



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

ปัจจัยทางการตลาดและการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทย The factor of marketing and the selection of domestic airline services

สุนรรัตน์ อัครวิมล

บทคัดย่อ

ประเทศไทยมีการเปิดเสรีการบินภายในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 และกระทรวงคมนาคมได้กำหนดนโยบายการเปิดเสรีทางการบินภายในประเทศของในปี พ.ศ.2544 แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ นั้นทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้เกิดการแข่งขันกันด้านราคาเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้บรรยากาศทางธุรกิจของอุตสาหกรรมการบินได้รับความสนใจมากขึ้น

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการทำงานและสนับสนุนให้สายการบินภายในประเทศ ได้นำแนวทางไปพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ รวมถึงปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้โดยสาร อีกทั้งเพิ่มปริมาณผู้โดยสารให้หันมาใช้บริการสายการบินภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศมากที่สุด ประกอบด้วยปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา 3) พฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินภายในประเทศ สิ่งที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการตลาดให้กับธุรกิจสายการบินได้ และ 2) ปัจจัยทางการตลาดของสายการบินภายในประเทศ สามารถเอื้อประโยชน์ในการรักษาฐานข้อมูล สามารถนำแนวทางไปพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ รวมถึงปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้โดยสาร

คำสำคัญ : การเปิดเสรีทางการบิน , สายการบินต้นทุนต่ำ , ผู้โดยสาร , พฤติกรรมของผู้โดยสาร

Abstract

Thailand has liberalized domestic aviation since 1998 and the Ministry of Transport has set a policy of free domestic aviation in 2001. The trend of business expansion, tourism sector and promotion Government tourism therefore increasing the number of tourists traveling to Thailand Coupled with the rapid expansion of low-cost airlines causing price competition Is the main factor that encourages the business atmosphere of the aviation industry to receive more attention

Study of factors affecting the selection of domestic airline services Can use the information to be used as information to improve work and support domestic airlines Have adopted the guidelines to develop Strategic planning Including improving services to be



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

more efficient and meet the actual needs of passengers As well as increasing the amount of passengers to use the domestic airline service continuously

The research found that 1) Demographic factors are gender, age, education level, occupation and income level. Affecting the selection of domestic airline services. 2) Factors affecting the selection of airlines using the most domestic airline passengers Consisting of service factors Product factors and price factors. and 3) Passenger behavior on the quality of service of domestic airlines. What is obtained from this research 1) Demographic factors and selection of domestic airline services Can be applied in the promotion of the airline business. and 2) Marketing factors of domestic airlines Can be useful in maintaining the database Can lead the way to develop strategic planning Including improving services to be more efficient and meet the actual needs of passengers

Keywords: aviation liberalization, low cost airlines, passengers, passenger behavior

บทนำ

ประเทศไทยมีการเปิดเสรีการบินภายในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 (วราภรณ์ เอื้อการณ และอิสระ อุดมประเสริฐ, 2553 หน้า 1) และกระทรวงคมนาคมได้กำหนดนโยบายการเปิดเสรีทางการบินภายในประเทศของในปี พ.ศ.2544 มีผลทำให้เอกชนสามารถเข้ามาดำเนินกิจการสายการบินในเส้นทางภายในประเทศทางใดก็ได้ทั้งแบบประจำ (Schedule Airline) และแบบไม่ประจำ (Non-Schedule Airline) ทำให้อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการประกาศเพิ่มเที่ยวบินภายในประเทศเกือบทุกไตรมาส และมีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ประกอบกับแนวโน้มความต้องการในการเดินทางทางอากาศที่เพิ่มสูงขึ้น และนั่นส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น

จากการเปิดเสรีทางการบินนี้ ทำให้ผู้โดยสารมีทางเลือกในการเดินทางมากขึ้น ทั้งในด้านการบริการด้านราคา และคุณภาพ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการบินไทย แต่จากวิกฤติการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นทั่วโลก เช่น สภาวะเศรษฐกิจซบเซา การเกิดความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทยตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2552 หรือเหตุการณ์การเดินทางขบวนทางการเมือง และเหตุการณ์ความไม่สงบตามมาตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม ถึง 14 เมษายน พ.ศ. 2552 ในกรุงเทพมหานครและ และเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย ซึ่งปัญหาความไม่สงบทางการเมืองเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคที่ส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารของสายการบินในประเทศลดลงอย่างมาก จนทำให้สายการบินอาจประสบภาวะขาดทุน และนำไปสู่การล้มละลาย จึงทำให้สายการบินต่าง ๆ ได้มองหาแนวทางการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และรูปแบบการบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งคนอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการบิน ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนราคาบัตรโดยสาร การปรับลดเที่ยวบิน การลดการให้บริการบนเครื่องบิน เช่น งดบริการอาหาร และเครื่องดื่ม การปรับลดพนักงาน รวมไปถึงแนวคิดในการปรับเปลี่ยนธุรกิจ จนในที่สุดจึงเกิดสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของสายการบินภายในประเทศและจากการปรับสภาพครั้งนั้นทำให้สายการบินเริ่มหลายสายการบินค่อย ๆ พ้นตัวจากสภาวะการขาดทุน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

โดยไตรมาสแรกปี พ.ศ. 2560 ธุรกิจสายการบินแจ้งผลประกอบการพบว่า สายการบินไทยและบางกอกแอร์เวย์ส์มีรายได้และกำไรลดลง ขณะที่สายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ถึงแม้มีรายได้เพิ่มเติมแต่บางรายยังขาดทุน สาเหตุหลักมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น และต้นทุนสูงขึ้นหลังการปรับขึ้นราคาน้ำมันช่วงต้นปี โดยบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินการสายการบินแห่งชาติ รายงานผลประกอบการต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รายได้รวมในไตรมาสแรกมีทั้งหมด 49,804 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสแรกของปีก่อน ร้อยละ 0.8 ขณะที่กำไรสุทธิอยู่ที่ 3,169 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 47.3 จากยอดกำไรสุทธิของไตรมาสแรกของปีก่อนที่ 6,011 ล้านบาท ทั้งนี้การบินไทยให้เหตุผลว่า อุตสาหกรรมการบินของไทยมีแนวโน้มการขยายตัวตามแนวโน้มของอุตสาหกรรมการบินของโลก โดยสายการบินต่าง ๆ ได้เปิดเส้นทางบินใหม่ และมีสายการบินใหม่ ๆ มาเปิดให้บริการเพิ่มเติม โดยเฉพาะกลุ่มสายการบินจากจีน อินเดีย และญี่ปุ่น และนอกจากนี้ ในไตรมาสนี้ ยังมีปัจจัยลบที่มีผลกระทบต่อธุรกิจการบินของไทยโดยตรง คือการปรับเพิ่มภาษีสรรพสามิตน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับเส้นทางการบินในประเทศอีกด้วย ในขณะที่บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เจ้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส์ แจ้งผลประกอบการประจำไตรมาสแรก มีรายได้รวม 7,469 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 565 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 64.1 ซึ่งทำกำไร 1,009 ล้านบาท (BBCNEWS, 2017)

จากรายงานการแจ้งตลาดหลักทรัพย์ฯ ระบุว่า การลดลงของรายได้รวม เป็นผลมาจากธุรกิจสายการบินลดลง ร้อยละ 3.9 และธุรกิจสนามบินลดลงร้อยละ 12.1 ตามลำดับ นอกจากนี้อัตราการเติบโตของผู้โดยสารยังชะลอตัว ซึ่งเป็นไปตามทิศทางเดียวกันกับยอดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไทย ซึ่งเติบโตเพียงร้อยละ 1.7 รวมถึงการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงขึ้นจากการมีสายการบินให้บริการมากขึ้น ภาพรวมอุตสาหกรรมการบินของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อมั่นหลังองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ หรือ ICAO (องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ : International Civil Aviation Organization) ได้ยกเลิกธงแดงหน้าชื่อประเทศไทยบนเว็บไซต์ (Voice News, 2017) หลังจากที่ถูกติดธงแดงมาตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 ส่งผลให้ธุรกิจการบินของไทยมีอุปสรรคในการบินไปหลายประเทศ เป้าหมาย และ FAA ปรับลดอันดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านการขนส่งทางอากาศเป็นระดับต่ำกว่ามาตรฐาน (Category 2) ทำให้ค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นกับธุรกิจสายการบินของไทย คิดเป็นมูลค่า 11,300 ล้านบาท ใน 2 ปี แต่จากการยกเลิกธงแดง อาจทำให้ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี และ FAA ยกเลิกการตั้งข้อจำกัดทางการบินต่อสายการบินของไทย เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับภาพรวมอุตสาหกรรมการบิน สายการบินสัญชาติไทยสามารถเปิดเส้นทางใหม่ เพิ่มความถี่เที่ยวบิน เปลี่ยนขนาดเครื่องบินและให้บริการแบบเช่าเหมาลำ (Chartered flight) ประกอบกับที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบร่างปฏิญญาว่าด้วยการประชุมระดับรัฐมนตรีด้านการบินพลเรือน และอนุมัติให้นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายรับรองปฏิญญา ในการประชุมระดับรัฐมนตรีด้านการบินพลเรือนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ระหว่างวันที่ 31 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2561 ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2561)

ซึ่งร่างปฏิญญาฯ ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นส่งเสริมความร่วมมือในระดับรัฐมนตรีที่กำกับดูแลนโยบายด้านการบินพลเรือนของประเทศสมาชิกของ ICAO ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในการผลักดันการดำเนินการตามแผนงานในระดับภูมิภาคของ ICAO และพัฒนาขีดความสามารถด้านความปลอดภัยด้านการบินและประสิทธิภาพการบริการเดินอากาศของระบบการขนส่งทางอากาศยานใน 4 ด้าน ได้แก่ นิรภัยการบิน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

การบริการเดินอากาศ การสอบสวนอุบัติเหตุ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เมื่ออุตสาหกรรมการบินของไทยขยายตัว ในส่วนของบริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยงานควบคุมการบินแห่งชาติ มีศูนย์ควบคุมการบินในภูมิภาคในสังกัดทั่วประเทศไทย ได้เตรียมความพร้อมรองรับการขยายตัวของธุรกิจการบิน ซึ่งคาดว่าประเทศไทยจะมีเที่ยวบินสูงสุดติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลกภายใน 20 ปี หลังจากความสำเร็จในการยกเลิกธงแดงของ ICAO เป็นที่เรียบร้อยแล้วนี้ มีการประเมินว่าอุตสาหกรรมการบินของไทยจะเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5.8 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการเติบโตของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 5 โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจการบิน และ ความสำเร็จในการปลดธงแดงนั่นเอง ซึ่งสายการบินพาณิชย์ของไทยต่างก็ขานรับการปลดธงแดง โดยมีแผนที่จะขยายธุรกิจในปี 2561 นี้โดยเฉพาะการขยายตลาดการบินในเส้นทางระหว่างประเทศไปยังตลาดที่มีศักยภาพและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเช่นประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศจีน และประเทศอินเดีย จากสถิติข้อมูลการขนส่งทางอากาศภายในประเทศ ประจำปี 2559 มีการเคลื่อนไหวทางการบิน 694,585 เที่ยวบิน และประจำปี 2560 มีการเคลื่อนไหวทางการบิน 729,130 เที่ยวบิน ในส่วนของผู้โดยสาร ประจำปี 2559 จำนวนผู้โดยสาร 105,617,981 คน และ ประจำปี 2560 จำนวนผู้โดยสาร 115,744,563 คน (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2560) จากสถิติมีการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มสูงขึ้น โดย มีการเพิ่มขึ้นทางการบิน 34,545 เที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้น 10,126,582 คน

ทั้งนี้แนวโน้มอุตสาหกรรมการบินของไทยในปี 2561 คาดว่ามีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560 ซึ่งอาจเกิดจากแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ นั้นทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้เกิดการแข่งขันกันด้านราคา เป็นประโยชน์กับผู้บริโภคจากราคาบัตรโดยสารเครื่องบินที่ถูกลง เป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้บรรยากาศทางธุรกิจของอุตสาหกรรมการบินได้รับความสนใจมากขึ้น จากสถานการณ์ของผู้ประกอบการสายการบินถือว่าอยู่ในภาวะที่ดี โดยมีปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยเครื่องบินเพิ่มขึ้นและศูนย์การบิน (Centre for Aviation หรือ CAPA) ได้สรุปภาพรวมธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำของไทย ว่าธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา รวมถึง รายงานการแจ้งเตือนหลักทรัพย์ฯ พบว่า บริษัทเอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ระบุว่า รายได้ช่วงไตรมาสแรกของปีอยู่ที่ 9,150 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนกำไรสุทธิอยู่ที่ 570 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 43 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 1,009 ล้านบาท ส่วนสายการบินนกแอร์ แม้จะเผชิญมรสุมเกี่ยวกับการบริการลูกค้า และปัญหาความขัดแย้งภายในองค์กร แต่ยังมีผลประกอบการน่าพอใจในไตรมาสแรก มีรายได้รวม 4,087 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.88 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แบ่งเป็นรายได้จากค่าโดยสาร 3,548 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 86.81 ของรายได้รวม และรายได้จากการให้บริการ 293 ล้านบาท และรายได้อื่นๆ 245.4 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทขาดทุนเบ็ดเสร็จอยู่ที่ 294.07 ล้านบาท ซึ่งลดลง 85.91 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.61 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (BBCNEWS, 2017)

ในธุรกิจการบินมีการเพิ่มเครื่องบินเข้ามาจำนวนมากเพื่อรองรับผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ โดยจำนวนผู้โดยสารในประเทศเพิ่มขึ้นถึง 10,126,582 คน ใน ปี 2560 เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างปี พ.ศ. 2559 และ ปี พ.ศ. 2560 ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการเข้าถึงบริการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ปานกลางและการเพิ่มขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีการแข่งขันกันสูง และได้ขยายเส้นทาง



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

บินภายในประเทศ ระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเส้นทางในภูมิภาค ด้วยเครื่องบินขนาดใหญ่ โดยมีกลุ่มแอร์เอเชียที่ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 45 ของเส้นทางบินระหว่างประเทศจากไทย ในส่วนของเที่ยวบินสายการบินต้นทุนต่ำที่ใช้บริการ 6 สนามบินหลักของไทย คือ สุวรรณภูมิ ดอนเมือง เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ และภูเก็ต โดยรวมเที่ยวบินเพิ่มขึ้นร้อยละ 120 ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของตลาดนี้ทำให้ปี 2561 นี้ คาดว่าจะมีการลงทุนเพิ่มเครื่องบินในสายการบินต้นทุนต่ำ ประมาณการไว้ว่าน่าจะมีรวมกันถึง 150 ลำ โดยไทยแอร์เอเชียเพิ่ม 4 ลำ นกแอร์ ยังเน้นการหมุนเวียนเครื่องบินที่มืออยู่เพื่อบุกตลาดจีน ส่วนนกสกายเพิ่ม 6 ลำ ซึ่งจะมีทั้งโบอิง 777 และ 737 ไลอ้อนแอร์ จะนำรุ่นใหม่ของโบอิง 737 แมกซ์ 9 มา 2 ลำ และอาจจะมี 737-800 และ 737 แมกซ์ 8 ด้วย ส่วนไทยเวียดเจ็ท ปีนี้เพิ่งจะเพิ่มแอร์บัส A320 มาในฝูงบิน 1 ลำ (ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

จากประเด็นต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าการกำหนดการได้กำไรหรือขาดทุน การเพิ่มเครื่องบินและขยายเส้นทางการบินของสายการบินต่าง ๆ นั้น มีหลายองค์ประกอบที่เข้ามาเกี่ยวข้องแต่ปัจจัยหลักที่สำคัญคือ “ผู้โดยสาร” ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งทำกิจการเกี่ยวกับการซื้อขายบัตรโดยสารได้เห็นถึงปัญหาและโอกาสดังกล่าว จึงอยากศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการทำงานและสนับสนุนให้สายการบินภายในประเทศ ได้นำแนวทางไปพัฒนา วางแผนกลยุทธ์ รวมถึงปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้โดยสาร อีกทั้งเพิ่มปริมาณผู้โดยสารให้หันมาใช้บริการสายการบินภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยนำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws 1H มาเป็นกรอบแนวความคิด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางการตลาดของสายการบินภายในประเทศ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสาร

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากร (Population) ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อและใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2560 ของท่าอากาศยานดอนเมือง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) รายละเอียดในแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ 3) ปัจจัยทางด้านการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ



สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดและการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทย ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท

จากสมมติฐานพบว่าปัจจัยลักษณะทางเพศ , อายุ , การศึกษา , อาชีพ , รายได้ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศแตกต่างกัน ในด้าน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ส่วนปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศมากที่สุด และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศน้อยที่สุด

2. ปัจจัยทางการตลาดของสายการบินภายในประเทศ

ปัจจัยอิสระที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านการบริการ เรื่องมีเคาน์เตอร์เช็คอินเพียงพอต่อปริมาณลูกค้าและเที่ยวบิน 2) ปัจจัยด้านการบริการ เรื่องการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน หรือยกเลิกการจอง สามารถทำได้ง่ายและผ่านได้หลายช่องทาง 3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องเที่ยวบิน ขาเข้าและขาออก ตรงต่อเวลา 3) ปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาค่าโดยสารมีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และ 4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องตัวเครื่องบินใหม่ มีมาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทางซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับมีเที่ยวบิน บินตรงสู่จุดหมายปลายทางต้องการ

สำหรับปัจจัยอิสระที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านราคา เรื่องระยะทางกับราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสม 2) ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย เรื่องการเข้าถึงแอปพลิเคชัน (Application mobile) ของสายการบินเพื่อซื้อตั๋วสามารถเข้าถึงได้ง่ายรวดเร็ว 3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการเปลี่ยน วัน เวลา เดินทางได้ เสียค่าใช้จ่ายน้อย 4) ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย เรื่องมีศูนย์บริการ (Call Center) สำหรับจองตั๋วและบริการอื่น ๆ ได้ตลอดเวลาและ 5) ปัจจัยด้านการบริการ เรื่องมีศูนย์บริการ (Call Center) สำหรับจองตั๋วและด้านอื่น ๆ 24 ชั่วโมง

ทั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด , ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ , ปัจจัยด้านการบริการปัจจัยด้านราคา , ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

ค่าเฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับความสำคัญมากที่สุด ไปหาน้อยสุด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)



3. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการบินของผู้โดยสาร ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 5 ครั้ง/ปี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ราคาเฉลี่ยของตั๋วโดยสารต่อเที่ยวบินของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีราคาเฉลี่ย 1,501 – 2,000 บาท ช่องทางในการซื้อตั๋วโดยสารส่วนใหญ่ซื้อผ่านแอปพลิเคชัน มือถือ (Application mobile) ของสายการบิน ช่องทางการชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของสายการบิน ชำระด้วยอื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็น สมาชิกหรือบัตรสะสมคะแนนของสายการบิน ช่องทางในการเช็คอิน ส่วนใหญ่เช็คอินผ่านแอปพลิเคชันมือถือ (Application mobile) ของสายการบิน โดยสายการบินที่ใช้บริการเดินทางครั้งล่าสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการไทยแอร์เอเชีย

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทย สมควรที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลตามหลักตรรกะวิทยาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐฐา หงษ์แก้ว (2555) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ ของสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย ภายในประเทศ เชียงใหม่-กรุงเทพฯ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐฐา อำไพ (2556) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบิน ต้นทุนต่ำ หรือสายการบินหลักของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

2. ปัจจัยทางการตลาดของสายการบินภายในประเทศ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบินของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศมากที่สุด ประกอบด้วย**ปัจจัยด้านการบริการ** ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในด้านกระบวนการอยู่ในระดับดีมากในขั้นตอนในการซื้อตั๋วโดยสาร และความเร็วในการให้บริการบนเครื่องบิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรายุ อักษรดี (2554) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย ในการเดินทางเส้นทางบินในประเทศ การให้ความสำคัญกับความถูกต้องรวดเร็ว ได้แก่ กระบวนการสำรองที่นั่งและออกบัตรโดยสาร กระบวนการให้บริการที่ถูกต้องรวดเร็วของพนักงานลูกค้าสัมพันธ์และกระบวนการตรวจรับบัตรโดยสารขึ้นเครื่องถูกต้องรวดเร็ว ส่วน**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** เรื่องเที่ยวบิน ขาเข้าและขาออก ตรงต่อเวลา เรื่องตัวเครื่องบินใหม่ มีมาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทาง และเรื่องมีเที่ยวบิน บินตรงสู่จุดหมายปลายทาง ต้องการ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดีมาก โดยความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน และความปลอดภัยของการเดินทางความเอาใจใส่ในการให้บริการ อยู่ในระดับดีมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐฐา หงษ์แก้ว (2555) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ ของสายการบิน ไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ เชียงใหม่-กรุงเทพฯ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีเครื่องบินใหม่และมีความปลอดภัย ชื่อเสียงภาพพจน์ของ



สายการบิน และมาตรฐานของเครื่องบิน เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นสามอันดับแรก และปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาค่าโดยสารมีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยความแตกต่างในการตั้งราคาของแต่ละวันของสัปดาห์ รวมถึงความเหมาะสมของราคาโดยสารอยู่ในระดับดีมากที่สุด สำหรับความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับอยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนงค์ณัฐ ทาอินตะ (2555) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ (รายงานวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน) ราคาค่าโดยสารที่เหมาะสมส่งผลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก

3. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสาร พบว่า พฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินภายในประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยวรรณ ไกรเลิศ (2556) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบิน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางกรุงเทพฯ – กระบี่ พฤติกรรมการใช้บริการสายการบิน ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง และความถี่ในการใช้บริการของสายการบิน ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนสิณี เลิศคชสีห์ (2558) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ พฤติกรรมของผู้โดยสารในด้านความถี่ในการใช้บริการ และวัตถุประสงค์ในการเดินทางอยู่ในระดับสูง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย มีข้อค้นพบที่ควรนำมาเสนอแนะ เพื่อไปใช้ประโยชน์ต่อไปดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศในทุก ๆ ด้าน และแตกต่างกันออกไป และความต้องการของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ และปัจจัยทางการตลาดของสายการบินภายในประเทศ ปัจจัยด้านการบริการ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ สอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ถือว่าเป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารสะท้อนพฤติกรรมของผู้โดยสารที่บ่งบอกได้ถึงความต้องการ และความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบิน แม้จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลก็ตาม ดังนั้น การศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้โดยสาร จะทำให้เข้าถึงและเข้าใจพฤติกรรมของผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาและเพิ่มพื้นที่ในการวิจัยไปยังท่าอากาศยานนานาชาติอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ซึ่งการพื้นที่ในการวิจัยอาจทำให้พบกับสภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการวิจัยอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น และขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมผู้โดยสารทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการยกระดับประสิทธิภาพของงานวิจัย



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

บรรณานุกรม

- BBCNEWS. (2017). ไตรมาสแรก สายการบินรายได้ลด-กำไรหด. BBCNEWS. จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-39931696>.
- Voice News. (2017). ปลดธงแดงไทย ดันรายได้ธุรกิจการบินปี 6. Voice News. สืบค้นเมื่อ มกราคม 14, 2561, <https://www.voicetv.co.th/read/530761>.
- จิรายุ อักษรดี. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศไทย ในการเดินทางเส้นทางบินในประเทศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐธา หงษ์แก้ว. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ ของสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย ภายในประเทศ เชียงใหม่-กรุงเทพฯ. รายงานวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐธา อำไพ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ หรือ สายการบินหลักของ นักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ พัฒนาการเศรษฐกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2561). 5 ปีสงครามน่านฟ้า 'แอร์เอเชีย' ชนะ 'นกแอร์' ร่วง 'ไลออนแอร์' มาแรง. ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นเมื่อ มกราคม 14, 2561, <https://www.thairath.co.th/content/1273309>.
- นฤทธิ์ วงษ์มณฑา. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ การตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิยวรรณ ไกรเลิศ (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบิน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางกรุงเทพฯ-กระบี่. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มนสิณี เลิศคชสีห์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรารณณ์ เอื้อการณ์ และอิสระ อุดมประเสริฐ. (2553). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ. ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต การจัดการการบิน, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานสถิติจำนวนเที่ยวบิน-ผู้โดยสารในแต่ละ สนามบินเทียบรายปี 2016-2017. สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ มกราคม 14, 2561, <https://www.caat.or.th/th/archives/30683>.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2561). ขอความเห็นชอบร่างปฏิญญาว่าด้วยการประชุมระดับรัฐมนตรีด้านการบินพลเรือน (Declaration of Civil Aviation Ministers' Conference).มติคณะรัฐมนตรี.
- อนงค์ณัฐ ทาอินต๊ะ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ. รายงานวิจัย ปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.