

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ และแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากผู้โดยสารชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้หรือเคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ 400 ราย เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมทั้งใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ Paired-Sample t-test การศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (ที่ใช้บริการเป็นประจำ) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้โดยสารต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 34 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะ	การจำแนก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	161	40.3
	หญิง	239	59.8
ช่วงอายุ	น้อยกว่า 30 ปี	242	60.5
	31 – 40 ปี	87	21.8
	41 – 50 ปี	42	10.5
	51 ปีขึ้นไป	29	7.3
ระดับการศึกษา	ไม่เกินมัธยมปลาย/ปวช.	9	2.3
	อนุปริญญา/ปวส.	2	0.5
	ปริญญาตรี	265	66.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	124	31.0
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	80	20.0
	ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	62	15.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	6.3
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	132	33.0
	ธุรกิจส่วนตัว	99	24.8
	อื่นๆ	2	0.5
รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)	ไม่เกิน 10,000 บาท	83	20.8
	10,001 – 25,000 บาท	127	31.8
	25,001 – 40,000 บาท	144	36.0
	มากกว่า 40,000 บาท	46	11.5

จากตารางที่ 34 ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.8) มีอายุน้อยกว่า 30 ปี (ร้อยละ 60.5) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 66.3) ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 33.0) และมีรายได้เฉลี่ย 25,000-40,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 36.0)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (ที่ใช้บริการเป็นประจำ) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 35 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรม	การจำแนก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการเดินทาง โดยสายการบิน(ต่อปี)	เดือนละ 1 ครั้ง หรือมากกว่า	23	5.8
	ประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง	63	15.8
	ประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง	81	20.3
	ปีละไม่เกิน 3 ครั้ง	233	58.3
ความถี่ในการเดินทาง โดยสารการบินต้นทุนต่ำ(ต่อปี)	เดือนละ 1 ครั้ง หรือมากกว่า	19	4.8
	ประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง	41	10.3
	ประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง	60	15.0
	ปีละไม่เกิน 3 ครั้ง	280	70.0
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง โดยสายการบินต้นทุนต่ำ	ประชุม/อบรม/สัมมนาของบริษัท	72	18.0
	ติดต่อธุรกิจส่วนตัว	89	22.3
	ท่องเที่ยว	128	32.0
การสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตร โดยสารในการใช้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำ	ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	111	27.8
	เว็บไซต์	225	56.3
	โทรศัพท์	38	9.5
	สำนักงานขายในท่าอากาศยาน	103	25.8
สำนักงานขายนอกท่าอากาศยาน	34	8.5	

พฤติกรรม	การจำแนก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การชำระค่าโดยสารในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย	162	40.5
	บัตรเครดิตทางเว็บไซต์	201	50.3
	ATM ของธนาคาร	25	6.3
	ร้านสะดวกซื้อ	12	3.0
ผู้มีส่วนสำคัญที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	ตัวเอง	288	72.0
	สมาชิกในครอบครัว	81	20.3
	เพื่อน	22	5.5
	พนักงานของสายการบิน	6	1.5
	บริษัท	3	0.8
สายการบินต้นทุนต่ำที่ใช้บริการเป็นประจำ	สายการบินแอร์เอเชีย	187	46.8
	สายการบินนกแอร์	211	52.8
	สายการบินเอสจีเอ	1	0.3
	สายการบินวัน ทู โก	1	0.3

จากตารางที่ 35 ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (ที่ใช้บริการเป็นประจำ) ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบินปีละไม่เกิน 3 ครั้ง (ร้อยละ 58.3) เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำปีละไม่เกิน 3 ครั้ง (ร้อยละ 70.0) ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อการท่องเที่ยว (ร้อยละ 32.0) สำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางเว็บไซต์ (ร้อยละ 56.3) ชำระค่าโดยสารในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยบัตรเครดิตทางเว็บไซต์ (ร้อยละ 50.3) ตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้วยตัวเอง (ร้อยละ 72.0) และสายการบินต้นทุนต่ำที่ใช้บริการเป็นประจำคือ สายการบินนกแอร์ (ร้อยละ 52.8)

### ส่วนที่ 3 ความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้โดยสารต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้โดยสารต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ ภาพลักษณ์ และการนำเสนอ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้โดยสารต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความหมาย	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.73	คาดหวังมาก	6
ด้านราคา	3.91	คาดหวังมาก	4
ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	3.93	คาดหวังมาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	คาดหวังมาก	5
ด้านบุคลากร	4.23	คาดหวังมาก	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.22	คาดหวังมาก	2
ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	3.72	คาดหวังมาก	7

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากที่สุดในปีปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.79) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้โดยสารต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ความหมาย	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.11	ปานกลาง	5
ด้านราคา	3.10	ปานกลาง	6
ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	3.60	ดี	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	ดี	4
ด้านบุคลากร	3.85	ดี	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.07	ปานกลาง	7
ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	3.62	ดี	2

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้มากที่สุดปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.10) และด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 38 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความคาดหวัง		การรับรู้		ค่าความแตกต่างเฉลี่ย	ค่า Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.73	0.77	3.11	0.53	-0.62	0.000*
ด้านราคา	3.91	0.66	3.10	0.69	-0.81	0.000*
ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	3.93	0.66	3.60	0.60	-0.33	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	0.57	3.58	0.69	-0.21	0.005*
ด้านบุคลากร	4.23	0.69	3.85	0.65	-0.38	0.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.22	0.89	3.07	1.01	-1.16	0.000*
ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	3.72	0.66	3.62	0.63	-0.10	0.037*

จากตารางที่ 38 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่าเฉลี่ยการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยทุกด้านของสายการบินต้นทุนต่ำ เมื่อพิจารณาจากค่าความแตกต่างเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ พบว่าปัจจัยที่มีค่าความแตกต่างต่ำสุด คือ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าความแตกต่าง 0.10) รองลงมาตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าความแตกต่าง 0.10) ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (ค่าความแตกต่าง 0.33) ด้านบุคลากร (ค่าความแตกต่าง 0.38) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าความแตกต่าง 0.62) ด้านราคา (ค่าความแตกต่าง 0.81) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าความแตกต่าง 1.16) แสดงถึงผู้โดยสารมีความพึงพอใจในด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.62 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่ำสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ มีจำนวนของเคาน์เตอร์เช็คอินเพียงพอ วิธีการจัดสรรที่นั่งบนเครื่องบินได้ตรงกับที่ต้องการ มีจำนวนเที่ยวบินต่อวันเพียงพอ และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสารได้

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.81 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านราคาของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่ำสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารความพึงพอใจ

สูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ มีการแจ้งรายละเอียดอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าธรรมเนียมสนามบิน ค่าธรรมเนียมสัมภาระ อย่างละเอียด ค่าใช้จ่ายด้านเครื่องดื่ม/ของว่าง บนเครื่องบินที่ผู้โดยสารต้องจ่ายมีความเหมาะสม ค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนหรือคืนบัตรโดยสาร และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ อัตราค่าโดยสาร

#### ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.33 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่ำสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ การซื้อบัตรโดยสารจากสำนักงานขาย การซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ การซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ต และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ที่ตั้งของสำนักงานขายนอกท่าอากาศยานหางาย สะดวก

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.21 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าระดับความคาดหวังต่ำกว่าการรับรู้ คือ ปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ แสดงถึงผู้โดยสารมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านนี้ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่ำสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับ รองลงมา ได้แก่ มีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือสังคม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้หนังสือพิมพ์/ป้ายโฆษณา มีศูนย์บริการลูกค้าเพื่อบริการสอบถามข้อมูล และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น สามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติ เมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า

### ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.38 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านบุคลากรของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่ำสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ พนักงานต้อนรับบนเครื่องแต่งกายและพุดจาสุภาพ พนักงานต้อนรับบนเครื่องมีความเป็นมิตร อธิยาศัยดี พนักงานบริการภาคพื้นดินแต่งกายและพุดจาสุภาพ และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ

### ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 1.16 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่ำสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ มีการสาธิตวิธีใช้อุปกรณ์ต่างๆบนเครื่องบิน การสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทำได้หลายวิธี การชำระค่าโดยสารทำได้หลายวิธี และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา

### ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ พบว่าระดับความคาดหวังมีค่ามากกว่าระดับการรับรู้ โดยมีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.10 แสดงถึงผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอของสายการบินต้นทุนต่ำ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ ซึ่งแสดงถึงผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากตามลำดับ ได้แก่ เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การตกแต่งลวดลาย/สัญลักษณ์ของเครื่องบิน เครื่องแต่งกายของพนักงานภาคพื้นดิน และปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง

และการรับรู้สูงสุด ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ บรรยากาศภายในเครื่องบิน

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า

### ด้านข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ย 25,000-40,000 บาทต่อเดือน สอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐวิทย์ ทองภักดี (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท

ด้านพฤติกรรมการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (ที่ใช้เป็นประจำ) ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบินปีละไม่เกิน 3 ครั้ง เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำปีละไม่เกิน 3 ครั้ง ตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐวิทย์ ทองภักดี (2549) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการสายการบินภายในประเทศน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี และตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินด้วยตนเอง และจากผลการศึกษา ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อการท่องเที่ยว และติดต่อธุรกิจส่วนตัว สอดคล้องกับการศึกษาของ กัญญา หมั่นไธสง (2549) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ส่วนในเรื่องการสำรองที่นั่ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารทางเว็บไซต์ และชำระค่าโดยสารในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยบัตรเครดิตทางเว็บไซต์ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐวิทย์ ทองภักดี (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชำระค่าโดยสารด้วย เงินสด/บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันการสำรองที่นั่ง และชำระค่าโดยสารทางเว็บไซต์ได้รับความนิยมมาก

ขึ้น เนื่องจากการสำรวจที่นิ่งและชำระค่าโดยสารด้วยวิธีนี้สามารถทำได้ง่าย และอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารได้มากกว่าวิธีอื่นๆ

### ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

จากการผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เมื่อพิจารณาปัจจัยโดยรวมของสายการบิน พบว่าผู้โดยสารมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ และมีการรับรู้อยู่ในระดับดีในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ และมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ และเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง (Expectation : E) และการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อบริการที่ได้รับ (Perceived Performance : P) โดยประเมินจากการทดสอบทางสถิติอ้างอิง ได้แก่ Paired-Sample t-test พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ ดังนั้นจึงสามารถอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าได้ว่า ผลที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการต่ำกว่าความคาดหวังของผู้โดยสาร ( $P < E$ ) ทำให้ผู้โดยสารเกิดความไม่พึงพอใจในปัจจัยทุกด้านของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งอาจเนื่องมาจากการคาดหวังที่สูงเกินไปของผู้โดยสาร โดยอาจเกิดจากการคาดหวังจากการโฆษณาเกินจริงของสายการบิน หรือการคาดหวังสูงเกินไปจากการไม่มีประสบการณ์หรือความรู้ในอดีตของผู้โดยสาร

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยย่อยในด้านต่างๆ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ ได้แก่ เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การตกแต่งลวดลาย/สัญลักษณ์ของเครื่องบิน เครื่องแต่งกายของพนักงานภาคพื้นดิน และการออกแบบตกแต่งสำนักงานขายในท่าอากาศยาน ดังนั้นจึงสามารถอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าได้ว่า ผลที่ผู้โดยสารได้รับจากบริการของสายการบินต้นทุนต่ำสูงกว่าความคาดหวังที่ผู้โดยสารตั้งไว้ ( $P > E$ ) ทำให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจในปัจจัยย่อยดังกล่าวของสายการบินต้นทุนต่ำ อาจเนื่องมาจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ผู้โดยสารมีความคาดหวังไม่สูงมากนัก ประกอบกับการดำเนินงานของสายการบินในด้านดังกล่าวทำได้ดี จึงทำให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจ

ปัจจัยย่อยที่ไม่มีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวัง และค่าเฉลี่ยการรับรู้ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือสังคม ซึ่งสามารถอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าได้ว่า ผลที่ผู้โดยสาร

ได้รับจากบริการของสายการบินต้นทุนต่ำเท่ากับความคาดหวังที่ผู้โดยสารตั้งไว้ ( $P=E$ ) ทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือสังคมของสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ ซึ่งสามารถอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าได้ว่า ผลที่ผู้โดยสารได้รับจากบริการของสายการบินต้นทุนต่ำต่ำกว่าความคาดหวังที่ผู้โดยสารตั้งไว้ ( $P<E$ ) ทำให้ผู้โดยสารเกิดความไม่พึงพอใจในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ของการดำเนินการของสายการบิน โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ เทียบบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสารได้ และอัตราค่าโดยสาร ซึ่งแสดงถึงปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ผู้โดยสารมีความคาดหวังสูง ประกอบกับการดำเนินงานของสายการบินในด้านดังกล่าวที่ผู้โดยสารรับรู้ยังไม่ดีเท่าที่ควร หรือผู้โดยสารยังเห็นว่าไม่เหมาะสม จึงส่งผลให้ผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ของสายการบินต้นทุนต่ำ

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 25,001-40,000 บาทต่อเดือน เดินทางโดยสารการบินต้นทุนต่ำไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี และมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ คือ เพื่อท่องเที่ยว
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำทางเว็บไซต์ และชำระค่าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำด้วยบัตรเครดิตทางเว็บไซต์ และเดินทางเพื่อท่องเที่ยว
3. ปัจจัยที่ผู้โดยสารมีความคาดหวังจากสายการบินสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยที่ผู้โดยสารมีความคาดหวังจากสายการบินต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ปัจจัยที่ผู้โดยสารมีการรับรู้ว่าเป็นปฏิบัติงานได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยที่ผู้โดยสารมีการรับรู้ว่าเป็นปฏิบัติงานได้ดีต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
4. เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสาร พบว่าการรับรู้มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าความคาดหวังในทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารไม่พึงพอใจ

ในปัจจุบันของการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งอาจเนื่องมาจากความคาดหวังก่อนการใช้บริการที่สูงเกินไป ประกอบกับการดำเนินงานของสายการบินในบางด้านที่ผู้โดยสารยังเห็นว่าไม่เหมาะสม

5. ผู้โดยสารมีความประทับใจในปัจจัยย่อยด้านเครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การตกแต่งลวดลาย/สัญลักษณ์ของเครื่องบิน เครื่องแต่งกายของพนักงานภาคพื้นดิน และการออกแบบตกแต่งสำนักงานขายในท่าอากาศยาน ของสายการบินต้นทุนต่ำ

6. ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือสังคม ของสายการบินต้นทุนต่ำ

7. ผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยปัจจัยย่อยที่ผู้โดยสารไม่พึงพอใจสูงสุด คือ เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสารได้ และอัตราค่าโดยสาร

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวัง และค่าเฉลี่ยการรับรู้ของการดำเนินงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ และมีการรับรู้อยู่ในระดับมากในปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ และเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพบว่าผู้โดยสารไม่พึงพอใจในปัจจัยทุกด้านของสายการบินต้นทุนต่ำ จึงสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ และสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์ของสายการบินต้นทุนต่ำได้ดังนี้

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ควรปรับปรุงในเรื่องการเดินทางถึงที่หมายตามกำหนดเวลาให้ดีขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากผู้โดยสารบางคนเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจที่ต้องอาศัยความตรงเวลาเป็นอย่างมาก และถ้าสายการบินต้นทุนต่ำสามารถสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าในเรื่องการเดินทางถึงที่หมายตรงตามกำหนดเวลาอาจช่วยเพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มที่เดินทางมาติดต่อธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันยังใช้บริการสายการบินต้นทุนปกติ เนื่องจากยังไม่มั่นใจในด้านนี้ของสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านการสำรองที่นั่ง ควรพัฒนาการสำรองที่นั่งหรือซื้อบัตรโดยสาร และการชำระค่าโดยสารให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและลดต้นทุนในการชำระเงินลง รวมถึงยัง

ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรดูทันสมัยยิ่งขึ้นด้วย รวมถึงการรองรับสภาวะปลายทาง ต้องพัฒนาให้ใช้เวลาในการรอสัมภาระน้อยลง

**ด้านราคา** ในด้านอัตราค่าโดยสาร อาจทำการปรับราคาค่าโดยสารลง โดยตั้งราคาขึ้นต่ำให้ต่ำที่สุด แล้วเก็บค่าโดยสารเพิ่มในส่วนต่างๆที่ผู้โดยสารบางคนใช้บริการ เช่น ค่าสัมภาระ เป็นต้น เนื่องจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีความมั่งหวังและมีความอ่อนไหวในเรื่องของราคา จึงควรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านนี้เป็นอย่างมาก และควรต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านค่าใช้จ่ายด้านเครื่องดื่มน้ำและของว่างบนเครื่องบิน เนื่องจากผู้โดยสารเห็นว่ายังไม่มีความสะดวกสบายเท่าที่ควร สายการบินอาจทำการปรับราคาลงมาให้อยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสายการบิน

**ด้านผลิตภัณฑ์** สายการบินต้นทุนต่ำควรมีการพัฒนาในเรื่องของว่าง และเครื่องดื่มที่บริการบนเครื่องบิน โดยอาจเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้ เช่น มีการบริการของว่างที่หลากหลายมากขึ้น และเพิ่มการบริการเครื่องดื่มด้วย ในด้านของการเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสาร ควรปรับปรุงให้มีความยืดหยุ่นต่อผู้โดยสารมากขึ้นบนความเหมาะสมที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสายการบิน และในด้านการจัดสรรที่นั่งบนเครื่องบิน อาจปรับปรุงโดยการสอบถามความเห็นจากผู้โดยสารเกี่ยวกับที่นั่งขณะที่ผู้โดยสารทำการสำรองที่นั่งหรือซื้อตั๋วโดยสาร เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร และให้ผู้โดยสารได้ที่นั่งที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด และในเรื่องจำนวน และช่วงเวลาของเที่ยวบินนั้น อาจทำการปรับลดจำนวนเที่ยวบินที่มีผู้โดยสารน้อย และเพิ่มเที่ยวบินที่มีจำนวนผู้โดยสารมาก และควรทำการปรับช่วงเวลาของเที่ยวบินให้มีความเหมาะสมมากขึ้น รวมถึงควรให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นในเรื่องการปรับเปลี่ยนเที่ยวบินของผู้โดยสาร อาจช่วยให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในส่วนนี้มากขึ้นได้ในอนาคต

**ด้านบุคลากร** ควรทำการเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอสำหรับการบริการในบางช่วงเวลาที่ผู้โดยสารมาก เช่น ช่วงวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์

**ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย** อาจปรับปรุงและพัฒนาการซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ตให้สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น และควรจัดตั้งสำนักงานขายในท่าอากาศยานให้หาง่าย และสะดวกต่อผู้โดยสาร เนื่องจากผู้โดยสารส่วนใหญ่นิยมซื้อบัตรโดยสารทางอินเทอร์เน็ต และสำนักงานขายในท่าอากาศยาน แต่ในด้านการซื้อบัตรโดยสารทางโทรศัพท์ และที่ตั้งของสำนักงานขายนอกท่าอากาศยาน อาจต้องปรับปรุงให้มีความสะดวกมากขึ้น และประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงการจำหน่ายด้วยวิธีนี้ว่าสามารถสร้างความสะดวกสบายในการซื้อบัตรโดยสารได้อีกวิธีหนึ่ง

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรพัฒนาด้านส่งเสริมการขาย เช่น การสะสมระยะทาง เพื่อแลกบัตรโดยสาร หรือเพื่อสิทธิพิเศษอื่นๆ หรือการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวราคาประหยัด เนื่องจากผู้โดยสารส่วนใหญ่นิยมเดินทางเพื่อท่องเที่ยว และควรเพิ่มความถี่ของการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน เนื่องจากผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องราคาและการส่งเสริมการขาย และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยใช้หนังสือพิมพ์/ป้ายโฆษณามากขึ้น รวมถึงทำการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือสังคมให้มากขึ้นด้วย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สายการบินอีกทางหนึ่ง

**ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ควรพัฒนาในเรื่องสภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้ และบรรยากาศภายในเครื่องบินให้ดีขึ้นกว่าเดิม โดยอาจเพิ่มมาตรการการรักษาความสะอาด ภายในเครื่องบิน และเปลี่ยนอุปกรณ์สำหรับผู้โดยสารให้มีความน่าใช้มากขึ้นด้วย