

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชีย ของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด

Factors Affecting Decision on the Usage of Thai Air Asia Airline of Passengers in Roi Et Province

อัจฉริยา พัฒนสรุค¹

ภูริช ปิยะพันธ์²

ธรา สิงห์คะสะ³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดจำแนกตามประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ F-test (One Way Analysis of Variance : ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และ ด้านสินค้าและบริการ 2) ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

²อาจารย์ประจำหลักสูตรธุรกิจการบิน คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

³อาจารย์ประจำหลักสูตรธุรกิจการบิน คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมแตกต่างกัน 3) ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมแตกต่างกัน 4) ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดวัตถุประสงค์ของการเดินทางแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ, สายการบินไทยแอร์เอเชีย, ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด

Abstract

The objectives of this research was: 1) to study the factors affecting decision on the usage of Thai Ariasia Airline of passengers in Roi Et province. 2) to compare the factors affecting decision the factors affecting decision on the usage of Thai Airasia Airline of passengers in Roi Et province classified by demographic characteristics and service behaviors. A questionnaire was used as a tool for collecting data from 400 of passengers in Roi Et province. The statistics used for analysis were mean, standard deviation, and F-test (One Way Analysis of Variance : ANOVA). The results of the study revealed that, 1) the passengers in Roi Et province agreed that with having factor affecting decision on the usage of Thai Airasia Ariline as a whole and in each of all these at a high level: physical evidence, promotion, process, place, price and product and service 2) the passengers in Roi Et province with different educational agreed differently with having factors affecting decision on the usage of Thai Ariasia Airline as a whole. 3) the passengers in Roi Et province with different career agreed differently with having factors affecting decision on the usage of Thai Ariasia Airline as a whole. 4) the passengers in Roi Et

province with different travel objectives agreed differently with having factors affecting decision on the usage of Thai Ariasia Airline as a whole.

Keywords : Factors Affecting Decision. Thai Ariasia Airline, Passengers in Roi Et Province

บทนำ

การขนส่งทางอากาศยานมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของโลก เพราะเป็นบริการขนส่งที่มีความสะดวกและรวดเร็วและปลอดภัยกว่าการขนส่งในรูปแบบอื่นๆ โดยเฉพาะในสภาวะปัจจุบันที่ประเทศต่างๆ มีการคมนาคมติดต่อกันมากขึ้นส่งผลให้การขนส่งทางอากาศของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ซึ่งภูมิภาคที่มีการขนส่งทางอากาศที่มีการขยายตัวมากที่สุดคือ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดังนั้น การขนส่งทางอากาศจึงเป็นกิจกรรมสาธารณูปโภคประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน การประกอบอาชีพของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศมีวิวัฒนาการของการขนส่งทางอากาศที่เริ่มจากเครื่องบินบอลลูน เรือเหาะ และในปัจจุบันใช้เครื่องบินในการบริการขนส่งสาธารณะโดยอากาศยานสำคัญ เนื่องจากมีความสะดวกสบายประหยัดเวลาได้มากกว่าการเดินทางโดยวิธีอื่นจึงทำให้การคมนาคมทางอากาศเป็นทางเลือกและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน (ปรัชญพัชร วันอุทา, 2555: 83)

ในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันอย่างกว้างขวางว่าอุตสาหกรรมการบินมีบทบาทสำคัญด้านการท่องเที่ยว ที่ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี เนื่องจากธุรกิจการบินทำให้เกิดการบริการนำเที่ยวเข้ามาในประเทศและกระจายไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมต้นทางที่ทำให้เกิดธุรกิจอื่นๆ ตามมา เช่น ธุรกิจการบริการของบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ การบริการสถานที่พักผ่อน การบริการภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจการให้บริการต่างๆ ที่กล่าวมานี้ล้วนแล้วเป็นเครื่องมือช่วยดึงดูดเงินตราจากนักท่องเที่ยวที่สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับประชาชนหลายกลุ่มได้อย่างกว้างขวางทำให้

อุตสาหกรรมการบินจึงถูกใช้เป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศต่อเนื่องมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายเปิดประเทศในด้านการบินโดยกำหนดให้มีการบินเสรีในเส้นทางการบินทั้งภายในและระหว่างประเทศ ซึ่งได้มีการผ่อนคลายเป็นกฎหมายทางเส้นทางการบินลงส่งผลให้ธุรกิจการบินเชิงพาณิชย์ของเอกชนสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจบนเส้นทางการบินทั้งภายในและระหว่างประเทศได้อย่างเสรีทั้งรูปแบบการให้บริการการบินตามกำหนด (Schedule Service) และการให้บริการการบินแบบไม่ประจำตามกำหนด (Non-schedule Service) (สมยศ วัฒนากมลชัย, 2556) ซึ่งการดำเนินนโยบายการเปิดเสรีทางการบินนี้ส่งผลดีต่อประชาชนเป็นอย่างมากทั้งในด้านคุณภาพการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบไปพร้อมกับราคาที่ต่ำลงซึ่งก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อธุรกิจการบินเชิงพาณิชย์ของประเทศไทย (กมลทิพย์ พูนผล, 2560: 1)

จากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการเปิดเสรีธุรกิจการบินของประเทศไทยจึงก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ การมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีศักยภาพในการแข่งขันด้านราคามากกว่าสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย เพื่อเป็นการดึงดูดผู้โดยสารให้มาใช้บริการ โดยมีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้ได้มากที่สุด (ปรัชพัชร วันอุทา, 2555) ส่งผลให้ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ได้เล็งโอกาสในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันและขยายตลาดการบินในระดับภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางที่ประกอบด้วยจังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดกาฬสินธุ์ และร้อยเอ็ด แต่จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับจังหวัดกาฬสินธุ์และจังหวัดมหาสารคามเป็นส่วนใหญ่ และทั้งสองจังหวัดยังไม่มีสนามบินหากมีความต้องการใช้บริการประชาชนต้องไปใช้สนามบินจังหวัดขอนแก่น ทำให้บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด เปิดเส้นทางการบินและให้บริการกับประชาชนระหว่างเส้นทางดอนเมือง - ร้อยเอ็ด 2 เที่ยวบินต่อวัน โดยเริ่มให้บริการเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา ด้วยเครื่องบินรุ่นเดียวกันแบบแอร์บัส เอ 320 จำนวน 180 ที่นั่ง นับจากปี พ.ศ. 2558 - 2561 มีผู้โดยสารที่มาใช้บริการกับสายการบินไทยแอร์เอเชียเส้นทางร้อยเอ็ด-กรุงเทพฯ (ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด, 2561)

จากเหตุดังกล่าวจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียเส้นทางการบินร้อยเอ็ด-กรุงเทพฯของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญสำหรับนำไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานของสายการบินไทยแอร์เอเชียให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร ตลอดจนเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านการตลาดในธุรกิจสายการบินและสร้างโอกาสในการขยายเวลาในการให้บริการและเพิ่มเที่ยวบินให้ทันต่อความต้องการของผู้โดยสาร และสร้างศักยภาพการเป็นสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมืออาชีพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีพฤติกรรมการใช้บริการจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยต่อเที่ยวบินไป-กลับ ความถี่หรือจำนวนครั้งต่อปีที่ใช้บริการ และช่องทางการซื้อบัตรโดยสารแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยสามารถขอบเขตของการการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบด้วย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่เดินทางโดยสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 32,400 คน (ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด, 2561)

2.2 กลุ่มประชากร คือ ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่เดินทางโดยสายการบินไทยแอร์เอเชียจำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 42- 43) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ. 2561

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตการทำอากาศยานจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด โดยพื้นที่ที่ใช้แจกแบบสอบถามการวิจัย คือ ภายในสนามบินจังหวัดร้อยเอ็ดบริเวณเคาเตอร์เช็คอินผู้โดยสารบริเวณชั้นที่ 1 ของสนามบิน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้กรอบแนวคิดตลาดบริการของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ประกอบด้วย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียแตกต่างกัน
2. ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม แล้วนำมากำหนดโครงสร้างแบบสอบถามตามประเด็น โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหาดัชนีความสอดคล้อง และเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC: Index of Item-Objective Congruence) ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 ซึ่งแสดงว่ามีความตรงใช้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550) จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีไขกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.820 และผู้วิจัยใช้แบบสอบถามลักษณะปลายปิด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ผู้วิจัยขอหนังสือราชการจากคณะกรรมการบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากท่าอากาศยานจังหวัดร้อยเอ็ด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามการวิจัยภายในสนามบินจังหวัดร้อยเอ็ดบริเวณเคาเตอร์เช็คอินผู้โดยสารบริเวณชั้นที่ 1 ของสนามบินจังหวัดร้อยเอ็ด รวมไปถึงหน่วยงานราชการและเอกชนที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเป็น 4 รอบ เพื่อไม่เป็นการรบกวนผู้โดยสาร สามารถแบ่งรอบการเก็บข้อมูล ดังนี้ รอบที่ 1 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ได้แบบสอบถามครบทุกชุดมีความครบถ้วนสมบูรณ์ทุกชุด รอบที่ 2 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2561 ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ได้แบบสอบถามครบทุกชุด มีแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกชุด รอบที่ 3 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2561 ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ได้แบบสอบถามครบทุกชุดมีความสมบูรณ์ทุกชุด และรอบที่ 4 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ได้แบบสอบถามครบทุกชุดมีความสมบูรณ์ทุกชุด รวมจำนวนแบบสอบถามรอบที่ 1, 2, 3 และ 4 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวนทั้งสิ้น จำนวน 400 ชุด โดยมีอัตราการตอบกลับคืนคิดเป็นร้อยละ 100.00 คิดจากฐานจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ซึ่งสอดคล้องกับ (Aaker, D.A.V. Kumer and G.S. Day, 2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงเป็นที่ยอมรับได้ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 วัน ตั้งแต่วันที่ 11 -14 พฤศจิกายน 2561 และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการวิจัยโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย โดย

กำหนดการให้คะแนนคำตอบของ สุมินทร เบ้าธรรม (2558) และค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของ บุญชม ศรีสะอาด (2545)

4. คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item- total Correlation ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.625-0.815 สอดคล้องกับ Nunnally (1978:45) ได้เสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ซึ่งหมายความว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีคุณภาพเพียงพอ และใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.827 สอดคล้องกับ กัลยา วานิชย์บัญชา (2550 : 44) ได้เสนอว่า การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้เครื่องมือมีความเชื่อมั่นที่เพียงพอ

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 สถิติที่พื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติที่ใช้สอบในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

5.3 F-test (One Way Analysis of Variance : ANOVA)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสินค้าและบริการ	3.53	0.67	มาก
2. ด้านราคา	3.67	0.78	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.74	0.65	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	0.53	มาก
5. ด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.78	0.65	มาก
6. ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ	3.98	0.59	มาก
โดยรวม	3.78	0.44	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียจังหวัดร้อยเอ็ดมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X}=3.98$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.92$) ด้านขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X}=3.78$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.74$) ด้านราคา ($\bar{X}=3.67$) และด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X}=3.53$)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
อายุ	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.819	0.36	1.91	0.091
		ภายในกลุ่ม	382	72.56	4		
		รวม	387	2	0.19		

ปัจจัยด้าน ประชากรศา สตร์	ปัจจัยส่วน ประสม ทางการตลาด	แหล่งของ ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p- value
				74.38 1	0		
การศึกษา	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	4 383 387	4.314 70.06 7 74.38 1	1.07 9 0.18 3	0.89 5	0.000*
อาชีพ	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	4 383 387	3.944 70.43 7 74.38 1	0.98 6 0.18 4	5.36 2	0.000*
รายได้เฉลี่ย	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3 384 3.87	1.090 73.29 1 74.38 1	0.36 3 0.19 1	1.90 4	0.128

*p<0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้บริการผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และรายได้เฉลี่ย แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียแตกต่างกัน

พฤติกรรมการใช้บริการ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
วัตถุประสงค์การเดินทาง	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.079	1.360	7.428	0.000*
		ภายในกลุ่ม	384	70.302	1.830		
		รวม	387	74.381			
ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยต่อเที่ยวบินไป-กลับ	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.131	0.377	1.977	0.117
		ภายในกลุ่ม	384	73.250	0.191		
		รวม	387	74.381			
ความถี่หรือจำนวนครั้งต่อปีที่ใช้บริการ	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.230	0.077	0.397	0.755
		ภายในกลุ่ม	384	74.151	0.193		
		รวม	387	74.381			
ช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร	โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.822	0.294	1.536	0.205
		ภายในกลุ่ม	384	73.499	0.191		
		รวม	387	74.381			

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย คือ วัตถุประสงค์การเดินทางแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ได้แก่ ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยต่อเที่ยวบินไป-กลับ ความถี่หรือจำนวนครั้งต่อปีที่ใช้บริการ และช่องทางการซื้อบัตรโดยสารแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยสามารถนำเสนอการอภิปรายผลตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านสินค้าและบริการ เนื่องจากในปัจจุบันการเดินทางด้วยเครื่องบินมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาในการเดินทาง ทำให้ผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ ต่างหันมาใช้บริการกับสายการบินไทยแอร์เอเชียเส้นทางร้อยเอ็ด-กรุงเทพฯ มากขึ้น ซึ่งนอกจากผู้ใช้บริการจะมีมุมมองถึงความสะดวก รวดเร็วในการเดินทางแล้ว เหตุผลของการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่สำคัญคือ ตัวเครื่องบินมีสีทันสมัย ทันสมัย และภายในห้องโดยสารมีความสะอาด มีสิทธิพิเศษที่ได้รับจากการสะสมคะแนน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ มีส่งเสริมการขายโดยการลดราคาบัตรโดยสารทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงสายการบินต้นทุนต่ำได้เหมาะสมเพียงพอต่อจำนวนเงินที่จ่ายเพื่อเป็นค่าโดยสาร รวมไปถึงความหลากหลายของช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร เช่น ทางเว็บไซต์ สำนักงาขาย Call Center ความหลากหลายของช่องทางในการชำระค่าบัตรโดยสาร และมีการจัดรูปแบบในเว็บไซต์ของสายการบินที่ง่ายต่อการจองตั๋วเครื่องบินที่เข้าใจง่าย รวมไปถึงการมีภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบินในเรื่องของความสะอาดสบายของเก้าอี้โดยสาร มาตรฐานการบินตามตารางการบิน ความปลอดภัยในการเดินทางกับสายการบิน และชื่อเสียงของสายการบินที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชญพัชร วันอุทา (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านราคาค่าโดยสาร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลทิพย์ พูนผล (2560) พบว่า ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบินไทยสมายล์ เส้นทางระหว่างประเทศโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพนักงาน ที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านลักษณะแวดล้อม ทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสินค้าและบริการ ตามลำดับ

2. ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน สะท้อนถึงการมีมุมมองและการคิดเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด ที่ต้องการ ทำกลยุทธ์การตลาดให้เกิดหลากหลาย เพื่อต้องการให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงการบริการ เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำทั้งในด้านราคาเหมาะสม ความสะดวกสบาย ภาพลักษณ์ที่ดี ความปลอดภัย การให้บริการด้วยไมตรีจิตที่ดีทำให้ผู้ใช้บริการมีมุมมองถึงความประหยัดและคุ้มค่าต่อจำนวนเงินที่จ่ายไปในแต่ละครั้งของการเดินทางไม่ว่า ผู้ใช้บริการจะมีอาชีพใดก็สามารถใช้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลทิพย์ พูลผล (2560) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

3. ผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่อยู่ตรงกลางของภาคอีสาน การเดินทางไปเพื่อไปท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครต้องใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างใช้เวลานานคือ 7-8 ชั่วโมงโดยใช้รถโดยสารส่งผลให้การท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคไม่คึกคักเท่าที่ควร เมื่อ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ได้เปิดเส้นทางการบินกรุงเทพ-ร้อยเอ็ด เพื่อเชื่อมต่อระดับภูมิภาคทำให้การเดินทางมีความสะดวก สบายมากขึ้น ทำให้ประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ดหรือจังหวัดใกล้เคียงมีความตื่นตัวและมาใช้บริการด้วยเครื่องบินมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ของการเดินทางไปกรุงเทพคือ เพื่อไปท่องเที่ยวโดยมีจุดหมายที่กรุงเทพมหานคร หรือเพื่อเดินทางไปภูมิภาคอื่นๆ ทั้งนี้เพราะเป็นการประหยัดเวลาในการเดินทาง และมี

ความปลอดภัยสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลทิพย์ พูนผล (2560) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยสมายล์คือ วัตถุประสงค์การเดินทางแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารบริษัทไทยแอร์เอเชียควรใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านสินค้าบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านขั้นตอนการให้บริการ และลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมาตรฐานการให้บริการแก่ผู้โดยสารทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีสามารถแข่งขันกับสายการบินต้นทุนต่ำกับสายการบินอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้บริหารบริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด ควรนำมาปรับเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการให้บริการเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงสายการบินต้นทุนต่ำแต่มีคุณภาพด้านการบริการ อันจะส่งผลต่อความมั่งคั่งและมั่นคงขององค์กรต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรจัดทำการศึกษาวิจัยในการติดตามและประเมินความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับนำมาปรับปรุงและพัฒนาการจัดบริการด้านต่างๆ ของสายการบินภายในประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ พูนผล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยสมายล์ เส้นทางระหว่างประเทศของผู้โดยสาร*. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด. (2561). *ข้อมูลท่าอากาศยานร้อยเอ็ด*. สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 ตุลาคม 2561. มาจาก <http://minisite.airports.go.th/roiet/about2277.html>.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2550). *ระเบียบวิธีวิจัย : แนวปฏิบัติสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ : ยูแอนด์ไออินเตอร์ มีเดีย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปรัชญพัชร วันอุทา. (2555). การตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*. 2(2), 83-90.
- สมยศ วัฒนากมลชัย. (2556). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุมินทร เป้าธรรม. (2558). *วิจัยทางการบัญชี*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- Aaker, D.A.V. Kumer and G.S. Day. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York : John Wiley & Sons.
- Nunnally, C. Jum. (1978). *Psychometric theory*. New York : McGraw-Hill.s