

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทย เส้นทางภายในประเทศ
ชื่อ	นางสาวปรีนดา ทรงอาษา
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทย เส้นทางภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้โดยสารและลูกค้าชาวไทย ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ใช้บริการสายการบินไทยมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้ไม่เกิน 6 เดือน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างที่ใช้ค่าทดสอบค่าที (independent T-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทาง สถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 11.5

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-33 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และวัตถุประสงค์การใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ในกรณีการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินพบว่า ผู้โดยสารและลูกค้าชาวไทย ให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.72 ด้านการให้บริการบนเครื่องบิน อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.68 ด้านภาคพื้นดินและบริการทั่วไป อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.65 และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.44 ส่วนของการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทย เส้นทางภายในประเทศ ต่างกันในทุกๆด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน

ไทย เส้นทางภายในประเทศ แตกต่างกันในทุกๆด้าน ส่วนวัตถุประสงค์การใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทย เส้นทางภายในประเทศแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านภาพลักษณ์ของสายการบิน และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

Independent Study Title	Effects of Influential Factors for Decision to use Thai Airways on Domestic Route
Name	Miss Parinda Songarsa
Advisor	Associate Professor Dr. Chaongkorn Kuntonbutr
Major	International Business
Academic Year	2008

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the factors affecting the selection of Thai airline services of Thai Airways International Public Company Limited on the Domestic route. Samples of the study are Thai passenger. And experienced domestic route. The research tool is questionnaire for 400 people. Statistics used for data analysis is percentage, average, standard deviation. Independent T-test is used for comparison of the statistical significance of a possible difference between 2 samples. Analysis of variance (One Way ANOVA) is used for more than 2 samples. If differences are detected, comparison between pairs will be executed by LSD (Least Significant Difference). SPSS for Windows Version 11.5 is used for statistic analysis.

Research result shows that number of male samples are more female at range of age 26-33 years old. Marital Status is single. Education level is bachelor degree. Most of them work as employees of private companies and range of earn is 20,001-30,000 Baht per month. The purpose of their travel is for tourism. The factors affecting the service selection shows the image of the airline factor is in high level. Average is 4.01. The safety factor is in high level – average 3.91. Level of place factor is high – average 3.72. On flight service factor is in high level – average 3.68. The ground service factor and product factor are in high level – same average at 3.65. And promotion factor is in high level – average 3.44. The hypothesis test is found that different sex has differently selected the service of Thai Airways International Public Company Limited on the Domestic route in all factors but not in product factor and safety factor. For the results of the test hypothesis is found that different age, marital status, education level, occupation and range of earn have differently selected the service of Thai Airways International Public Company Limited on the Domestic route in all factors. The hypothesis test is found that different the purpose of travel has differently selected the service of Thai Airways International Public Company Limited on the Domestic route in all factors but not in the image of the airline factor and promotion factor.