



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการสายการบิน ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

THE INFLUENCE FACTORS AFFECTING ON THE AIRLINE SERVICE QUALITY OF THE LOW COST AIRLINES IN THAILAND

ดร. วีรวิชญ์ เลิศไทยตระกูล*

Dr. Weerawit Lertthaitrakul

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครวรรณ์ แสงวิภาค**

Asst. Prof. Dr. Akkawan Sangwipak

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย และตรวจสอบโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จำนวน 421 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ แบบมาตราประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 7 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยายและการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ประกอบไปด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ การตอบสนอง และความน่าเชื่อถือ และโมเดลการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า $CMIN/DF$ เท่ากับ 0.801 ค่า p -value เท่ากับ 0.708 ค่า GFI เท่ากับ 0.993 ค่า CFI เท่ากับ 1.000 ค่า $AGFI$ เท่ากับ 0.979 ค่า $SRMR$ เท่ากับ 0.009 และค่า $RMSEA$ เท่ากับ 0.000 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ, ประเทศไทย

*หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา



ABSTRACT

The purposes of this research were to study the factors that influenced on the service quality from the customers who used the low-cost airlines in Thailand and testing the model of influence factors that affecting on the service quality from the low-cost airlines' users in Thailand with empirical data. The variables in this research consisted 5 variables; assurance, empathy, tangibility, reliability and responsiveness. The samples in this research were consisted of 421 samples. The research instrument was online questionnaire with seven rating scale (Likert's scale). Data were analyzed by descriptive statistics and structural equation model analysis. The research's result found that the influenced factors that affecting on the service quality from the customers who used the low-cost airlines in Thailand are 5 variables respectively; assurance, empathy, tangibility, responsiveness and reliability. Moreover the research also found that the model of perceived of service quality from the low-cost airlines' users was consistent with the empirical data; $CMIN/DF = 0.801$; $p\text{-value} = 0.708$; $GFI = 0.993$; $CFI = 1.000$; $AGFI = 0.979$; $SRMR = 0.009$; and $RMSEA = 0.000$.

Keywords: service quality, low cost airlines, Thailand.

บทนำ

การขนส่งทางอากาศมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เกิดการเชื่อมต่อกันระหว่างหัวเมืองและการเชื่อมต่อกับตลาดใหม่ ๆ ส่งผลให้เกิดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศในเมืองต่าง ๆ เกิดการรวมกลุ่มกันทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อขยายตัวเพิ่มขึ้นจากผลผลิตทางเศรษฐกิจ จากรายงานของ Oxford Economic (2011) ชี้ให้เห็นว่าภาคอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ คิดเป็นมูลค่า 139,000 ล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 1.50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติทั้งหมด ซึ่งประกอบไปด้วยรายได้จากภาคธุรกิจการบินโดยตรง (สายการบิน สนามบิน การบริการภาคพื้นดิน) จำนวน 64,000 ล้านบาท จากธุรกิจต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 44,000 ล้านบาท จากการใช้จ่ายของลูกค้าจ้างพนักงานในภาคธุรกิจการบินและธุรกิจต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน จำนวน 31,000 ล้านบาท และอีกจำนวน 678,000 ล้านบาท เป็นรายได้ที่เกิดจากการกระตุ้นการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นมูลค่า 818,000 ล้านบาท หรือร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ หากมองในด้านการจ้างแรงงานแล้วพบว่า อุตสาหกรรมการบินสนับสนุนการจ้างงานในประเทศไทย จำนวน 393,000 ตำแหน่ง ซึ่งแบ่งออกเป็นการจ้างงานโดยตรงในธุรกิจการบิน จำนวน



79,000 ตำแหน่ง จากการทำงานในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน จำนวน 185,000 ตำแหน่ง จากลูกจ้างพนักงานในภาคธุรกิจการบินและในห่วงโซ่อุปทาน จำนวน 130,000 ตำแหน่ง และอีก 1,802,000 ตำแหน่ง เป็นการจ้างงานจากการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากภาคธุรกิจการบิน

ทั้งนี้ในปัจจุบันมีการบริการสายการบินเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการปรับตัวที่เพิ่มขึ้นของภาคการค้าและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำที่เพิ่มมากขึ้น จากค่าโดยสารที่ดึงดูดใจและเส้นทางการบินใหม่ ๆ เพื่อสร้างความต้องการการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำได้มีการปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานและปรับเรื่องของต้นทุนเพื่อรองรับการแข่งขันและการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมการบิน ประกอบกับจุดแข็งของภูมิภาคที่มีสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนที่เชื่อมโยงถึงกันได้ด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวได้ประโยชน์จากการมีสายการบินต้นทุนต่ำและเลือกเดินทางมาพักผ่อนยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มมากขึ้น (Boeing, 2012) และเรื่องคุณภาพของสายการบินต้นทุนต่ำนั้น Kim & Lee (2011) พบว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญอีกต่อไปในการเลือกใช้บริการสายการบินโดยเฉพาะในธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ และนอกจากนี้อาจจะกล่าวได้ว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารจะผันแปรไปตามความต้องการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่ง Park, Robertson & Wu (2004) และ Yang, Hsieh & Yang (2012) พบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารสายการบินมีอิทธิพลทางตรงต่อการตั้งใจแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การสื่อสารปากต่อปากแก่ผู้อื่นให้ทราบ โดยที่การสื่อสารปากต่อปากแก่ผู้อื่นเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น และเป็นเครื่องมือที่สำคัญของสายการบินในยุคปัจจุบัน

จากที่กล่าวในข้างต้นถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการสายการบินที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจว่าสายการบินต้นทุนต่ำของไทยนั้น ผู้บริโภคมีความสนใจมิติของคุณภาพการบริการอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำที่เข้ามาให้บริการในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไปที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินโอเรียนท์ไทย

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินโอเรียนท์ไทย สายการบินใดสายการบินหนึ่ง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) ซึ่งกำหนดจำนวนการเก็บกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของทั้ง 3 สายการบิน (Theingi, 2009) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจากสายการบินไทยแอร์เอเชียมากที่สุด ตามมาด้วยสายการบินนกแอร์ และสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นลำดับสุดท้าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีพฤติกรรมการเลือกเส้นทางและสายการบินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย การเป็นสมาชิก หรือมีบัญชีสื่อสังคมออนไลน์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม วัตถุประสงค์ในการเดินทางล่าสุด สายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทยล่าสุดที่เลือกใช้บริการ ช่องทางการเลือกซื้อบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำครั้งล่าสุด เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเป็นลักษณะการตอบแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ Lin, Huang & Yang (2007); Park & Lee (2009); Poddar, Donthu & Wei (2009); Theingi, (2009); Huang (2010); Sparks & Browning (2011); De Jager, Van Zyl & Toriola (2012); Mayr & Zins (2012); Han (2013) ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งข้อคำถามตามกลุ่มมิติด้านการมองเห็นทางกายภาพ จำนวน 5 ข้อ กลุ่มมิติด้านความน่าเชื่อถือ จำนวน 3 ข้อ กลุ่มมิติด้านการตอบสนอง จำนวน 4 ข้อ กลุ่มมิติด้านความเชื่อมั่น จำนวน 4 ข้อ และกลุ่มมิติด้านความเอาใจใส่ จำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ระดับ .958

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้บริการของ <https://www.surveycan.com/> ซึ่งเป็นเว็บไซต์ผู้ให้บริการสร้างแบบ



สอบถามออนไลน์ที่สามารถสร้างแบบสอบถามออนไลน์ที่สะดวกและไม่มี ความซับซ้อนในการตอบแบบสอบถาม สามารถส่ง Links ของแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการได้อย่างสะดวก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบแบบสอบถามผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก หรือผ่านสมาร์ตโฟนได้ ทั้งนี้ระบบแบบสอบถามออนไลน์ที่ใช้บริการสามารถบันทึก IP Address ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อป้องกันการตอบแบบสอบถามซ้ำได้

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าสถิติพื้นฐานเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรคุณภาพการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการ และเพื่อนำไปตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ AMOS 21

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 421 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.20 มีช่วงอายุระหว่าง 31-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.50 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.30 มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 54.40

ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการเดินทางล่าสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 69.40 โดยสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทยที่เลือกใช้บริการครั้งล่าสุด ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 53.90 ในด้านช่องทางการเลือกซื้อบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทยครั้งล่าสุด พบว่าส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการเลือกซื้อบัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 89.30 เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย พบว่าให้ความสำคัญด้านราคาของบัตรโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 75.80 และมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตในหนึ่งสัปดาห์มากกว่า 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 93.10

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาผลจากการตรวจสอบค่าสถิติพบว่า ค่า $CMIN/DF$ เท่ากับ 0.801 ค่า p -value เท่ากับ 0.708 ค่า GFI เท่ากับ 0.993 ค่า CFI เท่ากับ 1.000 ค่า $AGFI$ เท่ากับ 0.979 ค่า $SRMR$ เท่ากับ 0.009 และค่า $RMSEA$ เท่ากับ 0.000 ดังภาพที่ 1



Chi-square = 15.228, $DF = 19$, $p = .708$, $CMIN/DF = .801$

$GFI = .993$, $CFI = 1.000$, $AGFI = 0.979$, $SRMR = .009$, $RMSEA = .000$

ภาพที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ (ASQ)

เมื่อพิจารณาค่าสถิติที่เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาประเมินความสอดคล้องของโมเดล พบว่าโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย (ASQ) อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมยอมรับได้ แสดงว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ 5 ตัวแปรคือ ตัวแปรมิติด้านการมองเห็นทางกายภาพ (FTA) ตัวแปรมิติด้านความน่าเชื่อถือ (FRL) ตัวแปรมิติด้านการตอบสนอง (FRS) ตัวแปรมิติด้านความเชื่อมั่น (FAS) และตัวแปรมิติด้านความเอาใจใส่ (FEM) มีความเหมาะสมจะเป็นองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย (ASQ) โดยน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) มากที่สุด ได้แก่ มิติด้านความเชื่อมั่น (FAS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90 รองลงมา ได้แก่ มิติด้านความเอาใจใส่ (FEM) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 และลำดับสุดท้าย มิติด้านความน่าเชื่อถือ (FRL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.42 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิจัยนี้จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย ขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนอง ซึ่งเป็นไปตามโมเดลที่ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรด้านความเชื่อมั่น รองลงมาเป็นตัวแปรด้านความเอาใจใส่ และลำดับสุดท้ายเป็นตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือ



อภิปรายผล

จากการวิจัยนี้พบว่า ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ Jiang (2013) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่บินระยะไกล พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและความน่าเชื่อถือของสายการบินเป็นหลักในการพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการสายการบิน Mayr & Zins (2012) ได้ศึกษาถึงการรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบิน โดยมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการสายการบินเป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ การบริการก่อนการขึ้นเครื่อง (pre-flight) เช่น การเช็คอิน การตรวจรับสัมภาระ กระบวนการก่อนขึ้นเครื่อง การบริการบนเครื่อง (on-board) เช่น ความเป็นมิตรของลูกเรือ อาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง อุปกรณ์เพื่อความบันเทิง นิตยสารและหนังสือพิมพ์ และลักษณะทางกายภาพบนเครื่อง (cabin tangibles) เช่น ความสะอาดกสบายของที่นั่ง การตกแต่งของเครื่องบิน ความสะอาดภายในตัวเครื่องบิน และการบริการทางเทคนิค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Suki (2014) ที่พบว่ามิติด้านกายภาพของสายการบินและมิติด้านกายภาพของสนามบินไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการ มีเพียงมิติด้านความเอาใจใส่ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการสายการบิน ในด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการสายการบินนั้นพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทยมากที่สุด สอดคล้องกับงานของ Saha & Theingi (2009) ที่ค้นหาความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกันว่า ความเชื่อมั่นของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตารางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการสายการบินมากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีความพึงพอใจจะส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการคือ การกลับมาใช้บริการใหม่ และมีการบอกต่อแก่ผู้อื่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. **สำหรับภาคธุรกิจ** พบว่าผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการของสายการบิน โดยมุ่งเน้นไปที่ความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับความตรงต่อเวลา ความไม่ผิดพลาดในการจองและการยกเลิกเที่ยวบิน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลว่าเมื่อผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำเก็บค่าโดยสารในราคาต่ำแล้ว จะทำให้การรับผิดชอบดูแลในเรื่องดังกล่าวมีความหย่อนยานลงไป ดังนั้นผู้ประกอบการสายการบินควรสร้างความมั่นใจกับผู้บริโภคถึงคุณภาพการบริการของสายการบิน ควรเสริมคุณภาพการบริการของสายการบินในด้านความใหม่ของตัวเครื่อง ความสะอาดกสบายของที่นั่งและภาพลักษณ์



ของสายการบิน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและทำให้ผู้บริโภคเกิดความรับรู้ในคุณภาพเกินความคาดหวัง จากเพียงแค่คาดหวังในความปลอดภัยและการตรงต่อเวลา แต่หากได้รับคุณภาพการบริการของสายการบินเกี่ยวกับความใหม่ของตัวเครื่องและความสะอาดสบายของที่นั่ง จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการที่เหนือกว่าความคาดหวังไว้

2. สำหรับภาครัฐ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาค่าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำเป็นอันดับแรก แต่อย่างไรก็ตามในด้านคุณภาพการให้บริการสายการบินนั้นผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา และความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นสายการบินต้นทุนต่ำผู้บริโภคจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับการดูแลด้านความปลอดภัยของสายการบิน ต้นทุนต่ำ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกรมการบินพลเรือนในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักของประเทศในการกำกับดูแลผู้ประกอบการสายการบิน ควรให้ความใส่ใจและเพิ่มมาตรการในการตรวจสอบความปลอดภัยของสายการบินที่ให้บริการ โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำที่ผู้บริโภคจะมีความกังวลมากกว่าสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมาตรการการดูแลความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคที่ใช้บริการสายการบินนั้น กรมการบินพลเรือนอาจจะใช้ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้กับผู้บริโภคได้รับทราบอีกช่องทางหนึ่ง เพราะส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ อยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการภายในประเทศไทยเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาถึงการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการระหว่างประเทศด้วย ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบและหาปัจจัยที่แตกต่างจากการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

2. ควรศึกษากับธุรกิจสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยกับผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำว่ามีความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร

3. มีหลายตัวแปรที่ผู้วิจัยยังไม่ได้ศึกษา เช่น ราคาค่าโดยสาร รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ความใกล้เคียงของสนามบิน และปัจจัยด้านวันหยุดในช่วงเทศกาล ว่ามีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำมากน้อยเพียงใด หากมีการศึกษาในประเด็นเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดการค้นพบตัวแปรใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการนำปัจจัยเหล่านั้นไปพัฒนาปรับปรุงให้อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยมีความก้าวหน้าต่อไป



บรรณานุกรม

- Boeing. (2012). *Current market outlook 2012-2031*. Seattle, WA: Boeing.
- De Jager, J. W., Van Zyl, D., & Toriola, A. L. (2012). Airline service quality in South Africa and Italy. *Journal of Air Transport Management, 25*, pp. 19-21.
- Economic benefits from air transport in Thailand. (2011). In *Oxford Economics* (p. 26). Oxford, UK: Oxford University.
- Han, H. (2013). Effects of in-flight ambience and space/function on air travelers' decision to select a low-cost airline. *Tourism Management, 37*, pp. 125-135.
- Huang, Y. K. (2010). The effect of airline service quality on passengers' behavioural intentions using SERVQUAL scores: A Taiwan case study. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, 8*, pp. 2330-2343.
- Jiang, H. (2013). Service quality of low-cost long-haul airlines: The case of Jetstar Airways and Air Asia X. *Journal of Air Transport Management, 26*, pp. 20-24.
- Kim, Y. K., & Lee, H. R. (2011). Customer satisfaction using low cost carriers. *Tourism Management, 32*(2), pp. 235-243.
- Lin, T. M. Y., Huang, Y. K., & Yang, W. I. (2007). An experimental design approach to investigating the relationship between Internet book reviews and purchase intention. *Library & Information Science Research, 29*(3), pp. 397-415.
- Mayr, T., & Zins, A. H. (2012). Extensions on the conceptualization of customer perceived value: Insights from the airline industry. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 6*(4), pp. 356-376.
- Park, C., & Lee, T. M. (2009). Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type. *Journal of Business Research, 62*(1), pp. 61-67.
- Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *International Journal of Electronic Commerce, 11*(4), pp. 125-148.
- Park, J. W., Robertson, R., & Wu, C. L. (2004). The effect of airline service quality on passengers' behavioural intentions: A Korean case study. *Journal of Air Transport Management, 10*(6), pp. 435-439.



- Poddar, A., Donthu, N., & Wei, Y. (2009). Web site customer orientations, web site quality, and purchase intentions: The role of web site personality. *Journal of Business Research*, 62(4), pp. 441-450.
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 32(6), pp. 1310-1323.
- Suki, N. M. (2014). Passenger satisfaction with airline service quality in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Research in Transportation Business & Management*, 10, pp. 26-32.
- Teingi, Saha ve. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality*, 19(3), pp. 350-372.
- Yang, K. C., Hsieh, T. C., Li, H., & Yang, C. (2012). Assessing how service quality, airline image and customer value affect the intentions of passengers regarding low cost carriers. *Journal of Air Transport Management*, 20, pp. 52-53.
-