

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ  
ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

GUIDELINES FOR SERVICE QUALITY DEVELOPMENT FOR REPEAT SERVICE  
INTENTION OF LOW- COST AIRLINES IN THAILAND

อานนท์ จันจิตร<sup>1</sup> และไพฑูรย์ มนต์พานทอง<sup>2</sup>  
Amon Junjit<sup>1</sup> and Paithoon Monpanthong<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการ  
การท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

<sup>1,2</sup> Master of Management Program in Integrated Tourism and Hospitality Management National  
Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok  
E-mail: Arnonjunjit101@gmail.com

Received:	June 14, 2020
Revised:	August 27, 2020
Accepted:	August 27, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ครั้ง ในปี 2561 จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ คือ วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ 3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสารและด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร

คำสำคัญ

คุณภาพการบริการ ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ สายการบินต้นทุนต่ำ

## ABSTRACT

The objective of this research were 1) to evaluate service quality of low- cost airlines in Thailand, 2) to study the factors service quality affecting repeat service intention of low- cost airlines in Thailand, and 3) to propose ways guidelines for service quality development for repeat service intention of low- cost airlines in Thailand. The samples was of 400 who have been traveled by Low-cost airline arrived at least 2 times in 2018. The questionnaire was used to collect data by using purposive sampling and Stepwise Multiple Regression Analysis which is statistics test showed. The result of this study shows that: 1) the overall service quality was at the highest level and 2) service quality in tangibility, assurance and empathy positive influence of repeat service intention of low- cost airlines in Thailand on the level of significance of 0.05 and 3) the guidelines for service quality development for repeat service intention of low- cost airlines in Thailand. Consisted; service quality in tangibility, assurance and empathy.

## Keywords

Service Quality, Repeat Service Intention, Low-Cost Airlines

## ความสำคัญของปัญหา

การขนส่งทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของโลกทำให้ประเทศต่าง ๆ เร่งกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาขีดความสามารถการขนส่งทางอากาศ ประเทศไทยมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามยุทธศาสตร์โมเดล “ประเทศไทย 4.0” มีการขับเคลื่อนด้วยความรู้และนวัตกรรม ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า และมีจุดเด่นคือสามารถเชื่อมความต้องการของผู้บริโภครายบุคคลเข้ากับกระบวนการผลิตสินค้าได้โดยตรง โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการวางรากฐานเพื่อความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง ปัจจุบันการขนส่งทางอากาศมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยค่อนข้างมาก โดยมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 12 ของผลผลิตมวลรวมประชาชาติ (GDP) ในปี พ.ศ. 2560 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รองรับผู้โดยสารประมาณ 60 ล้านคนต่อปี และเที่ยวบินมากกว่า 350,000 เที่ยวบินต่อปี ในขณะที่ท่าอากาศยานดอนเมืองรองรับผู้โดยสารประมาณ 38 ล้านคนต่อปี และรองรับเที่ยวบินมากกว่า 250,000 เที่ยวบินต่อปี (Office of Transport and Traffic Policy and Planning, 2018) สาเหตุการเติบโตเนื่องจากในปี พ.ศ.2545 ประเทศไทยมีนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Sky Policy) เกิดขึ้นนั่นคือ การให้สิทธิในการบินระหว่างกันโดยลดเลิกข้อจำกัดต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารทางอากาศ เพื่อให้การขนส่งเป็นไปโดยเสรีโดยสิทธิการบินเริ่มมีผลบังคับใช้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสายการบินต้นทุนต่ำ (Low – Cost Airlines) ขึ้นมามากมายซึ่งได้เปิดให้บริการในเส้นทางภายในประเทศตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2546 เป็นต้นมา ผลจากการเกิดสายการบินต้นทุนต่ำเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในภาคธุรกิจการบินและภาคการขนส่งแบบอื่น ๆ มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นรถไฟหรือรถประจำทางทั้งทางด้านคุณภาพ ราคา และการ

บริการซึ่งธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพอันจะส่งผลดีต่อผู้บริโภคในการมีทางเลือกมากขึ้น (Department of Trade Negotiations, 2008)

จากการที่สายการบินต้นทุนต่ำ ได้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจการบิน และมีอัตราการเจริญเติบโตต่อเนื่องเพราะมีค่าโดยสารที่ถูกกว่าสายการบินเต็มรูปแบบที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ และเรียกเก็บค่าโดยสารในราคาสูง โดยสายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นการทำให้ต้นทุนของสายการบินต่ำที่สุด ลดการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นออกไป ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีต้นทุนที่หนึ่งต่อหนึ่งหน่วยระยะทางต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของสายการบินเต็มรูปแบบ จนสามารถกำหนดอัตราค่าโดยสารในราคาต่ำกว่ามาก ๆ ได้ Phramkaew (2016) พบว่าจุดที่ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำได้รับความนิยมค่อนข้างมากนั้น ซึ่งเป็นผลมาจากการมีราคาบัตรโดยสารที่ค่อนข้างถูกและมีรายการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายเมื่อเทียบกับสายการบินแบบเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามธุรกิจการบินนั้นมีการแข่งขันสูงมากในการเสนอเส้นทางการบิน และราคาบัตรโดยสารที่ถูกที่สุดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด Endoo (2015) พบว่า “ราคา” เป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด โดยจะเห็นได้ว่าทุกสายการบินได้แข่งขันทำโปรโมชั่นกันอย่างเข้มข้นอนาคตข้างหน้าสายการบินต้นทุนต่ำอาจจะพัฒนาศักยภาพของตนเอง ให้มีความสามารถทัดเทียมกับสายการบินทั่วไปโดยมุ่งที่จะสร้างสรรค์และปรับปรุงบริการด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นไป เพื่อเพิ่มระดับคุณภาพบริการให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการใหม่ การทำธุรกิจสายการบินให้ประสบความสำเร็จได้นั้นนอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งแล้วอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกสายการบินและกลับมาใช้บริการซ้ำนั้นคือการที่สายการบินสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukpasjareon (2015) พบว่าปัจจัย “คุณภาพของห้องโดยสาร” เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของสายการบินราคาประหยัด โดยการสร้างการรับรู้คุณค่าให้ผู้โดยสารได้รับรู้และเกิดความพึงพอใจในสายการบิน เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Saha & Theingi (2009) กล่าวว่า ที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่ พึงพอใจในตารางการบินและผู้โดยสารมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำสูง อย่างไรก็ตามทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคแนะนำว่าผู้บริโภคจะใส่ใจกับปัจจัยหลายอย่างการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีหลายปัจจัยที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ปัจจัยด้านราคาและความพึงพอใจยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง นั่นคือ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) กล่าวว่า “คุณภาพการให้บริการ” ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สายการบินต้นทุนต่ำจะต้องนำมาให้บริการกับลูกค้าทุกส่วนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสประสบการณ์การบินที่โดดเด่นเริ่มตั้งแต่ การบริการก่อนเที่ยวบินการบริการบนเที่ยวบิน ไปจนถึงการบริการหลังเที่ยวบิน

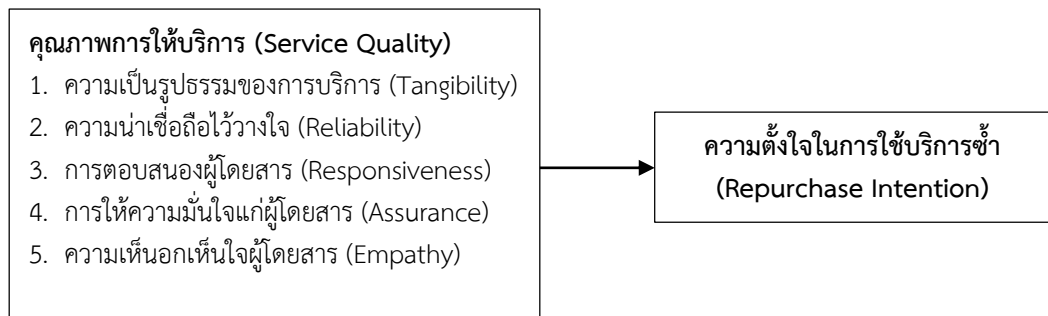
ดังนั้นจากความสำคัญของปัญหารวมถึงสถิติตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เห็นถึงปัญหาและโอกาส จึงสนใจศึกษาวิจัยถึง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย” ใช้เป็นข้อมูลให้กับสายการบินนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพราะมีส่วนสำคัญให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มีความจำเป็นต่อการสร้างความสำเร็จ และความอยู่รอดของธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงของสายการบินประเภทต้นทุนต่ำนี้

## โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ควรเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย



## ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost) มาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ครั้ง ในปี 2561 ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost) มาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ครั้ง ในปี 2561 เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แท้จริง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบของกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1963) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยทำการสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดของการศึกษา งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีการแบ่งโครงสร้างออกเป็น ส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการซ้ำ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ซึ่งตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบเบื้องต้น (Pretest) กับผู้โดยสารทั่วไป จำนวน 30 ราย และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.835 - 0.959 ซึ่งนับเป็นค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ถือว่ายอมรับ (มีค่ามากกว่า 0.70) นั่นคือแบบสอบถามฉบับนี้อยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามออนไลน์และใช้วิธีการวางแบบสอบถามในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Line เป็นต้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักนิยมใช้งานในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

##### **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)**

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยการหาความถี่ (Frequency) แล้วสรุปเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

การศึกษาคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

##### **สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)**

การศึกษาการส่งผลของคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

#### **ผลการวิจัย**

##### **1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 เพศชายมีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 39.00 การศึกษาอยู่ในปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.50 โดยมีการประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

38.50 และใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.75 ซึ่งเคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอื่น คิดเป็นร้อยละ 82.75 และไม่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอื่น คิดเป็นร้อยละ 17.25 โดยมีการค้นหาแหล่งข้อมูลจาก เว็บไซต์สายการบิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.91 และมีความถี่ในการใช้บริการสายการบิน จำนวน 2-3 ครั้งต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.75 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากการลดราคาบัตรโดยสาร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.25 มีความพึงพอใจกับราคาบัตรโดยสารการบินต้นทุนต่ำในช่วง 500-1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.25 ซึ่งมีการตัดสินใจด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.25 และเดินทางในช่วง วันจันทร์ - ศุกร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.50 โดยเดินทางท่องเที่ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.25 และชำระเงินค่าตัวโดยสารผ่านทางแอปพลิเคชันมือถือ มากที่สุด

## 2) ผลการประเมินคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.16	0.51	มาก
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.29	0.58	มากที่สุด
3. การตอบสนองผู้โดยสาร	4.31	0.62	มากที่สุด
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร	4.33	0.60	มากที่สุด
5. ความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร	4.23	0.69	มากที่สุด
รวม	4.27	0.07	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.27 (S.D.= 0.07) โดยคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.33 (S.D.= 0.60) รองลงมา คือ การตอบสนองผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31 (S.D.= 0.62) และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29 (S.D.= 0.58) ตามลำดับ

## 3) ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี stepwise ของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแสดงเฉพาะตัวแปรที่ถูกเลือกเข้าตัวแบบสมการ

คุณภาพการให้บริการ	$\beta$	SE <sub>b</sub>	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.046	0.237		0.194	0.846
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.182	0.063	0.127	2.873	0.004*
การให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร	0.482	0.071	0.395	6.801	0.000*
ความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร	0.266	0.060	0.250	4.433	0.000*

R = 0.686, R<sup>2</sup> = 0.470; Adjusted R<sup>2</sup> = 0.466; F = 117.286; Sig. of F. = 0.000\*

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสารและด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้  
สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Score)

$$\text{Repeat Service Intention} = 0.046a + 0.182(\text{Tangibility}) + 0.482(\text{Assurance}) + 0.266(\text{Empathy})$$

เมื่อ Repeat Service Intention แทน การตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ

Tangibility แทน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

Assurance แทน การให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร

Empathy แทน ความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร

ซึ่งสามารถอธิบายความหมายของสมการได้ว่า

$$\begin{aligned} \text{การตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ} &= 0.046 (\text{ค่าคงที่}) + 0.182 (\text{ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ}) + 0.482 \\ &(\text{การให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร}) + 0.266 \\ &(\text{ความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร}) \end{aligned}$$

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า เมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรเข้าสู่สมการพยากรณ์แล้ว ก็จะได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.686 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.47 ซึ่งหมายถึง ตัวแปรคุณภาพการให้บริการทั้งสามด้านร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ การตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ ได้ร้อยละ 47

**4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ**

### ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการสายการบินนี้อีกครั้งในอนาคต	4.28	0.74	มากที่สุด
2. ท่านจะยังคงกลับมาใช้บริการจากสายการบินนี้ถึงแม้ว่าราคาตั๋วจะสูงขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ	3.82	0.89	มาก
3. ท่านจะชักชวนครอบครัว เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	3.97	0.86	มาก
รวม	4.02	0.74	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.02 (S.D.= 0.74) โดยท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการสายการบินนี้อีกครั้งในอนาคต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.28 (S.D.= 0.74) รองลงมา คือ ท่านจะชักชวนครอบครัว เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้สายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 (S.D.= 0.86) และท่านจะยังคงกลับมาใช้บริการจากสายการบินนี้ถึงแม้ว่าราคาตั๋วจะสูงขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 (S.D.= 0.89) ตามลำดับ

#### 5) ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสารและด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร

งานวิจัยสรุปว่า ตัวแปรคุณภาพการให้บริการทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร

#### อภิปรายผล

##### 1. คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

จากผลการศึกษาคคุณภาพการให้บริการเพื่อประเมินคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองผู้โดยสาร ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสารและด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร พบว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีระดับคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจแก่ผู้โดยสารมากที่สุด อาจเนื่องมาจากสายการบินต่าง ๆ มีการบริการที่ดีตามมาตรฐานสายการบินแห่งชาติรวมทั้งการสนับสนุนให้เครื่องบินสามารถออกเดินทางจากสถานีต้นทางถึงสถานีปลายทาง



ทางตรงตามกำหนดเวลาที่ระบุในตารางบินด้วยความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย Jantaramanee (2014) พบว่า มาตรฐานการบินสากลสูงสุดได้มุ่งเน้นขนส่งผู้โดยสารให้ถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย ซึ่งกำหนดให้ทุกสายการบินต้องมีระบบการจัดการความปลอดภัย (Safety Management System: SMS) เช่น มาตรฐานของ เครื่อง บินที่ให้บริการระบบความปลอดภัยภายในเครื่องบิน การให้ความปลอดภัยในการดูแลซ่อม บำรุงเครื่องบิน ส่วนประกอบของเครื่องบิน และเครื่องยนต์ของเครื่องบิน เป็นต้น (ตามมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ: ICAO) อีกทั้งสายการบินยังมีการให้บริการแบบมีอาชีพ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นระบบการจองตั๋วออนไลน์เพื่อเป็นการเพิ่มความความสะดวกสบายให้กับลูกค้าให้สามารถซื้อบัตรโดยสารได้ผ่านทางเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน รวมถึงปัจจัยทางด้านราคาที่มีความยืดหยุ่นสูงและรวมถึงโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายที่นับเป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้าเลือกเดินทางอีกด้วย จึงทำให้ผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการของสายการบิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saleem et al. (2017) ได้ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการและความมั่นใจต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ - กรณีของอุตสาหกรรมการบินของปากีสถาน พบว่า คุณภาพการบริการและความมั่นใจมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความตั้งใจในการซื้อซ้ำ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Han & Hwang (2015) ที่ศึกษาคุณภาพของสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ตัวเครื่องบิน, ความเชื่อมั่น และความตั้งใจในระหว่างเที่ยวบิน : ความแตกต่างของกลุ่มอายุ (หนุ่มสาว วัยกลางคน ผู้ใหญ่) พบว่า โดยทั่วไปแล้วมีการระบุความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในคุณลักษณะด้านคุณภาพระหว่างกลุ่มอายุของผู้โดยสาร และระดับการรับรู้ของตัวเครื่องบินและความเชื่อมั่นในสายการบินนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนประเด็นคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากการศึกษาพบว่า แม้ว่าสายการบินจะมีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนเครื่องบินและภายในเครื่องบิน มีหนังสือพิมพ์รวมถึงนิตยสารคอยให้บริการด้วย แต่บางสายการบินห้ามหยิบนิตยสารลงจากเครื่อง หรือใช้ข้อความอ้อม ๆ แทนว่าช่วยกันลดโลกร้อนโดยสามารถเข้าไปดูออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ ได้แต่ผู้โดยสารส่วนใหญ่ต้องการการบริการที่จับต้องได้ในทันที จึงทำให้ผู้โดยสารมองว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับ ปานกลาง เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chilembwe (2014) ได้ทำการศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจของการขนส่งทางอากาศใน MALAWI : กรณีศึกษาสายการบิน MALAWI ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามมิติของ SERVQUAL (ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองการให้ความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลางเกือบทุกมิติอย่างเห็นได้ชัด

## 2. ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

2.1 ผลการวิเคราะห์การส่งผลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจากผู้โดยสารได้รับการบริการที่ดีตามมาตรฐานของสายการบินตั้งแต่

กระบวนการแรกที่ใช้บริการทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจกับไม่ว่าจะเป็นระบบการเช็คอินที่มีความสะดวกและรวดเร็ว เช่น มีการเช็คอินผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของสายการบินนั้น เครื่องบินมีความทันสมัย ซึ่งทำให้ผู้โดยสารเกิดการรับรู้ในการให้บริการของสายการบินโดยคุณภาพการบริการนั้นหากตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ดีก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจ Lertthaitrakul (2019) พบว่า การบริการเหล่านี้ได้ถูกนำเสนอออกมาให้ผู้โดยสารได้รับรู้ถึงการให้บริการที่ดี อีกทั้งพนักงานก็มีการให้บริการบนเครื่องบินแบบมืออาชีพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phonsuwan & Somsuk (2016) พบว่า การพัฒนาคุณภาพบริการสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยให้ความสำคัญสูงสุดสองอันดับแรก คือ “การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและเครื่องบินที่ทันสมัยและมีสภาพที่ดี” สอดคล้องกับงานวิจัย Tian et al. (2019) ได้ทำการศึกษาแนวทางใหม่ของการวิเคราะห์สื่อโซเชียลเพื่อคาดการณ์คุณภาพการบริการ: หลักฐานจากอุตสาหกรรมสายการบิน มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ข้อมูลสื่อโซเชียลเพื่อวัดและประเมินคุณภาพบริการ ด้วยตัวชี้วัด SERVQUAL พบว่าคุณภาพการบริการจากโซเชียลมีเดียนี้ถูกต้องและสามารถใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nathongkam & Kuntobutr (2018) พบว่าอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ

2.2 ผลการวิเคราะห์การส่งผลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสารส่งผล ต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะสายการบินมีพนักงานที่มีทักษะการสื่อสารในด้านการประกาศแจ้งความเคลื่อนไหวบนเครื่องบิน โดยการสื่อสารมีความสำคัญและพนักงานของสายการบินต้องทำการสื่อสารอย่างเหมาะสมกับผู้โดยสารการสื่อสารโดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญอันจะนำไปสู่ความเข้าใจอันดีระหว่างผู้โดยสารกับพนักงานให้บริการเพื่อให้ผู้โดยสารสามารถรับรู้ได้ถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการของสายการบินที่ใช้บริการมีการแสดงออกทางการช่วยเหลือเกื้อกูลการสื่อสารระหว่างกัน การแบ่งงานกันทำเป็นสิ่งที่ผู้โดยสารสามารถรับรู้ได้จากพฤติกรรมการแสดงออกของพนักงานให้บริการของสายการบิน เพื่อนำไปสู่การเลือกและตัดสินใจซื้อในอนาคต ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Tipsuwan (2018) พบว่า คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางบินอุบลราชธานี- กรุงเทพมหานคร- อุบลราชธานี พบว่า ควรปรับปรุงคุณภาพการบริการ 2 ด้านคือ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ (Assurance) ที่พนักงานยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างเต็มความสามารถและยังขาดความรู้ที่ถูกต้องและแม่นยำด้านข้อมูล

2.3 จากผลการวิจัยยังพบประเด็นการส่งผลของคุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสารส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานสามารถดูแลเอาใจใส่และเรียนรู้ทำความเข้าใจกับผู้โดยสารตลอดการเดินทางรวมถึงบริการพิเศษต่าง ๆ ให้กับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เช่น บริการเก้าอี้รถเข็น/อุปกรณ์ช่วยสำหรับการเคลื่อนที่ โดยพนักงานจะให้การดูแลพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการรายบุคคลและตรงจุด และพนักงานสามารถเข้าใจถึงปัญหาและแก้ไขปัญหาให้กับผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sa-nguanwong (2018) ที่ได้ทำการศึกษา

การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต พบว่า “ด้านความเอาใจใส่” มีระดับการรับรู้ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการประกันความมั่นใจ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangsawad & Preechanont (2018) ได้ทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการออนไลน์ของธุรกิจที่จำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ พบว่า ด้านการบริการตามความต้องการเฉพาะบุคคลส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin & Huang (2015) กล่าวว่า การใช้กระบวนการวิเคราะห์โครงข่ายเพื่อวัดปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจซื้อซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ: การเปรียบเทียบลูกค้าในอนาคตและลูกค้าปัจจุบัน พบว่ากลุ่มลูกค้าปัจจุบันเน้นความสำคัญของ “การบริการของพนักงาน” ทำให้รูปแบบการประเมินและผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงที่มีคุณค่าสำหรับผู้จัดการของสายการบินต้นทุนต่ำ (LCCs) เพื่อใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

ส่วนประเด็นผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ประกอบไปด้วย ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการตอบสนองผู้โดยสาร ดังนี้

2.4 คุณภาพการให้บริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ แม้ว่า สายการบินจะให้บริการตามเงื่อนไขในการให้บริการของแต่ละสายการบิน พนักงานมีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อไม่ให้เกิดการบริการที่ผิดพลาดในแต่ละเที่ยวบิน นั้น แต่สายการบินก็ต้องมีการจัดอบรม ฝึกฝนให้กับพนักงานจนเกิดความชำนาญ สร้างความเป็นมืออาชีพให้แก่พนักงานอยู่เสมอเพื่อนำไปสู่คุณภาพการบริการที่โดดเด่นของสายการบิน เช่น ด้านการอำนวยความสะดวกบนเครื่องบินและหลังทำการบิน ผู้โดยสารจะได้รับบริการต้อนรับจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ด้วยการกล่าวต้อนรับทักทายและบอกทางไปยังที่นั่งในชั้นบริการต่าง ๆ ให้กับผู้โดยสารและเมื่อผู้โดยสารมาถึงอาคารผู้โดยสารขาเข้าของสนามบินทางสายการบินจะให้พนักงานต้อนรับภาคพื้นนำกระเป๋าของผู้โดยสาร ไปช่องทางออกเพื่อให้ผู้โดยสารรับกระเป๋าและเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ต่อไป ด้านความปลอดภัย มีการสาธิตการใช้อุปกรณ์ แนะนำคู่มือความปลอดภัยบนเครื่องบิน ที่ผู้โดยสารควรปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ และข้อห้ามในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิดบนเครื่องบิน เนื่องจากอุปกรณ์เหล่านี้อาจจะรบกวนสัญญาณการติดต่อสื่อสารและการเดินอากาศของเครื่องบินและการงดสูบบุหรี่ในทุกเที่ยวบิน จะเห็นได้ว่าการให้บริการกับผู้โดยสารในแต่ละช่วงของการมาใช้บริการของผู้โดยสารนั้น ทางสายการบินต้องให้ความสำคัญและใส่ใจในทุกกระบวนการ เนื่องจากการให้บริการจะเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจแก่สายการบินที่และทำให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Sukpasjareon (2015) ได้ทำการศึกษาแบบการสร้างความปลอดภัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดสำหรับการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจอาเซียน จากการศึกษาพบว่า “คุณภาพของห้องโดยสาร” เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของสายการบินราคาประหยัด โดยปัจจัยชี้วัดที่สำคัญที่สุดของคุณภาพของห้องโดยสาร ได้แก่ ความสะอาดของทั้งห้องโดยสารและห้องน้ำ ขนาดที่พอเหมาะความพร้อมของอุปกรณ์ช่วยชีวิตและรักษาความปลอดภัย

ดังนั้น ถ้าสายการบินราคาประหยัดจัดเตรียมห้องโดยสารในลักษณะดังกล่าว ผู้ใช้บริการจะยิ่งรับรู้ถึงคุณค่าและยิ่งพึงพอใจในสายการบินดังกล่าวเพิ่มขึ้น จนทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดี โดยการกลับมาใช้ซ้ำในโอกาสต่อไป

2.5 คุณภาพการให้บริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ด้านการตอบสนองผู้โดยสาร แม้ว่า สายการบินจะมีความปลอดภัย มีความตรงต่อเวลา มีการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลการเดินทางสามารถตอบสนองความต้องการให้กับผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบิน นั้น แต่สายการบินควรคำนึงถึงการให้บริการในภาคพื้นดินเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้มากยิ่งขึ้น เช่น ผู้โดยสารที่ไม่เคยเดินทางโดยสารเครื่องบินมาก่อน มีการแนะนำการซื้อบัตรโดยสาร การเช็คอินผ่านตู้อิเล็กทรอนิกส์ที่หรือการให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ในการเดินทาง โดยพนักงานภาคพื้นดินมีความเอาใจใส่ที่จะให้บริการและช่วยเหลือต่อผู้โดยสาร จะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสารของพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพตรงตามความคาดหวังของผู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saha & Theingi (2009) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจความตั้งใจเชิงพฤติกรรม กรณีศึกษาสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย การศึกษาพบว่า ลำดับความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการ คือ “ตารางเที่ยวบิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ลักษณะทางกายภาพ และเจ้าหน้าที่ภาคพื้นดิน ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อมิติคุณภาพการให้บริการ” เหล่านี้มีความสำคัญมากในการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผู้โดยสารที่พึงพอใจส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากตารางการบิน และลูกค้ามีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยคำพูดที่เป็นบวกและมีความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำสูง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการสายการบินไม่ควรปล่อยให้เครื่องบินมีสภาพทรุดโทรม ควรรักษาให้เครื่องบินให้มีสภาพดีทันสมัย มีความสะอาดพร้อมให้บริการในแต่ละเที่ยวบิน มีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนเครื่องบิน และมีคู่มือปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ ที่สายการบินกำหนดที่สามารถทำให้ผู้โดยสารได้ทราบถึงรายละเอียดและการบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ในแต่ละเที่ยวบินเพื่อรักษามาตรฐานและสร้างความเป็นรูปธรรมให้การบริการต่อผู้โดยสารที่มาใช้บริการเพราะผู้โดยสารสามารถมองเห็นหรือจับต้องสิ่งของเหล่านี้ได้

2. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สายการบินควรปฏิบัติตามแนวทางในการให้บริการของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือไว้วางใจในสายการบิน ดังนั้น สายการบินควรแจ้งหรืออบรมเงื่อนไขต่าง ๆ ให้กับพนักงานสายการบิน ตามที่สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยได้กำหนดขึ้น เพื่อให้พนักงานได้ปฏิบัติตามและแจ้งผู้โดยสารให้ผู้โดยสารให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่สายการบินกำหนดขึ้น

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองผู้โดยสาร พนักงานสายการบินต้องแสดงถึงความเต็มใจในการให้บริการต่อผู้โดยสาร ตลอดจนการกล่าวทักทายเพื่อแสดงต่อความเป็นมิตรให้กับผู้โดยสารและสายการบินต้องมีช่องทางการติดต่อที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารให้มาก

ที่สุด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลใด ๆ เช่น การยกเลิกเที่ยวบินของผู้โดยสาร การคืนตัวเครื่องบิน ซึ่งการบริการเหล่านี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงการรับผิดชอบและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารและเมื่อสายการบินได้กลับมาให้บริการสายการบินควรแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้กับผู้โดยสารได้ทราบ เช่น ระยะเวลาในการบินที่บินยาวนานจากเดิมการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินตามที่สายการบินกำหนด การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน

4. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร สายการบินควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพนักงานในการปฏิบัติงาน ดังนั้น การเตรียมพร้อมของพนักงานสายการบินจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสาร เช่น พนักงานควรแต่งกายสะอาด สุภาพ เหมาะสมในการปฏิบัติงาน มีความสามารถทางด้านภาษาได้หลายภาษา ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสารในการให้บริการข้อมูลรายละเอียดของสายการบิน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้บริการในรูปแบบ Call center การให้บริการในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจต่อผู้โดยสารที่มาใช้บริการ

5. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร เนื่องจากผู้โดยสารของสายการบินมีความต้องการและลักษณะเฉพาะของผู้รับบริการที่ไม่เหมือนกัน สายการบินต้องเข้าใจและคำนึงถึงปัญหาของผู้โดยสารเป็นหลัก เช่น ผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษในการบริการเก้าอี้รถเข็น/อุปกรณ์ช่วยสำหรับการเคลื่อนที่ หรือมีการติดตามหลังการใช้บริการทุกครั้ง เช่น การส่งจดหมายตามอิเล็กทรอนิกส์ของผู้โดยสารหรือสอบถามทางโทรศัพท์ เพื่อให้เข้าถึงความคิดเห็นและปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้โดยสารอย่างแท้จริงและสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้นั้นมาปรับปรุงและพัฒนาสายการบินให้ดียิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการธุรกิจสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลการวิจัยกับคุณภาพการบริการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

2. ควรเพิ่มตัวแปรในการศึกษา เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7Ps) และคุณภาพการบริการ ว่ามีผลต่อการตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมากน้อยเพียงใด

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการระหว่างประเทศ เพื่อเปรียบเทียบและหาปัจจัยที่แตกต่างของคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

#### References

- Chilembwe, J. M. (2014). Evaluation of Service Quality, Value and Satisfaction of Air Transportation in Malawi: Case Study of Air Malawi. *International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship*. 1(11), 236-266.
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Techniques (2nd ed.)*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

- Department of Trade Negotiations. (2008). **krasuāng phānit khēt kānkā serī ('ēphī'ē)** [Ministry of Commerce Free Trade Area (FTA)]. Bangkok: Ministry of Commerce.
- Endoo, R. (2015). **paṭchāi thī mī 'iṭthiphon tō̄ kāntatsin̄chāi chāi bō̄rikān sāi kān bin 'ǣ'ēchīa khō̄ng prachakō̄n nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhō̄n læ parimonthon** [Factors affecting decision on the usage of airasia airline in the bangkok metropolitan area]. Master of Business administration. Faculty of commerce and accountancy. Thammasat University.
- Han, H. & Hwang, J. (2015), Quality of physical surroundings and service encounters, airfare, trust and intention during the flight: age-group difference (young, middle-aged, and mature). **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 27(4), 585-607.
- Jantaramanee, P. (2014). **paṭchāi thāng sēthakit thī mī phon tō̄ 'attrā phontō̄phāen khō̄ng laksap klum thurakit kān bin thī chōtthabian nai Talāt Laksap hāeng Prathēt Thai** [Economic Factors Influencing the Rate of Return of Airline Group Officially Listed in the Stock Exchange of Thailand]. Master of Business Administration. University of the Thai Chamber of Commerce.
- Lertkojchasi, M. (2015). **paṭchāi thī mī phon tō̄ kānlūk chāi bō̄rikān sāi kān bin kān bin Thai sō̄ kānhai bō̄rikān phāinai prathēt** [Factors Affecting Consumer Choice of Thai Airways Domestic Flights]. Master of Business administration. Faculty of commerce and accountancy Thammasat University.
- Lertthaitrakul, W. (2019). **tūa chī wat khunnaphāp kānhai bō̄rikān khō̄ng thurakit sāi kān bin** [Service Quality Indicators of Airline Service Business]. **Sripatum Chonburi Journal**. 15(3), 64-73.
- Lin, H. F. & Huang, Y. W. (2015). Using analytic network process to measure the determinants of low cost carriers purchase intentions: A comparison of potential and current customers. **Journal of Air Transport Management**. 49, 9e16.
- Nathongkam, J. & Kuntonbutr, S. (2018). 'iṭthiphon khō̄ng paṭchāi thāngkān talāt tō̄ khwām tangchāi nai kanchai bō̄rikān khō̄ng sāi kān bin tonthun tam [The Influence of Marketing Factors on Repurchase Intention of Low Cost Airlines]. **Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University**. 3(3), 50-61.
- Office of Transport and Traffic Policy and Planning. (2018). **phāen mǣbot kān khonsong thāng 'akāt khō̄ng prathēt Thai** [Air Transport Master Plan of Thailand]. Bangkok: Office of Transport and Traffic Policy and Planning.

- Phonsuwan, L. & Somsuk, N. (2016). k̄nphatthanā khunnaphāp k̄n bōrikān samrap s̄i k̄n bin tonthun tam [Service quality development for low cost airline]. **EAU Heritage Journal Science and Technology**. 10(3), 147-163.
- Phramkaew, S. (2016). k̄nsuksā nawattakam nai s̄i k̄n bin tonthun tam kōranī suksā s̄i k̄n bin 'æ' ēchīa [Innovation In Low Cost Airlines Case Study Of Airasia]. Master of Business Administration. Faculty of Commerce and Accountancy. Thammasat University.
- Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions A study of Low-cost Airline Carriers in Thailand. **Managing Service Quality**, 19(3), 350-372.
- Saleem, M. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions – the case of Pakistan airline industry. **Journal of Marketing and Logistics**. 29(5), 1136-1159.
- Sangawad, K. & Preechanont, P. (2018). n̄oethāng nai k̄nphatthanā khunnaphāp k̄nhai bōrikān 'ōnlai khōng thurakit thī ch̄amnāi phækkēt thūa [Guidelines of online service quality improvement for package tour business]. **Srinakharinwirot Business Journal**. 9(2), 60-71.
- Sa-nguanwong, T. (2018). k̄nraprū khunnaphāp k̄n bōrikān khōng phūdoisan phāinai prathēt thī mī tō khaotōe chek 'in s̄i k̄n bin nok 'æ' pracham sathanī Phuket [The Service Quality Perception of Domestic Passenger at Check-in Counter of Nok Air at Phuket Station]. **PULINET Journal**. 5(1), 69-81.
- Sukpasjareon, K. (2015). rūpbæp k̄nsāng khwāmphungphōch̄ai thī song phon tō khwā m̄ chongrakphakdī khōng phūch̄ai bōrikān s̄i k̄n bin rāk̄hā prayat samrap k̄n prap tūa khao sū s̄etthakit 'Āsian [A odel of affect the loyalty of budget airline's customers asean economic]. **Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University**. 9(3), 1-12.
- Tian, X. et al. (2019). A new approach of social media analytics to predict service quality: evidence from the airline industry. **Journal of Enterprise Information Management**. 33(1), 51-70.
- Tipsuwan, T. (2018). khunnaphāp bōrikān khōng s̄i k̄n bin tonthun tam kōranī suksā s̄enthāng bin 'ubonratchathānī - Krung Thēp Mahā Nakhōn - 'ubonratchathān [Service Quality in Low - Cost Airlines: A Case of Ubon Ratchathani – Bangkok – Ubon Ratchathani]. **Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University**. 7(13), 11-24.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customers Perceptions and Expectations**. New York: The Free Press.