

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

Factors Affecting Passenger Satisfaction of Low-Cost Airlines

อินทิรา กักรัมย์¹, พัชรพร แซ่มบำรุง², ฟานิสต้า เทพแก้ว³, ณัฐฐณิชา แก้วรัตน์⁴

¹คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
intira.kokr@northbkk.ac.th

²คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
patchalapom.chae@northbkk.ac.th

³คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
fanitta.thep@northbkk.ac.th

⁴คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
natthanicha.kaew@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อปัจจัยคุณภาพบริการ และ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใน ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และใน ส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus Group Interview) กับผู้โดยสารที่ใช้บริการเป็นประจำ จำนวน 10 คน เพื่อขยายความผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจ พบว่า ด้านความสะดวกสบาย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการของพนักงาน ด้านราคาและความคุ้มค่า และด้านความตรงต่อเวลา ตามลำดับ
2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ช่วยขยายความให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบายที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในขั้นตอนการเช็คอิน และความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันของสายการบิน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวม

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพเทคโนโลยีการบริการตนเองเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ความสะดวกรสบายของผู้โดยสาร อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีต่อสายการบินในระยะยาว

คำหลัก: ความพึงพอใจของผู้โดยสาร, สายการบินต้นทุนต่ำ, คุณภาพการบริการ

Abstract

This research entitled "Factors Influencing Passenger Satisfaction with Low-Cost Carriers" aims: 1) to study the levels of passenger opinions toward service quality factors, and 2) to analyze the influence of service quality factors on passenger satisfaction. This study employed a mixed-methods research design. For the quantitative phase, data were collected via questionnaires from 400 passengers in Thailand using Convenience Sampling. Statistical analyses included percentage, mean, standard deviation, and Multiple Regression Analysis. For the qualitative phase, a Focus Group Interview was conducted with 10 frequent passengers to further elaborate on the quantitative findings.

The research findings revealed that:

1. Quantitative Results: The overall level of passenger opinions toward service quality factors was at a high level. Multiple Regression Analysis indicated that Convenience was the most significant factor influencing satisfaction at a 0.05 significance level, followed by Safety, Staff Service, Price and Value, and Punctuality, respectively.

2. Qualitative Results: The interviews provided deeper insights, showing that the most critical aspects of convenience were the speed of the check-in process and the user-friendliness of the airline's mobile application, both of which significantly drive overall passenger satisfaction.

These findings suggest that low-cost carriers should prioritize enhancing self-service technologies to improve convenience, ultimately fostering passenger satisfaction and loyalty.

Keywords: Passenger satisfaction, Low-cost airlines, Service quality

บทนำ

อุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ถือเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ข้อมูลจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA, 2024) ระบุว่าปริมาณการเดินทางทางอากาศทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับประเทศไทย ข้อมูลจาก สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (2567) พบว่าสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Carriers: LCCs) ครองส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศมากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทสำคัญในโครงสร้างการขนส่งทางอากาศของไทย

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวดังกล่าวนำมาซึ่งสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ในอดีตงานวิจัยหลายฉบับมักชี้ว่า "ด้านราคา" เป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไปสู่การให้ความสำคัญกับประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่น สอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ กรมท่าอากาศยาน (2563) เรื่อง โครงการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน ที่ระบุชัดเจนว่า ปัจจัยด้าน "ความสะดวกสบาย" (Convenience) และประสิทธิภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลสูงต่อความพึงพอใจในภาพรวมของผู้โดยสารยุคใหม่

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ" เพื่อพิสูจน์ว่าปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีอิทธิพลเหนือกว่าปัจจัยด้านราคาจริงหรือไม่ ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงจุด เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีของผู้โดยสารอย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

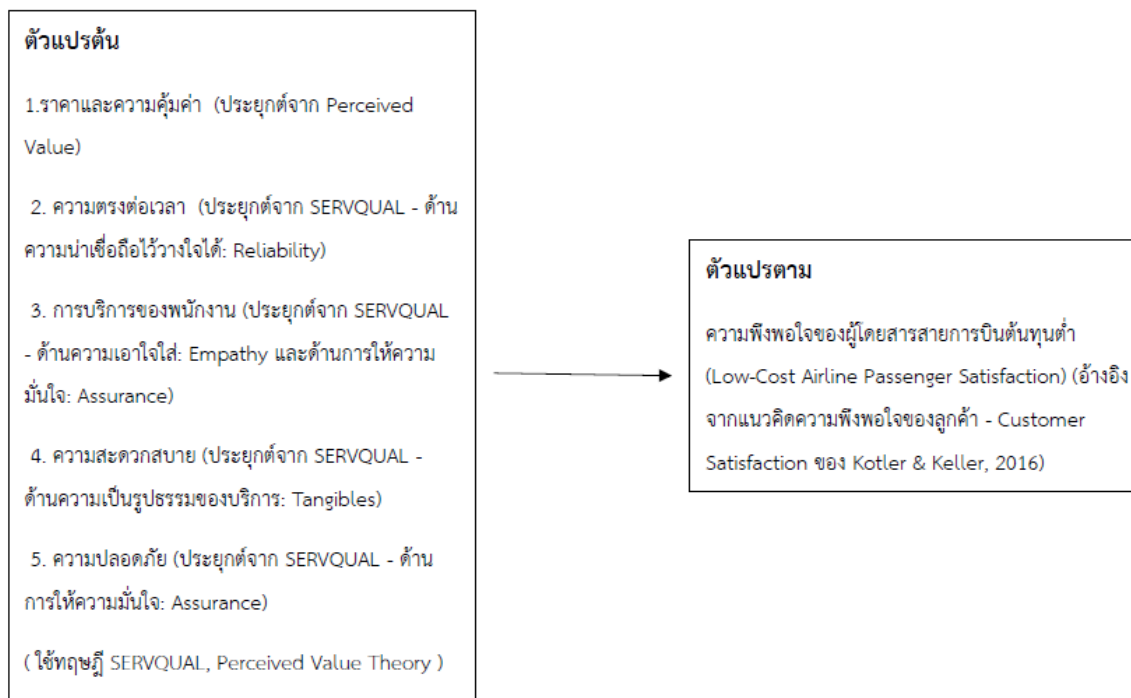
1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อปัจจัยคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำ
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ และเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านความสะดวกสบายที่มีผลต่อผู้โดยสารในยุคปัจจุบัน
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสายการบินต้นทุนต่ำนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานและพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดขั้นตอนที่ยุ่งยากให้ตรงกับความ ต้องการของผู้โดยสาร

3. เพื่อยกระดับประสบการณ์ การเดินทางที่รวดเร็วและความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการ อันจะนำไปสู่ความภักดีต่อสายการบินในระยะยาว

กรอบแนวคิดวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ (Factors Affecting Passenger Satisfaction of Low-Cost Airlines) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

รูปแบบการวิจัย (Research Design) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ และทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (ปัจจัย 5 ด้าน) และตัวแปรตาม (ความพึงพอใจ) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร (Population): ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง (Sample): ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และสมัครใจตอบแบบสอบถาม การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane

(1973) โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน 2 ช่องทางควบคู่กัน ได้แก่ การลงพื้นที่เก็บข้อมูล (On-site Survey) ณ ทำอากาศยานดอนเมือง และการแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Survey) ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้แม้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีนี้อาจมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการอ้างอิงผลไปยังประชากรทั้งหมด (Generalizability) แต่การประยุกต์ใช้การเก็บข้อมูลทั้งสองรูปแบบควบคู่กัน (Hybrid Data Collection) ทำให้ผู้วิจัยสามารถกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้ใช้งานได้หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยลดความคลาดเคลื่อนและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์: เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ (ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ)

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (ตัวแปรอิสระ): แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านราคาและความคุ้มค่า 2) ด้านความตรงต่อเวลา 3) ด้านการบริการของพนักงาน 4) ด้านความสะอาดสบาย และ 5) ด้านความปลอดภัย (ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้โดยสาร (ตัวแปรตาม): วัดระดับความพึงพอใจในภาพรวมจากการใช้บริการ (ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ)

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity): แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability): นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.895 (ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ≥ 0.70)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยมีการชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยแก่ผู้ตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน ผู้ตอบมีสิทธิ์ปฏิเสธการตอบได้ตลอดเวลา และไม่มี การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลจนได้กลุ่มตัวอย่างครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และระดับความคิดเห็นในแต่ละปัจจัย

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics): ใช้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านราคา ความตรงต่อเวลา การบริการของพนักงาน ความสะอาดสบาย และความปลอดภัย ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จริยธรรมในการวิจัยในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยเป็นสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมโดยสมัครใจ ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิจัยจะนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินต่อไป

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าความแปรปรวน (S.D)	ระดับความสำคัญ
1.ราคาและความคุ้มค่า	4.34	0.650	มาก
2.ความตรงต่อเวลา	4.34	0.612	มาก
3.การบริการของพนักงาน	4.42	0.532	มาก
4.ความสะอาดสบาย	4.58	0.523	มากที่สุด
5.ความปลอดภัย	4.44	0.497	มาก
รวมเฉลี่ยทุกด้าน	4.42	0.563	มาก

ส่วนที่ 1: ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร (เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.42, S.D. = 0.563 สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีบทบาทสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความสะอาดสบายมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย

= 4.58, S.D. = 0.523 อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้บริการ เช่น ขั้นตอนการเช็คอิน หรือความสบายของที่นั่ง จึงส่งผลให้ความสะดวกสบายกลายเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.44, S.D. = 0.497 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารยังคงคาดหวังและให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยของสายการบิน ด้านการบริการของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.42, S.D. = 0.532 อยู่ในระดับมาก สะท้อนว่าผู้โดยสารมีความคาดหวังต่อการให้บริการที่ดี ความสุขภาพ และการเอาใจใส่จากพนักงาน ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจ ด้านความตรงต่อเวลา โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.34, S.D. = 0.612 อยู่ในระดับมาก เช่น ความแม่นยำของเวลาเที่ยวบินทั้งการออกเดินทางและการไปถึงจุดหมายปลายทาง สุดท้ายคือ ด้านราคาและความคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.34, S.D. = 0.650 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารยังคงพิจารณาความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับ

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบิน ต้นทุนต่ำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.524	0.218		2.404	0.017
ราคาและความคุ้มค่า X_1	0.215	0.052	0.22	4.125	0.000*
ความตรงต่อเวลา X_2	0.198	0.052	0.21	3.842	0.000*
การบริการของพนักงาน X_3	0.254	0.051	0.27	5.013	0.000*
ความสะดวกสบาย X_4	0.301	0.053	0.31	5.687	0.000*
ความปลอดภัย X_5	0.187	0.054	0.19	3.456	0.000*

R=0.782, R² =0.611, Adjusted R Square=0.603, Std. Error=0.218, Sig=0.000

ส่วนที่ 2: ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร (เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร พบว่า ปัจจัยอิสระทั้ง 5 ด้าน สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำได้ร้อยละ 61.10 (R² = 0.611) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เพื่อเปรียบเทียบน้ำหนักความสำคัญ พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสูงสุด (β =

0.31) รองลงมาคือ ด้านการบริการของพนักงาน ($\beta = 0.27$) ด้านราคาและความคุ้มค่า ($\beta = 0.22$) ด้านความตรงต่อเวลา ($\beta = 0.21$) และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.19$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การยกระดับความสะดวกสบายในการเดินทาง และการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงาน คือกลยุทธ์สำคัญที่สุดที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ” ผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการทุกด้านในระดับมาก โดย “ด้านความสะดวกสบาย” เป็นปัจจัยที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญมาเป็นอันดับแรก สะท้อนให้เห็นว่าแม้จะเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ผู้โดยสารยังคงคาดหวังความราบรื่นและความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือ “ด้านความปลอดภัย” ซึ่งถือเป็นมาตรฐานพื้นฐานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสาร ตามด้วย “ด้านการบริการของพนักงาน” ที่ส่งผลโดยตรงต่ออารมณ์ ความรู้สึก และความประทับใจระหว่างรับบริการ ส่วน “ด้านราคาและความคุ้มค่า” และ “ด้านความตรงต่อเวลา” แม้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับท้ายของกลุ่ม แต่ก็ยังคงมีความสำคัญในระดับมาก สาระสำคัญในส่วนนี้ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมของผู้โดยสารในปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นเพียง “ตัวราคาถูกที่สุด” เพียงอย่างเดียว แต่พิจารณาจาก “ความคุ้มค่า” ระหว่างราคาที่จ่ายกับคุณภาพบริการที่ได้รับ รวมถึงการรักษาเวลาซึ่งยังคงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ที่มีข้อจำกัดด้านเวลาเดินทาง

2. สรุปผลอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ผลการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลพบว่า ปัจจัยอิสระทั้ง 5 ด้าน มีส่วนร่วมกันผลักดันและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีพลังในการขับเคลื่อนความพึงพอใจสูงสุดคือ “ด้านความสะดวกสบาย” รองลงมาคือ “ด้านการบริการของพนักงาน” “ด้านราคาและความคุ้มค่า” และ “ด้านความตรงต่อเวลา” ตามลำดับ

ในขณะที่ “ด้านความปลอดภัย” เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายในเชิงพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า ผู้โดยสารมองความปลอดภัยเป็น “มาตรฐานขั้นพื้นฐานที่ทุกสายการบินต้องมีอยู่แล้ว” (Basic Requirement) จึงไม่ใช่ข้อได้เปรียบหลักที่จะสร้างความพึงพอใจส่วนเพิ่ม (Delighter) ดังนั้น สาระสำคัญจากงานวิจัยนี้จึงตอกย้ำว่า หากสายการบินต้นทุนต่ำต้องการยกระดับความพึงพอใจสูงสุด ควรพุ่งเป้าไปที่การพัฒนาาระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายในทุกจุดสัมผัส (Touchpoints) ควบคู่ไปกับการยกระดับศักยภาพการให้บริการของพนักงานเป็นสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะ ปัจจัยด้านความสะดวกสบายที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่อยู่ในวัย 20-30 ปี) ทำให้ผู้โดยสารคาดหวังความสะดวก รวดเร็ว และราบรื่นในทุกขั้นตอนของการเดินทาง ตั้งแต่การจองตั๋ว การเช็คอิน ไปจนถึงสิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่องบิน สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการที่เน้นความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) (Parasuraman et al., 1988) ส่งผลให้สายการบินที่สามารถตอบสนองความสะดวกสบายได้ตรงจุด จะมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจสูงสุด

ในด้านของปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา พบว่า ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจบริการที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นสำคัญ โดยเป็นไปตามแนวคิด SERVQUAL ที่อธิบายว่าคุณภาพการบริการเกิดจากการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้ความช่วยเหลือและการเอาใจใส่ของพนักงาน (Parasuraman et al., 1988) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ostrowski et al. (1993) ที่พบว่าคุณภาพการบริการจากบุคลากรมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจการบิน รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Han et al. (2011) ที่ระบุว่าประสบการณ์และอารมณ์ที่ดีระหว่างรับบริการสามารถลดแนวโน้มการเปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่งได้

สำหรับปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า รวมไปถึง ด้านความตรงต่อเวลา สะท้อนให้เห็นว่าแม้ผู้โดยสารจะเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ แต่ก็ไม่ได้พิจารณาตัวที่ราคาถูกที่สุดเพียงอย่างเดียว หากแต่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าระหว่างราคาที่ยจ่ายกับคุณภาพการบริการที่ได้รับ รวมถึงความน่าเชื่อถือในเรื่องเวลา (Reliability) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ที่ระบุว่าเป็นปัจจัยหลักในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2016; Zeithaml, 1988) รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Chen and Tseng (2010) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้จากความคุ้มค่าและมาตรฐานด้านเวลา มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ

ในส่วนของปัจจัยด้านความปลอดภัย แม้จะมีอิทธิพลต่อความแปรผันของความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น แต่ก็ยังเป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานที่ขาดไม่ได้ อภิปรายได้ว่า ผู้โดยสารมองความปลอดภัยเป็นความเชื่อมั่น (Assurance) ที่ทุกสายการบิน "บังคับต้องมี" จึงไม่ใช่บริการส่วนเพิ่มที่จะไปกระตุ้นความพึงพอใจให้พุ่งสูงขึ้น แต่หากเกิดข้อบกพร่องก็จะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างรุนแรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยเป็นรากฐานของการตัดสินใจในอุตสาหกรรมการบิน

โดยสรุป ผลการศึกษานี้ยืนยันว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดจากการบูรณาการของหลายปัจจัยร่วมกัน ได้แก่ ความสะดวกสบาย การบริการของพนักงาน ความคุ้มค่าด้านราคา ความตรงต่อเวลา และความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องทั้งกับแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าการพัฒนากลยุทธ์การบริการแบบองค์รวม จะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้าได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. สายการบินควรให้ความสำคัญสูงสุดกับการพัฒนาระบบอำนวยความสะดวก "ความสะดวกสบาย" ในทุกขั้นตอนการเดินทาง (Seamless Experience) เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่ายรวดเร็ว การเพิ่มตู้เช็คอินอัตโนมัติ (Kiosk) เพื่อลดความแออัดหน้าเคาน์เตอร์ และการบริหารพื้นที่บนเครื่องบินให้ผู้โดยสารรู้สึกผ่อนคลายที่สุด
2. ควรมุ่งพัฒนา "การบริการของพนักงาน" ทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์โดยตรงของผู้โดยสาร ทั้งนี้ควรมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้มีความเป็นมืออาชีพ ใส่ใจ และสามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ควรกำหนดกลยุทธ์ด้าน "ราคาและค่าความคุ้มค่า" ให้มีความเหมาะสมและโปร่งใส (Transparent Pricing) โดยควรสื่อสารข้อมูลด้านราคา ค่าโดยสาร และค่าธรรมเนียมแถมต่าง ๆ อย่างชัดเจนตั้งแต่วินาทีแรก เพื่อลดความคลุมเครือและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
4. ควรบริหารจัดการเวลาเที่ยวบินให้มี "ความตรงต่อเวลา" อย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีระบบการสื่อสารเชิงรุกแจ้งเตือนผู้โดยสารทันทีเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐาน "ความปลอดภัย" ระดับสากลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจในระยะยาว
5. ในเชิงวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นกรณีศึกษา (Case Study) ในการเรียนการสอนด้านการจัดการธุรกิจการบิน (Aviation Business Management) และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในบริบทของอุตสาหกรรมการบินต้นทุนต่ำ
6. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติ ความคาดหวัง และเหตุผลเบื้องหลังระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่แบบสอบถามอาจครอบคลุมไม่ถึง
7. ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น อิทธิพลของเทคโนโลยีบริการตนเอง (Self-Service Technology) ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) หรือภาพลักษณ์

องค์กร (Corporate Image) เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของตัวแปรในการอธิบายความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

8. ควรใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและอิทธิพลทางอ้อมระหว่างตัวแปรด้านคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้งและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมท่าอากาศยาน. (2563). *รายงานโครงการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน*. กระทรวงคมนาคม.
- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 14(2), 125-154.
- เมฆลอย, ศ., และ เกิดประทุม, ภ. (2566). แนวทางการพัฒนาธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย หลังวิกฤตโควิด. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 8(9), 209-225.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2567). *รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศภายในประเทศ*. กระทรวงคมนาคม.
- Akamavi, R. K., Mohamed, E., Pellmann, K., & Xu, Y. (2015). Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business. *Tourism Management*, 46, 528-545.
- Chen, C. F., & Tseng, W. S. (2010). Exploring customer-based airline brand equity: Evidence from Taiwan. *Transportation Journal*, 49(1), 24-34.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C. (2011). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the moderating effect of environmentally friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- International Air Transport Association. (2024). *Global outlook for air transport: 2024 report*. <https://www.iata.org>
- Jiang, H., & Zhang, Y. (2016). An investigation of service quality, customer satisfaction and loyalty in China's airline market. *Journal of Air Transport Management*, 57, 80-88.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. (15th ed.). Pearson Education.
- Ostrowski, P. L., Terpening, W. D., & Ghobadian, A. (1993). Service quality and customer loyalty in the commercial airline industry. *Total Quality Management*, 4(2), 195-205.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Saha, G. C., & Theingi, H. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3), 350-372.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.