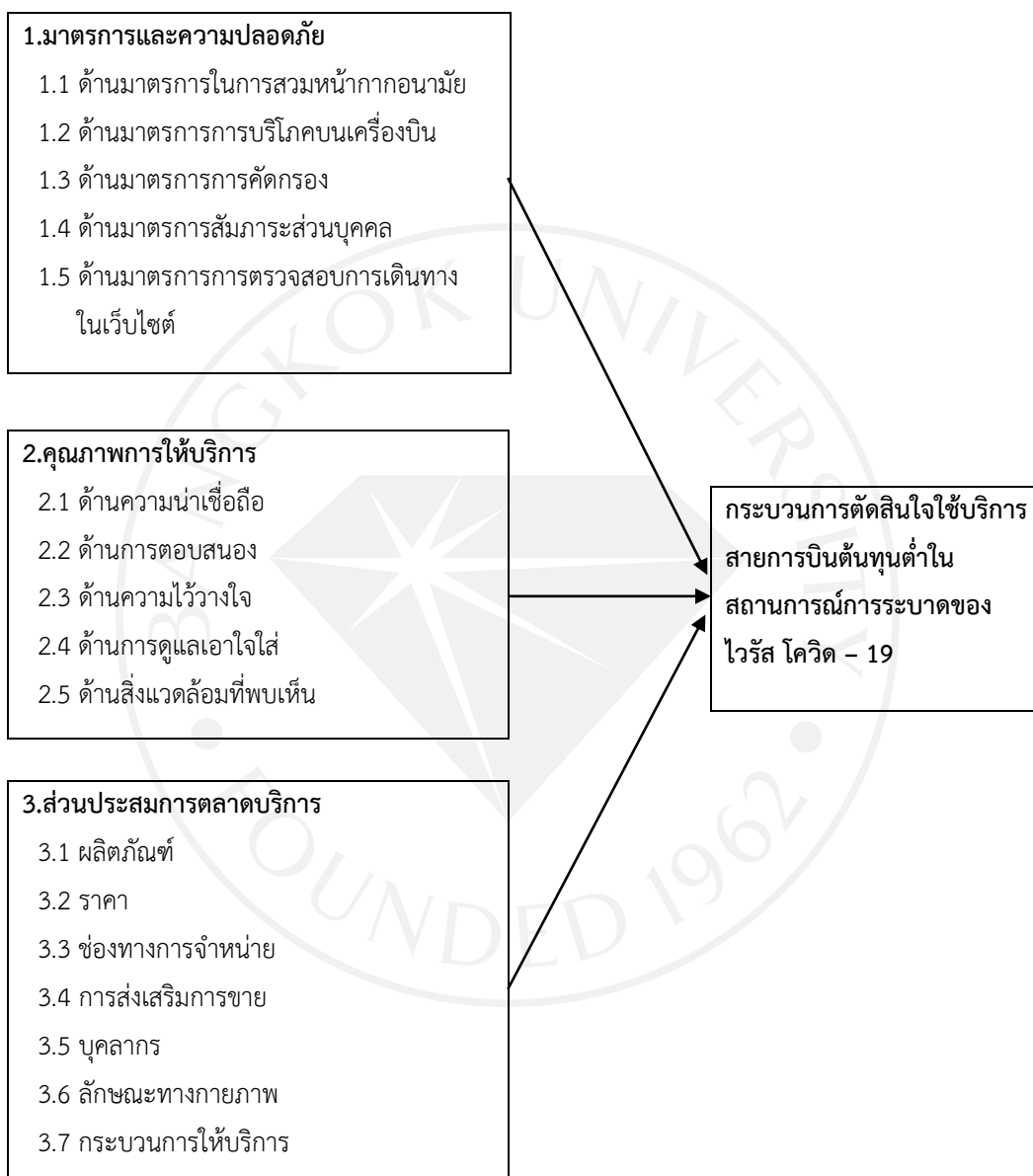
1.3.3.2.1 กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

1.3.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่ม คือ มาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการของสายการบิน ส่วนประสมการตลาดบริการ และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระ ที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

1.4 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิด



1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.5.1 สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้มีการตั้งสมมติฐานดังนี้

1.5.1.1 อิทธิพลของปัจจัยด้านมาตรการและความปลอดภัยมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.5.1.2 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.5.1.3 อิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

การทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.5.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

1.5.2.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.5.2.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

1.5.2.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

1.5.2.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

1.5.2.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

1.6 นิยามคำศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

1.6.1 คุณสมบัติส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลหรือคุณสมบัติสำหรับผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคล หรือคุณสมบัติของตัวบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ

1.6.2 มาตรการและความปลอดภัยหมายถึง มาตรการการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรคเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีมาตรการดังนี้ มาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย มาตรการการบริโภคบน

เครื่องบิน มาตรการการคัดกรอง มาตรการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล และ มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์

1.6.3 คุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึงความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี 2) ด้านการตอบสนอง หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที่ที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ 3) ด้านความไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ 4) ด้านการดูแลเอาใจใส่ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน 5) ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ

1.6.4 ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง องค์ประกอบหลักที่สำคัญในการดำเนินกิจการด้านบริการเพื่อให้ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

1.6.5 สายการบินต้นทุนต่ำ หมายถึง สายการบินที่มีการหลักการค้าดำเนินกิจการด้วยกลยุทธ์โดยการลดค่าใช้จ่ายของการบิน การขายตั๋วโดยสารในราคาถูก อีกทั้งมีการจำหน่ายบัตรโดยสารล่วงหน้าผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกต่อการวางแผนการเดินทางมากขึ้น ยกตัวอย่างสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย เช่น สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย ไทยแอร์เอเชีย เอกซ์ ไทยไลอ้อนแอร์ นกแอร์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์ เป็นต้น

1.6.5 กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจ โดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้อธิบายได้ดังนี้

1.7.1 ผลของงานวิจัยนี้คาดว่าจะเกิดประโยชน์ในการปรับการวางแผนกระบวนการด้านการตลาดบริการ รวมถึงพัฒนาการตลาดบริการ ของการทำธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

1.7.2 ผลของงานวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาในส่วนของการเพิ่มมาตรการและความปลอดภัย ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ และการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

1.7.3 ผลของงานวิจัยนี้คาดว่าจะจะเป็นแนวทางสำหรับการเป็นกรณีศึกษาให้กับสายการบินต้นทุนต่ำในการพัฒนาสายการบินในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากการศึกษาด้านมาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ ส่วนประสมการตลาดบริการและการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องการศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)

2.1 ประวัติและความเป็นมา

2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านมาตรการและความปลอดภัย

2.2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านคุณภาพการให้บริการ

2.2.3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านส่วนประสมการตลาดบริการ

2.2.4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ทั้งนี้ผู้วิจัยจะอธิบายในรายละเอียดดังนี้

2.1 ประวัติและความเป็นมาของสายการบินต้นทุนต่ำ

สายการบินต้นทุนต่ำ เป็นธุรกิจ การบินที่มีการหลักการค้าเน้นกิจการด้วยกลยุทธ์โดยการลดค่าใช้จ่ายของการบิน มีการตัดสิ่งไม่จำเป็นออกไปเพื่อลดค่าใช้จ่ายและลดต้นทุน เช่น หากผู้โดยสารต้องการอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มต้องชำระเงินเอง ลดสิ่งอำนวยความสะดวก แก้วผู้โดยสาร เช่น จอ DVD เครื่องเล่นเพลง เป็นต้น การขายตั๋วโดยสารในราคาถูก อีกทั้งมีการจำหน่ายบัตรโดยสารล่วงหน้าผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกต่อการวางแผนการเดินทางมากขึ้น

ต้นกำเนิดสายการบินต้นทุนต่ำ ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยสายการบิน South West Airlines ในช่วงปี พ.ศ. 2513 จากนั้นรูปแบบการดำเนินธุรกิจการบินทางยุโรปก็ได้รับการถ่ายทอดต่อมา โดยในปี พ.ศ. 2534 โดยได้เปลี่ยนแปลงลักษณะการบริการแบบดั้งเดิมของสายการบินให้เป็นสายการบินราคาต่ำและผู้คนที่ทั่วไปสามารถจับต้องได้ จากนั้นได้มีการนำแนวคิดไปปรับใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน ในทวีปยุโรป มีสายการบินราคาประหยัดรายใหญ่ อย่างแพร่หลายสาย เช่น EasyJet (อังกฤษ) Norwegian Air Shuttle (นอร์เวย์) Wizz Air (ฮังการี) สายการบินต้นทุนต่ำในสหภาพยุโรปจะมีลักษณะพิเศษเพราะอยู่ในระบบตลาดเดียวกัน ซึ่งคือ สามารถปรับให้เป็นศูนย์กลางทางการบินในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปได้เลย

เมื่อปี พ.ศ. 2545 ประเทศไทยมีนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรี ขึ้น ซึ่งคือ การให้สิทธิในการบิน การขนส่งสินค้าและผู้โดยสารทางอากาศ เพื่อให้การขนส่งเป็นไปโดยเสรี โดยสิทธิการบินเริ่มมีผลบังคับใช้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสายการบินต้นทุนต่ำ ขึ้นมา โดยประเทศไทยเปิดให้บริการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำขึ้นภายในประเทศตั้งแต่เมื่อปลายปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา โดยเริ่มจากไทยแอร์เอเชีย (Thai AirAsia) สายการบินร่วมทุนระหว่างกลุ่มชินคอร์ปและแอร์เอเชียของมาเลเซียเป็นรายแรกที่มีการเปิดให้บริการ ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2546 ต่อมา สายการบินวันทูโก (One Two Go) ในเครือของโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ (Orient Thai Airlines) และ นกแอร์ (Nok Air) มีการเปิดให้บริการตามมาในภายหลัง จึงทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเลือกใช้บริการสายการบินแทนการเดินทางในรูปแบบเดิม ๆ เช่น ทางรถยนต์และรถไฟ ได้มากยิ่งขึ้น และแนวโน้มความต้องการใช้บริการทางอากาศ คาดว่าจะมีเพิ่มมากขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ (เสาวรินทร์ สายรังสี, 2551)

การแบ่งประเภทของสายการบินต้นทุนต่ำ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

สายการบิน พรีเมียมโลว์คอสต์ คือ สายการบินต้นทุนต่ำ ที่ให้สิทธิประโยชน์กับผู้โดยสารสำหรับการโหลดสัมภาระลงใต้ท้องเครื่องบินได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ภายใน 20 กิโลกรัม มีการให้บริการบนเที่ยวบิน เช่น สามารถเลือกที่นั่งที่ต้องการได้ และมี ของว่าง อาหารและเครื่องดื่มในปริมาณที่จำกัด เป็นต้น โดยสายการบินที่มีการให้บริการในรูปแบบนี้ ยกตัวอย่างเช่น นกแอร์ในช่วง พ.ศ. 2547- พ.ศ. 2559 ไทยไลอ้อนแอร์ ในช่วง พ.ศ. 2556 พ.ศ. 2559 แต่ในปัจจุบันทางสายการบิน นกแอร์ให้เพียงสิทธิประโยชน์ในการเลือกที่นั่งที่ต้องการได้ฟรีในช่วง 24-4 ชั่วโมงสุดท้ายก่อนบินเท่านั้น และไทยไลอ้อนแอร์ไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้โดยสารแล้ว จึงถือว่าเป็น สายการบิน โลว์คอสต์ เรียบร้อยแล้ว

สายการบิน โลว์คอสต์ คือ สายการบินต้นทุนต่ำ ที่ไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้โดยสาร ถ้าหากผู้โดยสารมีสัมภาระน้ำหนักหรือขนาดมากกว่าที่กำหนด จะไม่สามารถนำขึ้นไปบนเครื่องบิน โดยต้องเสียชำระค่าโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่องบินเพิ่มเติม (แต่บางสายการบินก็ให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้โดยสารคือให้โหลดสัมภาระฟรี) หากต้องการเลือกที่นั่งตรงไหนพิเศษก็ต้องชำระเงินเพิ่ม และหากต้องการเครื่องดื่มหรืออาหารบนเครื่องก็ต้องชำระเงินเพิ่ม เช่นกัน ซึ่งได้ลดการบริการที่ไม่จำเป็นต่อการเดินทางออก เหลือเพียงแค่การให้บริการการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยและตรงเวลาที่ที่สุด สายการบินลักษณะนี้ จะมีอัตราค่าบัตรโดยสารต่ำกว่าสายการบินแบบพรีเมียมโลว์คอสต์

ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินของสายการบินประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีอัตราค่าบัตรโดยสารต่ำกว่าชั้นประหยัดของสายการบินชั้นนำของประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ราคาที่นั่งของสายการบินแอร์เอเชียจะมีราคาถูกกว่า ราคาที่นั่งของสายการบินไทยสมายล์ เป็นต้น และให้บริการแบบมีที่นั่งเฉพาะชั้นประหยัด เท่านั้น (สำหรับเส้นทางบินไปต่างประเทศหรือเดินทางระยะไกล จะใช้เครื่องบินที่มีขนาด

ใหญ่ และในเครื่องบินนั้น อาจมีชั้นธุรกิจให้บริการเพิ่มด้วย) ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องบินโดยสารเพียงรุ่นเดียวเท่านั้น เพื่อถ่ายและประหยัดค่าใช้จ่าย ในการอบรมนักบิน และค่าบำรุงรักษาที่ง่ายต่อการดูแล รวมไปถึงค่าอะไหล่และอุปกรณ์ และมีเส้นทางบินที่ไม่ไกล สามารถกำหนดเวลาบินให้อยู่ภายใน 3-4 ชั่วโมง เท่านั้น เพื่อให้เหมาะสมกับรุ่นของเครื่องบินที่ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ส่วนใหญ่ไม่ใช่สนามบินหลักในการเดินทางระหว่างประเทศ ในการขึ้นและลงจอด จะใช้สนามบินรอง เช่น การใช้ท่าอากาศยานดอนเมืองแทนท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นต้น จึงทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการจ่ายให้กับทางสนามบินลดลงไป รวมไปถึงไม่มีการให้บริการพิเศษบนภาคพื้นดิน เช่น ไม่มีห้องรับรองพิเศษ ยกตัวอย่างสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย เช่น สายการบินไทยแอร์เอเชีย ไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ ไทยไลอ้อนแอร์ นกแอร์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์ เป็นต้น

2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านมาตรการและความปลอดภัย

ศิริลักษณ์ (2563) ได้กล่าวว่า ทางบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้มีการออกกฎระเบียบใหม่ๆ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค มีการกำหนดมาตรการเข้มงวดเพิ่มมากขึ้น

แคมป์เบล วิลสัน (2563) ได้กล่าวว่า ความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของบุคลากรและผู้โดยสาร ถือเป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้มีการเพิ่มมาตรการต่าง ๆ ปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติ และข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงประเมินผลการดำเนินการมาตรการของสายการบิน เพื่อความปลอดภัยและความมั่นใจของผู้โดยสารทุกท่านที่ใช้บริการ

หลิง เหลียง เทียน (2563) ได้มีการกำหนดมาตรการให้ผู้โดยสารตรวจสอบข้อกำหนดในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้ มาตรการให้ผู้โดยสารสวมหน้ากากอนามัยตลอดการเดินทาง กำหนดสัมภาระติดตัว แนะนำให้ผู้โดยสารมาถึงสนามบินล่วงหน้า 3 ชั่วโมง มาตรการงดให้บริการบนเครื่องบิน เป็นต้น มาตรการเหล่านี้ถูกบังคับใช้แม้จะผ่านพ้นช่วงสถานการณ์วิกฤติของการระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 แล้วก็ตาม มาตรการที่กำหนด เช่น 1) มาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย ผู้โดยสารทุกคนรวมไปถึงพนักงานสายการบินที่เดินทางจำเป็นต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาขณะให้บริการ 2) มาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน คือการยกเลิกการจำหน่าย และผู้โดยสารไม่สามารถรับประทานอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบินได้ 3) มาตรการการคัดกรอง มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หากมีอุณหภูมิร่างกายเกิน 37.3 องศาเซลเซียส มีอาการเสี่ยงติดเชื้อโควิด-19 ไม่สบาย หรือเข้าข่ายการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง อาจไม่สามารถเดินทางในเที่ยวบินนั้นได้ 4) ด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล มีการจำกัดสัมภาระขึ้นไปบนเครื่องเครื่อง เช่น การอนุญาตให้นำสัมภาระน้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัมขึ้นเครื่องได้ 1 ใบ ส่วนสัมภาระนอกเหนือจากนี้ สามารถโหลดลงใต้ท้องเครื่องได้ และ 5) มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ คือการแนะนำให้ผู้โดยสาร

ลงทะเบียนขึ้นเครื่องด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือคีย์ออสเคอิน (Kiosk) ด้วยตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงโอกาสสัมผัสกัน ระหว่างผู้โดยสารและเจ้าหน้าที่สายการบิน

จากความหมายที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า มาตรการและความปลอดภัยที่ทางสายการบิน กำหนดหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อ โควิด-19 เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ 1) มาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย 2) มาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน 3) มาตรการการคัดกรอง 4) ด้านมาตรการสัมผัสส่วนบุคคล และ 5) มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ เพื่อป้องกันและเป็นมาตรการที่ปรับใช้ไปตลอดจนหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อ โควิด-19

สุเมธ บุญยรัตน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ภาวะเสี่ยงพื้นฐานในเดินทางอากาศของผู้โดยสารกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาวะเสี่ยงพื้นฐานในการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารกลุ่มเกิดในช่วง พ.ศ. 2508- 2540 ที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อนำเสนอรูปแบบสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาวะเสี่ยงพื้นฐานในการเดินทางทางอากาศ ผลการวิจัยพบว่า ในข้อมูลภาวะเสี่ยงต่าง ๆ ส่วนใหญ่ผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2508-2522 มีการรับรู้ภาวะเสี่ยงในหมวดต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มกลุ่มที่เกิดช่วง พ.ศ. 2523-2540

อรจิรา กาศโอสถ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการเผยแพร่มาตรการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้โดยสารสนามบินสาธารณะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้มาตรการรักษาความปลอดภัยของผู้โดยสารที่ใช้บริการสนามบินสาธารณะ เพื่อศึกษาเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการเผยแพร่มาตรการรักษาความปลอดภัยด้านการบินแก่สนามบินสาธารณะและสายการบินให้ผู้โดยสารเกิดการรับรู้และปฏิบัติตาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการรักษาความปลอดภัยด้านการบินและมีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารภายในท่าอากาศยาน มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการรักษาความปลอดภัยด้านการบินก่อนการเดินทาง ข้อมูลเชิงบวกนี้แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารสามารถรับสารเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยด้านการบินได้ ซึ่งหากทางท่าอากาศยานเลือกใช้สื่อและการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับผู้โดยสารแต่ละกลุ่มจะเกิดการรับรู้ของผู้โดยสารมากขึ้น

อิศราพร จินต์แสวง (2558) การรับรู้ถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบินของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบินของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบินของผู้โดยสารเพื่อหาแนวทางให้สายการบินนกแอร์เพิ่มความตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบิน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เคยเดินทางกับ สายการบินนกแอร์มีความคุ้นเคยกับวิธีปฏิบัติ คำแนะนำ ข้อห้าม ในห้องโดยสาร ให้ความสนใจการสาธิตคำแนะนำ ของพนักงานต้อนรับเสมอ อ่านคู่มือความปลอดภัยบางครั้ง และมี

ความถี่ในการเดินทางน้อยกว่า 3 ครั้ง ต่อปี ผู้โดยสารมีความตระหนักถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบิน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ประสบการณ์เดินทางกับ สายการบินนกแอร์ ความ คุ่น เคยกับวิธีปฏิบัติคำแนะนำ ข้อห้าม ในห้องโดยสาร การสนใจการสาธิตคำแนะนำที่สำคัญของ พนักงานต้อนรับ การอ่านคู่มือในเรื่องของความปลอดภัย และการเดินทางเป็นประจำ ส่งผลกระทบ ต่อความตระหนักรู้ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยคือ สายการบินควรอบรมพนักงานให้มีความรู้เพื่อ สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้โดยสารได้ จำเป็นที่จะต้องมามีข้อมูลเพื่ออธิบายที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ในส่วน ของที่นั่งตรงทางออกฉุกเฉินสำหรับผู้โดยสารที่ได้ที่นั่งตรงทางออกฉุกเฉิน ว่าที่นั่งส่วนนี้เหมาะกับใคร และควรมีข้อปฏิบัติอย่างไรบ้าง ควรมีประกาศทั้งบนเครื่องบิน และในเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกของ ผู้โดยสาร ควรเปลี่ยนการประกาศบนเครื่องบินเป็นระบบอัตโนมัติที่มีความชัดเจนทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ ควรใช้บทประกาศหรือนิตยสารบนเครื่องบินในการเพิ่มการตระหนักรู้ และสำนักงาน การบินพลเรือนแห่งประเทศไทยควรมีนโยบายจัดตั้งจุดให้คำแนะนำก่อนเดินทางขึ้นเครื่องบินภายใน อาคารโดยสาร ที่ให้ผู้โดยสารสามารถทดลองใช้งานอุปกรณ์ฉุกเฉินจริงได้ก่อนที่จะขึ้นเครื่องบิน

อวิชญา เหมทานนท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการ มาตรการป้องกันการระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ความพึงพอใจ และความเชื่อใจไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจไปซ้ำ ศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการ มาตรการ ป้องกันการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ของศูนย์การค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อใจ ไว้วางใจของผู้บริโภคและ เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อใจไว้วางใจต่อศูนย์การค้าที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจไปซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มาตรการป้องกันจากสถานการณ์การระบาดของ การติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ของศูนย์การค้า ด้านของการควบคุมจำนวนผู้ใช้บริการ การสวมหน้ากาก ออนามัย ด้านการทำความสะอาดฆ่าเชื้อรอบบริเวณพื้นที่ และสังคมไร้สัมผัสส่งผลทางบวกต่อความพึง พอใจ และคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและมาตรการป้องกันการระบาดจาก สถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ของศูนย์การค้าด้านการเว้นระยะห่าง 1 เมตร ด้านการควบคุม จำนวนผู้ใช้บริการ และ ด้านสังคมไร้สัมผัส ส่งผลทางบวกต่อความเชื่อใจไว้วางใจต่อศูนย์การค้าของ ผู้บริโภค และพบว่าความพึงพอใจและความเชื่อใจไว้วางใจต่อศูนย์การค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจ ไปซ้ำของผู้บริโภค

สีตีปาตีฮะร์ อีลา และ คณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การแก้ปัญหาการรับมือและการป้องกัน จากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงเตี้ย อ.แม่ลาน จ. ปัตตานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การรับมือกับสถานการณ์โรคระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 อย่างไร ศึกษาปัจจัยในการเสริมศักยภาพในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาดของเชื้อ

ไวรัสโควิด-19 ในองค์การบริหารส่วนตำบลม่วงเตี้ย อำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี ส่งเสริมและสร้าง การรับรู้ให้แก่ประชาชนในการเฝ้าระวังและป้องกันกับโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 จากการศึกษาพบว่า จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและวิธีการต่าง ๆ เช่น การบันทึกเสียง การสังเกตการณ์และการจด บันทึก องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงเตี้ย มีการแก้ปัญหาการรับมือและการป้องกันจากสถานการณ์ การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยการแก้ปัญหาจากการปฏิบัติตามมาตรการที่ออกประกาศโดยรัฐ และได้กำหนดในการปฏิบัติของประชาชนที่ต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัดโดยให้ประชาชนสวมใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนออกจากบ้านและหมั่นล้างมืออยู่เสมอเพื่อป้องกันเชื้อไวรัสโควิด-19 และองค์การบริหารส่วนตำบลม่วงเตี้ยได้ศึกษาแนวทางการเสริมศักยภาพในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับโรคระบาดไวรัส โควิด-19 ด้วยการจัดอบรมประชาสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพแก่ประชาชน ในช่วงที่โรคระบาดไวรัสโควิด-19 ได้มีการเตรียมความพร้อมทุกเรื่องทั้งในการเตรียมสถานที่ในการกัก ตัวให้กับประชาชนที่กลับจากต่างประเทศและต่างจังหวัดในส่วนของการทำงานขององค์การบริหาร ส่วนตำบลม่วงเตี้ยได้มีการส่งเสริมและสร้างความตระหนักให้แก่ประชาชน ด้วยการจัดเตรียมสถานที่ ทำงานวันละช่วงเช้าและสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดในการปฏิบัติงาน การป้องกัน องค์การบริหาร ส่วนตำบลม่วงเตี้ยมีการตรวจไข้และบริการเจลล้างมือให้กับบุคลากรประชาชนก่อนมาใช้บริการ

2.2.2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านคุณภาพการให้บริการ

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ แบ่งเป็น 5 มิติ หลัก คือ ความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น และยังเป็น การให้คำตอบสำหรับคำถามหลัก 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1) อะไรคือคุณภาพของการ ให้บริการ 2) สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพการให้บริการคืออะไร และ 3) กิจกรรมนั้นแก้ปัญหา คุณภาพในการให้บริการที่เกิดขึ้นได้อย่างไร

Crosby (1988) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวที่มีความต้องการให้การบริการนั้น ไร้ที่ติ มีการตอบสนองได้พึงพอใจสำหรับผู้รับบริการและผู้ให้บริการนั้น ๆ

Bitner & Hubbert (1994) กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้ข้อมูลของจาก ผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการที่พึงพอใจจากหน่วยงานนั้น ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์สามารถที่จับต้องได้ เลือกด้วยตาเปล่าได้ มีอายุขัย วันผลิต วันหมดอายุ บางสินค้ามีความ แข็งแรงคงทน หรือมีโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตสินค้าออกมา แต่ในขณะที่การบริการ เป็นสิ่งที่มี ลักษณะเฉพาะ อ่อนไหวต่อการตอบสนอง ตอบสนองตามความพึงพอใจของผู้ได้รับการบริการ แตกต่างไปจากสินค้า

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือ ความต้องการของ การรับบริการสำหรับผู้บริโภค มุ่งเน้นถึงคุณภาพของการบริการ และหากกิจกรรมนั้นมีการให้บริการ

ที่ดี พึงพอใจต่อผู้ใช้บริการก็จะสามารถสร้างกิจการหรือธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ มีการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

กาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมมยุรา คำสุข (2558) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวชาวต่างชาติ และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจที่สุด ได้แก่ การทำความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยว บุคลากรสามารถเข้าใจได้ และให้ความพึงพอใจในการบริการตรงตามความต้องการกับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

สัจพร พิงพิพัฒน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคมและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความไว้วางใจ ของลูกค้าประกันชีวิต เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ของลูกค้าประกันชีวิต เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิต ของลูกค้าประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่าประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อประกันชีวิต และส่วนใหญ่เลือกซื้อประกันชีวิตของบริษัท เอไอเอ ประเทศไทย โดยส่วนใหญ่เป็นการซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์และชำระเบี้ยประกันแบบรายปีใช้เงินสดในการชำระเงิน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัทประกันภัยมีผลต่อความไว้วางใจของผู้ซื้อประกันภัย และมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิต

วสุตม์ โชติพานิช (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้โดยสารที่มีต่อ การรับรู้คุณค่าคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์สายการบิน ความพึงพอใจของผู้โดยสาร และความตั้งใจซื้อบริการซ้ำ อธิบายถึงการรับรู้คุณค่า คุณภาพบริการ และภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร กลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ และมีตำแหน่งงานในระดับผู้จัดการหรือเทียบเท่า โดยใช้วิธีการสุ่มจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 264 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบในระดับมาก สายการบินไทยเป็นสายการบินที่ถูกใช้บริการมากที่สุด และส่วนใหญ่เดินทางไปยังต่างประเทศ ในส่วนของชื่อเสียงของสายการบินเป็นเหตุผลที่กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อิทธิพลของ

การรับรู้คุณค่า คุณภาพบริการ และภาพลักษณ์สายการบิน มีผลต่อความประทับใจในการบริการของผู้โดยสาร และอิทธิพลของการรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์สายการบิน มีผลทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำอีก แต่ในส่วนของคุณภาพบริการไม่มีผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการใช้ซ้ำ

สุจิตรา ดีเหลือ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ ระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ ระดับการยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย และเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย ไทยไลอ้อนแอร์ กลุ่มตัวอย่างประชากร คือผู้โดยสารชาวไทย สายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่การให้ความเชื่อมั่น ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนอง การรู้จักเอาใจใส่ ความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ

ทาคาโยชิ อุเอซึจิ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความยั่งยืนต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการ เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 400 คน เครื่องมือในงานวิจัย คือ แบบสอบถามให้แก่ผู้โดยสาร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จากการตอบแบบสอบถาม ให้การตอบสนองคุณภาพการให้บริการน้อยกว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ลักษณะทางกายภาพ ความใส่ใจ และการตอบสนองลูกค้า

2.2.3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านส่วนประสมการตลาดบริการ

ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ

Kotler & Keller (2006) กล่าวคือ ส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) เป็น สิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ในส่วนของการตลาดของธุรกิจ โดยสามารถที่จะจัดสรรส่วนประสมทางการตลาด ตามสภาพแวดล้อมของกิจการได้อย่างเหมาะสม ส่วนประสมการตลาดของการบริการ

ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ ได้ให้ความหมายตามประเด็น คือ 1) ราคาเป็นตัวกำหนดรายได้ของธุรกิจ กล่าวคือ หากมีการกำหนดราคาในระดับสูง มักทำให้ธุรกิจมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น หากมีการกำหนดราคาที่น้อยหรือถูกลง อาจทำให้รายได้ของธุรกิจน้อยลงและนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึงโครงสร้างของเส้นทางของธุรกิจนั้นเพื่อนำไปสู่ผู้รับบริการหรือซื้อ 3. ผลผลิตภัณฑ์ คือ กิจกรรมที่วางขายสินค้าประเภทนั้น เพื่อความต้องการของของผู้บริโภคให้เกิดความประทับใจมากที่สุด ทั้งสิ่งที่จับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ โดยสินค้านั้นต้องเกิดประโยชน์ และพึงพอใจสำหรับผู้บริโภคจึงมีผลทำให้สินค้าสามารถจำหน่ายออกไปได้ 4. การส่งเสริมการตลาดหมายถึงเป็นการที่กิจการหรือธุรกิจนั้นสร้างแรงจูงใจให้กับผู้รับบริการเพิ่มขึ้น สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมที่สำคัญ คือ การโฆษณา การให้ข้อมูลสินค้าจากพนักงาน การแนะนำสินค้าหรือบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการโฆษณา การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ 5. บุคลากร หมายถึง บุคคลที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง มีการคัดเลือกและฝึกอบรมในการสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าให้เกิดความประทับใจที่สุด 6. กระบวนการให้บริการ คือ แนวทางในการจัดการผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความประทับใจต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นที่สุด 7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง การนำเสนอคุณสมบัติทางกายภาพให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือการบริการทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เช่น การแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บรรยากาศความสะอาดและการตกแต่งภายในเครื่องบิน รวมไปถึงการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

Payne (1993) กล่าวคือ ให้ความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps แบบดั้งเดิมประกอบไปด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่ายและการสื่อสารด้านการตลาด นั้นไม่เหมาะสมและครอบคลุม ที่จะใช้กับการบริการ เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างกับสินค้าโดยทั่วไป และมีการเสนอแนวคิดใหม่ในเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดบริการ” เพิ่มขึ้นอีก 3 ส่วน คือ บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ

จากแนวคิดทั้งหมด ผู้วิจัยสรุปคือ ส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) คือสิ่งสำคัญสำหรับผู้ให้บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน และเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สายการบินนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบไปด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

ศุภวิรัช ชินตนลาภ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย โดยได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 1) ปัจจัยด้านคุณสมบัติต่าง ๆ ส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านระดับการศึกษา

อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศแตกต่างกันหรือไม่ และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7Ps) นำมาใช้ในกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อที่จะให้เจ้าของธุรกิจการสายการบินต้นทุนต่ำได้รับรู้ถึงปัจจัยที่แท้จริงของผู้บริโภคใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางภายในประเทศ และสามารถนำผลของการวิจัยไปปรับใช้การพัฒนาการให้บริการในด้านต่าง ๆ ได้ และรับรู้ถึงความต้องการของผู้โดยสารได้มากยิ่งขึ้น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย เรียงลำดับตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการและอัตราค่าบัตรโดยสาร ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

เจนจิรา นาทองคำ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยและศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่มุ่งเน้นถึงความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และมีความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ ซึ่งโดยรวมอยู่ในระดับมากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ คือ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา พนักงานบริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำตามลำดับ

ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีน หัวเฉียว กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่คลินิกการแพทย์แผนจีน หัวเฉียว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps นั้นทำนายผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 48.5

บุญญาภา นาคสินธุ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผลวิจัยพบว่าประชากรที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีได้รับอิทธิพลมาจากการแนะนำจากเพื่อน คนรู้จัก หรือ อิทธิพลการใช้บริการที่สะดวก เช่น สถานที่สะดวก

ต่อการเดินทาง และระยะเวลาที่ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

จิตรภาพ รัตตค (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมี 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินโลออนแอร์ และสายการบินนกแอร์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ให้ความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ให้ความสำคัญมากและมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินแอร์เอเชีย ในด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร สายการบินโลออนแอร์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด และสายการบินนกแอร์ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบินที่แตกต่างกันออกไป

2.2.4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

กุลชลี ไชยนันตา (2539) กล่าวว่า เราไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงการตัดสินใจได้ เพราะการตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานให้ไปเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ อาจมีการใช้หลักของเหตุผล อารมณ์ ความชอบ เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจ

ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2545) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจเลือกสิ่งที่มีอยู่ ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจในทางเลือกแตกต่างออกไป ของสินค้าและการบริการอยู่เสมอ

Plunkett & Attner (1994) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจที่กำหนดขั้นตอนขึ้นมา เป็นการใช้กระบวนการในการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลเป็นตัวกำหนด ใช้หลักทางวิทยาศาสตร์เป็นหลัก อ้างอิงในการตัดสินใจที่ถูกต้อง

Yukl (1989) นิยามความหมายว่า การตัดสินใจนั้นไม่จำเป็นต้องรีบด่วนตัดสินใจ หากประเมินทางเลือกให้ดี จะส่งผลต่อคุณภาพของการตัดสินใจ ถึงแม้ว่าจะมีทางเลือกที่ดีอยู่แล้วก็ตาม การด่วนตัดสินใจตามเสียงส่วนใหญ่ โดยไม่ได้ไตร่ตรอง อาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้เป็นการด่วนตัดสินใจ และทำให้เกิดความไม่พึงพอใจตามมา

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กระบวนการการตัดสินใจ เป็นการสร้างแรงจูงใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับหลักการใช้เหตุผล หลักความเป็นจริงประกอบกับผลของความพึงพอใจหลังจากตัดสินใจแล้ว เป็นไปในทิศทางที่พึงพอใจ และสามารถนำกระบวนการการตัดสินใจมาปรับใช้ต่อไปได้

กัญพัชร์ วิชญชัยสิทธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้บริโภค โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ ส่วนประสมการตลาด และแรงจูงใจ โดยกลุ่มประชากรตัวอย่างมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการทำศัลยกรรม โดยพบว่า มีการแสวงหาจากแหล่งข้อมูลภายนอกและคนรอบข้างมากที่สุด

นวลพรรณ เป็อรุณ (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดมินิบูรี เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่แบ่งตามลักษณะประชากร ปัจจัยด้านพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในตลาดมินิบูรี ซึ่งสรุปได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด และส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า และหากได้รับความพึงพอใจหลังซื้อสินค้าส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำ

รัตนา โพธิวรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผลการวิเคราะห์พบว่า ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก และปัจจัยส่วนข้อมูลส่วนบุคคลไม่แตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อ และสาเหตุในการซื้อส่วนใหญ่ ใช้สำหรับ การท่องเที่ยวและทำงาน

ศรุดา สุปันณี (2562) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเป๊ปซี่ สูตรไม่มีน้ำตาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนให้ความสำคัญมากตามลำดับดังนี้ ในด้านการรับรู้ แสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

สายพิณ มัตตะนามะ (2559) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนบ้านลุงพลู อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว โดยใช้ตัวแปร ดังนี้ 1.ด้านบริหารงานทั่วไป 2.ด้านบุคลากร 3.ด้านอาคารสถานที่ 4.ด้านการเรียนการสอน 5.ด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจขึ้นอยู่กับ ด้านอาคารสถานที่ ด้านการเรียนการสอน และ ด้านบริหารงานทั่วไป ตามลำดับ

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสม การตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์ การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ประกอบด้วยข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ข้อมูลด้านมาตรการ และความปลอดภัย ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ของประชากรที่เคยใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียดดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

3.1.1.1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีการวัดระดับดังนี้

เพศ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
อายุ	ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
สถานภาพ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
การศึกษา	ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
อาชีพ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
รายได้	ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

3.1.1.2 ข้อมูลด้านมาตรการและความปลอดภัย ซึ่งประกอบ มาตรการในการสวม หน้ากากอนามัย มาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน มาตรการการคัดกรอง มาตรการสัมภาษณ์ บุคคล มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ มีการวัดแบบอันตรภาค Interval scale โดยมี ระดับการวัด ดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	1
เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น	2
เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น	3
เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น	4
เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.3 ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น มีการวัดแบบอันตรภาค Interval scale โดยมีระดับการวัด ดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	1
เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น	2
เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น	3
เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น	4
เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.4 ข้อมูลด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ มีการวัดแบบอันตรภาค Interval scale โดยมีระดับการวัด ดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	1
เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น	2
เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น	3
เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น	4
เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.5 ข้อมูลด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

มีการวัดแบบอันตรภาค Interval Scale โดยมีระดับการวัดดังนี้

ระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	1
ระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อย	มีค่าคะแนนเป็น	2
ระดับการตัดสินใจใช้บริการปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น	3
ระดับการตัดสินใจใช้บริการมาก	มีค่าคะแนนเป็น	4
ระดับการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนนระดับการตัดสินใจใช้บริการ มีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

3.1.2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาระบุเรียบร้อยแล้วจะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ ผู้โดยสาร ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า ครอนบาร์ค แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้เท่ากับ 3.789

ตารางที่ 3.1: แสดงค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Analysis Test)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
1. ข้อมูลด้านมาตรการและความปลอดภัย	10	0.952
2. ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ	10	0.955
3. ข้อมูลด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	14	0.960
4. ข้อมูลด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	10	0.922
รวม	44	0.978

หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษา โดยจะทำการแจกในวันที่ 1 เดือนตุลาคม พ.ศ.2564 ถึง 31 เดือนตุลาคม พ.ศ.2564

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำได้แก่ เช่น ไทยแอร์เอเชีย ไทยแอร์เอเชียเอกซ์ ไทยไลอ้อนแอร์ นกแอร์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยใช้ Google Forms มีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

วันที่ 1 เดือนตุลาคม พ.ศ.2564 ถึง 31 เดือนตุลาคม พ.ศ.2564 จำนวน 400 คน

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีความเข้าใจในข้อคำถามและความต้องการของผู้วิจัย

3.3.3 ทำการแจกแบบสอบถาม (Google Forms) ให้กับผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

3.3.4 นำแบบสอบถาม (Google Forms) ที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีสมมติฐานดังนี้

3.4.1 อิทธิพลของปัจจัยด้านมาตรการและความปลอดภัยมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

3.4.2 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

3.4.3 อิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19

การทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

3.5.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

3.5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ
(Multiple Regression Analysis)

3.5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ
(Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วน
ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้
สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ
(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์
สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ
(Multiple Regression Analysis)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ
(Multiple Regression Analysis)

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ
(Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย
(Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่ง
ประกอบในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการ
วิเคราะห์พบว่า ค่าร้อยละที่มากที่สุดตามลักษณะของข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนร้อยละของเพศของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศชาย	215	53.8
2. อายุระหว่าง 21-30ปี	206	51.5
3. สถานภาพโสด	334	83.5
4. ระดับการศึกษาปริญญาตรี	227	56.8
5. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา	147	36.8
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท	106	26.5

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 สถานภาพโสด จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท 106 คนคิดเป็นร้อยละ 26.5

ตารางที่ 4.2: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมาตรการและความปลอดภัย ซึ่งประกอบด้วย มาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย มาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน มาตรการการคัดกรอง มาตรการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ด้านมาตรการและความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	แปลค่า
1. ด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย	4.04	0.710	เห็นด้วยมาก
2. ด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน	3.94	0.688	เห็นด้วยมาก
3. ด้านมาตรการการคัดกรอง	4.09	0.703	เห็นด้วยมาก
4. ด้านมาตรการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล	3.99	0.665	เห็นด้วยมาก
5. ด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์	3.96	0.730	เห็นด้วยมาก
รวม	4.00	0.515	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมาตรการและความปลอดภัย ซึ่งมาตรการและความปลอดภัยมีระดับความคิดเห็นด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ด้านมาตรการการคัดกรอง มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านมาตรการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และผลรวมของด้านมาตรการและความปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 4.3: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ สิ่งแวดล้อมที่พบเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ด้านคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	แปลค่า
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.80	0.746	เห็นด้วยมาก
2. ด้านการตอบสนอง	3.92	0.692	เห็นด้วยมาก
3. ด้านความไว้วางใจ	3.98	0.710	เห็นด้วยมาก
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.01	0.675	เห็นด้วยมาก
5. ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น	4.00	0.699	เห็นด้วยมาก
รวม	3.94	0.483	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านการตอบสนอง มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และผลรวมของด้านคุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ตารางที่ 4.4: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	แปลค่า
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.92	0.623	เห็นด้วยมาก
2. ด้านราคา	3.96	0.644	เห็นด้วยมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.01	0.613	เห็นด้วยมาก
4. ด้านส่งเสริมการขาย	3.86	0.679	เห็นด้วยมาก
5. ด้านบุคลากร/พนักงาน	4.02	0.634	เห็นด้วยมาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.85	0.663	เห็นด้วยมาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.98	0.621	เห็นด้วยมาก
รวม	3.94	0.406	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งส่วนประสมการตลาดบริการ มีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านส่งเสริมการขาย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านบุคลากร/พนักงาน มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และมีผลรวมของด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ตารางที่ 4.5: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	แปลค่า
ระดับกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการ	3.99	0.453	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.6: แสดงค่าอิทธิพลของด้านมาตรการและความปลอดภัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Multiple Regression Analysis)

ด้านมาตรการและความปลอดภัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
1. ด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย	.046	.800	.424
2. ด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน	.159	3.031	.003*
3. ด้านมาตรการการคัดกรอง	.133	1.953	.051
4. ด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล	.133	2.286	.023*
5. ด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์	.089	1.523	.128

$R^2 = 0.160$, $F\text{-Value} = 15.026$, $N = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผลโดยรวมค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านมาตรการและความปลอดภัยเท่ากับ 0.160 มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เรียงลำดับดังนี้ ด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 15.9 และ ด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 13.3 ซึ่งมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย ด้านมาตรการการคัดกรอง และด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าอิทธิพลของด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Multiple Regression Analysis)

ด้านคุณภาพการให้บริการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	.134	2.839	.005*
2. ด้านการตอบสนอง	.188	3.868	.000*
3. ด้านความไว้วางใจ	.112	2.167	.031*
4. ด้านการดูแลเอาใจใส่	.145	2.899	.004*
5. ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น	.146	2.708	.007*

$R^2 = 0.250$, $F\text{-Value} = 26.211$, $N = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผลโดยรวมค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการเท่ากับ 0.250 มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เรียงลำดับดังนี้ ด้านการตอบสนอง มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 18.8 ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 14.6 ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 14.5 ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 13.4 และด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 11.2 ซึ่งมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าอิทธิพลของด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Multiple Regression Analysis)

ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.193	4.031	.000*
2. ด้านราคา	.141	2.970	.003*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.090	1.837	.067
4. ด้านส่งเสริมการขาย	.078	1.666	.097
5. ด้านบุคลากร	.119	2.451	.015*
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	.046	0.969	.333
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	.190	3.937	.000*

$R^2=0.311$, $F\text{-Value}= 25.309$, $N=400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผลโดยรวมค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านประสมการตลาดบริการเท่ากับ 0.311 มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 19.3 ด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 19.0 ด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 14.1 และด้านบุคลากร มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 11.9 ซึ่งมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ

บทที่ 5

บทสรุป

บทสรุปการวิจัยเรื่อง การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีบทสรุปผลการวิจัยนำเสนอใน 2 ส่วน ที่สามารถอธิบายได้ตามการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 การอภิปรายผล

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 การอภิปรายผล

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การอภิปรายผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัยนี้

ผลการวิเคราะห์พบว่าความแตกต่างของข้อมูลของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 อายุ ระหว่าง 21-30ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 สถานภาพโสด จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมาตรการและความปลอดภัย ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งประกอบด้วย ด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย ด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน ด้านมาตรการการคัดกรอง ด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล และด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จากการตอบแบบสอบถามของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัยระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.710 ด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.688 ด้านมาตรการการคัดกรอง มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.09 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.703 ด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.665 และด้านมาตรการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.730 และผลรวมของด้านมาตรการและความปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.515

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.746 ด้านการตอบสนอง มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.692 ด้านความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.710 ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.675 และด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.699 และผลรวมของด้านคุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.483

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ ของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งส่วนประสมการตลาดบริการ มีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.623 ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.644 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.613 ด้านส่งเสริมการขาย มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.679 ด้านบุคลากร/พนักงาน มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.634 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.663 และด้าน

กระบวนการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.621 และมีผลรวมของด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.406

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.453

5.1.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

5.1.1.1 สมมติฐานข้อที่1 ด้านมาตรการและความปลอดภัย พบว่าผลโดยรวมค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านมาตรการและความปลอดภัยเท่ากับ 0.160 ค่าอิทธิพลของด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 15.9 และด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 13.3 มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริลักษณ์ (2563) ได้กล่าวว่า ทางบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้มีการออกกฎระเบียบใหม่ๆ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค มีการกำหนดมาตรการเข้มงวด และมีการเพิ่มมาตรการในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยทางอาชีวอนามัยมากขึ้น แคมป์เบล วิลสัน (2563) ได้กล่าวว่า ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานและผู้โดยสาร ถือเป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้มีการเพิ่มมาตรการต่าง ๆ ปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติและข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงประเมินผลการดำเนินการมาตรการของสายการบิน เพื่อความปลอดภัยและความมั่นใจของผู้โดยสารทุกท่านที่ใช้บริการ หลิง เหลียง เทียน (2563) ได้มีการกำหนดมาตรการงดให้บริการบนเครื่องบิน มาตรการเหล่านี้ถูกบังคับใช้แม้จะผ่านพ้นช่วงสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในส่วนของมาตรการการบริโภคบนเครื่องบิน คือยกเลิกการจำหน่าย รวมทั้งผู้โดยสารไม่สามารถรับประทานอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบินได้ และด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล มีการอนุญาตให้นำสัมภาระน้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัมขึ้นเครื่องได้ 1 ใบ ส่วนสัมภาระนอกเหนือจากนี้ สามารถโหลดลงใต้ท้องเครื่องได้ และนอกจากนี้งานแนวคิดที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คือแนวคิดของ หลิง เหลียง เทียน (2563) ได้กล่าวว่า สายการบินแอร์เอเชียได้มีมาตรการที่กำหนด มาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย ผู้โดยสารทุกคนรวมไปถึงพนักงานสายการบินที่เดินทางจำเป็นต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาขณะใช้บริการ มาตรการการคัดกรอง มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หากมีอุณหภูมิ

ร่างกายเกิน 37.3 องศาเซลเซียส มีอาการเสี่ยงติดเชื้อโควิด-19 ไม่สบาย หรือเข้าข่ายการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง อาจไม่สามารถเดินทางในเที่ยวบินนั้นได้ และ มาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ คือมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์ คือการแนะนำให้ผู้โดยสารลงทะเบียนขึ้นเครื่องด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือคือออสเคอิน (Kiosk) ด้วยตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงโอกาสสัมผัสกัน ระหว่างผู้โดยสารและเจ้าหน้าที่สายการบิน และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวเมธ บุญรัตน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ภาวะเทียบพื้นฐานในเดินทางอากาศของผู้โดยสารกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาวะเทียบพื้นฐานในการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อนำเสนอรูปแบบสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาวะเทียบพื้นฐานในการเดินทางทางอากาศ ผลการวิจัยพบว่า ในข้อภาวะเทียบต่าง ๆ ส่วนใหญ่เจนเนอเรชั่นวาย มีการรับรู้ภาวะเทียบในหมวดต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์

5.1.1.2 สมมติฐานข้อที่2 ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่าผลโดยรวมค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการเท่ากับ 0.250 ค่าอิทธิพลของด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เรียงลำดับดังนี้ ด้านการตอบสนอง มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 18.8 ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 14.6 ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 14.5 ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 13.4 และด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 11.2 มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ แบ่งเป็น 5 มิติหลัก คือ ความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น และยังเป็นกรให้คำตอบสำหรับคำถามหลัก 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1.อะไรคือคุณภาพของการให้บริการ 2.สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพการให้บริการคืออะไร และ 3.กิจกรรมนั้นแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดขึ้นได้อย่างไร และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา ดีเหลือ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ ระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ ระดับการยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย และเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย ไทยไลอ้อนแอร์ กลุ่มตัวอย่างประชากร คือผู้โดยสารชาวไทย สายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ใน

การศึกษา คือแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ การให้ความเชื่อมั่น ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนอง การรู้จักเอาใจใส่ ความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ

5.1.1.3 สมมติฐานข้อที่3 ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผลโดยรวมค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านประสมการตลาดบริการเท่ากับ 0.311 ค่าอิทธิพลของด้านประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 19.3 ด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 19.0 ด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 14.1 และด้านบุคลากร มีอิทธิพลเชิงบวกร้อยละ 11.9 มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2006) กล่าวคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) หมายถึงการตลาดในด้านต่าง ๆ เช่น ด้าน ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้ให้ความหมายตามประเด็น คือ ราคาคือเป็นตัวกำหนดรายได้ของธุรกิจ กล่าวคือ หากมีการกำหนดราคาในระดับสูง มักทำให้ธุรกิจมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น หากมีการกำหนดราคาที่น้อยหรือถูกลง อาจทำให้รายได้ของธุรกิจน้อยลงและนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ 2.ช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึงโครงสร้างของเส้นทางของธุรกิจนั้นเพื่อนำไปสู่ผู้รับบริการหรือซื้อ 3.ผลิตภัณฑ์ คือ กิจกรรมที่วางขายสินค้าประเภทนั้น เพื่อความต้องการของของผู้บริโภคให้เกิดความประทับใจมากที่สุด ทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ โดยสินค้านั้นต้องเกิดประโยชน์ และพึงพอใจสำหรับผู้บริโภคจึงมีผลทำให้สินค้าสามารถจำหน่ายออกไปได้ 4.การส่งเสริมการตลาดหมายถึงเป็นการที่กิจการหรือธุรกิจนั้นสร้างแรงจูงใจให้กับผู้รับบริการเพิ่มขึ้น สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมที่สำคัญ คือ การโฆษณา การให้ข้อมูลสินค้าจากพนักงาน การแนะนำสินค้าหรือบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการโฆษณา การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ 5.บุคลากร หมายถึง บุคคลที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง มีการคัดเลือกและฝึกอบรมในการสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าให้เกิดความประทับใจมากที่สุด 6.กระบวนการให้บริการ คือ แนวทางในการจัดการผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความประทับใจต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นที่สุด 7.สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง การนำเสนอคุณสมบัติทางกายภาพให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เช่น การแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บรรยากาศ ความสะอาดและการตกแต่งภายในเครื่องบิน แต่ในส่วนทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ศุภวิรัช ชินตนลาภ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย โดยได้แบ่งปัจจัยเป็นสองส่วนได้แก่ ปัจจัยด้านคุณสมบัติต่าง ๆ ส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศแตกต่างกันหรือไม่ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7Ps) นำมาใช้ในกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อที่จะให้เจ้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำได้รับรู้ถึงปัจจัยที่แท้จริงของผู้บริโภคใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางภายในประเทศ และสามารถนำผลของการวิจัยไปใช้สำหรับการพัฒนาการให้บริการในด้านต่าง ๆ ได้ และรับรู้ถึงความต้องการของผู้โดยสารได้มากยิ่งขึ้น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการและอัตราค่าบริการโดยสาร ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 จากผลงานวิจัยแสดงให้เห็นมาตรการและความปลอดภัยด้านมาตรการการบริโภคบนเครื่องบินส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มีความสำคัญต่อผู้ใช้บริการ ทางสายการบินควรคำนึงถึงการตรวจสอบ ยึดกฎในการไม่อนุญาตให้บริกอบนเครื่องบินและอาจมีมาตรการลงโทษ หรือตักเตือนผู้โดยสารที่ละเมิดกฎ เพื่อความปลอดภัยและสบายใจของผู้โดยสารท่านอื่น

5.2.2 จากผลงานวิจัยแสดงให้เห็นด้านคุณภาพการให้บริการว่าผู้โดยสารที่ตัดสินใจใช้บริการมีความเชื่อถือในสายการบินนั้น ๆ โดยให้ความสำคัญในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทั้งการตอบสนองของสายการบิน การดูแลเอาใจใส่ และสิ่งแวดลอมที่พบเห็น หากทางสายการบินสามารถรักษามาตรฐานในการดูแลผู้โดยสารนี้ได้ อาจทำให้ผู้ที่เคยใช้บริการแล้วกลับมาใช้ซ้ำได้อีก

5.2.3 การศึกษาหลักการ 7Ps ทำให้เข้าใจในกระบวนการการตัดสินใจอย่างละเอียดและทางสายการบินสามารถยึดใช้หลักนี้เพื่อพัฒนาสายการบินต่อไปได้โดยให้ความสำคัญในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 และเพื่อปรับใช้ในการให้บริการกับผู้โดยสารของสายการบินในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

- กันยพัทธ์ วิชญชัยสิทธิ์. (2560). *กระบวนการตัดสินใจทำคัลยกรรมเสริมความงามของผู้บริโภค*.
การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมมยุรา คำสุข. (2558). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ
ลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสาร ธุรกิจปริทัศน์*, 7(2), 151-167.
- กิตตินันท์ นาคทอง. (2556) *สายการบินราคาประหยัด ที่เพิ่ง (เที่ยว) ยามยาก*. สืบค้นจาก
<https://mgronline.com/columnist/detail/9560000026729>.
- กุลชลี ไชยนันตา. (2539). *กระบวนการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- แคมป์เบล วิลสัน (2563). *สายการบินที่ถูกต่อออกมาตราการเพิ่มเติม*. สืบค้นจาก
<https://www.bangkokbiznews.com/pr-news/biz2u/271483>.
- จิตรพร ลาดดก. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบิน
ต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง*. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เจนจิรา นาทองคำ. (2559). *อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสาย
การบินต้นทุนต่ำ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์ เพอร์เนท.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). *ความหมายของคุณภาพการให้บริการ*. สืบค้นจาก
https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=3&bookID=1285&read=true&count=
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐพงศ์ ประกอบการดี. (2556). กลยุทธ์การให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อให้เกิดความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา
(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(9), 56-66.
- ทาคาโยชิ อุเอซึจิ. (2562). *ความยั่งยืนต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ
ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันการบินพลเรือน.
- นवलพรรณ เป็อรุณ. (2562). *กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดมีนบุรี*.
การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- บุญญาภา นาคสินธุ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญ ต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัทรารุณี ชาโคตร. (2555). กระบวนการตัดสินใจ. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/331478>.
- ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. วารสารเกษมบัณฑิต, 18(1), 219-232.
- มติชนออนไลน์. (2562). “บรรยง” ชำแหละสาเหตุทำไมการบินไทยถึงขาดทุน. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/economy/news_1633120
- รัตนา โพธิ์วรรณ. (2562). การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รุจิราภรณ์ เอ็นดู. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีน หัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- วสุตม์ โชติพานิช. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรุตดา สุป็นณี. (2562). กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเป๊ปซี่ สูตรไม่มีน้ำตาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริลักษณ์. (2563). New Normal ธุรกิจสายการบิน “การเดินทางที่ไม่เหมือนเดิม”. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1277952>.
- ศุภวิชช์ ชินรัตน์ลาภ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สัจพร พิงพิพัฒน์. (2558). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สายพิน มัตตะนามะ. (2559). การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียน
บ้านลุงพล อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สีตีปาตีฮะร์ อีลา, อิกวาณี วานี, อาฟิเดห์ ดอเลาะ, วัชระ ขาวสังข์ และปิยะดา มณีนิล. (2563).
การแก้ปัญหาการรับมือและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงเตี้ย อ.แม่ลาน จ.ปัตตานี. ในการประชุมมหาดใหญ่วิชาการ
ระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 12 (หน้า 466-478). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุจิตรา ดีเหลือ. (2562). การยอมรับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย
ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สุวเมธ บุญยรัตน์. (2563). การรับรู้ภาวะเปียกพื้นฐานในเส้นทางอากาศของผู้โดยสารกลุ่มเจเนอเรชั่น
เอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เสาวรินทร์ สายรังสี. (2551). สายการบินต้นทุนต่ำ (ตอนที่1). สืบค้นจาก
http://www.uniserv.buu.ac.th/forum2/topic.asp?TOPIC_ID=2561.
- หลิง เหลียง เทียน. (2563). COVID-19 บินอย่างปลอดภัยกับแอร์เอเชีย. สืบค้นจาก
<https://newsroom.airasia.com/news/2020/4/28/covid-19-flying-safe-with-airasia-safety-measures-airasia-implements-on-ground-and-in-flight-th>.
- อมรทิพย์ อาจสมิติ. (2550). ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสายการบิน
ต้นทุนต่ำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- อรจิรา กาศโอสถ. (2562). แนวทางการพัฒนาการเผยแพร่มาตรการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้โดยสาร
สนามบินสาธารณะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- อวัชญา เหมทานนท์. (2562). คุณภาพบริการ มาตรการป้องกันการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส
โคโรนา (โควิด-19) ความพึงพอใจ และ ความเชื่อถือไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจไปซ้ำ
ศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อิศราพร จินต์แสวง. (2558). การตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยบนเที่ยวบินของผู้โดยสารสายการบิน
นกแอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

แอร์เอเชีย. (2564). *ประสิทธิภาพการบริการ*. สืบค้นจาก

<https://www.aavplc.com/th/sustainability/overivew/service-efficiency>

Bitner, M.J. & Hubbert, A.R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp.72-94). Thousand Oaks, CA: Sage

Crosby, P. B. (1988). *Quality is free*. New York: McGraw – Hill.

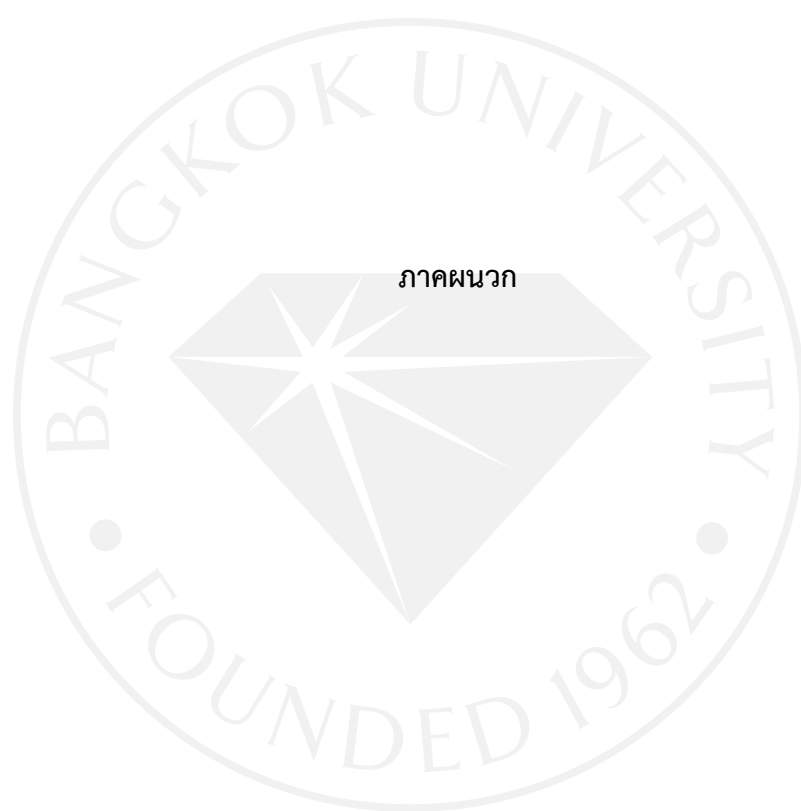
Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Marketing management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Payne, A. (1993). *The essence of services marketing. The essence of management series*. Hertfordshire: Prentice Hall.

Plunkett, W. R. & Attner, R. F. (1994). *Introduction to management*. Belmont: Wadsworth.

Yukl . G. A. (1989). *Leadership in organizations*. New Jersey: Prentice-Hall.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1990). *Delivering quality service*. New York: The Free Press.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงในส่วนมาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)

แบบสอบถามทั้งหมดแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ด้านมาตรการและความปลอดภัยของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

ส่วนที่ 3 ด้านคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

ส่วนที่ 4 ด้านส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

ส่วนที่ 5 ด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

แบบสอบถาม

การศึกษามาตรการและความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาด
บริการที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายใต้สถานการณ์การ
ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากคุณให้ระบุเครื่องหมาย ลงใน
ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21-30 ปี
 31-40 ปี 40-50 ปี
 มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ โสด สมรส
 หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ.....
5. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อื่น ๆ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
 40,001 – 50,000 บาท มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 มาตรการและความปลอดภัยของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของ
เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

คำชี้แจง กรุณาระบุเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านมาตรการในการสวมหน้ากากอนามัย 1. ท่านต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาในการเดินทางจากมาตรการการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)					
2. พนักงานสายการบินต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาในปฏิบัติงานจากมาตรการการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)					
ด้านมาตรการการบริการบนเครื่องบิน 3. สายการบินงดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบินตามมาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)					
4. ท่านไม่สามารถนำอาหารหรือขนม ขึ้นมาทานบนเครื่องบินได้ตามมาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)					

(ตารางมีต่อ)

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านมาตรการการคัดกรอง					
5.ท่านได้รับการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนขึ้นเครื่องบินตามมาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)					
6.ท่านได้รับการตรวจเอกสารการตรวจ โควิด-19 ก่อนเดินทางตามมาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)					
ด้านมาตรการสัมภาระส่วนบุคคล					
7.สายการบินมีการกำหนดมาตรฐานสัมภาระส่วนตัวขึ้นเครื่องบินที่ทำให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19(เช่น ผ้าเช็ดหน้าส่วนตัว เป็นต้น)					
8.สายการบินไม่อนุญาตให้นำสัมภาระที่มีสภาพสุ่มเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ขึ้นเครื่องบิน					
ด้านมาตรการการตรวจสอบการเดินทางในเว็บไซต์					
9.สายการบินมีการแนะนำให้ท่าน check-in ผ่านเว็บไซต์เพื่อป้องกันการรวมตัวเป็นหมู่คณะ ก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ขึ้นเครื่องบิน					
10. สายการบินมีการแนะนำให้ท่าน check-in ผ่านตู้ Kiosk เพื่อป้องกันการก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ขึ้นเครื่องบิน					

**ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของ
เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)**

คำชี้แจง กรุณาระบุเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1.สายการบินต้นทุนต่ำมีการกำหนดเวลาเดินทางที่ตรงเวลา					
2.สายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ในการให้บริการ					
ด้านการตอบสนอง					
3.ท่านได้รับคำแนะนำจากพนักงานภาคพื้นดินในการจองบัตรโดยสารที่เข้าใจได้ง่าย					
4.สายการบินต้นทุนต่ำมีช่องทางการจำหน่ายบัตรโดยสารที่หลากหลาย					
ด้านความไว้วางใจ					
5.พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสาธิตวิธีการใช้อุปกรณ์ฉุกเฉิน หากเกิดสถานการณ์ไม่ปลอดภัยระหว่างเดินทางได้อย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย					
6.พนักงานภาคพื้นดินมีความรอบคอบในการตรวจสอบสัมภาระก่อนการเดินทาง					

(ตารางมีต่อ)

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านการดูแลเอาใจใส่					
7.พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจัดระเบียบผู้โดยสารไปอย่างเป็นระบบไม่ทำให้เกิดการล่าช้าในการเดินทาง					
8.พนักงานภาคพื้นดินให้ความช่วยเหลือท่านเมื่อต้องการความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี					
ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น					
9.สายการบินต้นทุนต่ำมีมาตรฐานและเอาใจใส่ต่อระบบการทำความสะอาดบนเครื่องบินอย่างเห็นได้ชัด					
10.อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยบนเครื่องบินมีสภาพของการใช้งานเป็นอย่างดีและไม่ชำรุด					

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

คำชี้แจง กรุณาระบุเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.สายการบินต้นทุนต่ำมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ					
2.สายการบินต้นทุนต่ำมีเที่ยวบินที่หลากหลายตามความต้องการ					
ด้านราคา					
3.สายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราค่าโดยสารเหมาะสมกับระยะเวลา					
4.สายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราค่าโดยสารเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
5.สายการบินต้นทุนต่ำมีช่องทางการจองบัตรโดยสารที่หลากหลาย					
6.สายการบินต้นทุนต่ำมีช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ					
ด้านส่งเสริมการขาย					
7.สายการบินต้นทุนต่ำมีการจัดแพ็คเกจราคาต่ำโดยสารพร้อมกับการท่องเที่ยว					
8.สายการบินต้นทุนต่ำมีการจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาต่ำบัตรโดยสาร					

(ตารางมีต่อ)

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านบุคลากร/พนักงาน					
9.พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีกริยา มารยาท อัธยาศัยดี พร้อมให้บริการ ตลอดการเดินทาง					
10.พนักงานของสายการบินต้นทุ่นต่ำมีการแต่งตัว สุภาพเรียบร้อย					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
11.ภายในเครื่องบินของสายการบินต้นทุ่นต่ำมีเก้าอี้ โดยสารที่มีสะดวกสบาย					
12.ภายในเครื่องบินของสายการบินต้นทุ่นต่ำ มี สภาพแวดล้อมที่สะอาดเรียบร้อยอย่างเห็นได้ชัด					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
13.สายการบินต้นทุ่นต่ำมีกระบวนการการให้บริการที่ ดีและได้มาตรฐาน ตั้งแต่ สนามบินต้นทางไปจนถึง สนามบินปลายทาง					
14.สายการบินต้นทุ่นต่ำมีการบริการที่ครบวงจร โดย สามารถตรวจสอบ การบริการที่ผู้โดยสารต้องการ ทราบก่อนและหลังการเดินทาง					

ส่วนที่ 5 ด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสถานการณ์การระบาด

ของ

เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

คำชี้แจง กรุณาระบุเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อย
- 3 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการมาก
- 5 หมายถึง ระดับการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ					
1.ระดับการตัดสินใจที่ต้องการใช้สายการบินต้นทุนต่ำตามอัตราค่าโดยสารที่แท้จริง					
2.ระดับการตัดสินใจที่ต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำตามระยะทางและเวลาในการเดินทาง					
ด้านการแสวงหาข้อมูล					
3.ระดับการตัดสินใจที่ท่านแสวงหาข้อมูลจากการจองบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในราคาส่งเสริมการขาย					
4.ระดับการตัดสินใจที่ท่านประเมินทางเลือกการจองบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำตามตัวแทนจำหน่าย					
ด้านการประเมินทางเลือก					
5.ระดับการตัดสินใจที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเนื่องจากมีเส้นทางการบินให้เลือกหลากหลาย					
6.ระดับการตัดสินใจที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีราคาถูกกว่าสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ					

(ตารางมีต่อ)

ข้อความ	1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)
ด้านการตัดสินใจซื้อ					
7.ระดับการตัดสินใจที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำตามอัตราค่าโดยสารที่ถูกที่สุดในวันการ เดินทาง					
8.ระดับการตัดสินใจที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำตามสายการบินที่ใช้บริการเป็นประจำ					
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ					
9.ระดับการตัดสินใจที่ได้รับการบริการที่ดีทำให้ท่าน กลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำซ้ำ					
10.ระดับการตัดสินใจที่ท่านได้เดินทางตรงตามเวลาที่ กำหนด					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ลลิตาภรณ์ คำแจ่ม
อีเมล	lalitaporn.kham@bumail.net
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว สาขา การจัดการธุรกิจสายการบิน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	-

