

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

จากสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้วิถีในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเร่งรัดในเรื่องของเวลา ทำให้คนส่วนใหญ่มีความต้องการด้านความสะดวก และพยายามที่จะใช้เวลาให้คุ้มค่าที่สุด ดังนั้นการที่จะใช้เวลาให้คุ้มค่าในสภาวะการณปัจจุบัน กอปรกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของคนในสังคมมากขึ้น ทั้งในด้านของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ การศึกษา รวมไปถึงการดำเนินชีวิตอีกหลากหลายรูปแบบ อินเทอร์เน็ตจึงได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในสังคม อันเนื่องมาจากความสะดวกรวดเร็วในการรับส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยสามารถให้บริการได้ครอบคลุมทั่วโลก และยังส่งผลถึงความสามารถของธุรกิจในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอีกด้วย

ประเทศไทยเริ่มใช้เทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ต เพื่อการสื่อสารและแข่งขันด้านธุรกิจกับประเทศอื่นทั่วโลก ในปี พ.ศ.2536 ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 1,464 คน เท่านั้นและเพิ่มขึ้นเป็น 2 ล้านคนในปีพ.ศ.2544 จากผลการสำรวจโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดว่าในปีพ.ศ.2545 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะสูงขึ้นเป็น 4.5 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.3 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ (เย็น ภู่วรรณ, 2545:40) และจากตัวเลขการสำรวจพบว่า ในปีพ.ศ.2546 มีประชาชนในประเทศไทยที่เดินทางโดยสายการบินประมาณ 6.3 ล้านคน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ และคาดว่าในอีก 4-5 ปีข้างหน้า จำนวนประชาชนในประเทศไทยที่เดินทางโดยสายการบินจะเพิ่มจำนวนเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวหรือร้อยละ 20 (บิสิเนสไทย, 2547: ออนไลน์)

การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไปนิยมใช้เว็บไซต์ และอีเมล เป็นเครื่องมือหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เว็บไซต์ ซึ่งหมายถึงการแสดงผลข้อมูลข่าวสารทั้งในแบบรูปภาพและเสียง (ภาสกร ไหลสกุล, 2539: 72) ดังนั้นการซื้อบัตรโดยสารของสายการบินผ่านเว็บไซต์ของระบบอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นสิ่งที่ทำได้โดยง่าย และสามารถประหยัดเวลาในการจองหรือซื้อบัตรโดยสาร ณ จุดจำหน่ายบัตร

ปี พ.ศ.2545 รัฐบาลไทยได้มีนโยบายการเปิดเสรีด้านการบิน ทำให้ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำเหล่านี้สามารถบินใน

เส้นทางการบินเดียวกันกับเส้นทางของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และรัฐบาลยังมีนโยบายให้ยกเลิกการกำหนดระดับของราคาขั้นต่ำ ทำให้สายการบินต่างๆ สามารถจำหน่ายบัตรโดยสารในราคาถูกลงได้ (ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์, 2547:38) อีกทั้งผู้ใช้บริการเริ่มมีการตื่นตัวในเรื่องการใช้บริการโดยสารเครื่องบินที่สูงขึ้น ฉะนั้นสายการบินเหล่านี้จึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายบัตรโดยสาร เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่มีผู้ใช้บริการค่อนข้างสูง เพราะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่มีความสะดวกและสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งบริษัทสายการบินต่างๆ ได้มีการออกแบบจัดทำเว็บไซต์สายการบินของตนเองไว้เพื่อรองรับการให้บริการ ทั้งนี้ด้านการออกแบบเว็บไซต์ของบริษัทสายการบินต่างๆ จึงเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจที่จะเข้ามาเลือกใช้บริการ โดยในแต่ละสายการบินก็ได้พยายามที่จะกำหนดรายละเอียดรูปแบบให้สามารถที่จะให้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งยังสามารถที่จะทำความเข้าใจได้อย่างไม่ยากนัก

รูปแบบการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำมุ่งเน้นการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ลดการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นออกไป รวมทั้งเน้นการทำให้ต้นทุนการให้บริการของสายการบินต่ำที่สุด เพื่อให้สามารถกำหนดอัตราค่าโดยสารต่ำมากๆ ได้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้มีผู้โดยสารเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบันในประเทศไทยมีสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการอยู่ 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินวัน-ทู-โก (One-Two-Go) สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) และสายการบินนกแอร์ (Nok Air) โดยเปิดบริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ได้แก่ สายการบินวัน-ทู-โก เปิดบริการเว็บไซต์ <http://www.fly12go.com> สายการบินไทยแอร์เอเชีย เปิดบริการเว็บไซต์ <http://www.airasia.com> และสายการบินนกแอร์เปิดบริการเว็บไซต์ <http://www.nokair.com> ซึ่งเป็นช่องทางที่สำคัญช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายบัตรโดยสาร การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ ลดจำนวนบุคลากร ลดการใช้เอกสารในสำนักงาน และลดขั้นตอนในการให้บริการลูกค้า

อย่างไรก็ตาม รูปแบบของเว็บไซต์ของแต่ละสายการบินนั้นมีความแตกต่างกัน ทำให้ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ เพื่อจะได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับสายการบินและธุรกิจจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษา ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ
2. สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับสายการบินและธุรกิจจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

## นิยามศัพท์

**ความคิดเห็น** หมายถึง ความรู้สึกของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการซื้อบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำผ่านเว็บไซต์

**ผู้โดยสาร** หมายถึง ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศที่ซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์

**การออกแบบเว็บไซต์** หมายถึง การกำหนด แก๊ไข ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และจัดรูปแบบเว็บไซต์ ให้มีความเหมาะสม สวยงาม ดึงดูดใจ ของเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำ

**สายการบินต้นทุนต่ำ** หมายถึง สายการบินที่มีอัตราค่าโดยสารต่ำกว่าสายการบินปกติทั่วไปโดยไม่มีบริการพิเศษ เช่น ไม่มีบริการอาหารบนเครื่องบิน แต่มีการดูแลรักษาเครื่องบิน/เครื่องยนต์ ระบบรักษาความปลอดภัย ให้ได้มาตรฐานระดับเดียวกับสายการบินอื่นๆ ในที่นี้หมายถึงสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการในประเทศไทย ได้แก่สายการบินวัน-ทู-โก สายการบินไทยแอร์เอเชีย และ สายการบินนกแอร์