



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเส้นทาง  
ภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคนครุเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาวิชาการค้นคว้าอิสระ (Independent Study) ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเส้นทางภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคนครุเทพมหานคร

ผู้ศึกษา ขอขอบพระคุณทุกท่านในการเสียสละเวลาตอบคำถามนี้จนครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยข้อมูลและความคิดเห็นของท่านจะถือเป็นความลับและจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและกิจการของท่านแต่ประการใด ผลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น

นางสาวกมลรัตน์ สวัสดิ์  
ผู้ศึกษา

แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเส้นทางภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคนครุเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการสายการบินไทยของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นอื่นในการใช้บริการสายการบินไทยของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง  หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ

1. หญิง  2. ชาย

2. อายุ

1. ไม่เกิน 30 ปี  2. 31-40 ปี  
 3. 41-50 ปี  4. 51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ปวส., อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  2. ปริญญาตรี  
 3. ปริญญาโท  4. สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

1. ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 2. ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน  
 3. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว  
 4. นักเรียนหรือนักศึกษา

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท  2. 10,001-25,000 บาท  
 3. 25,001-40,000 บาท  4. 40,001 บาท ขึ้นไป

6. วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางโดยสายการบินไทย

1. ปฏิบัติงานของบริษัท  2. ติดต่อธุรกิจส่วนตัว  
 3. ท่องเที่ยว  4. ไปหาครอบครัว/ญาติ/เพื่อน

7. ความถี่ในการเดินทางโดยสายการบินไทยของท่าน

1. เดือนละ 1 ครั้ง หรือมากกว่า  2. ประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง  
 3. ประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง  4. ปีละไม่เกิน 3 ครั้ง

8. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางเส้นทางภายในประเทศโดยสายการบินไทยของท่าน  
(ค่าใช้จ่ายหมายถึง ค่าโดยสาร รวมค่าภาษี ค่าประกันภัยและค่าบริการอื่นๆ)

1. ไม่เกิน 4,000 บาท  2. 4,001-6,000 บาท  
 3. 6,001 - 8,000 บาท  4. 8,001 บาท ขึ้นไป

9. ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารของสายการบินไทยจากสื่อใด

1. โทรศัพท์/ วิทยุ                       2. ป้ายโฆษณา  
 3. แผ่นพับ                                 4. เว็บไซต์

10. ส่วนใหญ่ในการใช้บริการสายการบินไทย ท่านสำรองที่นั่งหรือบัตรโดยสารโดยวิธีการใด

1. เว็บไซต์  
 2. Call Center  
 3. ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร  
 4. สำนักงานขายบัตรโดยสารสายการบินไทย

11. ส่วนใหญ่ในการใช้บริการสายการบินไทย ท่านชำระค่าโดยสารโดยวิธีใด

1. เงินสด/ บัตรเครดิต ณ สำนักงานขาย                       2. บัตรเครดิตทางเว็บไซต์  
 3. ATM ของธนาคาร     4. ร้านสะดวกซื้อ

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
เส้นทางการบินในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภค  
ในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำแนะนำในการกรอกแบบสอบถาม** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่ท่านคิดว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยของท่าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการสายการบินไทย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ความสะดวกสบายของขนาดที่นั่งบนเครื่องบิน					
การให้ความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน ของผู้โดยสารมากกว่าสายการบินอื่น					
ความน่าเชื่อถือของการบินไทย					
ภาพลักษณ์ของแบรนด์การบินไทยดีกว่าสายการบิน อื่น					
มีที่นั่งบนเครื่องบินให้เลือกใช้บริการได้มากกว่าสา ยการบินอื่น					
<b>ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ</b>	<b>ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ</b>				

เลือกใช้บริการสายการบินไทย		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>						
มีการแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ						
ละเอียด ชัดเจน						
มีตัวราคาพิเศษจำหน่าย						
<b>ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย</b>						
สามารถติดต่อจอง/ซื้อตั๋วได้จาก Call Center						
สามารถจอง/ซื้อตั๋วได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต						
ระบบการจอง/ซื้อตั๋ว น่าเชื่อถือกว่าสายการบินอื่น						
<b>ปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
มีการส่งเสริมการขาย เช่น						
สามารถซื้อบัตรโดยสารในราคาที่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารปกติเมื่อสำรองที่นั่งล่วงหน้า						
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น						
วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/ป้ายโฆษณา						
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์						
สามารถเลือกที่นั่งผ่านเว็บไซต์การบินไทยได้						
สามารถใช้โมล์สะสมแลกตั๋วรางวัลได้						
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>						
นักบินมีประสบการณ์และทักษะด้านการบินเป็นอย่างดี						
พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี						
พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการให้บริการได้ดี						
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ						
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ</b>						
สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลและเปลี่ยนแปลงการเดินทางต่างได้จาก Call Center						
<b>ปัจจัยส่วนประสบการณ์การตลาดบริการที่มีผลต่อการ</b>		<b>ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ</b>				

เลือกใช้บริการสายการบินไทย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สามารถเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสารได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่ม					
ความรวดเร็วในการเช็คอิน					
มีการประกาศเตือนเมื่อเที่ยวบินจะออกเดินทางหรือแจ้งเที่ยวบินล่าช้าอย่างชัดเจน					
เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตรงกำหนดเวลา					
การรองรับสัมภาระปลายทางใช้เวลาไม่นาน					
<b>ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ</b>					
เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเหมาะสมและทันสมัย					
เครื่องแต่งกายของพนักงานภาคพื้นดินเหมาะสมและทันสมัย					
การตกแต่งลวดลาย/ สัญลักษณ์ของเครื่องบินมีเอกลักษณ์ และชัดเจน					
สภาพของสำนักงานการบินไทยสะอาด สะดวกสบาย					
บรรยากาศบนเครื่องบินผ่อนคลาย และสะดวกสบายกว่าสายการบินอื่น					
ความสะอาดของห้องโดยสารและห้องน้ำภายในเครื่องบิน					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการสายการบินไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดพิจารณาปัญหาในการใช้บริการสายการบินไทยต่อไปนี้เป็นว่าท่านไม่พบหรือพบปัญหาในระดับใด แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องด้านหลังของปัญหาแต่ละข้อเพียงช่องเดียว

ปัญหาในการใช้บริการสายการบินไทย		ไม่พบ	พบปัญหาในระดับ		
			มาก	ปานกลาง	น้อย
<b>ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ภาพลักษณ์ของแบรนด์การบินไทย					
ความน่าเชื่อถือของการบินไทย					
สภาพของเครื่องบิน					
ขนาด / ความสะดวกสบายของที่นั่งบนเครื่องบิน					
ชั้นที่นั่งบนเครื่องบินที่มีให้เลือกใช้บริการ					
บริการด้านเครื่องคัมและของว่างบนเครื่องบิน					
น้ำหนักของสัมภาระที่อนุญาตให้ขึ้นเครื่องบิน					
<b>ปัญหาด้านราคา</b>					
การแจ้งอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างครบถ้วนสมบูรณ์					
ค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนบัตรโดยสาร					
วิธีการให้ส่วนลดค่าตัวเครื่องบิน					
เงื่อนไขการสะสมไมล์แลกตั๋วรางวัล					
<b>ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย</b>					
ความสะดวก รวดเร็ว ในการใช้บริการจากสำนักงานขายบัตร โดยสารสายการบินไทย					
การติดต่อสอบถามข้อมูลและเปลี่ยนแปลงการเดินทางต่างๆ จาก Call Center					
ความสะดวกในการใช้ระบบการจอง / ซื้อตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ต					

			<b>พบปัญหาในระดับ</b>		
--	--	--	-----------------------	--	--

		ไม่พบ	มาก	ปานกลาง	น้อย
<b>ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ความชัดเจนของข้อมูลในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา					
ความครบถ้วนและชัดเจนของข้อมูลในเว็บไซต์					
<b>ปัญหาด้านบุคลากร</b>					
ความชำนาญในการบินของนักบิน					
ความสามารถของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในการสื่อสาร					
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยดีของพนักงาน					
ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการให้บริการของพนักงาน					
จำนวนพนักงานที่ให้บริการ					
<b>ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
ขั้นตอนในการเปลี่ยนเที่ยวบินหรือคืนบัตรโดยสาร					
ความรวดเร็วในการเช็คอิน					
การประกาศเตือนเมื่อเที่ยวบินจะออกเดินทาง หรือแจ้งเที่ยวบินล่าช้าอย่างชัดเจน					
เที่ยวบินออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา					
การขึ้นเครื่องบินเป็นไปอย่างเรียบร้อยและรวดเร็ว					
ระยะเวลาการรอรับสัมภาระปลายทาง					
<b>ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ</b>					
ความเหมาะสมและทันสมัยของเครื่องแต่งกายพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					
ความเหมาะสมและทันสมัยของเครื่องแต่งกายพนักงานภาคพื้น					
บรรยากาศในเครื่องบิน					
สภาพของอุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบิน					
					พบปัญหาในระดับ



	ไม่พบ	มาก	ปานกลาง	น้อย
ปัญหาด้านสิ่งนำเสนองานทางกายภาพ (ต่อ)				
ความสะอาดภายในห้องผู้โดยสารบนเครื่องบิน				
ความสะอาดภายในห้องน้ำบนเครื่องบิน				

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นในการใช้บริการสายการบินไทยของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม

นางสาวกมลรัตน์ สวัสดิ์  
(ผู้ศึกษา)

## ภาคผนวก ข หนังสืออนุญาต



บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)  
89 วิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กทม. 10900  
โทรศัพท์ : 66 (0) 2545-1000, 66 (0) 2695-1000

## หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา

เขียนที่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

วันที่ 27 กันยายน 2553

โดยหนังสือฉบับนี้ ข้าพเจ้า เรืออากาศเอก อาทิตย์ นาศิริรัมย์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการใหญ่ ฝ่ายปฏิบัติการสนับสนุนการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่เลขที่ 89 ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ขอทำหนังสือฉบับนี้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่าข้าพเจ้าได้รับทราบและยินยอมให้ นางสาวกมลรัตน์ สวัสดิ์ รหัสนักศึกษา 511532130 สังกัดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (หลักสูตรผู้บริหาร) จังหวัดสมุทรสาคร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ทำการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง บัญชีส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการเลือกใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เข้ามาศึกษาและเก็บข้อมูล ณ หน่วยงานของข้าพเจ้าตามคำชี้แจงของนักศึกษาได้ แต่ไม่อนุญาตให้นำผลการศึกษาเผยแพร่ต่อสาธารณชน

เพื่อเป็นหลักฐานแห่งความยินยอมนี้ ข้าพเจ้าได้ ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ

เรืออากาศเอก.....

(อาทิตย์ นาศิริรัมย์)

ผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายปฏิบัติการสนับสนุนการบิน

รับทราบ

นางสาว.....

(กมลรัตน์ สวัสดิ์)

ผู้ศึกษา

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวกมลรัตน์ สวัสดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	6 สิงหาคม 2522
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 – 2547 ตำแหน่ง หัวหน้าห้องผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายพัฒนาบุคลากรการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2547 - ปัจจุบัน ตำแหน่ง หัวหน้าห้องผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายปฏิบัติการสนับสนุนการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved