



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบิน  
 โรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)  
 Factors which Affect to the Applicant’s Consideration in  
 the Enrollment of Commercial Pilot License Course  
 At Bangkok Aviation Center (BAC)

ณัฐชา พูนผล<sup>1</sup>, ผศ.ดร.รจนาภา แพ่งเกษร<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

<sup>2</sup>อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

**บทคัดย่อ**

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนและระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C’s) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ศิษย์การบินที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามใช้การสุ่มแบบตามสะดวก โดยชุดแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี โดยประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนด้านปัจจัยทางสังคมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C’s) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

**คำสำคัญ:** ปัจจัยทางสังคม, ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C’s)

**Abstract**

The purposes of this research aim to study regarding 1) Demographic Factors (Age, Occupation, Average Income, and Education Level) that affects the decision in applying to a commercial pilot course of Bangkok Aviation Center’s student pilots. 2) Social Factors that affect the decision in applying to a commercial pilot course of Bangkok Aviation Center’s student pilots. 3) Marketing Mix Factors from a customer’s perspective (7C’s) that affects the decision in applying to a commercial pilot course of Bangkok Aviation Center’s student pilots. This research refers to a sample of 200 Bangkok Aviation Center’s student pilots who are



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

studying in the commercial pilot course by using an evaluation questionnaire with randomization method and analyzing all data by Statistics program. The results of this research indicated that most of the samples are male in the ages between 20-30 years old who are still unemployed with bachelor's degrees and monthly income approximately 20,001-30,000 THB. The respondents have rated social factors and marketing mix factors from a customer's perspective (7C's) at the high level.

**Key Terms:** Social Factors, Marketing Mix Factors from a customer's perspective (7C's)

## บทนำ

ถ้าย้อนกลับไปก่อนเกิดสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยนับเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ซึ่งยืนยันได้ จากข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ.2562 โดยการขนส่งทางอากาศของไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พ.ศ.2553 – พ.ศ.2562 มีอัตราการขนส่งผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate – CAGR) ร้อยละ 11.4 ต่อปี แบ่งออกเป็นการเติบโตของผู้โดยสารระหว่างประเทศเฉลี่ยร้อยละ 10.8 ต่อปีและผู้โดยสารภายในประเทศเฉลี่ยร้อยละ 12.1 ต่อปี

ซึ่งสอดคล้องกับก่อนหน้านี้ที่บริษัท Boeing ได้รายงานไว้ว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการเติบโตของตลาดอากาศยานรวมแล้วสูงเป็นอันดับ 2 จากภูมิภาคเอเชียทั้งหมด และคาดว่าจะมีการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกในอีก 20 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นผลจากการได้รับความนิยมของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) และคาดการณ์ว่าจะมีความต้องการเครื่องบิน 4,500 ลำ เติบโตเฉลี่ยปีละ 5.7% ด้วยโมเดลธุรกิจในภูมิภาคนี้จะทำให้มีผลกำไรไม่มากนักและรายงานของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association) ระบุว่า สายการบินรวมทั้งผู้ผลิตเครื่องบินอย่าง Airbus และ Boeing ต่างต้องจัดศูนย์ฝึกอบรมนักบินเพื่อที่จะต้องรองรับกับความต้องการที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน ความต้องการสูงของนักบินในภูมิภาคยังคงมีอย่างต่อเนื่องซึ่งในขณะนั้นทำให้มีผู้สนใจเรียนนักบินพาณิชย์ในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น

จากสาเหตุที่เกิดขึ้นในอนาคตเมื่อสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องมีการผลิตนักบินพาณิชย์ให้เพียงพอต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินทั้งในและนอกประเทศ โดยในการเพิ่มจำนวนนักบินพาณิชย์มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ ศิษย์การบินในโรงเรียนการบินที่มีคุณสมบัติและความพร้อมที่จะได้เข้าสู่เส้นทางการประกอบอาชีพนักบินพาณิชย์ ซึ่งในงานวิจัยนี้ จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร คือ ศิษย์การบินที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) จำนวน 200 คน
2. ขอบเขตตัวแปร
  - 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้เป็น
    - ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา
    - ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทและสถานะ
    - ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ประกอบด้วย คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุน ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความสบาย และความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ
  - 2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)
3. ขอบเขตเวลา ช่วงเวลาที่ทำการศึกษางานวิจัยนี้ นับตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 เป็นระยะเวลาทั้งหมด 2 เดือน

### วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย
 

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC)
2. ขั้นตอนการวิจัย
 

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างประชากรเป็นศิษย์การบินที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) จำนวน 200 คน ในช่วงตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 ผู้วิจัยได้เลือกการใช้แบบสอบถาม มาเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) และได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารเผยแพร่ที่ให้ข้อมูลจากหนังสือวิชาการวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรี นำแบบสอบถามทุก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ฉบับมาตรฐานตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแล้วนำมาแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนแล้วมาแปลงรหัสและเข้ารหัส เพื่อนำมาทำการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติแล้วผลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษาคือต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากคนรอบข้างที่เป็นศิษย์การบิณรุ่นปัจจุบันในหลักสูตรนักบิณพาดิษย์ตรีของโรงเรียนการบิณกรุงเทพฯ (BAC) เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด 200 ชุด

3.2 รวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามทุกฉบับแล้วนำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติ เพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1) การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งใช้มาตรวัดของตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์แบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และการวิเคราะห์แบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แสดงผลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Pack for Social Science) ในการประเมินข้อมูล

2) การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมซึ่งเป็นการสร้างมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแสดงลำดับความคิดเห็นมากที่สุด - น้อยที่สุด คือมากที่สุด (5 คะแนน), มาก (4 คะแนน), ปานกลาง (3 คะแนน), น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน) โดยใช้ค่าสถิติเชิงปริมาณในการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Pack for Social Science) ในการประเมินข้อมูล

3) การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C’s) ซึ่งเป็นการสร้างมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแสดงลำดับความคิดเห็นมากที่สุด - น้อยที่สุด คือมากที่สุด (5 คะแนน), มาก (4 คะแนน), ปานกลาง (3 คะแนน), น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน) โดยใช้ค่าสถิติเชิงปริมาณในการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Pack for Social Science) ในการประเมินข้อมูล

4) การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าเรียนซึ่งเป็นการสร้างมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแสดงลำดับความคิดเห็นมากที่สุด - น้อยที่สุด คือมากที่สุด (5 คะแนน), มาก (4 คะแนน), ปานกลาง (3 คะแนน), น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน) โดยใช้ค่าสถิติเชิงปริมาณในการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Pack for Social Science) ในการประเมินข้อมูล



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบิณโรงเรียนการบิณกรุงเทพ (BAC)” ในครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบิณโรงเรียนการบิณกรุงเทพ (BAC) (2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบิณโรงเรียนการบิณกรุงเทพ (BAC) (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C’s) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบิณโรงเรียนการบิณกรุงเทพ (BAC) มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นศิษย์การบิณที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของโรงเรียนการบิณกรุงเทพ (BAC) จำนวน 200 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 162 คิดเป็นร้อยละ 81.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 176 คิดเป็นร้อยละ 88.0 ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 130 คิดเป็นร้อยละ 65.0 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 90.5

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของปัจจัยทางสังคมโดยภาพรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 โดยมีความคิดเห็นต่อบทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และน้อยที่สุด ครอบครัว (Family) ในระดับน้อยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในแต่ละตัวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ท่านมองว่าอาชีพนักบินมีรายได้และผลตอบแทนสูง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 รองลงมาคือ ท่านมองว่าอาชีพนักบินมีเกียรติและมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ ท่านมองว่าสังคมให้ความสนใจและยกย่องอาชีพนักบิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และน้อยที่สุดคือ ท่านมองว่าอาชีพนักบินทำให้ได้พบเจอผู้คนหลากหลายอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

(2) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ท่านเคยฟัง / อ่านบทสัมภาษณ์แล้วเกิดความสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 รองลงมาคือ ท่านมีบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นแรงบันดาลใจในการเข้าเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ ท่านเห็นคนรอบตัวเป็นนักบินเลยทำให้เกิดความสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และน้อยที่สุดคือ ท่านมีคนรู้จัก / เพื่อนชักชวนให้เข้ามาเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

(3) ครอบครัว (Family) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า การประกอบอาชีพนักบินจะทำให้ครอบครัวของท่านภูมิใจ มีค่าเฉลี่ยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ ครอบครัวของท่านมีความประสงค์ให้เรียนนักบิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 รองลงมาคือ ท่านมีคนในครอบครัวประกอบอาชีพนักบิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.54 และน้อยที่สุดคือ ครอบครัวของท่านประกอบธุรกิจในอนาคตการบินอยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.24

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยมีความคิดเห็นต่อด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาด้านความสะดวก (Convenience) ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาด้านความสบาย (Comfort) ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 รองลงมาด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และน้อยที่สุดด้านต้นทุน (Cost to Customer) ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า หลักสูตรได้มาตรฐานในระดับสากล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 รองลงมาคือ หลักสูตรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาคือ โรงเรียนมีมาตรฐานความปลอดภัยทางอากาศที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ มีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยและเหมาะสมอยู่เสมอค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และน้อยที่สุดคือ หลักสูตรมีระยะเวลาในการศึกษาที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

(2) ความสะดวก (Convenience) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า บรรยากาศในห้องเรียนเอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 รองลงมาคือ มีสนามบินฝึกบินที่ได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาคือ โรงเรียนตั้งอยู่ติดกับสนามบินทำให้เดินทางสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ หอพักอยู่ใกล้กับโรงเรียนทำให้เดินทางสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และน้อยที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งของโรงเรียนเดินทางสะดวกอยู่ในระดับปานกลางค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

(3) การดูแลเอาใจใส่ (Caring) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ครูการบินเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับในวงการการบิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 รองลงมาคือ ครูการบินมีความสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับท่านได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ครูการบินมีหลักเกณฑ์ วิธีการวัดและการประเมินผลการเรียนอย่างเหมาะสมและยุติธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการยิ้มแย้ม ความเป็นมิตร และอัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และความสามารถในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

(4) ความสบาย (Comfort) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า โรงเรียนมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการให้ท่าน เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ดีและทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ มีเครื่องบินจำลอง (Flight Simulator) ที่เพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ มีเอกสารออนไลน์ที่อัปเดตให้อ่านอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และน้อยที่สุดคือ มีห้องสมุดและหนังสือเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

(5) การติดต่อสื่อสาร (Communication) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มีการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทางทำให้เข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมาคือ สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 รองลงมาคือ เว็บไซต์ของโรงเรียนมีข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และน้อยที่สุดคือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอยู่เสมอ เช่น การลดราคา อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

(6) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า โรงเรียนเป็นตัวกลางที่ติดต่อและส่งเอกสารให้กรมการบินเพื่อทำให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมาคือ โรงเรียนมีการบริการอย่างเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 รองลงมาคือ โรงเรียนจัดการเรียนการสอนเป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และน้อยที่สุดคือ โรงเรียนมีกระบวนการบริการที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายทำให้ไม่เกิดความสับสนอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70

(7) ต้นทุน (Cost to Customer) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มีการชำระเงินทั้งแบบจ่ายเต็มจำนวนและแบบผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือ มีการกำหนดราคาชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับหลักสูตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 และน้อยที่สุดคือ ราคาเป็นมาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่นอยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยพบว่า ท่านมองว่าโรงเรียนมีชื่อเสียงและเปิดการเรียนการสอนมาอย่างยาวนาน ระดับความคิดเห็นสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98 ในลำดับรองลงมา ได้แก่ ท่านคิดว่าความรู้ที่ได้จากหลักสูตรสามารถนำไปใช้ได้จริงทั้งภาคพื้นและภาคอากาศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ลำดับต่อมา ได้แก่ ท่านมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ตและท่านเปรียบเทียบกับที่อื่นแล้วก่อนการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84



## อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้ ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) แตกต่างกัน เนื่องจาก การเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงโดยมีค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรอยู่ที่ 2,490,000 บาท สาเหตุนี้อาจทำให้เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินบางกลุ่มที่อาจจะมียาได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรินดา บุญวงศ์วรรณ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง “อุปสรรคที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพนักบินพาณิชย์ในประเทศไทยของนักศึกษา”

การอภิปรายผลปัจจัยทางสังคม สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้ (1) กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) เนื่องจาก ในการตัดสินใจเข้าเรียนของศิษย์การบินมีความคิดเห็นบางข้อที่ตรงกับเพื่อนและบางครั้งได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากเพื่อนนำมาสนับสนุนความคิดของตนเองเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร หงสนันท์ (2538) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพในธุรกิจอุตสาหกรรมการบินเพื่อเป็นนักบินพาณิชย์ของศิษย์การบินสถาบันการบินพลเรือนในประเทศไทย (2) บทบาทและสถานะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) เนื่องจาก ศิษย์การบินมองว่าอาชีพนักบินพาณิชย์มีเกียรติ มีความน่าเชื่อถือ สังคมให้ความสนใจและยกย่องอาชีพนักบินที่สำคัญมีรายได้ และผลตอบแทนสูงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร หงสนันท์ (2538) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพในธุรกิจอุตสาหกรรมการบินเพื่อเป็นนักบินพาณิชย์ของศิษย์การบินสถาบันการบินพลเรือนในประเทศไทย” (3) ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) เนื่องจาก ศิษย์การบินมีความคิดว่าการประกอบอาชีพนักบินจะทำให้ครอบครัวเกิดความภูมิใจ และบางครอบครัวบิดาหรือมารดาประกอบอาชีพนักบินพาณิชย์จึงมีความประสงค์ให้ลูกเรียนนักบินโดยจะเห็นได้ว่าครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีแต่เป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น เพราะปัจจุบันบิดามารดาเปิดโอกาสให้ลูกได้ไปค้นคว้าหาเส้นทางในการดำเนินชีวิตด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร หงสนันท์ (2538) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพในธุรกิจอุตสาหกรรมการบินเพื่อเป็นนักบินพาณิชย์ของศิษย์การบินสถาบันการบินพลเรือนในประเทศไทย”

การอภิปรายผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้ (1) ต้นทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีทำให้โรงเรียนต้องมีวิธีการชำระหนี้ทั้งแบบจ่ายเต็มจำนวนและแบบผ่อนชำระซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับศิษย์การบินและศิษย์การบินส่วนใหญ่เลือกที่จะชำระค่าเรียนแบบผ่อนจ่ายเพื่อสามารถเข้าเรียนได้โดยไม่ต้องใช้เงินก้อนและโรงเรียนมีการกำหนดราคาชัดเจนทำให้ศิษย์การบินวางแผนเรื่องการเงินได้และไม่มีปัญหาในภายหลัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ่ำพล ขำวิสัย (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
 วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

ในหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตสาขาวิชานักบิน สถาบันการบิน มหาวิทยาลัยรังสิต” (2) ความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก โรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) เป็นหนึ่งในโรงเรียนการบินที่ดีที่สุดในอาเซียน โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ซอย วิภาวดีรังสิต 72 เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ทำให้เดินทางมาติดต่อประสานงานได้สะดวก มีศูนย์ฝึกการบิน BAC (รังสิต-นครนายก คลอง 15) ซึ่งใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพมหานคร แค่เพียง 1 ชั่วโมง และมีหอพักสำหรับศิษย์การบินอยู่บริเวณโรงเรียนอีกด้วย ทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง และมีศูนย์ฝึกการบินโคราช (Korat Academy) บนเนื้อที่ 15 ไร่ ที่บริเวณปากทางเข้าท่าอากาศยานนครราชสีมา อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งภายใน ศูนย์ฝึกการบินโคราช ประกอบไปด้วยห้องเรียน หอพัก 2 อาคาร รวม 200 ห้อง ห้องประชุม ศูนย์กีฬาและพื้นที่สันทนาการ ทำให้ศิษย์การบินมีความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำพล ขำวิสัย (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตสาขาวิชานักบิน สถาบันการบิน มหาวิทยาลัยรังสิต” (3) ความสบายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรีของศิษย์การบินโรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) เนื่องจาก โรงเรียนการบินกรุงเทพ (BAC) มีเครื่องบินที่ฝึกบินทั้ง 2 แบบ คือ CESSNA 172 กับ DIAMOND 42 และมีเครื่องSIMULATOR 3 แบบ ซึ่งโรงเรียนยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการอย่างครบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำพล ขำวิสัย (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตสาขาวิชานักบิน สถาบันการบิน มหาวิทยาลัยรังสิต”

**ข้อเสนอแนะ**

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

- 1) นำข้อมูลรายได้ต่อเดือนของศิษย์การบินไปกำหนดเป้าหมายและปรับปรุงกลยุทธ์ของโรงเรียนเพื่อให้ตอบโจทย์กับรายได้ของศิษย์การบิน
- 2) ให้ความสำคัญกับการตอบคำถามต่างๆกับผู้สนใจด้วยความรวดเร็วและถูกต้องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

- 1) ควรทำการศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆ เพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ได้ทราบรายละเอียดเพิ่มเติมและยังได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- 2) ศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับโรงเรียนการบินอื่นๆ ให้เห็นถึงกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันและมีมุมมองใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น เพื่อจะได้ช่วยในการปรับปรุงหรือพัฒนาด้านต่างๆของโรงเรียนการบิน
- 3) ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือแบบกลุ่มกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรนักบินพาณิชย์ตรี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15  
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2022”  
วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565

## เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการบินฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน. (2562). รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2562. สืบค้นเมื่อ กันยายน 3, 2564, จาก <https://www.caat.or.th/th/archives/50990>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ
- ทศพร หงสนันท์. (2538). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพในธุรกิจอุตสาหกรรมการบินเพื่อเป็นนักบินพาณิชย์ของศิษย์การบินสถาบันการบินพลเรือนในประเทศไทย. โครงการบัณฑิตศึกษาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปรินญาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บริษัท บางกอกเอวิเอชันเซ็นเตอร์ จำกัด มหาชน. (2564). หลักสูตร. สืบค้นเมื่อ กันยายน 2, 2564, จาก <https://www.ba.ac.th/th/course>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิรันดา บุญวงศ์วรรณ. (2561). อุปสรรคที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่อาชีพนักบินพาณิชย์ในประเทศไทยของนักศึกษาปริญญาตรี. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สถาบันการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2562). รายชื่อหลักสูตรและสถาบันการฝึกอบรมด้านการบิน. สืบค้นเมื่อ กันยายน 2, 2564, จาก <https://www.caat.or.th/th/archives/36105>
- สถาบันการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2563). ฝ่ายมาตรฐานผู้ประจำหน้าที่ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ กันยายน 2, 2564, จาก <https://www.caat.or.th/th/archives/57599>
- อำพล ขำวิไล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตสาขาวิชานักบินสถาบันการบิน มหาวิทยาลัยรังสิต. ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- International Air Transport Association: IATA. (2018). Boeing Pilot & Technician Outlook. Retrieved September 5, 2021, Retrieved from <https://investors.boeing.com/investors/investor-news/press-release-details/2018/Boeing-Forecasts-Unprecedented-20-Year-Pilot-Demand-as-Operators-Face-Pilot-Supply-Challenges/default.aspx>
- Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and control (9 th ed.). New Jersey: Asimmon &Schuster.
- Yamane, Taro. (1967). Statistics An Introductory Analysis (2nd ed.). New York : Harper and Row.