

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์ จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์ จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ โดยประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ ซึ่งมารับบัตรโดยสารตามจุดจำหน่ายของสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินวัน-ทู-โก สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ จำนวน 150 คน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้เป็นส่วนๆ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีการออกแบบเว็บไซต์ จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มากที่สุด และเคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียอีกด้วย ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเฉลี่ยประมาณ 3-4 ครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งปี ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนครั้งที่จองบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำผ่านระบบออนไลน์ ในแต่ละเที่ยวของการเดินทางจะเป็นการจองเพียงหนึ่งที่นั่งเป็นส่วนใหญ่ และส่วนใหญ่จะสั่งจองบัตรโดยสารจากสถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ

ผลการศึกษาด้านความคิดเห็น ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ พบว่าส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ของสายการบินวัน-ทู-โก และสายการบินนกแอร์ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (ตารางที่ 4.38)

ตารางที่ 5.1 สรุปการเปรียบเทียบความคิดเห็นในปัจจัยย่อยสูงสุด 5 ลำดับต่อการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ทั้ง 3 สายการบิน

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด 5 ลำดับต่อการออกแบบเว็บไซต์

ลำดับ ความ คิดเห็น	สายการบินวัน-ทู-โก	ค่า เฉลี่ย (แปล ผล)	สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย	ค่า เฉลี่ย (แปล ผล)	สายการบินนกแอร์	ค่า เฉลี่ย (แปล ผล)
1	สามารถจองบัตรได้ ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง	4.27 เห็น ด้วย	ระบบการชำระเงินผ่าน บัตรเครดิตเหมาะสม	4.20 เห็น ด้วย	ระบบการชำระเงิน ผ่านบัตรเครดิต เหมาะสม	4.49 เห็น ด้วย
2	ระบบการชำระเงิน ผ่านบัตรเครดิต เหมาะสม	4.15 เห็น ด้วย	สามารถจองบัตรได้ ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง	4.18 เห็น ด้วย	สามารถจองบัตรได้ ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง	4.33 เห็น ด้วย
3	ความสามารถเปิด เว็บไซต์ได้ตลอด	4.11 เห็น ด้วย	ประหยัดเวลาในการ จองบัตรโดยสาร	4.10 เห็น ด้วย	ประหยัดเวลาในการ จองบัตรโดยสาร	4.25 เห็น ด้วย
4	ประหยัดเวลาในการ จองบัตรโดยสาร	4.02 เห็น ด้วย	ความสามารถเปิด เว็บไซต์ได้ตลอด	3.85 เห็น ด้วย	เนื้อหาข้อมูลมีความ น่าเชื่อถือ	4.08 เห็น ด้วย
5	เนื้อหาข้อมูลมีความ น่าเชื่อถือ	3.97 เห็น ด้วย	ความเป็นปัจจุบันของ ข้อมูล	3.82 เห็น ด้วย	การตรวจสอบ สถานะการสั่งซื้อได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	4.05 เห็น ด้วย

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของสายการบินวัน-ทู-โก สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกันสำหรับปัจจัยย่อย 5 อันดับแรก โดยส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยในด้านการค้าขาย และด้านข้อมูล แต่หากพิจารณาในรายละเอียด มีการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ดังนี้

สายการบินวัน-ทู-โก มีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยสูงสุด 5 ลำดับ ได้แก่ สามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเหมาะสม ความสามารถเปิดเว็บไซต์ได้ตลอด ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร และเนื้อหาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยสูงสุด 5 ลำดับ ได้แก่ ระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเหมาะสม สามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร ความสามารถเปิดเว็บไซต์ได้ตลอด และมีความเป็นปัจจุบันของข้อมูล

สายการบินนกแอร์ มีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยสูงสุด 5 ลำดับ ได้แก่ มีระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต สามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร เนื้อหาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ และการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 5.2 สรุปการเปรียบเทียบความคิดเห็นในปัจจัยย่อยต่ำสุด 5 ลำดับต่อการออกแบบเว็บไซต์
ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ทั้ง 3 สายการบิน

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำสุด 5 ลำดับต่อการออกแบบเว็บไซต์						
ลำดับ ความ คิดเห็น	สายการบินวัน-ทู-โก	ค่า เฉลี่ย (แปล ผล)	สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย	ค่า เฉลี่ย (แปล ผล)	สายการบินนกแอร์	ค่า เฉลี่ย (แปล ผล)
1	ผังเว็บไซต์ช่วยค้นหา ข้อมูลที่ต้องการ	2.48 ไม่เห็น ด้วย	สามารถติดต่อกับ ผู้ดูแลระบบได้	3.06 ไม่ แน่ใจ	ผังเว็บไซต์ช่วยค้นหา ข้อมูลที่ต้องการ	2.65 ไม่ แน่ใจ
2	สามารถเชื่อมโยงไป ยังเว็บไซต์ของ องค์กรอื่นๆที่ เกี่ยวข้องได้	2.60 ไม่ แน่ใจ	การค้นหาค่าเพื่อช่วย ในการค้นหาข้อมูลที่ ต้องการอย่าง เหมาะสม	3.11 ไม่ แน่ใจ	สามารถเชื่อมโยงไป ยังเว็บไซต์ของ องค์กรอื่นๆที่ เกี่ยวข้องได้	2.70 ไม่ แน่ใจ
3	สามารถติดต่อกับ ผู้ดูแลระบบได้	2.61 ไม่ แน่ใจ	การบริการให้ผู้ที่เข้า เยี่ยมชมสามารถ สื่อสารและแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ระหว่างกัน	3.15 ไม่ แน่ใจ	สามารถติดต่อกับ ผู้ดูแลระบบได้	2.76 ไม่ แน่ใจ
4	การบริการให้ผู้ที่เข้า เยี่ยมชมสามารถ สื่อสารและแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ระหว่างกัน	2.66 ไม่ แน่ใจ	สามารถเชื่อมโยงไป ยังเว็บไซต์ของ องค์กรอื่นๆที่ เกี่ยวข้องได้	3.15 ไม่ แน่ใจ	การค้นหาค่าเพื่อช่วย ในการค้นหาข้อมูลที่ ต้องการอย่าง เหมาะสม	2.97 ไม่ แน่ใจ
5	การค้นหาค่าเพื่อช่วย ในการค้นหาข้อมูลที่ ต้องการอย่าง เหมาะสม	2.81 ไม่ แน่ใจ	ผังเว็บไซต์ช่วยค้นหา ข้อมูลที่ต้องการ	3.20 ไม่ แน่ใจ	การบริการให้ผู้ที่เข้า เยี่ยมชมสามารถ สื่อสารและแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ระหว่างกัน	2.98 ไม่ แน่ใจ

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ปัจจัยย่อยของความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์ จำหน่ายบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำของสายการบินทั้ง 3 สายการบิน โดยผู้ตอบแบบสอบถามของสายการบินวัน-ทู-โก สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันสำหรับปัจจัยย่อย 5 อันดับแรก โดยส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยในด้านความสะดวก และด้านชุมชน แต่หากพิจารณาในรายละเอียด มีการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน ดังนี้

สายการบินวัน-ทู-โก มีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยต่ำสุด 5 ลำดับ ได้แก่ ผังเว็บไซต์ ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน การค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม

สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยต่ำสุด 5 ลำดับ ได้แก่ สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม การบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ ผังเว็บไซต์ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

สายการบินนกแอร์ มีความคิดเห็นในปัจจัยย่อยต่ำสุด 5 ลำดับ ได้แก่ ผังเว็บไซต์ ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม การบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์ จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยใช้แนวคิด 6C กับความสำเร็จของเว็บไซต์ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านข้อมูล

ในด้านข้อมูลของการออกแบบเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำ จะเห็นได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบินได้จัดทำด้านข้อมูลของการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อข้อมูลของการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำนี้ในเรื่องของ เนื้อหาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ความเป็นปัจจุบันของข้อมูล และการจัดแบ่งหมวดหมู่/หัวข้อของเนื้อหาอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิริยา จุฬารธรรมกุล และคณะ (2542) ศึกษาเรื่องการศึกษากาชาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า โฮมเพจต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอและต้องจัดเนื้อหาของโฮมเพจให้มีหมวดหมู่ที่ชัดเจนง่ายแก่การค้นหา

ด้านการค้าขาย

ในด้านการค้าขายของการออกแบบเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำ จะเห็นได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบินได้จัดทำด้านการค้าขายของการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อด้านการค้าขายของการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำนี้ในเรื่องของ ระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเหมาะสม สามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสารและการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอารี มยังพงษ์ (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า มีความสะดวกในการให้บริการซื้อสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง และความสามารถในการตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ทางออนไลน์หรืออีเมล และยังสอดคล้องกับการศึกษาของศักดิ์ชัย ปิยะบุรณ์ (2547) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อบัตรผ่านเว็บไซต์ www.Thaiticketmaster.com พบว่าผู้ใช้บริการสามารถจองบัตรและเลือกที่นั่งในส่วนที่ต้องการได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดเวลาในการเข้าคิวจองหรือซื้อบัตร มีระบบการชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต

ด้านชุมชน

ในด้านชุมชน ซึ่งตามแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ ตามหลัก 6C หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่อยู่ร่วมกัน โดยมีการพูดคุย หรือทำกิจกรรมร่วมกันภายในสถานที่แห่งนั้น สำหรับการศึกษาครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน ได้จัดทำด้านชุมชนของการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจต่อด้านชุมชนของการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำนี้ในเรื่องของการบริการให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจรรยา จุฬารธรรมกุล และคณะ (2542) ศึกษาเรื่องการศึกษาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า โสมเพจต้องมีการติดต่อสื่อสารกับทางผู้ให้บริการได้ด้วย

ด้านการติดต่อสื่อสาร

ในด้านการติดต่อสื่อสารของการออกแบบเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำ จะเห็นได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน ได้จัดทำด้านการติดต่อสื่อสารของการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อด้านการติดต่อสื่อสารของการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำนี้ในเรื่องของการได้รับข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างเพียงพอเพื่อการตัดสินใจจองบัตรโดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศักดิ์ชัย ปิยะบุรณ์ (2547) ศึกษาเรื่องทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อบัตรผ่านเว็บไซต์ www.Thaiticketmaster.com พบว่าสามารถเข้าถึงได้ง่ายและให้ข้อมูลเพียงพอทำให้เป็นการช่วยในการตัดสินใจจองหรือซื้อบัตร

ด้านการปรับแต่งเว็บไซต์

ในด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ของการออกแบบเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำ จะเห็นได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน ได้จัดทำด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ของการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ต่อด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ของการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำนี้ในเรื่องของการปรับแต่งเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจรรยา จุฬารธรรมกุล และคณะ (2542) ศึกษาเรื่องการศึกษาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ข้อมูลในโสมเพจต้องมีการปรับปรุงให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลา

ด้านความสะดวก

ในด้านความสะดวกของการออกแบบเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำ จะเห็นได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน ได้จัดทำด้านความสะดวกของการออกแบบเว็บไซต์อยู่ใน

ระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อด้านความสะดวกของการออกแบบเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำนี้ในเรื่องของ ความสามารถเปิดเว็บไซต์ได้ตลอด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอารี มยังพงษ์ (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่าความสะดวกในการให้บริการซื้อสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ และในเรื่องของความเร็วในการเชื่อมโยงหน้าเว็บไซต์ และการปรับปรุงเนื้อหาสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศักดิ์ชัย ปิยะบุรณ์ (2547) ศึกษาเรื่องทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อบัตรผ่านเว็บไซต์ [www. Thaiticketmaster.com](http://www.Thaiticketmaster.com) พบว่า การเชื่อมโยงหน้าเว็บไซต์ที่รวดเร็ว และการปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลให้ทันสมัยสอดคล้องตลอดเวลา

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ มีดังต่อไปนี้

ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉลี่ยประมาณ 3-4 ครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งปี
2. ในแต่ละเที่ยวของการเดินทางจะเป็นการจองเพียงหนึ่งที่นั่งเป็นส่วนใหญ่
3. ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการสั่งจองบัตรโดยสารจากสถานที่ทำงาน
4. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มากที่สุด

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ

ผู้ให้บริการให้ความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อค้นพบที่สำคัญ ดังนี้

ด้านข้อมูล

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์ให้ความคิดเห็นในด้านข้อมูลโดยรวม ในระดับเห็นด้วย ทั้ง 3 สายการบิน โดยให้ความคิดเห็นสูงสุดคือ สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินวัน-ทู-โก ตามลำดับ

ด้านการค้าขาย

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วยต่อด้านการค้าขาย ทั้ง 3 สายการบิน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับสูงสุด คือสายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินวัน-ทู-โก ตามลำดับ

ด้านชุมชน

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับไม่แน่ใจต่อด้านชุมชน เหมือนกันทั้ง 3 สายการบิน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจในระดับสูงสุด คือ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน-ทู-โก ตามลำดับ

ด้านการติดต่อสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วยต่อด้านการติดต่อสื่อสาร ทั้ง 3 สายการบิน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับสูงสุด คือสายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน-ทู-โก ตามลำดับ

ด้านการปรับแต่งเว็บไซต์

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับไม่แน่ใจต่อด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ ทั้ง 3 สายการบิน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจในระดับสูงสุด คือสายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน-ทู-โก ตามลำดับ

ด้านความสะดวก

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับสูงสุด คือ สายการบินไทย

แอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ และผู้ใช้บริการจองบัตรโดยสารผ่านเว็บไซต์มีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจในด้านความสะดวกของสายการบินวัน-ทู-โก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ในครั้งนี้ผู้ศึกษา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อการออกแบบเว็บไซต์สายการบินวัน-ทู-โก

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ออกแบบ เว็บไซต์ของสายการบินวัน-ทู-โก ควรที่จะรักษาระดับที่ถูกค่าให้ความคิดเห็นสูงสุดนี้และพัฒนาให้ดีขึ้นในเรื่องของความสามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเหมาะสม ความสามารถเปิดเว็บไซต์ได้ตลอด ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร และเนื้อหาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

ส่วนในเรื่องที่ควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ ได้แก่ ฟังก์ชันเว็บไซต์ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน และการค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะต่อการออกแบบเว็บไซต์สายการบินไทยแอร์เอเชีย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ออกแบบ เว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ควรที่จะรักษาระดับที่ถูกค่าให้ความคิดเห็นสูงสุดนี้และพัฒนาให้ดีขึ้นในเรื่องของระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเหมาะสม สามารถจองบัตรได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร ความสามารถเปิดเว็บไซต์ได้ตลอด และความเป็นปัจจุบันของข้อมูล

ส่วนในเรื่องที่ควรปรับปรุงเว็บไซต์ ได้แก่ สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม การบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ ฟังก์ชันเว็บไซต์ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

3. ข้อเสนอแนะต่อการออกแบบเว็บไซต์สายการบินนกแอร์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ออกแบบ เว็บไซต์ของสายการบินนกแอร์ ควรที่จะรักษาระดับที่ถูกทำให้ความคิดเห็นสูงสุดนี้และพัฒนาให้ดีขึ้นในเรื่องของมีระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต สามารถจองบัตรได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาในการจองบัตรโดยสาร เนื้อหาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ การตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนเรื่องที่ควรมีการปรับปรุงได้แก่ ผังเว็บไซต์ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ การค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม และการบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน

4. ข้อเสนอแนะต่อผู้พัฒนาเว็บไซต์ของสายการบิน

ด้านข้อมูล

ด้านข้อมูลควรคำนึงถึงการจัดแบ่งหมวดหมู่/หัวข้อของเนื้อหาอย่างเหมาะสม โดยในแต่ละเว็บไซต์อาจมีมุมมองของการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน หมวดหมู่ของข้อมูลของเว็บไซต์ โดยส่วนใหญ่มีดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ข้อมูลของสินค้า ข่าวก้าวไป สิ่งที่มีคือ สิ่งใดที่เกิดขึ้นในองค์กร มีอะไรกำลังพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ หรือข้อมูลที่ต้องการประกาศต่างๆ ข้อมูลสำหรับติดต่อ ควรมีข้อมูลที่ละเอียด ชัดเจน เพื่อการรับส่งข้อมูลให้กับลูกค้าได้ตลอดเวลา

ด้านการค้าขาย

ด้านการค้าขายควรมีการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ และการปรับเปลี่ยนวันที่จองอัตโนมัติ (กรณีของการจองขาไป-กลับ) เพื่อทำให้เกิดความเชื่อถือในการให้บริการ

ด้านชุมชน

ด้านชุมชนควรมีการพัฒนาในเรื่องของการบริการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและความสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ อาจทำได้โดยการประสานงานกับบริษัทอื่นในการโฆษณาเว็บไซต์ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการสื่อสารของเว็บไซต์ ในการที่จะนำเว็บไซต์ไปเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของบริษัทอื่น เพื่อให้เกิดความสนใจพิเศษ หรือโดยการสมัครสมาชิกในแต่ละเว็บไซต์ เพื่อที่จะสามารถทราบ

จำนวนผู้ใช้บริการและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ใช้บริการได้ ควรมีการเปิด Web board /FAQ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นได้

ด้านการติดต่อสื่อสาร

ด้านการติดต่อสื่อสารควรมีการพัฒนาในเรื่องของการสามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการในเว็บไซต์ได้มากขึ้น

ด้านการปรับแต่งเว็บไซต์

ด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ ควรมีการนำข้อมูลเดิมของลูกค้านำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมเพื่อลูกค้าไม่ต้องกรอกข้อมูลซ้ำอีก

ด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก ควรมีการใช้สี เสียง และเทคนิคต่างๆอย่างเหมาะสม มีการค้นหาคำเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการอย่างเหมาะสม และมีผังเว็บไซต์ช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการ