

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศและปัญหาในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

1.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20-30 ปีมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 และมีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมามีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 และมีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 รองลงมามีอาชีพ รับราชการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และมีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทมากที่สุดจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เป็นจำนวน 72

คน คิดเป็นร้อยละ 24 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เป็นจำนวน 52 คน
คิดเป็นร้อยละ 17.33

1.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทาง	พฤติกรรมการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม
1. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	<ul style="list-style-type: none"> ● การบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) ร้อยละ 51.33 ● เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพ ร้อยละ 95.00
2. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	<ul style="list-style-type: none"> ● สาเหตุในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศเพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง ร้อยละ 76.33 ● วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 31.33
3. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	<ul style="list-style-type: none"> ● ตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเอง ร้อยละ 48.01
4.) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	<ul style="list-style-type: none"> ● ความถี่ในการเดินทางน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 39.33 ● เดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา ร้อยละ 30.88 ● เดินทางในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 44.00 ● ใช้เวลารอคอยที่สนามบินก่อนขึ้นเครื่อง 1-2 ชม. ร้อยละ 60.33
5.) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	<ul style="list-style-type: none"> ● วิธีการสำรองที่หรือซื้อตั๋วเครื่องบินจะเดินทางไปสำนักงานขายของสายการบินด้วยตนเอง ร้อยละ 37.89
6.) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	<ul style="list-style-type: none"> ● ระยะเวลาในการซื้อตั๋วล่วงหน้า 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 39.33 ● เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ คือ ราคา ร้อยละ 70.00 ● แหล่งหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.66

1.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถามสำหรับพฤติกรรมการเดินทาง	พฤติกรรมการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม
6.) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	<ul style="list-style-type: none"> • รับทราบข้อมูลข่าวสารของสายการบินทางเว็บไซต์ ร้อยละ 39.00 • ชำระเงินค่าตัวเครื่องบินด้วยเงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 75.00 • ความพอใจภายหลังจากการให้บริการสายการบินภายในประเทศอยู่ในระดับพอใจ ร้อยละ 63.67

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางโดยสายการบินของการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) ร้อยละ 51.33 ในเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯ ร้อยละ 95.00

โดยสาเหตุในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศเพื่อความรวดเร็วในการเดินทางร้อยละ 30.09 เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 31.33

ผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเอง ร้อยละ 48.01 โดยมากแล้วจะเดินทางน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 39.33 นิยมเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา ร้อยละ 30.88 โดยเดินทางในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 44.00 ใช้เวลารอคอยที่สนามบินก่อนขึ้นเครื่อง 1-2 ชม. ร้อยละ 60.33

ผู้ตอบแบบสอบถามจะสำรองที่หรือซื้อตั๋วเครื่องบินโดยเดินทางไปสำนักงานขายของสายการบินด้วยตนเอง ร้อยละ 37.89 สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ คือ ราคา ร้อยละ 70.00 โดยจะหาข้อมูลการเดินทางหรือข้อมูลของสายการบินทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.66 และรับทราบข้อมูลข่าวสารของสายการบินทางเว็บไซต์ ร้อยละ 39.00 ซึ่งระยะเวลาในการซื้อตั๋วล่วงหน้า 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 39.33 โดยชำระเงินค่าตัวเครื่องบินด้วยเงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 75.00 และมีความพอใจภายหลังจากการให้บริการสายการบินภายในประเทศอยู่ในระดับพอใจ ร้อยละ 63.67

1.3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยมีผลในระดับมากต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง

1.4) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบบ่อยในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ คือ เที่ยวบินล่าช้า เป็นจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 33.11 รองลงมาคือการรอสัมภาระปลายทางใช้เวลานาน เป็นจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 20.36 และการยกเลิกเที่ยวบินเป็นจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 11.26

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบิน ภายในประเทศ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศและ ปัญหาในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ จำแนกตามผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง

2.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองเป็นดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 34.36 และเพศหญิงจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 65.64
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปีมากที่สุดจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 45.81 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปีเป็นจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.35 และมีอายุ 41-50 ปีเป็นจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.42
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.82 และการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช.เป็นจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.37
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 รองลงมา มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.03 และมีอาชีพรับราชการเป็นจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.59
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มากที่สุดเป็นจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.55 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท เป็นจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.11 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.18

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริษัทหรือต้นสังกัดเป็นผู้ชำระค่าเดินทางเป็นดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 53.42 และเพศหญิงจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 46.58
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปีมากที่สุด เป็นจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปีเป็นจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 และมีอายุ 41-50 ปีเป็นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 17.81

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 54.79 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 และการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.เป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.59
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 49.32 รองลงมามีอาชีพรับราชการเป็นจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.96
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 19.18 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เป็นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 17.81

2.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามได้ผลการศึกษาดังนี้

พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ	ผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง	
	ตนเอง	บริษัท/ต้นสังกัด
1.) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) สายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทาง เส้นทางที่นิยมเดินทาง	การบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) ร้อยละ 47.58 เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯ ร้อยละ 94.27	การบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) ร้อยละ 63.01 เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯ ร้อยละ 97.26
2.) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ(Why does the consumer buy?) สาเหตุในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	เพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง ร้อยละ 74.01 ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 40.97	เพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง ร้อยละ 83.56 ไปประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัท ร้อยละ 76.71

2.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ	ผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง	
	ตนเอง	บริษัท/ต้นสังกัด
3.) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเอง ร้อยละ 47.92	ตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเอง ร้อยละ 48.31
4.) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) ความถี่ในการเดินทาง(ครั้งต่อปี)	น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 40.09	น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 36.99
ช่วงเวลาในการเดินทาง	ช่วง เวลา 9.00-11.59 นาฬิกา ร้อยละ 30.84	ช่วง เวลา 9.00-11.59 นาฬิกา ร้อยละ 28.77
วันที่นิยมเดินทาง	วันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 45.37	วันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 39.73
ช่วงเวลารอคอยอยู่ที่สนามบิน	1-2 ชม. ร้อยละ 61.23	1-2 ชม. ร้อยละ 57.53
5.) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) วิธีการสำรองที่หรือซื้อตั๋วเครื่องบิน	ไปที่สำนักงานขายของสายการบินด้วยตนเอง ร้อยละ 37.89	โทรศัพท์ไปที่สำนักงานขายของสายการบิน ร้อยละ 32.88
6.) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ระยะเวลาในการซื้อตั๋วล่วงหน้า	1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 41.41	น้อยกว่า 1 สัปดาห์ร้อยละ 41.10

2.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ	ผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง	
	ตนเอง	บริษัท/ต้นสังกัด
6.) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)		
เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ	ราคา ร้อยละ 70.92	ราคา ร้อยละ 67.12
แหล่งที่ใช้หาข้อมูล	แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.57	แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 36.17
สื่อในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของสายการบิน	เว็บไซต์ ร้อยละ 39.65	โทรทัศน์หรือวิทยุ ร้อยละ 41.09
วิธีการชำระเงินค่าตั๋วเครื่องบิน	เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 77.53	เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 67.12
ความพอใจภายหลังจากการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ	ระดับพอใจ ร้อยละ 62.11	ระดับพอใจ ร้อยละ 68.49

ลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองและชำระโดยบริษัทหรือต้นสังกัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันคือ

- ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการของการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class)
- ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางในเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯ
- ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางโดยเครื่องบินด้วยสาเหตุ คือ เพื่อความรวดเร็ว
- ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินด้วยตนเอง
- ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี
- ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา วันเสาร์-อาทิตย์

- ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลารอคอยอยู่ที่สนามบินประมาณ 1-2 ชั่วโมง
- ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เกณฑ์ราคาในการเลือกใช้บริการมากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- ผู้ตอบแบบสอบถามชำระเงินค่าตัวเครื่องบินด้วยเงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการในระดับ พอใจ

ลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองและชำระ โดยบริษัทหรือต้นสังกัดส่วนที่มีความแตกต่างกัน คือ

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางโดยบริษัทหรือต้นสังกัดจะเดินทางเพื่อไปประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัท
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยตนเองจะสำรองที่นั่ง โดยไปที่สำนักงานขายของสายการบิน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางโดยบริษัทหรือต้นสังกัดจะโทรศัพท์ไปที่สำนักงานขายของสายการบินเพื่อสำรองที่นั่ง
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยตนเองจะซื้อล่วงหน้า 1-2 สัปดาห์ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางโดยบริษัทหรือต้นสังกัดจะซื้อล่วงหน้าน้อยกว่า 1 สัปดาห์
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยตนเองจะทราบข้อมูลสายการบินจากเว็บไซต์ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางโดยบริษัทหรือต้นสังกัดจะทราบจากโทรทัศน์หรือวิทยุ

2.3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้รับผิดชอบในการชำระค่าเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองและผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าโดยสาร โดยบริษัทหรือต้นสังกัดให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยในระดับมากในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง

2.4) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองและชำระค่าโดยสาร โดยบริษัทหรือต้นสังกัดไม่แตกต่างกัน โดยพบปัญหาเที่ยวบินล่าช้ามากที่สุด รองลงมาคือ การรอสัมภาระปลายทางใช้เวลานาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศและปัญหาในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ จำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ใช้บริการ

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติเป็นดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 และเพศหญิงจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 61.27
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปีมากที่สุดจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 41.06 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปีเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 26.01 และมีอายุ 41-50 ปีเป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.03
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 56.65 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 24.28 และ การศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช.เป็นจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.09
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดเป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 29.48 รองลงมา มีอาชีพรับราชการเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 22.54 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มากที่สุดเป็นจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เป็นจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 20.23 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.34

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำเป็น
ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 39.37 และเพศหญิงจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 60.63
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปีมากที่สุดเป็นจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 45.67 รองลงมามีอายุ 31-40 ปีเป็นจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.41 และมีอายุ 41-50 ปีเป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.32
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 66.93 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 20.47 และการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช.เป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.72
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับราชการมากที่สุดเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 25.98 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 22.05
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมากที่สุดเป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทเป็นจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.32

3.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการได้ผลการศึกษาดังนี้

พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ	สายการบิน	
	ราคาปรกติ	ต้นทุนต่ำ
1.) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เส้นทางที่นิยมเดินทาง	เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพ ร้อยละ 92.49	เส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพ ร้อยละ 98.43

3.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ	สายการบิน	
	ราคาปกติ	ต้นทุนต่ำ
2.) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) สาเหตุในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	เพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง ร้อยละ 77.45 ไปประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัท ร้อยละ 32.37	เพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง ร้อยละ 74.80 ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 40.16
3.) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเอง ร้อยละ 46.70	ตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเอง ร้อยละ 49.70
4.) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) ความถี่ในการเดินทาง(ครั้งต่อปี) ช่วงเวลาในการเดินทาง วันที่นิยมเดินทาง ช่วงเวลารอคอยอยู่ที่สนามบิน	น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 42.20 ช่วง เวลา 9.00-11.59 นาฬิกา ร้อยละ 31.79 วันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 40.46 1-2 ชม. ร้อยละ 59.54	น้อยกว่า 3 ครั้ง และ ปีละ 3-6 ครั้ง ร้อยละ 35.43 ช่วง เวลา 9.00-11.59 นาฬิกา ร้อยละ 28.35 วันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 48.82 1-2 ชม. ร้อยละ 61.42
5.) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) วิธีการสำรองที่หรือซื้อตั๋วเครื่องบิน	ไปที่สำนักงานขายของสายการบิน ร้อยละ 35.84	โทรศัพท์ไปที่สำนักงานขาย ร้อยละ 33.07

3.2) พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ	สายการบิน	
	ราคาปรกติ	ต้นทุนต่ำ
6.) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)		
ระยะเวลาในการซื้อตั๋วล่วงหน้า	1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 41.41	น้อยกว่า 1 สัปดาห์ร้อยละ 41.10
เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ	การบริการที่ดี ร้อยละ 63.58	ราคา ร้อยละ 85.83
แหล่งที่ใช้หาข้อมูล	แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 63.00	แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 66.93
สื่อในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของสายการบิน	โทรทัศน์หรือวิทยุ ร้อยละ 36.99	เว็บไซต์ ร้อยละ 46,45
วิธีการชำระเงินค่าตัวเครื่องบิน	เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 81.98	เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย ร้อยละ 65.63
ความพอใจภายหลังจากการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ	ระดับพอใจ ร้อยละ 63.01	ระดับพอใจ ร้อยละ 64.57

ลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติและสายการบินต้นทุนต่ำส่วนที่ไม่แตกต่างกัน คือ

- ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางในเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯ
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุในการเดินทางโดยเครื่องบินเพื่อความรวดเร็ว
- ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินด้วยตนเอง
- ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี

- ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา วันเสาร์-อาทิตย์
- ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลารอคอยอยู่ที่สนามบินประมาณ 1-2 ชั่วโมง
- ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- ผู้ตอบแบบสอบถามชำระเงินค่าตัวเครื่องบินด้วยเงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจหลังใช้บริการในระดับ พอใจ

ลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติและสายการบินต้นทุนต่ำส่วนที่มีความแตกต่างกัน คือ

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติเดินทางเพื่อไปประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัท แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะเดินทางเพื่อไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติจะสำรองที่โดยไปที่สำนักงานขายของสายการบิน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะโทรศัพท์ไปที่สำนักงานขายของสายการบินเพื่อสำรองที่นั่ง
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติจะซื้อล่วงหน้า 1-2 สัปดาห์ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะซื้อล่วงหน้าน้อยกว่า 1 สัปดาห์
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติจะพิจารณาเลือกสายการบินจากการบริการที่ดี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะพิจารณาจากราคา
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติจะทราบข้อมูลสายการบินจากโทรทัศน์หรือวิทยุ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะทราบข้อมูลจากเว็บไซต์

3.3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสายการบินราคาปรกติและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยในระดับมากในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง

3.4) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศจำแนกตามสายการบินภายในประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสายการบินราคาปรกติและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกัน โดยพบปัญหาที่ขบขันมากที่สุด รองลงมาคือ การรอสัมภาระปลายทางใช้เวลานาน และการยกเลิกเที่ยวบิน

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศ จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ อาชีพและรายได้ดังนี้

จำแนกตามอายุ

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆช่วงอายุจะมีความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินภายใน ประเทศน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปีมากที่สุด ยกเว้นอายุ 51-60 ปี เดินทางปีละ 3-6 ครั้งมากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆช่วงอายุจะเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา และเดินทางในวันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด ยกเว้นผู้บริ โภคที่มีอายุ 31-40 ปี ซึ่งในช่วงอายุนี้โดยมากจะมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นิยมเดินทางในวันจันทร์-วันศุกร์ ในช่วงเวลา 18.00-20.59 นาฬิกามากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆช่วงอายุเดินทางในเส้นทาง เชียงใหม่-กรุงเทพฯ มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปีจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ คือ ประชุม/อบรม/สัมมนา มากที่สุด แต่ผู้บริ โภคที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่ง โดยมากจะมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆช่วงอายุจะพิจารณาในการเลือกใช้บริการสายการบินภายใน ประเทศจากเกณฑ์ในด้าน ราคา มากที่สุด ยกเว้นช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไปจะพิจารณาเลือกใช้จากเกณฑ์ในด้าน ความสะดวกสบาย มากที่สุด

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆช่วงอายุจะนิยมใช้บริการสายการบินภายในประเทศของการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) มากที่สุด ยกเว้นช่วงอายุมากกว่า 60 ปีที่นิยมเดินทางด้วยสายการบินของนกแอร์ชั้นนกดพลัส (Nok Plus) มากที่สุด

จำแนกตามอาชีพ

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆอาชีพจะมีความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินภายใน ประเทศน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปีมากที่สุด ยกเว้นอาชีพธุรกิจส่วนตัวเดินทางปีละ 3-6 ครั้งมากที่สุด และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจเดินทางปีละ 7-12 ครั้งมากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆอาชีพจะเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกามากที่สุด ยกเว้นอาชีพรับราชการและอาชีพธุรกิจส่วนตัวจะเดินทางในช่วงเวลา 18.00-20.59 นาฬิกามากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ นิยมเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด แต่อาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพอื่นๆเช่น แม่บ้าน เกษียณอายุ เป็นต้น จะนิยมเดินทางในวันจันทร์-ศุกร์ มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆอาชีพจะเดินทางในเส้นทาง เชียงใหม่-กรุงเทพฯ มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและอาชีพอื่นๆ เช่น อาชีพอิสระ เกษียณ อายุราชการ แม่บ้านหรือว่างงาน เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ คือ เพื่อไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อนมากที่สุด สำหรับอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ คือ ประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัทมากที่สุด ส่วนอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีวัตถุประสงค์ คือ ติดต่อธุรกิจ มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆอาชีพจะพิจารณาเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศจากเกณฑ์ด้าน ราคา มากที่สุด ยกเว้นอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ เช่น อาชีพอิสระ เกษียณอายุราชการ แม่บ้านหรือว่างงาน จะพิจารณาจากเกณฑ์ด้านการบริการที่ดีมากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกๆอาชีพจะเดินทางโดยสายการบินของการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) มากที่สุด

จำแนกตามรายได้

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเดินทางน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปีมากที่สุด ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาทจะเดินทางปีละ 3-6 ครั้งมากที่สุด และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทจะเดินทางปีละ 7-12 ครั้งมากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกามากที่สุด ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท นิยมเดินทางในช่วงเวลา 18.00- 20.59 นาฬิกามากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางในวันเสาร์-วันอาทิตย์ มากที่สุด ยกเว้นผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาทซึ่งโดยมากจะมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นิยมเดินทางในวันจันทร์-วันศุกร์มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกๆระดับจะเดินทางในเส้นทาง เชียงใหม่-กรุงเทพฯ มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เดินทางด้วยวัตถุประสงค์เพื่อไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มากที่สุด ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ประชุม/อบรม/สัมมนา มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณาเลือกใช้บริการสายภายในประเทศจากเกณฑ์ในด้านราคา มากที่สุด
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกๆระดับจะเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศของการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) มากที่สุด

ส่วนที่ 5 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองและผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าโดยสาร โดยบริษัทหรือต้นสังกัดให้ความสำคัญต่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยในระดับมากในการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับอายุ อาชีพ และรายได้ ในแต่ละด้าน สามารถจำแนกได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีและช่วงอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ รับราชการ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกๆระดับให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 51-60 ปีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกๆระดับให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 51-60 ปีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกๆระดับให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีและอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก

ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกๆอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกๆระดับให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในระดับมาก

ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่าปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ คือ เที่ยวบินล่าช้าคิดเป็นร้อยละ 33.11 รองลงมาคือการรอสัมภาระปลายทางใช้เวลานานคิดเป็นร้อยละ 20.36 การยกเลิกเที่ยวบินคิดเป็นร้อยละ 11.26 ความไม่สะดวกในการซื้อตั๋วคิดเป็นร้อยละ 8.77 ที่นั่งบนเครื่องบินไม่สะดวกสบายคิดเป็นร้อยละ 8.28 สภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบินเก่าคิดเป็นร้อยละ 7.45 พนักงานไม่สุภาพคิดเป็นร้อยละ 5.63 ห้องโดยสารและห้องน้ำภายในเครื่องบินไม่สะอาดคิดเป็นร้อยละ 3.31 และอื่นๆ เช่น สัมภาระสูญหายหรือสับเปลี่ยนเที่ยวบินที่จะสามารถไปต่อได้ไม่มีในกรณีไปลงกรุงเทพแล้วต้องการต่อเครื่องไปยังจังหวัดอื่นๆ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. แนวคิดโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

(1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บริการมีอายุในช่วง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาทต่อเดือน และเมื่อพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจะพบว่ามีอายุในช่วง 20-30 ปี ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพรับราชการและพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ยานะดี (2548) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อายุไม่เกิน 30 ปี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-25,000 บาท

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศกับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากจะมีความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศรีศาสตรา มะเทวิน (2545) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางทางอากาศผ่านท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ และพบว่ารายได้มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทาง ทางอากาศผ่านท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่

(2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศของการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) ในเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯ มากที่สุด

(3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศ เนื่องจากได้รับความรวดเร็วในการเดินทาง และความสะดวกในการเดินทาง

(4) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศเมื่อต้องการเดินทางในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา และ 18.00-20.59 นาฬิกา ในวันเสาร์-วันอาทิตย์

(5) ผู้บริโภคซื้อที่ใด (Where does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อบัตรโดยสาร ณ สำนักงานขายมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปารีชาติ ยานะติ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่าการซื้อบัตรโดยสารจะซื้อจากสำนักงานขายในท่าอากาศยานมากที่สุด

(6) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขายมากที่สุด โดยจะทำการสำรองที่นั่งล่วงหน้าเป็นเวลา 1-2 สัปดาห์ก่อนเดินทาง และมีการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์สอบถามข้อมูลจากสายการบิน พิจารณาเลือกสายการบินจากราคาและบริการของแต่ละสายการบิน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปารีชาติ ยานะติ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะชำระค่าเดินทางโดยใช้เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขายมากที่สุด

(7) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participate in the buying?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองส่วนใหญ่แล้วจะตัดสินใจเลือกสายการบินภายในประเทศด้วยตนเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปารีชาติ ยานะติ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่าผู้มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำก็คือผู้ตอบแบบสอบถามเอง

2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในระดับมากเกือบทุกปัจจัยได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปารีชาติ ยานะติ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยาน เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยใน

ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมากในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

จากการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยในการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ขานะติ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยในการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากช่วงเวลาที่ทำการศึกษาดังกล่าวแตกต่างกัน โดยการศึกษาของปาริชาติ ขานะติ ทำการศึกษาในช่วงต้นปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มมีสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยและเน้นในการส่งเสริมการตลาด แต่ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำมีการส่งเสริมการตลาดลดลงและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคแล้ว การส่งเสริมการตลาดจึงมีความสำคัญลดลง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการสายการบินภายในประเทศน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปีมากที่สุด โดยจะเป็นผู้ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และรับราชการ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยสายการบินไทยชั้นประหยัด (Economy Class) มากที่สุด ทั้งผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระเงินค่าเดินทางด้วยตนเองและที่ชำระ โดยบริษัท/ต้นสังกัด โดยจะเดินทางในเส้นทางเชียงใหม่-กรุงเทพฯมากที่สุด
3. ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกา มากที่สุด โดยมากแล้วจะเดินทางวันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด และใช้เวลาในการรอคอยที่สนามบินก่อนขึ้นเครื่องประมาณ 1-2 ชั่วโมง
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ คือ ประชุม/อบรม/สัมมนา มากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ คือ ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มากที่สุด
5. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติหรือสายการบินต้นทุนต่ำจะหาข้อมูลในการเดินทางเพิ่มเติมจากเว็บไซต์มากที่สุด
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสายการบินปรกติจะให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้าน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ มากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบ

สอบถามที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจะให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้าน ราคา มากที่สุด

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 30 ปีจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไปจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ไปประชุมสัม/อบรม/สัมมนา มากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี จะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ไปติดต่อธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด

8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี นิยมเดินทางในช่วงเวลา 18.00-20.59 นาฬิกา และเดินทางในวันจันทร์-ศุกร์ มากที่สุด ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุอื่นๆ

9. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีความถี่ในการเดินทางมากกว่าอาชีพอื่นๆ โดยจะเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศปีละ 7-12 ครั้งมากที่สุด

10. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จะมีความถี่ในการเดินทางมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยในช่วงอื่นๆ โดยจะเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศปีละ 7-12 ครั้งมากที่สุด

11. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินปรกติจะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

12. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจะเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เพื่อไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทจะเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัท มากที่สุด

13. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

14. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าเดินทางด้วยตนเองและผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระค่าโดยสาร โดยบริษัทหรือต้นสังกัดให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกๆ ปัจจัยไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้สนใจ เพื่อเป็นข้อพิจารณาปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไข ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

1. ผู้ประกอบการควรเพิ่มจำนวนเที่ยวบินในเพียงพอในช่วงเวลา 9.00-11.59 นาฬิกาและช่วงเวลา 18.00-20.59 นาฬิกา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมากที่สุด
2. ผู้ประกอบการควรเพิ่มเที่ยวบินในวันเสาร์-อาทิตย์ ให้มากกว่าในวันจันทร์-ศุกร์ เนื่องจากเป็นวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมากที่สุด
3. ผู้ประกอบการควรพัฒนาเว็บไซต์ให้มีข้อมูลการเดินทางที่ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเข้ามาดูข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว และถ้าสามารถพัฒนาให้มีการสำรองที่นั่งได้เลขทางเว็บไซต์ก็จะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารเป็นอย่างมาก
4. ผู้ประกอบการควรจัดตั้งสำนักงานขายในทำเลที่สังเกตเห็นได้ง่าย สะดวกในการเดินทาง เนื่องจากผู้โดยสารส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปสำรองที่นั่งด้วยตนเอง
5. ผู้ประกอบการควรรักษาและควบคุมเวลาการออกจากสนามบินต้นทางและไปถึงสนามบินปลายทางให้ตรงกับเวลาที่ได้กำหนดไว้เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสาร หรือในกรณีเกิดความล่าช้าควรมีการแจ้งสาเหตุและกำหนดเวลาที่แน่นอนให้แก่ผู้โดยสารรับทราบด้วย

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มดังนี้

สำหรับกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษาในช่วงอายุ 20-30 ปี ควรเน้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา เช่นการให้ส่วนลดค่าเดินทางแก่นักเรียน/นักศึกษา ให้ค่าโดยสารราคาพิเศษในบางเที่ยวบินที่ไม่ค่อยมีผู้โดยสาร เป็นต้น

สำหรับกลุ่มที่เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจโดยมีบริษัทหรือต้นสังกัดเป็นผู้รับผิดชอบค่าเดินทาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่ได้เน้นความสำคัญในด้านราคา ควรจะมีการอำนวยความสะดวกในการสำรองที่นั่ง เปลี่ยนแปลงที่นั่งหรือเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่รวดเร็วภายในระยะเวลาที่กระชั้นก่อนเดินทาง และควรให้บริการแก่บริษัทหรือต้นสังกัด โดยตรงเพื่อให้สามารถบริการได้สะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากโดยส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาในการจองที่นั่งก่อนเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท เป็นกลุ่มที่นิยมเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุด ควรเน้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา และการจัดจำหน่าย เช่น การสะสมระยะทางในการเดินทางเพื่อแลกตั๋วฟรี เดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไปจะได้รับราคาพิเศษ การตั้งสำนักงานย่อยบริเวณแหล่งชุมชนหรือศูนย์การค้าเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการซื้อตั๋วเดินทาง

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท เป็นกลุ่มที่เดินทางโดยสายการบินในประเทศเป็นประจำโดยส่วนใหญ่แล้วมากกว่า 7 ครั้งต่อปี จึงควรสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ากลุ่มนี้อย่างสม่ำเสมอให้เป็นลูกค้าประจำตลอดไป อีกทั้งยังควรให้สิทธิพิเศษในการเดินทางหรือได้รับการดูแลเป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมพฤติกรรมการเดินทางในแต่ละกลุ่มอาชีพที่เดินทางโดยสายการบินเป็นประจำเพื่อให้ทราบพฤติกรรมที่เด่นชัดมากขึ้น
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมพฤติกรรมการเดินทางโดยเน้นเฉพาะสายการบินใดสายการบินหนึ่งเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของสายการบินนั้นๆ