

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ

ผู้เขียน นางสาวศุภลักษณ์ ควรสนอง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ ประธานกรรมการ
อาจารย์เอก บุญเจือ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามจากกลุ่มผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินใดสายการบินหนึ่ง ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปจำนวน 150 ตัวอย่าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการที่มารับบัตรโดยสารตามจุดจำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินวัน-ทู-โก จำนวน 50 ตัวอย่าง สายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 50 ตัวอย่าง และสายการบินนกแอร์ จำนวน 50 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 21-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปีขึ้นไป ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มากที่สุด และเคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ทั้งนี้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉลี่ยประมาณ 3-4 ครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งปีซึ่งสอดคล้องกับจำนวนครั้งที่จองบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำผ่านระบบออนไลน์ ในแต่ละเที่ยวของการเดินทางเป็นการจองเพียงหนึ่งที่นั่งเป็นส่วนใหญ่ และมีพฤติกรรมในการสั่งจองบัตรโดยสารจากสถานที่ทำงาน

การศึกษาความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำระหว่างสายการบินวัน-ทู-โก ไทยแอร์เอเชีย และนกแอร์ โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในลักษณะเห็นด้วยในด้านต่อไปนี้ เนื้อหาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ การจัดแบ่งหมวดหมู่/หัวข้อของเนื้อหาอย่างเหมาะสม ความเป็นปัจจุบันของข้อมูล ระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเหมาะสม สามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง การประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร การได้รับข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างเพียงพอเพื่อการตัดสินใจจองบัตรโดยสาร ความเร็วในการเชื่อมโยงหน้าเว็บ การปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ความสามารถหาข้อมูลที่ต้องการพบได้ง่าย ความสามารถเปิดเว็บไซต์ได้ตลอด และการแจกแจงรายละเอียดค่าโดยสารให้เข้าใจง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องเดียวกันในลักษณะ ไม่แน่ใจ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนวันที่จองอัตโนมัติ การบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ความสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ความสามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การนำข้อมูลเดิมของลูกค้ามาใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม โดยลูกค้าไม่ต้องกรอกข้อมูลซ้ำอีก การใช้สี เสียง และเทคนิคต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม และการค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่างกัน ในเรื่องของการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเปิดโอกาสให้ติดต่อกับผู้ให้บริการผ่านเว็บไซต์ การปรับแต่งเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความสวยงามในการออกแบบเว็บไซต์ การออกแบบหน้าแรกให้เข้าใจได้ง่าย การออกแบบเว็บไซต์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และผังเว็บไซต์ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

Independent Study Title Passengers' Opinions Towards Web Site Design for Budget Domestic Airlines

Author Miss Supaluk Kuansanong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr.Nittaya Jariangprasert

Chairperson

Lecturer Ek Bunchua

Member

ABSTRACT

This independent study aimed to study the passengers' opinions towards web site design for budget domestic airlines. Questionnaires were distributed and answered by passengers of domestic low-cost airlines who got their tickets via website purchase. A passenger who was qualified to answer the questionnaires must take at least three flights from one airline. Data were collected by questionnaires from 150 respondents and using quota sampling from passengers who picked up their tickets at the selling points of the three domestic low-cost airlines. Therefore, the sample included 50 customers of One-Two-Go, 50 customers of Thai Air Asia and 50 customers of Nok Air. The collected data were statistically analyzed using frequency, percentage and mean.

Results showed that most respondents were male, aged between 21-30 years old, holding bachelor degrees, private employees, monthly income between 20,001-30,000 baht. Most of them had experienced in using internet for more than 4 years and like to take Thai Air Asia more than any other airline mentioned. They used to buy tickets via Thai Air Asia's website. Furthermore, most of them take any low-cost airline about 3-4 flights per year in average; the 3-4 flights are in accordance with the number of ticket reservation of low-cost airline via online. In each flight, the ticket reservation would be reserved only one seat and the ticket reservation was ordered from their office.

This study was also found that the respondents propose their opinion towards the three airlines' website design as follows: the passengers had opinion that the three airlines website were ranked as "agree" on the following issue: the reliability of the data or content, the proper classification of topics and content, the data up-date, the proper payment by credit cards, daily 24-hour ticket reservation, less time consuming, having sufficient information for ticket decision making, website connected speed, usual content improvement, easily data searching, the fluency in turning on website and finally the easy explanation of the fare.

The respondents ranked the following issues as "neither agree nor disagree": the adjustability of the automatically reserved date, the services given to the visitors for communicating and exchanging opinions, the capability of connecting websites to the other organization involved, the capability to contact to system controller, the use of customer's background knowledge efficiently without the customer's refilling up his or her data, the use of suitable color and sound and the searching of suitable words for needed data-searching.

The respondents had different opinion on the following issues: the investigation of efficiently ordering condition, the chance given to the passengers via website, the adjustability of the content to fit the customers' needs, the beauty in the website's design, the front page's design for easy understanding, the identity of the website and the website's chart for searching any needed data.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved