

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้โดยสารสัญชาติไทยที่มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ห้องผู้โดยสารขาออกภายในประเทศ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จำนวน 3 สายการบินคือสายการบินวันทูโก สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.33 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 47.67 อายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 45.00 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 36.67 การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 63.67 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 21.33 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.00 รองลงมาเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 20.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-25,000 บาท ร้อยละ 39.67 รองลงมาคือระหว่าง 25,001-40,000 บาท ร้อยละ 25.67

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามคือปฏิบัติงานของบริษัท ร้อยละ 31.67 รองลงมาคือไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 26.00 ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำปีละไม่เกิน 3 ครั้ง ร้อยละ 41.00 รองลงมาคือเดินทางประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 24.33 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง

1,251-1,500 บาท ร้อยละ 58.67 รองลงมาคือระหว่าง 1,501-1,700 บาท ร้อยละ 20.33 ก่อนที่จะมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 29.33 รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 26.67 สายการบินต้นทุนต่ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการบ่อยครั้งที่สุดอันดับหนึ่งคือสายการบินวันทูโก อันดับสองคือสายการบินนกแอร์ และอันดับสามคือสายการบินแอร์เอเชีย

สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลข่าวสารของสายการบินต้นทุนต่ำคือโทรทัศน์/วิทยุ ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือเว็บไซต์ ร้อยละ 46.67 สำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารจากสำนักงานขายในท่าอากาศยาน ร้อยละ 37.67 รองลงมาคือจากเว็บไซต์ ร้อยละ 28.67 ผู้ตอบแบบสอบถามชำระค่าโดยสารโดยใช้เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือชำระโดยบัตรเครดิตทางเว็บไซต์ ร้อยละ 26.33 ผู้ที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 76.33 รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 16.00

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่**

**2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้านในระดับมาก โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

#### **ด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร มีช่วงเวลาของเที่ยวบินเหมาะสม สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสารได้ มีจำนวนเที่ยวบินต่อวันเพียงพอ อายุการใช้งานของเครื่องบิน ความน่าเชื่อถือของผู้บริหารและวัฒนธรรมองค์กร และขนาด/ความสะดวกสบายของที่นั่งบนเครื่องบินในระดับมาก ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายเครื่องดื่ม/ของว่าง/ของที่ระลึกบนเครื่องบิน ให้ความสำคัญในระดับน้อย

### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาของเครื่องคั่ว/ของว่าง/ของที่ระลึกบนเครื่องบินมีความเหมาะสม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับมาก

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนและการบอกเล่าจากบุคคลที่รู้จัก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

### ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับมาก

### ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับมาก

### ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของห้องโดยสารและที่นั่งภายในเครื่องบิน บรรยากาศภายในเครื่องบิน สภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบิน และเครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

## 2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

### จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพได้แก่การให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นนักเรียนหรือนักศึกษาได้แก่มีช่วงเวลาของเที่ยวบินเหมาะสม ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชนได้แก่อัตราค่าโดยสารต่ำกว่าสายการบินอื่น ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก สำหรับนักเรียนหรือนักศึกษา และเจ้าของธุรกิจส่วนตัวได้แก่มีการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับนักเรียนหรือนักศึกษาได้แก่มีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ สำหรับข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของธุรกิจส่วนตัวได้แก่ที่ตั้งของสำนักงานขายในท่าอากาศยานห่างไกล สะดวก และสำหรับลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชนได้แก่มีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพได้แก่มีการส่งเสริมการขายเช่นสามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นนักเรียนหรือนักศึกษาได้แก่มีศูนย์บริการลูกค้าเพื่อบริการสอบถามข้อมูล ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพได้แก่นักบินมีความชำนาญและมีประสบการณ์การบินสูง ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นนักเรียนหรือนักศึกษาได้แก่พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพได้แก่เที่ยวบิน

ออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและเท่ากันสำหรับนักเรียนหรือนักศึกษาได้แก่มีการประกาศเตือนเมื่อเที่ยวบินจะออกเดินทางหรือแจ้งเที่ยวบินล่าช้าอย่างชัดเจน เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา และการขึ้นเครื่องบินเป็นไปอย่างเรียบร้อยและรวดเร็ว ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพได้แก่ความสะดวกของห้องโดยสารและห้องน้ำภายในเครื่องบิน ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นนักเรียนหรือนักศึกษาได้แก่บรรยากาศภายในเครื่องบิน ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

#### จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ได้แก่การให้ความสำคัญคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-40,000 บาทได้แก่มีช่วงเวลาของเที่ยวบินเหมาะสม ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ได้แก่อัตราค่าโดยสารต่ำกว่าสายการบินอื่น ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทได้แก่มีการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ได้แก่ที่ตั้งของสำนักงานขายในท่าอากาศยานหางาย สะดวก ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทได้แก่มีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ตและมีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ได้แก่

มีการส่งเสริมการขายเช่นสามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และสำหรับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ขึ้นไป ได้แก่ นักบินมีความชำนาญและมีประสบการณ์การบินสูง ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ได้แก่ เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ 40,001 ขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-40,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ ได้แก่ ความสะอาดของห้องโดยสารและที่นั่งภายในเครื่องบิน ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ได้แก่ สภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบิน ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

#### **จำแนกตามความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำ**

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่เดินทางเดือนละ 1 ครั้งหรือมากกว่าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทาง ได้แก่ การให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและเท่ากันสำหรับผู้เดินทางประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง และประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง ได้แก่ มีช่วงเวลาของเที่ยวบินเหมาะสมและการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทาง ได้แก่ อัตราค่าโดยสารต่ำกว่าสายการบินอื่น ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้เดินทางประมาณเดือนละ 1 ครั้งหรือมากกว่าได้แก่มีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ สำหรับผู้เดินทางประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง และปีละไม่เกิน 3 ครั้งได้แก่ที่ตั้งของสำนักงานขายในท่าอากาศยานทางชาย สะดวก และสำหรับผู้เดินทางประมาณ 3 เดือนต่อครั้งได้แก่มีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางได้แก่มีการส่งเสริมการขายเช่น สามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับความถี่ในการเดินทางได้แก่นักบินมีความชำนาญและมีประสบการณ์การบินสูง ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นผู้เดินทางประมาณ 3 เดือนต่อครั้งได้แก่พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางได้แก่เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ซึ่งผู้เดินทางเดือนละ 1 ครั้งหรือมากกว่า และประมาณ 2 เดือนต่อครั้งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้เดินทางประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง และปีละไม่เกิน 3 ครั้งให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางเดือนละ 1 ครั้งหรือมากกว่าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับความถี่ในการเดินทางได้แก่ความสะดวกของห้องโดยสารและห้องนํ้าภายในเครื่องบิน ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

### ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือช่วงเวลาของเที่ยวบินไม่เหมาะสม ร้อยละ 88.33 รองลงมาคือจำนวนเคาน์เตอร์เช็คอินไม่เพียงพอ ร้อยละ 87.00 และจำนวนเที่ยวบินต่อวันไม่เพียงพอ ร้อยละ 86.67

#### ด้านราคา

ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ไม่ชัดเจน ร้อยละ 83.33 รองลงมาคืออัตราค่าโดยสารสูงกว่าสายการบินอื่น ร้อยละ 78.00 และราคาของเครื่องดื่ม/ของว่าง/ของที่ระลึกบนเครื่องบินไม่เหมาะสม ร้อยละ 76.67

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ไม่ได้เนื่องจากสายไม่ว่างหรือไม่มีผู้รับสาย ร้อยละ 73.33 รองลงมาคือที่ตั้งของสำนักงานขายนอกท่าอากาศยานหายาก อยู่ในทำเลไม่สะดวก ร้อยละ 70.67 และสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ตไม่ได้เนื่องจากระบบมีปัญหา ร้อยละ 69.00

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือการให้ข่าวสารไม่ต่อเนื่อง ชัดเจน ร้อยละ 85.00 รองลงมาคือมีการโฆษณาไม่ตรงกับความเป็นจริง ร้อยละ 80.00 และไม่สามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารล่วงหน้า ร้อยละ 78.67

#### ด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือจำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ ร้อยละ 63.00 รองลงมาคือพนักงานที่ให้บริการไม่ใช่คนไทย สื่อสารลำบาก ร้อยละ 53.33 นักบินขาดความชำนาญและประสบการณ์ในการบินและพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหยาศัยไม่ดี ร้อยละ 51.00

#### ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือเที่ยวบินล่าช้า ไม่ตรงตามกำหนดเวลา ร้อยละ 91.33 รองลงมาคือการรอรับสัมภาระปลายทางใช้เวลานาน ร้อยละ 87.67 และการเช็คอินใช้เวลานาน ร้อยละ 83.67

### ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือสภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบินเก่าหรือชำรุด ร้อยละ 72.00 รองลงมาคือห้องโดยสารและห้องน้ำภายในเครื่องบินไม่สะอาด ร้อยละ 68.33 และและสำนักงานขายในท่าอากาศยานไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม ร้อยละ 53.33

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาโดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ แนวคิดคุณภาพการให้บริการ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ได้ดังนี้

#### แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

จากแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน (กฤษณา รัตนพฤกษ์, 2545: 16-17) ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิดดังกล่าวได้ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากได้แก่การให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร มีช่วงเวลาของเที่ยวบินเหมาะสม สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสารได้ มีจำนวนเที่ยวบินต่อวันเพียงพอ อายุการใช้งานของเครื่องบิน ความน่าเชื่อถือของผู้บริการและวัฒนธรรมองค์กร และขนาด/ความสะดวกสบายของที่นั่งบนเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับรูปลักษณะทางกายภาพของสินค้า ระดับคุณภาพ และอุปกรณ์ประกอบ

#### ด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากได้แก่อัตราค่าโดยสารต่ำกว่าสายการบินอื่น มีการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด และค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนหรือคืนบัตรโดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านราคาที่เกี่ยวข้องกับความแตกต่างของราคาจากคู่แข่ง และเงื่อนไขการชำระเงิน

### ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากได้แก่ที่ตั้งของสำนักงานขายในท่าอากาศยานหางาย สะดวก มีการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต และจากสำนักงานขายตามลำดับ และที่ตั้งของสำนักงานขายนอกท่าอากาศยานหางาย สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวกับประเภทของช่องทาง และทำเลที่ตั้ง

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากได้แก่มีการส่งเสริมการขายเช่นสามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ มีศูนย์บริการลูกค้าเพื่อบริการสอบถามข้อมูล และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/ป้ายโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวกับส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย

### ด้านบุคลากร

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากได้แก่นักบินมีความชำนาญและประสบการณ์การบินสูง พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี พนักงานที่ให้บริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้ พนักงานที่ให้บริการแต่งกายและพุดจาสุภาพ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ และนักบินหรือพนักงานต้อนรับเป็นคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านบุคลากรที่ว่าพนักงานหมายถึงผู้ให้บริการ มีการคัดเลือก ฝึกอบรม จูงใจ ให้อำนาจ และทำงานเป็นทีมในการให้บริการลูกค้า

### ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดได้แก่เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากได้แก่การสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทำได้หลายวิธี มีการประกาศเตือนเมื่อเที่ยวบินจะออกเดินทางหรือแจ้งเที่ยวบินล่าช้าอย่างชัดเจน การชำระค่าโดยสารทำได้หลายวิธี การเช็คอินรวดเร็ว การขึ้นเครื่องบินเป็นไปอย่างเรียบร้อยและรวดเร็ว การรองรับสัมภาระปลายทางไม่ใช้เวลานาน และมีการสาธิตวิธีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ บนเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านกระบวนการให้บริการที่หมายถึงการเคลื่อนย้ายกิจกรรมขั้นตอนในการบริการ และการเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องของลูกค้า

### ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากได้แก่ความสะดวกของห้องโดยสารและห้องน้ำภายในเครื่องบิน บรรยากาศบนเครื่องบิน สภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบิน และเครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่หมายถึงการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ และการแต่งกายของพนักงาน

นอกจากนี้ ผลศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านเที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร และนักบินมีความชำนาญและมีประสบการณ์การบินสูง ในขณะที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการเครื่องดื่มและของว่างบนเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับฉันทลักษณ์ มงคล เรื่อง “โลว์คอสต์ แอร์ไลน์ของดีราคาไม่แพง ของถูกที่ไม่ด้อยคุณภาพ” (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547: ออนไลน์) ที่สรุปได้ว่าธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำมีต้นทุนเป็นตัวกำหนดจุดยืนที่มุ่งเน้นให้บริการตามมาตรฐานการบิน กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการจะใช้บริการสายการบินเพื่อเป็นเพียงยานพาหนะในการเดินทางไปให้ถึงที่หมายด้วยความปลอดภัยในเวลาอันรวดเร็ว ไม่ได้สนใจหรือคาดหวังบริการด้านอื่นเท่าใดนัก

### แนวคิดคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการมีลักษณะ 10 ประการได้แก่การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546: 437-440) ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการข้างต้น โดย การเข้าถึงลูกค้าได้แก่ การสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสาร รวมทั้งการชำระค่าโดยสารทำได้หลายวิธี ที่ตั้งของสำนักงานขายทั้งในและนอกท่าอากาศยานหางาย สะดวก การติดต่อสื่อสารได้แก่มีการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด มีการประกาศเตือนเมื่อเที่ยวบินจะออกเดินทางหรือแจ้งเที่ยวบินล่าช้าอย่างชัดเจน ความสามารถได้แก่นักบินมีความชำนาญและมีประสบการณ์การบินสูง พนักงานที่ให้บริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้ ความสุภาพได้แก่พนักงานที่ให้บริการแต่งกายและพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี ความน่าเชื่อถือได้แก่ความน่าเชื่อถือของผู้บริการและวัฒนธรรมองค์กร ความไว้วางใจได้แก่การให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา การตอบสนองลูกค้าได้แก่การเช็คอินและการรอรับสัมภาระปลายทางรวดเร็ว ไม่ใช้เวลานาน การขึ้นเครื่องบินเป็นไปอย่างเรียบร้อย

และรวดเร็ว ความปลอดภัยได้แก่มีการสาธิตวิธีใช้อุปกรณ์ต่างๆ บนเครื่องบิน การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักได้แก่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/ป้ายโฆษณา มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และการเข้าใจและรู้จักลูกค้าได้แก่มีศูนย์บริการลูกค้าเพื่อบริการสอบถามข้อมูล

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง
2. ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในระดับน้อยคือมีการจำหน่ายเครื่องดื่ม/ของว่าง/ของที่ระลึกบนเครื่องบิน
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีช่วงเวลาของเที่ยวบินเหมาะสม ในขณะที่สำหรับอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร
4. ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับนักเรียนหรือนักศึกษาในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพได้แก่มีศูนย์บริการลูกค้าเพื่อบริการสอบถามข้อมูล พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี และบรรยากาศภายในเครื่องบิน ตามลำดับ ในขณะที่สำหรับอาชีพอื่นๆ ได้แก่มีการส่งเสริมการขายเช่นสามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า นักบินมีความชำนาญและมีประสบการณ์การบินสูง และความสะอาดของห้องโดยสารและห้องน้ภายในเครื่องบิน ตามลำดับ
5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านเที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลาในระดับมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ในการให้บริการดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยเฉพาะในด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยรวมสูง
2. นักเรียนหรือนักศึกษาเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความต้องการค่อนข้างแตกต่างจากผู้ใช้บริการอาชีพอื่นๆ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา เพื่อสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้
3. ผู้ประกอบการควรวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับส่วนประสมการตลาดบริการดังต่อไปนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในด้านการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร ผู้ประกอบการควรมีการแจ้งเงื่อนไขการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินให้ผู้โดยสารได้รับทราบ อาทิเช่น ลงรายละเอียดของการให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินในแผ่นพับ หรือแจ้งให้ทราบทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งควรพิจารณาถึงความเหมาะสมในการเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสาร และช่วงเวลาของเที่ยวบิน เพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจใช้บริการของผู้โดยสาร

**ปัจจัยด้านราคา** ควรให้ความสำคัญในการกำหนดอัตราค่าโดยสาร ค่าใช้จ่ายอื่นๆ และค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนหรือคืนบัตรโดยสารให้เหมาะสม มีการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการของผู้โดยสาร

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ควรให้ความสำคัญในด้านการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ที่ตั้งของสำนักงานขายทั้งในและนอกท่าอากาศยานต้องอยู่ในทำเลที่หาง่ายและสะดวกในการใช้บริการของผู้โดยสาร จัดเตรียมคู่มือสายโทรศัพท์และพนักงานรับสายให้มีจำนวนเพียงพอเพื่อแก้ปัญหาที่ผู้โดยสารพบมากที่สุดในการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ที่ไม่ได้เนื่องจากสายไม่ว่างหรือไม่มีผู้รับสาย นอกจากนี้ควรปรับปรุงและพัฒนาระบบการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ตให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้โดยสาร

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรให้ความสำคัญในการแจ้งจำนวนบัตรโดยสารหรือจำนวนที่นั่งที่ผู้โดยสารสามารถสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารในราคาพิเศษในแต่ละเที่ยวบินอย่างชัดเจน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ควรมีการพัฒนาโดยการอบรมเพิ่มพูนความรู้แก่พนักงานที่ให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้โดยสารเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสาร

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ควรมีการพัฒนาระบบงานและการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการด้านการสำรองที่นั่ง การเช็คอินและรอรับสัมภาระปลายทาง การขึ้นเครื่องบิน รวมทั้งการสำรองที่นั่งและการชำระค่าโดยสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร

**ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ** ควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของห้องโดยสารและห้องน้ำ บรรยากาศภายในห้องโดยสาร และดูแลสภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบินให้อยู่ในสภาพที่ดี เพื่อให้เกิดคุณภาพบริการที่ผู้โดยสารสัมผัสได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved