ชื่อภาคนิพนธ์ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
ผู้วิจัย นางอมรทิพย์ อาจสมิติ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ.สมชาย หิรัญกิตติ (2) รศ.สุปัญญา ไชยชาญ (3) ผศ.วรารัตน์ เขียวไพรี
ปีการศึกษา 2548 จำนวน 73 หน้า คำสำคัญ ทัศนคติ พฤติกรรม สายการบินต้นทุนต่ำ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้โดยสารจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความถี่ของการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (2) แนวทางการปรับปรุงการให้บริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจากธุรกิจสายการบิน 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินโอเรียนท์แอร์ และสายการบินนกแอร์ จำนวน 400 คน นำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้านทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ โดยทดสอบความสัมพันธ์ ใช้สถิติค่าที สถิติค่า เอฟ และทดสอบค่าเฉลี่ยค่าความแตกต่างรายคู่จากสถิติ เอลเอสดี

ผลการวิจัยพบว่า (1) ทัศนคติในภาพรวมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อ สายการบินแอร์เอเชีย เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ สายการบินโอเรียนแอร์ และสายการบินนกแอร์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทัศนคติ อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปต่ำสุดตามลำดับคือ ความมั่นใจในด้านความปลอดภัย ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ราคาค่าตั๋วโดยสารมีราคาต่ำ การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจ ความเชื่อมั่นต่อประสบการณ์ของนักบิน มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ความเที่ยงตรงต่อเวลาขึ้นลงของเที่ยวบิน ความสะดวกในการซื้อหรือจองตั๋ว และ ความเพียงพอของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าทัศนคติของผู้โดยสาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้านความถี่ในการใช้บริการ และด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2) แนวทางการปรับปรุงการให้บริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรจะเน้นการให้บริการและทำการตลาดกับกลุ่มบุคคลวัยทำงาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มบุคคลที่เดินทางธุรกิจ

หอสมุดมหาวิทยาลัย...

Term Paper Title A Study of Passengers' Attitudes and Behaviors toward Low Cost Airlines: Thai Air Asia, Orient Thai, and Nok Air.

Researcher Mrs.Amornthp Ardsmiti. Master of Business Administration (Marketing) Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors: (1) Assoc.Prof. Somchai Hirankitti (2) Assoc. Prof.Supanya Chaichan (3) Asst. Prof. Vararat Khewparee. Academic year: 2005. 85 pp. Keywords: attitude, behaviors, Low-cost Airlnes.

Abstract

The purposes of the research were to study the passengers' attitudes and behavior toward three low cost airlines: Thai Air Asia, Orient Thai, and Nok Air and the relation between the passengers' attitudes and the frequency of using low cost airlines services, the suggestions to improve services. The sample were 400 passengers of three low cost airlines in Bangkok. The data were analyzed by the Statistical Package for the Social Science which calculated for frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square, contingency coefficient, t-test, F-test, and Least Significant Difference (LSD).

The results found that (1) in overall the passengers had a positive attitude in high level toward the low cost airlines. The level of attitudes were high, which were Thai Air Asia, Orient Thai, and Nok Air respectively. Considering in each aspect the level of attitudes were high, which were: confidence of safety, convenience of journeys, airfares, campaigns and promotions, confidence on pilots' experiences, advertisement from radios, televisions, and newspapers, consistence on flight timetables, convenience of payments and bookings, and sufficiency of information respectively. Testing hypothesis, the passengers' attitudes according to the demographic characteristic to the frequency of using the low cost airlines services and the expenses significantly related at statistic level of .05. The suggestions to improve services were as follows:- the airlines should emphasize on services and marketing for working groups and provide facilities for business travelers.