

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศของผู้โดยสารที่สนามบินเชียงใหม่ในครั้งนี้ มุ่งหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศในเส้นทาง เชียงใหม่ – กรุงเทพฯของผู้โดยสารชาวไทย ซึ่งในบทนี้ได้นำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนดังนี้ (1) ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง (2) ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (3) ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางครั้งนี้ของกลุ่มตัวอย่าง (4) ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนสุดท้าย คือ ปัจจัยและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินตามแบบจำลอง Conditional Logit

4.1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศของผู้โดยสารที่สนามบินเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งในการศึกษาได้แบ่งการผู้โดยสารที่ใช้สายการบินออกเป็น 5 สายการบินดังนี้ สายการบินไทยจำนวน 164 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 41) สายการบินบางกอกแอร์เวย์ 60 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 15) สายการบินไทยแอร์เอเชีย 102 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 26) สายการบินนกแอร์ 50 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 12) และสายการบิน วัน ทู โก 24 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 6) นอกจากนี้ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มผู้โดยสารประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ส่วนบุคคล รายได้ครัวเรือน สถานภาพ อาชีพ การศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศและสายการบิน

หน่วย : คน

เพศ	สายการบิน					รวม
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ชาย	100 (60.97)	27 (45)	40 (39.22)	21 (42)	10 (42)	198 (49.5)
หญิง	64 (39.03)	33 (55)	62 (60.78)	29 (58)	14 (58)	202 (50.5)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ก. เพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษา(ตารางที่ 4.1) พบว่าสัดส่วนผู้โดยสารเพศหญิงและเพศชายมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนแบบสอบถามที่เก็บได้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเพียง 4 ตัวอย่าง แต่เมื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้สายการบินของแต่ละเพศแล้ว พบว่าเพศชายมีสัดส่วนเลือกใช้บริการสายการบินไทยมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงจะเลือกใช้บริการสายการบินที่เหลือนอัตราร้อยละที่ใกล้เคียงกัน

ข. อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.2 พบว่าในภาพรวมของผู้โดยสารในการใช้บริการสายการบิน พบว่าผู้โดยสารมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด คือ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.74 ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป พบจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ โดยอายุเฉลี่ยของผู้โดยสารเท่ากับ 35.26 ปี แต่เมื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการในแต่ละสายการบินแล้ว พบว่าอายุเฉลี่ยของผู้โดยสารสายการบินไทยมีอายุเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 38.08 ปี รองลงมาคือสาย

การบินนกกแอร์ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ สายการบินวันทูโก และ สายการบินไทยแอร์เอเชีย โดย
มีอายุเฉลี่ย 34.12 33.95 32.95 และ 32.6 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุและสายการบิน

หน่วย : คน

ช่วงอายุ	สายการบิน					รวม
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกกแอร์	วันทูโก	
ไม่เกิน 20 ปี	-	2 (3.33)	6 (5.88)	3 (6)	-	11 (2.75)
21 – 30 ปี	30 (18.29)	25 (41.66)	42 (41.14)	16 (32)	8 (33.33)	121 (30.25)
31 – 40 ปี	74 (45.12)	16 (26.66)	36 (35.29)	19 (38)	13 (54.16)	158 (39.5)
41 – 50 ปี	44 (26.82)	13 (21.66)	11 (10.78)	7 (14)	3 (12.5)	78 (19.5)
51 – 60 ปี	14 (8.53)	3 (5)	6 (5.88)	4 (8)	-	27 (6.74)
61 ปี ขึ้นไป	2 (1.22)	1 (1)	1 (0.98)	1 (2)	-	5 (1.25)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)
อายุเฉลี่ย (ปี)	38.08	33.95	32.6	34.12	32.95	35.26

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสายการบิน

หน่วย : คน

ช่วงระดับ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน บาท	สายการบิน					รวม
	สายการบิน ไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ไม่เกิน 10,000	-	1 (16)	3 (2.9)	2 (5)	-	6 (1.5)
10,000 – 30,000	41 (25)	25 (41)	49 (48)	22 (44)	13 (54)	150 (37.5)
30,001 – 50,000	67 (40)	23 (38)	33 (20)	16 (32)	7 (29)	146 (36.5)
50,001 – 70,000	33 (20)	6 (10)	9 (8.8)	4 (8)	3 (12.5)	55 (13.75)
70,001 – 90,000	19 (11)	1 (1.6)	4 (3.9)	2 (5)	1 (4.1)	27 (6.75)
มากกว่า 90,000	4 (2)	4 (6.6)	4 (3.9)	4 (8)	-	16 (4.00)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)
เฉลี่ย	48,884	42,342	37,324	42,000	35,500	42,000

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ค. รายได้เฉลี่ยบุคคลต่อเดือน

ในภาพรวมรายได้เฉลี่ยบุคคลต่อเดือน (ตารางที่ 4.3) ของผู้โดยสารสายการบินมีรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท/เดือน โดยมีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มากที่สุด รองลงมาคือช่วงระดับรายได้ 30,001 – 50,000 บาท/เดือน โดยมีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 แต่หากมองเป็นค่าเฉลี่ยของผู้โดยสารทั้งหมดแล้ว พบว่า ผู้โดยสารสายการบินไทยมีรายได้เฉลี่ยสูงสุด คือ 48,884 บาท/เดือน ซึ่งสอดคล้องกับราคาตั๋วโดยสารเฉลี่ยที่สายการบินไทยมีราคาตั๋วโดยสารเฉลี่ยสูงสุด สายการบินบางกอกแอร์เวย์เป็นสายการบินรองลงมาที่ระดับรายได้เฉลี่ยของผู้โดยสารอยู่ที่ 42,432 บาท/เดือน และสายการบิน วัน ทู โก เป็นสายการบินที่ผู้โดยสารมีรายได้เฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 35,500 บาท/เดือน

ง. รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษารายได้เฉลี่ยครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างนั้น (ตารางที่ 4.4) โดยการพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ผู้โดยสารสายการบินแอร์เอเชียมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงสุด คือ 994,117 บาท/ปี ซึ่งสอดคล้องกับช่วงระดับรายได้เฉลี่ยครัวเรือนต่อปีที่สายการบินแอร์เอเชียมีผู้โดยสารมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือน อยู่ในช่วง 1,000,000 – 1,500,000 บาท/ปี มากที่สุด โดยที่สายการบินนกแอร์เป็นสายการบินรองลงมาโดยที่ ผู้โดยสารมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือน/ปี อยู่ที่ 947,020 บาท/ปี และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ผู้โดยสารมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือน/ปี ต่ำที่สุดอยู่ที่ 845,993 บาท/ปี

ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยและสายการบิน

หน่วย : คน

ช่วงระดับ รายได้ครัวเรือน เฉลี่ยต่อปี บาท	สายการบิน					รวม
	สายการบิน ไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ไม่เกิน 100,000	1 (0.006)	2 (3.33)	1 (0.9)	1 (2)	-	5 (1.25)
100,000 – 500,000	19 (11.58)	13 (21.66)	22 (21)	12 (24)	7 (29)	73 (18.25)
500,001 – 1,000,000	82 (50)	27 (45)	28 (27)	14 (28)	8 (33)	159 (39.78)
1,000,001 – 1,500,000	48 (29)	10 (16.67)	31 (30)	14 (28)	7 (29)	110 (27.5)
1,500,001 – 2,000,000	11 (6.7)	8 (13.33)	20 (19)	9 (18)	2 (8.33)	50 (12.5)
มากกว่า 2,000,000	3 (1.82)	-	-	-	-	3 (0.75)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)
รายได้เฉลี่ย	892.993	845.833	994.117	947.02	847.916	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาและสายการบิน

หน่วย : คน

ระดับการศึกษา	สายการบิน					รวม
	สายการบิน ไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ต่ำกว่าปริญญา ตรี	-	2 (3.33)	7 (6.86)	3 (6)	-	12 (3)
ปริญญาตรี	79 (49)	37 (61.6)	66 (64.70)	24 (48)	21 (87.5)	227 (56.75)
สูงกว่าปริญญา ตรี	85 (51)	21 (35)	29 (28.43)	13 (26)	3 (12.5)	151 (37.75)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

จ. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.5 ภาพรวมระดับการศึกษาของผู้โดยสารสายการบินพบว่า 227 คน คิดเป็น ร้อยละ 56.75 มีการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี รองลงมา คือระดับสูงกว่า ปริญญาตรี 151 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.75 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบในการเลือกใช้บริการในแต่ละสายการบิน พบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เลือกใช้บริการสายการบินไทยสูงที่สุด คือ 85 ราย หรือคิดเป็น ร้อยละ 51 ในขณะที่เดียวกันสายการบินที่เหลือ ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการมีระดับปริญญาตรี และผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะใช้บริการ 3 สายการบินคือ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์

ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพและสายการบิน

หน่วย : คน

อาชีพ	สายการบิน					รวม
	สายการบิน ไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
พนักงาน บริษัท	45 (27.43)	14 (23.33)	31 (30.39)	11 (22)	6 (25)	107 (26.75)
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	40 (24.39)	16 (26.6)	23 (22.54)	15 (30)	6 (25)	100 (25)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	33 (20.12)	9 (15)	17 (16.67)	6 (12)	7 (29.16)	72 (18)
รับราชการ	24 (14.63)	11 (18.33)	16 (15.68)	10 (20)	2 (8.33)	63 (15.75)
วิชาชีพเฉพาะ / อิสระ	18 (10.97)	4 (2.43)	4 (6.67)	3 (6)	1 (4.16)	30 (7.5)
นักเรียน / นักศึกษา	2 (1.21)	6 (10)	11 (10.78)	5 (10)	2 (8.33)	16 (4)
เกษียณอายุ	2 (1.21)	-	-	-	-	2 (0.5)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมมติ

ที่มา : จากการศึกษา

จ. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาในตารางที่ 4.6 โดยภาพรวมของอาชีพผู้โดยสารสายการบิน พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทที่มีการใช้บริการสายการบิน 107 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.75 รองลงมาอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 รับราชการ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 วิชาชีพเฉพาะ/อิสระ 30 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.5 นักเรียน/นักศึกษา 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และ เกษียณอายุ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบในการเลือกใช้

บริการในแต่ละสายการบิน พบความแตกต่างของอาชีพในการเลือกใช้บริการสายการบินที่พนักงานบริษัท จะเลือกใช้บริการสายการบินไทย และสายการบินไทยแอร์เอเชียสูงที่สุด ในอัตราร้อยละ 27.43 และ 30.39 ตามลำดับ โดยที่สายการบินบางกอกแอร์เวย์ และสายการบินนกแอร์ จะพบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวเดินทางสูงที่สุด โดยพบร้อยละ 26.6 และ 30 ตามลำดับ และสายการบินวัน ทู โก พบพนักงานรัฐวิสาหกิจเดินทางสูงที่สุด ร้อยละ 29.16

ตารางที่ 4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพและสายการบิน

หน่วย : คน

สถานภาพ	สายการบิน					รวม
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
โสด	85 (51)	50 (83.33)	69 (67)	30 (60)	17 (70)	251 (62.75)
สมรส	77 (46)	9 (15)	30 (29)	19 (38)	7 (30)	142 (35.5)
หย่าร้าง	2 (3)	1 (1.6)	3 (2.9)	1 (2)	-	7 (1.75)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมมติ

ที่มา : จากการศึกษา

ข. สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.7 พบว่าลักษณะสถานภาพของผู้โดยสารในการเดินทางทุกสายการบินมีความคล้ายคลึงกัน ในแง่ของผู้โดยสารที่มีสถานภาพโสดจะเลือกเดินทางทางอากาศมากที่สุด คือ 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 รองลงมา สมรส 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และ หย่าร้าง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 แต่หากมองเป็นในระดับสายการบินแล้ว พบว่าสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ผู้โดยสารร้อยละ 83.33 ที่เดินทางทางอากาศเป็นผู้โดยสารที่มีสถานภาพโสด

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เหตุผลในการเลือกเดินทางทางอากาศ ความถี่เฉลี่ยในการเดินทางทางอากาศ ข่าวสารที่ได้รับจากสายการบิน และจำนวนสมาชิกของสายการบิน

ก. เหตุผลในการเลือกเดินทางทางอากาศของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.8 จะเห็นได้ว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารของทุกสายการบินมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการเดินทางทางอากาศที่เหมือนกันคือ ความรวดเร็ว เนื่องจากการเดินทางทางอากาศมีความรวดเร็วในการเดินทางมากที่สุดสุด เมื่อเทียบกับการเดินทางในด้านอื่น ๆ เช่น ทางรถยนต์ หรือ ทางรถไฟ รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย และ ความปลอดภัย ตามลำดับ โดยที่ผู้โดยสารสายการบินแอร์เอเชียให้เหตุผลอื่น ๆ ในการเลือกบินทางอากาศ คือ ราคาตั๋วโดยสารที่ถูก โดยพบ 1 ราย คิดเป็น ร้อยละ 0.98

ตารางที่ 4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกเหตุผลในการเลือกเดินทางทางอากาศและสายการบิน

หน่วย : คน

เหตุผลในการเดินทางทางอากาศ	สายการบิน				
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
ความรวดเร็ว	114 (69.51)	49 (81.66)	97 (95.09)	38 (76)	20 (83.33)
ความสะดวกสบาย	76 (46.34)	41 (68.33)	86 (84.31)	27 (54)	16 (66.66)
ความปลอดภัย	66 (40.24)	10 (16.66)	8 (7.84)	21 (42)	8 (33.33)
อื่น ๆ	-	-	1 (0.98)	-	-
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมควร

หมายเหตุ : ในการตอบแบบสอบถามผู้โดยสารสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.9 ความถี่เฉลี่ยในการเดินทางทางอากาศของกลุ่มตัวอย่างในระยะเวลา 1 ปี

ความถี่ในการเดินทาง/ปี	สายการบิน				
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
เดินทางมากที่สุด (ครั้ง/ปี)	26	30	30	32	12
เดินทางน้อยสุด (ครั้ง/ปี)	1	1	1	1	1
ค่าเฉลี่ย	11	10	10	12	8

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ข. ความถี่ในการเดินทางทางอากาศ

ในการศึกษาความถี่เฉลี่ยในการเดินทางทางอากาศของกลุ่มตัวอย่างในระยะเวลา 1 ปี (ตารางที่ 4.9) พบว่าผู้โดยสารสายการบินนกแอร์มีความถี่ในการเดินทางเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 12.28 ครั้ง/ปี โดยที่ความถี่สูงสุดในการเดินทาง คือ 32 ครั้ง/ปี และน้อยที่สุดคือ 1 ครั้ง/ปี รองลงมาสายการบินไทย ผู้โดยสารมีความถี่ในการเดินทางอยู่ที่ 11.35 ครั้ง/ปี โดยที่สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินบางกอกแอร์เวย์ และสายการบินวันทูโก มีความถี่เฉลี่ยอยู่ที่ 10.31 10.13 และ 7.5 ครั้ง/ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสายการบิน

หน่วย : คน

แหล่งที่มาของ ข่าวสาร	สายการบิน				
	สายการบิน ไทย	บางกอกแอร์ เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
อินเทอร์เน็ต	98 (59)	46 (76)	94 (92)	40 (80)	8 (33)
ห้องจำหน่ายบัตร โดยสาร	87 (53)	44 (73)	55 (53.9)	11 (22)	16 (66)
ตัวแทนจำหน่าย	64 (39)	40 (66)	51 (50)	12 (24)	7 (29)
โทรทัศน์	58 (35)	35 (58.3)	71 (69.6)	15 (30)	-
หนังสือ / นิตยสาร	58 (35)	41 (68)	56 (54)	21 (42)	8 (33)
เพื่อน / คนรู้จัก	8 (4.87)	34 (56)	53 (51.9)	11 (22)	3 (12.5)
อื่น ๆ	16 (9.75)	-	-	2 (4)	2 (8.3)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมมติ

หมายเหตุ : ในการตอบแบบสอบถามผู้โดยสารสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา

ค. การได้รับข่าวสารสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.10 จะเห็นได้ว่าการรับข่าวสารของสายการบินผู้โดยสาร โดยสาร โดยส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด โดยมีถึง 4 สายการบิน คือสายการบินไทย ร้อยละ 59 ได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นห้องจำหน่ายตั๋วโดยสาร และตัวแทนจำหน่ายตามลำดับ

โดยที่มีจำนวนผู้โดยสารร้อยละ 9.75 ได้รับข่าวสารจากทางโทรศัพท์ เป็นการส่ง sms แจ้งข่าวสาร สายการบินบางกอกแอร์เวย์ผู้โดยสารร้อยละ 76 ได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็น ห้องจำหน่ายตั๋วโดยสาร และหนังสือ/นิตยสาร ตามลำดับ สายการบินไทยแอร์เอเชียผู้โดยสารร้อยละ 92 ได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นโทรศัพท์ และหนังสือ/นิตยสาร สายการบินนกแอร์ผู้โดยสาร ได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด ร้อยละ 80 รองลงมาจะเป็นหนังสือ/นิตยสาร และโทรศัพท์ โดยที่สายการบินวัน ทู โก จะแตกต่างจากสายการบิน 4 สายการบินข้างต้น คือ ผู้โดยสารจะได้รับข่าวสารสูงที่สุดจากทาง ห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารถึงร้อยละ 66 โดยที่รองลงมาจะได้รับข่าวสารจากทาง อินเทอร์เน็ตและหนังสือ/นิตยสารอัตราที่เท่ากัน โดยมีร้อยละ 8.3 ได้รับข่าวสารมาจากทางโทรศัพท์

ตารางที่ 4.11 จำนวนการเป็นสมาชิกของสายการบินที่ใช้บริการในครั้งที่สอบถาม

หน่วย : คน

การเป็นสมาชิกของสายการบิน	สายการบินที่ใช้บริการในครั้งที่สอบถาม					รวม
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
สายการบินไทย (TG)	75	26	29	14	12	156
บางกอกแอร์เวย์ (BP)	22	1	-	-	-	23
ไทยแอร์เอเชีย (FD)	28	9	31	-	-	68
นกแอร์ (DD)	64	20	22	37	11	154
วันทูโก (OX)	-	-	2	-	15	17

หมายเหตุ : ในการตอบแบบสอบถามผู้โดยสารสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา

ง. การเป็นสมาชิกของสายการบิน

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้โดยสารมีบัตรสมาชิก/สะสมไมล์ ของสายการบินไทยสูงที่สุด 156 ราย และรองลงมา สายการบินนกแอร์ 154 ราย สายการบินไทยแอร์เอเชีย 68 ราย สายการบินบางกอกแอร์เวย์ 23 ราย และสายการบินวัน ทู โก 17 ราย น้อยที่สุด

4.3 ข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางครั้งนี้ของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมในการเดินทางครั้งนี้ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยของสายการบิน จำนวนตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทาง จำนวนตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการจองบัตรโดยสาร จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการกลับมาใช้บริการสายการบินเดิม

ก. วัตถุประสงค์ในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ ทำธุระส่วนตัว มากที่สุด โดยพบ 126 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 31.5 จากจำนวนผู้โดยสารที่ทำการสำรวจทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ท่องเที่ยวพักผ่อน เยี่ยมญาติ ประชุม/สัมมนา และ ทักษะศึกษา/เรียนหนังสือ ตามลำดับ โดยเมื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการในแต่ละสายการบินพบว่า ผู้โดยสารที่วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อทำ ธุระส่วนตัวเลือกใช้บริการสายการบินไทย สูงที่สุด เพราะเนื่องจากการทำธุระส่วนตัวอาจมีความสำคัญกับผู้โดยสารสูง จึงต้องเลือกใช้บริการสายการบินที่มีความคลาดเคลื่อนของเวลาน้อยที่สุด และผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ ท่องเที่ยว/พักผ่อน เลือกใช้บริการสายการบินที่เหลือ เนื่องจากการท่องเที่ยวพักผ่อน จึงเลือกสายการบินที่ราคาบัตรโดยสารที่ถูกกว่านั่นเอง

ตารางที่ 4.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางและสายการบิน

หน่วย : คน

วัตถุประสงค์ ในการ เดินทาง	สายการบิน					รวม
	สายการบิน ไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ธุระส่วนตัว	57 (34.75)	14 (23.33)	33 (32.35)	16 (32)	6 (25)	126 (31.5)
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	43 (26.21)	13 (21.6)	12 (11)	5 (10)	2 (8.33)	75 (18.75)
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	36 (21.95)	19 (31.6)	35 (34.31)	17 (34)	10 (41.6)	117 (29.25)
ประชุม / สัมมนา	26 (15.85)	10 (16.67)	17 (16.67)	8 (16)	3 (12.5)	64 (16)
ทัศนศึกษา / เรียนหนังสือ	2 (1.21)	4 (6.67)	5 (4.9)	4 (8)	3 (12.3)	18 (4.5)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางและสายการบิน

หน่วย : คน

ผู้ร่วมในการเดินทาง	สายการบิน					รวม
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ลำพัง	64 (39.02)	26 (43.33)	56 (54)	27 (54)	14 (58.33)	187 (46.75)
เพื่อน	44 (26.8)	16 (26.6)	11 (10.78)	9 (18)	4 (6.6)	84 (21)
ครอบครัว	42 (25.6)	11 (12.75)	13 (18.33)	10 (20)	4 (16.67)	80 (20)
คณะทำงาน	14 (8.53)	7 (11.66)	12 (11)	4 (8)	2 (8.33)	39 (9.75)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมมติ

ที่มา : จากการศึกษา

ข. ลักษณะผู้ร่วมเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง

จากลักษณะผู้ร่วมเดินทางในตารางที่ 4.13 พบว่าผู้โดยสารเดินทางเพียงลำพังมากที่สุดจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ เพื่อน ครอบครัว และคณะทำงานตามลำดับ แต่ถ้าหากพิจารณาเป็นสายการบินปกติ และสายการบินต้นทุนต่ำ จะพบว่าสายการบินต้นทุนต่ำผู้โดยสารมากกว่าร้อยละ 50 มีลักษณะในการเดินทางเพียงลำพัง ในขณะที่สายการบินปกติ ลักษณะของผู้โดยสารมีลักษณะใกล้เคียงกันในแต่ละลักษณะ

ค. ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยในการเดินทางของสายการบิน

ในการศึกษาราคาค่าโดยสารเฉลี่ย (ตารางที่ 4.14) พบว่าสายการบินไทยมีราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยสูงสุด 2,880 บาท/เที่ยวบิน โดยที่ราคาตั๋วโดยสารสูงสุดอยู่ที่ 4,000 บาท/เที่ยวบิน ราคาถูกที่สุด 1,500 บาท/เที่ยวบิน สายการบินไทยแอร์เอเชีย ราคาตั๋วโดยสารเฉลี่ย 2,564 บาท/เที่ยวบิน ราคาสูงที่สุดอยู่ที่ 5,200 บาท/เที่ยวบิน และถูกที่สุด 590 บาท/เที่ยวบิน สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ย 2,489 บาท/เที่ยวบิน สายการบินนกแอร์ราคาตั๋วโดยสารเฉลี่ย 2,438 บาท/เที่ยวบิน ราคาตั๋วโดยสารสูงสุด 3,490 บาท/เที่ยวบิน ราคาถูกที่สุดอยู่ที่ 1,290 บาท/เที่ยวบิน และสายการบิน วัน ทูโก ราคาตั๋วโดยสารเฉลี่ยอยู่ที่ 2,044 บาท/เที่ยวบิน ราคาสูงที่สุดอยู่ที่ 3,000 บาท/เที่ยวบิน ราคาตั๋วโดยสารถูกที่สุดอยู่ที่ 1,600 บาท/เที่ยวบิน

ตารางที่ 4.14 ราคาบัตรโดยสารเฉลี่ยของสายการบิน

หน่วย : บาท/เที่ยว

ราคาบัตร โดยสารเฉลี่ย หน่วย : บาท	สายการบิน				
	สายการบิน ไทย	บางกอกแอร์ เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
ราคาบัตร โดยสารต่ำสุด	1,500	1,290	590	1,290	1,600
ราคาบัตร โดยสารสูงสุด	4,000	3,600	5,200	3,490	3,000
ราคาเฉลี่ย	2,880	2,489	2,564	2,438	2,044

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมมติ

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการซื้อบัตรโดยสารและสายการบิน

หน่วย : คน

ช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร	สายการบิน					รวม
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
ห้องจำหน่ายบัตรโดยสาร	70 (42.68)	25 (41.66)	15 (14.7)	15 (30)	14 (58.33)	139 (34.75)
อินเทอร์เน็ต	43 (26.21)	19 (31.66)	62 (60.78)	25 (50)	5 (20.83)	154 (38.5)
ตัวแทนจำหน่าย	39 (23.78)	12 (20)	17 (16.66)	7 (14)	5 (20.83)	80 (20)
โทรศัพท์ / Call Center	5 (3.04)	4 (6.66)	8 (7.84)	3 (6)	-	20 (5)
อื่น ๆ	7 (4.26)	-	-	-	-	7 (1.75)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์

ที่มา : จากการศึกษา

ง. ช่องทางการซื้อบัตรโดยสารของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาในช่องทางการซื้อบัตรโดยสารของกลุ่มตัวอย่างแบ่งการศึกษาออกเป็นสายการบินราคาปกติ และสายการบินต้นทุนต่ำ โดยที่สายการบินราคาปกติ ประกอบสายการบินไทย และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ผู้โดยสารมีพฤติกรรมในการจองบัตรโดยสารผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินมากที่สุดเหมือนกันทั้ง 2 สายการบิน และในขณะเดียวกันผู้โดยสารสายการบินไทยมีพฤติกรรม อื่นๆ ในการจองบัตรโดยสาร เช่น ฝากเพื่อนหรือคนรู้จักในการจองบัตรโดยสาร และแลกเปลี่ยนสมาชิกในการจองบัตรโดยสาร และในส่วนของสายการบินต้นทุนต่ำ ประกอบด้วย สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน ทู โก ผลการศึกษาพบว่าสายการบินวัน ทู โก ผู้โดยสารมีพฤติกรรมในการจองบัตรโดยสารผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสาร

มากที่สุด ซึ่งเป็นเพราะราคาบัตรโดยสารของสายการบิน วัน ทู โก มีราคาที่สูงที่ไม่ว่าจะซื้อในช่องทางไหนก็ตาม แต่ในกรณีของสายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ ผู้โดยสารมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยสูงถึงร้อยละ 50 ของจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด ซึ่งเป็นเพราะการออกตั๋วโดยสารราคาพิเศษในช่วงส่งเสริมการขายของทั้ง 2 สายการบินนั้น ผู้โดยสารจะต้องทำการจองบัตรโดยสารผ่านช่องทางทำให้บริการอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

ตารางที่ 4.16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการจองบัตรโดยสารและสายการบิน

หน่วย : คน

ระยะเวลาการ ซื้อบัตร โดยสาร	สายการบิน					รวม
	สายการ บินไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
วันเดินทาง	3 (1.82)	2 (33)	1 (0.98)	4 (8)	-	10 (2.5)
1 – 7 วัน ล่วงหน้า	92 (56)	28 (46)	31 (30.39)	25 (50)	15 (62.5)	191 (47.75)
1 – 2 สัปดาห์ ล่วงหน้า	57 (34)	19 (31)	24 (23)	10 (20)	6 (25)	116 (29)
3 – 4 สัปดาห์ ล่วงหน้า	11 (6.7)	7 (11)	20 (19)	6 (12)	2 (8.33)	46 (11.5)
มากกว่า 1 เดือน	1 (0.6)	4 (6)	26 (25)	5 (10)	1 (4.16)	37 (9.25)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสดมภ์
ที่มา : จากการศึกษา

จ. ระยะเวลาในการจองบัตรโดยสาร

ในการศึกษาในเรื่องของ ระยะเวลาในการจองบัตรโดยสาร (ตารางที่ 4.16) พบว่าผู้โดยสารมีพฤติกรรมในการจองบัตรโดยสาร 1-7 วันล่วงหน้าก่อนการเดินทาง โดยพบว่า 191 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 47.75 รองลงมา 1-2 สัปดาห์ล่วงหน้า 3-4 สัปดาห์ล่วงหน้า มากกว่า 1 เดือน และ วันเดินทางตามลำดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการในแต่ละสายการบิน พบว่าสายการบินไทยแอร์เอเชียผู้โดยสารจะจองล่วงหน้ามากกว่า 1 เดือนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น ๆ เพราะเนื่องจาก ราคาบัตรโดยสารในช่วงส่งเสริมการขาย จะต้องจองล่วงหน้ามากกว่า 1 เดือน นั้นเอง

ตารางที่ 4.17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการกลับมาใช้บริการสายการบินเดิม

หน่วย : คน

การกลับมา ใช้บริการ	สายการบิน					รวม
	สายการบิน ไทย	บางกอก แอร์เวย์	ไทยแอร์ เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก	
จะกลับมา ใช้บริการ	143 (87.19)	53 (88.33)	69 (42)	42 (84)	18 (75)	325 (81.25)
ไม่กลับมา ใช้บริการ	-	-	5 (4.9)	-	-	5 (1.25)
ไม่แน่ใจ	21 (12.8)	7 (11.66)	28 (27.45)	8 (16)	6 (25)	70 (17.5)
รวม	164 (100)	60 (100)	102 (100)	50 (100)	24 (100)	400 (100)

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละตามสมมติ

ที่มา : จากการศึกษา

ฉ. การกลับมาใช้บริการสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้โดยสาร 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 ยืนยันจะกลับมาใช้บริการอีก และ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีก แต่เมื่อพิจารณาในสายการบินพบว่าสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผู้โดยสาร 5 คน ยืนยันจะไม่กลับมาใช้บริการอีก อาจด้วยเหตุผลความสะดวกสบายของที่นั่งโดยสารที่ไม่พอดีกับรูปร่าง ราคาบัตรโดยสารที่ไม่รวมนำหนักกระเป๋า ความล่าช้าของสายการบิน

4.4 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนของการศึกษาข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านจัดจำหน่าย 2) ด้านการให้บริการสายการบิน 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านราคาโดยสาร และ 5) การส่งเสริมการขาย ซึ่งในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน (ตารางที่ 4.18) ในภาพรวมทั้ง 5 ด้านนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินด้านที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการจัดจำหน่าย โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.88 รองลงมาได้แก่ ด้านราคาโดยสาร โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.72 ด้านส่งเสริมการขาย ด้านการให้บริการของสายการบิน และ ด้านสถานที่ตามลำดับ

ก. ด้านการจัดจำหน่าย

ในส่วนของด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารมากที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำในการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ การต้อนรับของพนักงานต้อนรับ และความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

ข. ด้านการให้บริการสายการบิน

ด้านการให้บริการของสายการบิน ปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบิน คือ ความตรงต่อเวลาของสายการบิน รองลงมา การดูแลรักษากระเป๋าสัมภาระ น้ำหนักกระเป๋าที่สามารถโหลดได้ ความปลอดภัยของสายการบิน การบริการอาหารเครื่องดื่มบนเครื่อง การจองที่นั่งโดยสารล่วงหน้า และการต้อนรับของพนักงานบนเครื่อง

ค. ด้านสถานที่

ด้านสถานที่ ความรวดเร็วในการรับสัมภาระ เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินมากที่สุด รองลงมา ก็คือความสะดวกสบายของสายการบินปลายทาง และการมีห้องรับรองพิเศษสำหรับสมาชิก

ง. ด้านราคาโดยสาร

ด้านราคาโดยสาร ความเหมาะสมของราคาตัวโดยสาร มีอิทธิพลสูงกว่าความเหมาะสมของราคากรณีสัมภาระมีน้ำหนักเกินกว่าที่สายการบินกำหนด

จ. ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบิน ได้แก่ การมีส่วนลดในการจองตั๋วโดยสาร รองลงมา การสะสมยอดเที่ยวบิน/ไมล์เดินทาง และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากสายการบิน

ตารางที่ 4.18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยในการตัดสินใจ	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1. การจัดจำหน่าย						
1.1 ความหลากหลายของช่องทางจัดจำหน่าย	40	162	145	38	15	3.43
1.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ	80	188	104	28	-	3.8
1.3 ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	288	92	20	-	-	4.67
1.4 การต้อนรับของพนักงานต้อนรับ	36	202	139	23	-	3.62
ค่าเฉลี่ยรวม						3.88
2. ด้านการให้บริการของสายการบิน						
2.1 ความตรงต่อเวลาของสายการบิน	268	97	35	-	-	4.58
2.2 ความปลอดภัยของสายการบิน	75	196	68	61	-	3.71
2.3 การดูแลรักษากระเป๋า/สัมภาระ	104	162	130	4	-	3.9
2.4 เจ้าหน้าที่กระเป๋าที่สามารถโหลดได้	96	140	137	20	7	3.74
2.5 การจองที่นั่งโดยสารล่วงหน้า	26	109	223	40	2	3.29
2.6 การบริการอาหาร/เครื่องดื่มบนเครื่อง	47	112	186	48	7	3.36
2.7 การต้อนรับของพนักงานบนเครื่อง	68	106	74	140	12	3.19
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36

ปัจจัยในการตัดสินใจ	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
3. ด้านสถานที่						
3.1 ความรวดเร็วในการรับ สัมภาระ	103	186	92	19	-	3.93
3.2 ความสะอาดสบายของ สนามบินปลายทาง	9	129	202	40	20	3.16
3.3 มีห้องรับรองพิเศษ (lounge) สำหรับสมาชิก	26	56	134	140	44	2.7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.26
4. ด้านราคาโดยสาร						
4.1 ความเหมาะสมของราคาตั๋ว โดยสาร	212	160	20	7	1	4.43
4.2 ความเหมาะสมของราคากรณี สัมภาระน้ำหนักเกินกำหนด	82	38	100	164	16	3.01
ค่ารวมเฉลี่ย						3.72
5. การส่งเสริมการขาย						
5.1 การมีส่วนลดในการจองตั๋ว โดยสาร	164	123	86	25	2	4.1
5.2 การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร สายการบิน	20	31	186	145	18	2.7
5.3 การสะสมยอดเที่ยวบิน/ไมล์ เดินทาง	140	130	77	27	26	3.82
ค่ารวมเฉลี่ย						3.54

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.19 คะแนนเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยในด้านการจัดจำหน่าย	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินตามสายการบิน				
	สายการบิน ไทย	บางกอกแอร์ เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
1. ความหลากหลายของช่องทาง จัดจำหน่าย	3.30	3.78	3.33	3.58	3.58
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.88	3.57	3.92	3.72	3.46
3. ความถูกต้องแม่นยำในการ ให้บริการ	4.77	4.82	4.58	4.54	4.25
4. การต้อนรับของพนักงาน ต้อนรับ	3.45	3.73	3.86	3.64	3.38
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.85	3.97	3.92	3.84	3.66

ที่มา : จากการศึกษา

การศึกษาอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน(ตารางที่ 4.19) ในภาพรวมของผู้โดยสารของสายการบินที่ให้ความสำคัญในด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวม 3.97 รองลงมาได้แก่สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ สายการบินไทย และสายการบิน วัน ทู โก

การเปรียบเทียบในรายละเอียดด้านการจัดจำหน่ายจะพบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศได้ให้อิทธิพลด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องของความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน ซึ่งผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ได้ให้ความสำคัญสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ สายการบินไทย สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน ทู โก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบินในด้านการจัดจำหน่ายของ สายการบินไทย สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ ผู้โดยสารได้ให้อิทธิพล ด้านความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลน้อยที่สุด สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ความรวดเร็วในการให้บริการ ผู้โดยสารเลือกให้มีอิทธิพลน้อยที่สุด และสายการบินวัน ทู โก การต้อนรับของพนักงานต้อนรับ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.20 คะแนนเฉลี่ยด้านการให้บริการของสายการบินจำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยด้านการให้บริการ	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินตามสายการบิน				
	สายการบิน ไทย	บางกอกแอร์ เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
1. ความตรงต่อเวลาของสายการบิน	4.54	4.63	4.54	4.72	4.67
2. ความปลอดภัยของสายการบิน	3.75	3.17	3.90	3.6	3.42
3. การดูแลรักษากระเป๋า / สัมภาระ	3.79	4.02	3.76	4.54	3.83
4. น้ำหนักกระเป๋าที่สามารถ โหลดได้	4.04	3.73	3.43	3.66	3.21
5. การจองที่นั่งโดยสารล่วงหน้า	3.33	3.60	2.90	3.62	3.25
6. การบริการอาหาร/เครื่องดื่ม บนเครื่อง	3.38	4.28	3.28	4.1	2.63
7. การต้อนรับของพนักงานบน เครื่อง	3.28	3.40	3.31	2.72	2.58
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.73	3.83	3.59	3.85	3.37

ที่มา : จากการศึกษา

ในการศึกษาในด้านของการให้บริการของสายการบิน (ตารางที่ 4.20) จะเห็นได้ว่าในภาพรวม ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ได้ให้ความสำคัญในแง่ของการให้บริการสายการบินมากที่สุด โดยที่มี สายการบินบางกอกแอร์เวย์รองลงมา สายการบินไทย สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบิน วัน ทู โก ตามลำดับ

ซึ่งการเปรียบเทียบในรายละเอียดด้านการให้บริการของสายการบิน จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของสายการบินสูงที่สุดได้แก่ ความตรงต่อเวลาของสายการบิน ซึ่งผู้โดยสารทั้ง 5 สายการบิน ได้มีความเห็นที่ตรงกัน แต่หากเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมานั้น สายการบินไทยผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญในด้านของน้ำหนักกระเป๋าที่สามารถโหลดได้ เป็นปัจจัยรองลงมา ในขณะที่ผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญในด้านของการบริการอาหาร / เครื่องดื่มบนเครื่อง สายการบินไทยแอร์เอเชียผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยของสายการบินมาเป็นอันดับสอง และสายการบินนกแอร์ และ สายการบินวัน ทู โก ผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญ ในด้านการดูแลกระเป๋า

สัมภาระมาเป็นปัจจัยรอง และการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการเลือกเดินทางกับสายการบินในด้านการบริการของสายการบินนั้น สายการบินไทย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน ทู โก ผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญในด้านการต้อนรับพนักงานบนเครื่องบินน้อยที่สุด ในขณะที่ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ได้ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของสายการบินน้อยที่สุด และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ผู้โดยสาร ได้ให้ความสำคัญในการจองที่นั่งโดยสารล่วงหน้าน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.21 คะแนนเฉลี่ยด้านสถานที่จำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยด้านสถานที่	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินตามสายการบิน				
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
1. ความรวดเร็วในการรับสัมภาระ	4.01	3.92	3.86	3.96	3.67
2. ความสะอาดสบายของสนามบินปลายทาง	3.32	4.45	3.40	2.82	2.58
3. มีห้องรับรองพิเศษ (lounge) สำหรับสมาชิก	2.55	3.47	1.93	2.36	2.04
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.29	3.95	3.06	3.05	2.76

ที่มา : จากการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินในด้านสถานที่ (ตารางที่ 4.21) นั้น พบว่า ผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ได้ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ สายการบินไทย สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และ สายการบิน วัน ทู โก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของสายการบินในด้านของสถานที่นั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน ผู้โดยสารทั้ง 5 สายการบินมีความเห็นที่ตรงกันคือ การมีห้องบริการรับรองพิเศษสำหรับสมาชิกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของสายการบินน้อยที่สุด แต่ในขณะเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน สายการบินบางกอกแอร์เวย์เป็นสายการบินเดียวที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญในด้านความสะอาดสบายของสนามบินปลายทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด ในขณะที่ 4 สายการบินที่เหลือ

ผู้โดยสารได้ให้ความรวดเร็วในการรับสัมภาระ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน

ตารางที่ 4.22 คะแนนเฉลี่ยด้านราคาจำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยในด้านราคา	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินตามสายการบิน				
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
1.ความเหมาะสมของราคาตัวโดยสาร	4.51	4.2	4.32	4.78	4.58
2.ความเหมาะสมของราคากรณีสัมภาระน้ำหนักเกินกำหนด	2.72	3.47	3.35	2.8	2.92
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.62	3.84	3.84	3.79	3.75

ที่มา : จากการศึกษา

การศึกษาในส่วนต่อมา คือ การศึกษาในด้านของปัจจัยด้านราคา ซึ่งผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ และ ผู้โดยสารสายการบินไทยแอร์เอเชีย ได้ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาสูงที่สุดเท่ากัน 2 สายการบิน โดยมีสายการบินนกแอร์ สายการบิน วัน ทู โก และสายการบินไทยรองลงมาตามลำดับ

ซึ่งการเปรียบเทียบในรายละเอียดของปัจจัยด้านราคา ผู้โดยสารทั้ง 5 สายการบินให้คะแนนไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินในด้านของราคาโดยสารคือ ความเหมาะสมของราคาตัวโดยสาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด ในขณะที่ความเหมาะสมของราคาสัมภาระ กรณีที่น้ำหนักสัมภาระเกินจากที่กำหนดเป็นปัจจัยรองลงมา แต่หากเปรียบเทียบเป็นสายการบิน จะเห็นได้ว่า ผู้โดยสารสายการบิน นกแอร์ ได้ให้ความเหมาะสมของราคาตัวโดยสารสูงที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 4.78 คะแนน และสายการบินบางกอกแอร์เวย์มีคะแนนน้อยที่สุด 4.2 คะแนน

ตารางที่ 4.23 คะแนนเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการขายจำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินตามสายการบิน				
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
1. การมีส่วนลดในการจองตั๋วโดยสาร	3.85	3.82	4.32	4.36	4.29
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารสายการบิน	2.57	2.62	2.89	3.04	2.71
3. การสะสมยอดเที่ยวบิน/ไมล์เดินทาง	3.90	3.63	3.90	3.92	3.33
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.44	3.36	3.70	3.77	3.44

ที่มา : จากการศึกษา

ในส่วนสุดท้ายในการศึกษาอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน คือ ดานส่งเสริมการขาย จะเห็นได้ว่าสายการบินที่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำผู้โดยสารจะให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุด โดยที่ผู้โดยสารสายการบินไทยแอร์เอเชียให้ความสำคัญมากที่สุดรองลงมาได้แก่สายการบินนกแอร์ และสายการบิน วัน ทู โก ในขณะที่ผู้โดยสารของสายการบินปกติ ได้ให้ความสำคัญในด้านของการส่งเสริมการขายน้อยกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ

จากตารางที่ 4.23 จากกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสายการบินในด้านของการส่งเสริมการขาย ผู้โดยสารสายการบินไทย ได้ให้อิทธิพล ในการสะสมยอดเที่ยวบิน / ไมล์เดินทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน ในขณะที่อีก 4 สายการบิน ผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญ ในการมีส่วนลดในการจองตั๋วโดยสารเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน ทั้ง 5 สายการบินผู้โดยสารได้เลือก การประชาสัมพันธ์ข่าวสารสายการบินเป็นปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดในการเลือกใช้บริการสายการบิน

ตารางที่ 4.24 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกสายการบินจำแนกตามสายการบิน

ปัจจัยในการตัดสินใจ	อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินตามสายการบิน				
	สายการบินไทย	บางกอกแอร์เวย์	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วันทูโก
1. ด้านการจัดจำหน่าย	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)
2. ด้านการให้บริการสายการบิน	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	3.59 (มาก)	3.85 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
3. ด้านสถานที่	3.29 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
4. ด้านราคา	3.62 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)
5. ด้านส่งเสริมการขาย	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)

จากการสรุปปัจจัยใน 5 ด้าน (ตารางที่ 4.24) จะเห็นได้ว่าในแต่ละสายการบินผู้โดยสารได้ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินที่แตกต่างกัน โดยที่สายการบินไทย ผู้โดยสารให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด เช่นเดียวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในขณะที่ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ ให้ความสำคัญด้านการให้บริการสายการบินมากที่สุด และผู้โดยสารสายการบิน วัน ทู โก ให้ความสำคัญด้านสถานที่มากที่สุด เนื่องจาก สายการบิน วัน ทู โก สนามบินปลายทาง อยู่ที่สนามบินดอนเมืองนั่นเอง

4.5 ปัจจัยและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้สายการบินตามแบบจำลอง Conditional logit

ในการศึกษาปัจจัยและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้สายการบินของผู้โดยสารชาวไทยในเส้นทาง เชียงใหม่ – กรุงเทพ ผ่านสนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดให้ผู้โดยสารมีทางเลือก 5 ทางเลือก คือ สายการบินไทย สายการบินบางกอกแอร์เวย์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบิน วัน ทู โก และแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาคือแบบจำลอง Conditional logit และยังสามารถทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายการเลือกสายการบินของผู้โดยสารด้วย แบบจำลอง Multinomial Logit โดยที่เดิมทีคาดว่าตัวแปร อาชีพ รายได้ครัวเรือน และวัตถุประสงค์ในการเดินทางจะมีระดับนัยสำคัญที่จะสามารถอธิบายการเลือกสายการบินได้ แต่หลังจากที่ได้ทดสอบด้วยแบบจำลอง Multinomial Logit กลับพบว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวไม่มีระดับนัยสำคัญที่จะอธิบายการเลือกสายการบินได้ จึงได้ตัดตัวแปรอิสระดังกล่าวทิ้งไป

ในการทดสอบในแบบจำลอง Conditional Logit ในแบบจำลองที่ 1 ได้มีการใส่แปรอิสระหรือลักษณะของผู้โดยสาร คือ ตัวแปรอายุ เพศ สถานะภาพ การศึกษา และการจองบัตรโดยสาร และยังมีการใส่ลักษณะของสายการบินคือ จำนวนเที่ยวบินเชียงใหม่ – กรุงเทพ ต่อวัน ราคาบัตรโดยสารในเที่ยวบิน การเป็นสมาชิกสายการบิน การบริการน้ำหนักระเป๋า และ สนามบินปลายทางของสายการบิน

ซึ่งในการทดสอบในแบบจำลอง Conditional Logit ในแบบจำลองที่ 2 นั้น แตกต่างจากแบบจำลองที่ 1 ตรงที่ แบบจำลองที่ 2 ได้ ตัดตัวแปรต่าง ๆ ที่ผลการทดสอบแล้วไม่พบระดับนัยสำคัญทางสถิติ เพราะฉะนั้นในแบบจำลองที่ 2 จึงเหลือเฉพาะตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญจากการทดสอบในแบบจำลองที่ 1 แล้ว

การวิเคราะห์คุณลักษณะของสายการบิน

ในการทดสอบคุณลักษณะของสายการบินด้วยแบบจำลอง Conditional Logit พบว่า ลักษณะสายการบินที่มีระดับนัยสำคัญได้แก่ ตัวแปรราคาบัตรโดยสาร ตัวแปรการเป็นสมาชิก ตัวแปรการโหลดสัมภาระฟรี และ ตัวแปรสนามบินปลายทาง

1. ราคาบัตรโดยสาร

ผลการทดสอบแบบจำลอง Conditional Logit ผลปรากฏว่า ราคาตั๋วโดยสารที่เพิ่มสูงขึ้นมีผลทำให้ผู้โดยสารสายการบินอยากเดินทางน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของอุปสงค์ ถ้าราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความต้องการในสินค้านั้นลดน้อยลง

2. การเป็นสมาชิกสายการบิน

การเป็นสมาชิกของสายการบิน หมายถึง การที่ผู้โดยสารถือบัตรสมาชิก หรือ บัตรสะสมไมล์ ของสายการบินนั้น ๆ ในการเดินทาง ซึ่งผลการทดสอบปรากฏว่า การเป็นสมาชิกสายการบินมีระดับนัยสัมพันธ์ โดยที่ผู้โดยสารที่ถือบัตรสมาชิก หรือ บัตรสะสมไมล์ในสายการบินนั้น มีโอกาสที่จะเลือกเดินทางในสายการบินนั้น ๆ มากกว่าสายการบินที่ไม่ได้ถือบัตรสมาชิก

3. การโหลดสัมภาระฟรี

ในการโหลดสัมภาระฟรีนั้นในการทดสอบในแบบจำลองที่ 1 ผลปรากฏว่า การโหลดสัมภาระฟรีมีความสัมพันธ์ในระดับนัยสำคัญ คือ สายการบินที่มีบริการฟรีน้ำหนักกระเป๋าจะมีโอกาสที่ผู้โดยสารจะเลือกใช้บริการมากกว่าสายการบินที่ไม่มีบริการฟรีการโหลดสัมภาระ แต่ในการทดสอบในแบบจำลองที่ 2 ผลปรากฏว่า ตัวแปรการโหลดน้ำหนักสัมภาระฟรีไม่มีความสัมพันธ์ในระดับนัยสำคัญ

4. สนามบินปลายทาง

สนามบินปลายทางของสายการบินทั้ง 5 สายบิน นั้นสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ สนามบินปลายทางอยู่ที่ สนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินปลายทางอยู่ที่ สนามบินดอนเมือง โดยผลการทดสอบด้วยแบบจำลอง Conditional Logit พบว่า สนามบินปลายทางมีระดับนัยสำคัญ คือ ผู้โดยสารชอบที่จะเดินทางไปยังสนามบินดอนเมือง มากกว่าสนามบินสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 4.25 การประมาณค่าแบบจำลอง Conditional Logit ของผู้โดยสารชาวไทย

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2	
	ค่าสัมประสิทธิ์	P-value	ค่าสัมประสิทธิ์	P-value
สายการบินไทย				
เพศชาย	0.956**	0.041	0.0630**	0.004
อายุ	0.074***	0.009	0.015**	0.051
สมรส	0.501	0.345	-	-
เงินเดือน	0.000	0.124	-	-
การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	1.486**	0.038	0.755***	0.001
ช่องทางอินเทอร์เน็ต	-0.021	0.969	-	-
บางกอกแอร์เวย์				
เพศชาย	0.330	0.507	-	-
อายุ	0.040	0.162	-	-
สมรส	-1.183**	0.055	-1.152***	0.003
เงินเดือน	0.000	0.173	-	-
การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	1.016	0.175	-	-
ช่องทางอินเทอร์เน็ต	0.590	0.316	-	-
ไทยแอร์เอเชีย				
เพศชาย	0.032	0.945	-	-
อายุ	0.008	0.732	-	-
สมรส	-0.057	0.917	-	-
เงินเดือน	4.79	0.714	-	-
การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	0.919	0.213	-	-
ช่องทางอินเทอร์เน็ต	1.717***	0.002	1.459***	0.000
นกแอร์				
เพศชาย	0.170	0.739	-	-

ตารางที่ 4.25 (ต่อ) การประมาณค่าแบบจำลอง Conditional Logit ของผู้โดยสารชาวไทย

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2	
	ค่าสัมประสิทธิ์	P > Z	ค่าสัมประสิทธิ์	P > Z
อายุ	0.036	0.161	-	-
สมรส	0.436	0.455	-	-
เงินเดือน	0.000	0.129	-	-
การศึกษาสูงกว่า	0.524	0.501	-	-
ปริญญาตรี	1.138**	0.055	1.311***	0.000
ช่องทางอินเทอร์เน็ต				
ลักษณะสายการบิน				
ราคาบัตรโดยสาร	-0.008	0.021	-0.001***	0.007
การเป็นสมาชิก	1.628	0.000	1.570***	0.000
การโหลดสัมภาระ	1.100	0.020	-	-
ฟรี	0.450	0.298	-	-
จำนวนเที่ยวบิน	-2.544	0.037	-1.712***	0.000
สนามบินปลายทาง				
Pseudo R2	0.2776		0.2454	

ที่มา : จากการประมาณค่า

* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.10 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05 *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.01

ตัวแปรตาม = ทางเลือกของผู้โดยสารในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินโดยกำหนดให้

Airlines = 1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทย

Airlines = 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์

Airlines = 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย

Airlines = 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายบินนกแอร์

Airlines = 5 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายบิน วัน ทู โก

กำหนดให้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายบิน วัน ทู โก Airlines = 5 เป็น Baseline Category

จากการศึกษาพบว่าค่า Pseudo R-squared เท่ากับ 0.2454 หมายถึงแบบจำลองข้างต้นสามารถอธิบายเหตุการณ์การเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารสายการบินได้พอสมควร

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Conditional Logit เพื่อหาปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจเลือกสายการบิน และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินจากตาราง 4.25 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผู้โดยสารที่เป็นเพศชายจะเลือกเดินทางกับสายการบินไทยมากที่สุด เมื่อเทียบกับสายการบินอื่น ๆ ซึ่งเป็นเพราะเพศชายเป็นเพศที่ให้ความสำคัญด้านราคาน้อยกว่าเพศหญิง และ ความสะดวกสบายของสนามบินปลายทางสุวรรณภูมิในการเดินทางไปรับสัมภาระ หรือ การเดินทางเข้าเมืองไม่เป็นอุปสรรคต่อเพศชาย

ผู้โดยสารที่มีอายุมากจะเลือกใช้บริการสายการบินไทยมากที่สุด เป็นเพราะผู้โดยสารที่มีอายุมากต้องการการบริการที่ดี ความปลอดภัย และได้มาตรฐาน ซึ่งสายการบินไทยสามารถให้การบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าระดับปริญญาตรีเลือกเดินทางกับสายการบินไทยมากที่สุด ด้วยเพราะค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงกว่าสายการบินอื่น ๆ ประกอบกับรายได้ของผู้ที่จบการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีจึงไม่เป็นปัญหาในเรื่องของการรับผิดชอบในการเดินทาง

ผู้โดยสารที่โสดจะเลือกเดินทางกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์้มากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะความสะดวกสบาย และ คล่องตัวในการเดินทาง เนื่องจากเวลาของเที่ยวที่ให้บริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์จะออกในเวลาเช้าที่สุดเมื่อเทียบกับสายการบินอื่นๆ เพราะฉะนั้นผู้โดยสารที่โสดอาจต้องการความคล่องสูง กว่าผู้โดยสารที่เดินทางเป็นครอบครัว

ผู้โดยสารที่นิยมการของบัตรโดยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะนิยมเลือกเดินทางกับสายการบินแอร์เอเชีย ซึ่งเป็นเพราะราคาตั๋วโดยสารในช่วงส่งเสริมการขายนั้น ทางสายการบินจะบังคับให้ทำการจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เท่านั้น

ผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ก็เป็นผู้โดยสารที่นิยมการจองบัตรโดยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเช่นกันแต่ อาจจะไม่มากเท่าสายการบินแอร์เอเชีย เนื่องจากการจองตั๋วโดยสารในช่วงส่งเสริมการขายนั้น สายการบินนกแอร์สามารถจองผ่านระบบ Call Center ได้อีกทางหนึ่งด้วย