

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

## FACTORS AFFECTING CUSTOMER'S SATISFACTION WITH LOW COST AIRLINES SERVICES

ปพิชญา หงษ์สินี<sup>1</sup> และ วอนชนก ไชยสุนทร<sup>2</sup>

Paphitchaya Hongsinee<sup>1</sup>, and Wornchanok Chaiyasoonthorn<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม) คณะการบริหารและจัดการ

<sup>2</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิทยาการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

noon.pap@gmail.com and wornchanok.ch@kmitl.ac.th

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ 1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำชาวไทยที่เคยใช้บริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง ในรอบปี 2559 จำนวน 400 คน ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Stepwise ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 3.768 2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 3.706 และ 3) ผลจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่าตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายตัวแปรความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมได้ร้อยละ 75.7 ( $R^2=0.757$ ) โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม ได้แก่ การเข้าถึงจิตใจ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ และลักษณะทางกายภาพ

**คำสำคัญ:** สายการบินต้นทุนต่ำ, การเข้าถึงจิตใจ, ความไว้วางใจ, ลักษณะทางกายภาพ, ความน่าเชื่อถือ

## ABSTRACT

The objectives of this research are : 1) to study the level of customer's satisfaction with low cost airlines services and 2) to study the level of service quality, which affects customers' satisfaction with low cost airlines services. The respondents were people who used low cost airline services at least one time per year. The sampling method is a purposive sampling with the total sample size of 400 people. The instrument of this research is a questionnaire. The data analysis from the survey were initially analyzed by using statistics: percentage, arithmetic mean, and standard deviation. Multiple regression analysis with the Stepwise method was used to test the hypotheses based on the significance level at .05 (95 % confidence level). The results showed that 1) the significance level of service quality on the average was at high level (3.768), and 2) the level of customer's satisfaction with low cost airline services on the average was at high level (3.7063). The results of the multiple regression analysis revealed that the service quality factors (empathy, reliability, assurance, and tangibles) affect the level of customer satisfaction at low cost airlines services, and explain 75.7 ( $R^2=0.757$ ) of the variance of the satisfaction.

**Keyword:** Low cost airlines, Empathy, Reliability, Tangibles, and Assurance

## บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่นำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นไปด้วย อีกทั้งการท่องเที่ยวและเดินทางในประเทศไทยนั้นมีความสะดวก รวดเร็วเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งนั้นมาจากการเกิดธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำขึ้นหลายสายการบินด้วยกัน (พงษ์พันธ์ ตระกูลศรีชัย, 2553) ทั้งนี้จำนวนการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี

สายการบินต้นทุนต่ำ คือ สายการบินที่เสนออัตราค่าโดยสารในราคาต่ำกว่าสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-service airline) มาก โดยตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออก เช่น อาหารที่ให้บริการบนเครื่องบิน การจำหน่ายบัตรโดยสารให้แก่ผู้โดยสาร โดยตรง (Direct sale) และการใช้สนามบินรอง (Secondary Airport) เป็นต้น ซึ่งแต่ละสายการบินต้นทุนต่ำพยายามที่จะเสนอการบริการที่ดีที่สุดและได้คุณภาพให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการสายการบินของตนเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้ที่ได้รับประโยชน์ที่สุด คือ ผู้ใช้บริการนั่นเอง (ภาณุศักดิ์ สว่างบุญ, 2558) จากการศึกษาจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ส่งผลต่อการแข่งขันกันของสายการบินทางด้านต่าง ๆ รวมถึงการแข่งขันการด้านคุณภาพของการบริการด้วย (พิริกิตต์ มิตรรัตน์, 2551) ซึ่งคุณภาพการบริการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพของบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการนั้นเป็นสิ่งที่แต่ละสายการบินควรมานำมาปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ (ภาณุศักดิ์ สว่างบุญ, 2558)

ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินที่มีการแข่งขันสูง จึงจำเป็นต้องปรับปรุงการวางแผนการดำเนินงาน การวางแผนการตลาด และการให้บริการอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนการให้บริการควรมีความสอดคล้องกับความ

ต้องการและรสนิยมของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์และมีความสำคัญต่อธุรกิจการบิน การที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการนั้น จำเป็นที่จะต้องทราบถึงกลุ่มผู้บริการที่นิยมใช้บริการการเดินทางทางอากาศทราบถึงรสนิยมและพฤติกรรมของผู้บริการกลุ่มนี้ (ทนุ พรสุขสวัสดิ์, 2553)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ อีกทั้งจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ได้มีการศึกษาในส่วนของปัจจัยทางการตลาดเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของคุณภาพการบริการที่ยังมีการวิจัยเพียงส่วนน้อยเนื่องจากในส่วนของบริการมีความสำคัญกับงานด้านสายการบินต้นทุนต่ำเป็นอย่างมาก รวมถึงยังสามารถใช้ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการให้กับสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริการได้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริการที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริการต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

### สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความไว้วางใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริการ คือ กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมที่ฝ่ายหนึ่งได้เสนอ เพื่อขายให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆอย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก็ได้ Kotler. (2000) อีกทั้งการบริการเป็นกิจกรรมด้านเศรษฐศาสตร์ที่สินค้าไม่มีตัวตน เช่น การศึกษาความบันเทิง การบริการด้านสุขภาพ การเช่า เป็นต้น Herizer and Render. (1999) ซึ่ง Parasuramanetal. (1988) ได้สร้างแบบวัดคุณภาพของการบริการ ได้ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability) การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ความไว้วางใจ (Assurance) การเข้าถึงจิตใจ (Empathy)

ความพึงพอใจ คือความรู้สึกที่ได้รับเมื่อเกิดความสำเร็จตามความมุ่งหมาย และอธิบายว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่สามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มี จากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพอใจขึ้น

Wallerstein. (1971) โดยแนวคิดในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ ได้แก่ การให้บริการที่เสมอภาค (Equitable Service) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิระยุทธ คุ่มศักดิ์ (2555) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยพบว่าผู้โดยสารที่มีเพศ รายได้ต่อเดือนและอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน แต่ผู้โดยสารที่มีอายุและสถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล และอัครวรรณ์ แสงวิภาค (2558) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการสายการบินของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ประกอบไปด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ การตอบสนอง และความน่าเชื่อถือ

## ระเบียบวิธีวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำชาวไทย ที่เคยใช้บริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง ในรอบ ปี 2559 ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำชาวไทย ที่เคยใช้บริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง ในรอบปี 2559 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จากสูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 385 คน แต่เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ดังนั้นขนาดตัวอย่างจะเท่ากับ 400 คน โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยคำถามเป็นแบบเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Kotler. (1997) โดยคำถามเป็นแบบเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำนวน 20 ข้อ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Parasurana et al. (1988) โดยเป็นแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงระดับความสำคัญในปัจจัยของคุณภาพของบริการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบ Likert scale ระดับคะแนนและการแปลความหมายสามารถแบ่งได้ดังนี้

- 1.00– 1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด
- 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
- 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
- 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
- 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของ John D. Millett. (1954) โดยเป็นแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบ Likert scale ระดับคะแนนและการแปลความหมายสามารถแบ่งได้ดังนี้

- 1.00– 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
- 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการดังนี้

1.1 นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ จากนั้นนำมาปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

1.2 นำแบบสอบถามไปทำการ Pre-test จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่ตัวอย่างเดียวกับที่ใช้ในการศึกษา แต่มีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา

1.3 นำแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ไปแจกให้กลุ่มตัวอย่าง ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

1.4 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ผล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแบบสอบถามที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม พบว่าแบบสอบถามได้รับความร่วมมือตอบกลับสมบูรณ์ทั้ง 400 ชุด โดยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

#### ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 มีอายุ 21 ปี-

30 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30 มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการที่ขยับบินภายในประเทศ จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 มีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยว จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้งต่อปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบิน โดยเฉลี่ยที่ราคา 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญและลำดับที่ของคุณภาพการบริการ (n=400)

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
1.ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.69	0.584	มาก	5
2.ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ	3.84	0.596	มาก	1
3.ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.78	0.632	มาก	2
4.ด้านความไว้วางใจ	3.77	0.620	มาก	3
5.ด้านการเข้าถึงจิตใจ	3.76	0.651	มาก	4
รวม	3.768	0.6166	มาก	-

ผลจากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม มีค่าเท่ากับ 3.768 และผู้ให้บริการแต่ละคนให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวม มีค่าเท่ากับ 0.6166 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากต่อคุณภาพการบริการในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ( $\bar{X}$ =3.84)ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ( $\bar{X}$ =3.78) ด้านความไว้วางใจ ( $\bar{X}$ =3.77) ด้านการเข้าถึงจิตใจ ( $\bar{X}$ =3.76) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X}$ =3.69)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความสำคัญของความพึงพอใจ (n=400)

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
1.การให้บริการที่เสมอภาค	3.71	0.733	มาก	2
2.การให้บริการที่ตรงเวลา	3.68	0.818	มาก	4
3.การให้บริการอย่างเพียงพอ	3.74	0.708	มาก	1
4.การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.69	0.724	มาก	3
5.การให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.71	0.702	มาก	2
รวม	3.706	0.737	มาก	-

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวม มีค่าเท่ากับ 3.706 และผู้ให้บริการแต่ละคนให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.737 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากต่อความพึงพอใจในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ( $\bar{X}$ =3.74) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $\bar{X}$ =3.71) ด้านการให้บริการที่เสมอภาค ( $\bar{X}$ =3.71) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}$ =3.69) และด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $\bar{X}$ =3.68)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ เลือกใช้รูปแบบ stepwise ของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยรวมกับคุณภาพการบริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม	B	t	Sig.
ค่าคงที่	0.152	1.416	0.158
คุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ	0.168	3.899	0.000**
คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของบริการ	0.182	4.064	0.000**
คุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ	0.277	4.668	0.000**
คุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงจิตใจ	0.317	5.941	0.000**

R =0.870 ; R<sup>2</sup>=0.757 ; F=307.821 ; Sig.=0.000

หมายเหตุ \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

กำหนดให้ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1.ด้านลักษณะทางกายภาพ (X<sub>1</sub>) 2.คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของบริการ(X<sub>2</sub>) 3.คุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ(X<sub>3</sub>) 4.คุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงจิตใจ(X<sub>4</sub>) และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม (Y<sub>overall</sub>)

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน คุณภาพการบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความไว้วางใจ การเข้าถึงจิตใจ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

โดยรวม จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ( $X_1$ ) ( $B = 0.168$ ) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ( $X_2$ )( $B = 0.182$ ) ด้านความไว้วางใจ ( $X_4$ )( $B = 0.277$ ) ด้านการเข้าถึงจิตใจ ( $X_5$ ) ( $B = 0.317$ ) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้ร้อยละ 75.7 ( $R^2 = 0.757$ ) และสามารถเขียนสมการได้ว่า  $Y_{overall} = 0.152 + 0.168X_1 + 0.182 X_2 + 0.277 X_4 + 0.317X_5$

จากคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ เมื่อพิจารณาจากผลของความสัมพันธ์จากตารางที่ 3 พบว่ามีคุณภาพการบริการ 4 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ส่วนคุณภาพการบริการอีก 1 ด้าน ได้แก่ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ในส่วนของผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการมีข้อเสนอแนะในเรื่องของความปลอดภัยในการใช้บริการเป็นประเด็นหลัก และในส่วน of ค่าตัว โดยสารที่เหมาะสม เพราะบางสายการบินไม่บอกค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด ทำให้ผู้ใช้บริการต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากเดิม

## สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 225 คน มีอายุ 21-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามของการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) มีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ย 1 - 2 ครั้งต่อปี ซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบิน โดยเฉลี่ยที่ราคา 1,001 - 2,000 บาท จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจด้านลักษณะทางกายภาพตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าด้านการให้บริการที่เสมอภาคด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่ตรงเวลาตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านความไว้วางใจด้านการเข้าถึงจิตใจ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



## อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อบริการที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพในระดับ “มาก” กล่าวคือ การแต่งกายที่เรียบร้อย เหมาะสมของพนักงานของสายการบิน อุปกรณ์ที่ให้บริการบนเครื่องบิน มีความสะอาดสบาย สภาพเครื่องบินที่ใหม่และทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ สะอาด และพร้อมแก่การใช้งาน และจุดบริการรับกระเป๋าสะดวกและสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของพีรภิกดิ์ มิตรารัตน์ (2551) ที่พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญต่อสภาพภายในห้องผู้โดยสารภายในตัวเครื่องบิน เครื่องแบบของพนักงานที่มีความสุภาพเหมาะสม และเครื่องบินอยู่ในสภาพเตรียมพร้อมในการให้บริการได้ตลอดเวลา

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อบริการด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ในระดับ “มาก” กล่าวคือ ระบบการรักษาความปลอดภัยที่สายการบินจัดเตรียมไว้ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางเครื่องบินของสายการบินออกเดินทางและถึงเป้าหมายตามเวลากำหนด ชื่อเสียงของสายการบินเป็นที่รู้จักและประชาชนทั่วไปยอมรับสายการบินสามารถให้บริการได้ตามที่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ต่อลูกค้า และสายการบินมีการอธิบายวิธีการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินอย่างชัดเจน ประเด็นของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์พันธุ์ ตระกูลศรีชัย (2553) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อสายการบินที่มีชื่อเสียงดี และพนักงานของสายการบินเพียงพอต่อการให้บริการ

ปัจจัยด้านการตอบสนอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อบริการด้านการตอบสนอง ในระดับ “มาก” กล่าวคือ พนักงานมีความพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ สายการบินให้บริการอย่างรวดเร็วในทุกขั้นตอน เช่น การเช็คอิน การให้บริการบนเครื่องบิน เป็นต้น พนักงานมีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการพนักงานให้ความช่วยเหลือทันทีเมื่อผู้ใช้บริการประสบปัญหา และพนักงานตอบคำถามและให้คำแนะนำผู้ใช้บริการอย่างเต็มใจ สอดคล้องกับการศึกษาของอินทรา จันทรรัฐ (2552) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญจากความระมัดระวังและรวดเร็วในการขนย้ายกระเป๋า ความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอินหน้าเคาน์เตอร์ และการออกตัวโดยสาร

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อบริการที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจในระดับ “มาก” กล่าวคือ พนักงานมีความสามารถและเชี่ยวชาญในการทำงานสายการบินมีมาตรฐานการให้บริการที่ดีสายการบินสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถแนะนำและตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง และสายการบินสามารถดูแลกระเป๋าสัมภาระและทรัพย์สินต่าง ๆ ของผู้โดยสาร ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการศึกษาของพรณา โพธิ์นิยม (2557) ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านการเข้าถึงจิตใจ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อบริการด้านการเข้าถึงจิตใจในระดับ “มาก” กล่าวคือ พนักงานให้ความเอาใจใส่ผู้ใช้บริการทุกท่านอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานให้ความสำคัญต่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ พนักงานเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ พนักงานเอาใจใส่ต่อการร้องขอของผู้ใช้บริการ (เช่น เมื่อผู้ใช้บริการไม่สามารถยกกระเป๋าสัมภาระได้) และพนักงานตักเตือนและให้คำแนะนำผู้ใช้บริการด้วยน้ำเสียงที่เป็นมิตร อ่อนโยน (กรณีผู้ใช้บริการทำผิดกฎ) สอดคล้องกับงานวิจัยของพีรภิกดิ์ มิตรารัตน์ (2551) ที่กล่าวว่า การที่

พนักงานบริการด้วยความซื่อสัตย์เป็นมิตรกับลูกค้า การบริการให้คำแนะนำอำนวยความสะดวก การบริการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความสำคัญมาก

### การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของวีรวิชัย เลิศไทยตระกูล (2558) พบว่า ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย อีกทั้ง การศึกษาของ Ariffin, Salleh, Norzalita, and Asbudin. (2010) พบว่า การเอาใจใส่ และลักษณะทางกายภาพเป็นมิติที่มีความสำคัญมากที่สุดของคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ตามด้วยด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเช่นกัน อีกทั้งงานของ Saha & Theingi. (2009) ที่พบว่าความเชื่อมั่นของสายการบินต้นทุนต่ำ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการสายการบินมากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจากการตอบสนองของสายการบินต้นทุนต่ำในปัจจุบัน ต่อผู้บริการยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ทางผู้ประกอบการสายการบินควรนำมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญในระดับมาก โดยสายการบินหรือผู้ประกอบการควรสร้างความน่าเชื่อถือในด้านต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐาน และสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการให้ดียิ่งขึ้นและกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต เช่น ตารางการบินที่ตรงเวลา มีการบริการหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกตามที่ได้รับหรือประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
2. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบกิจการสายการบิน ควรรักษามาตรฐานที่ดีในเรื่องของสภาพภายในสายการบิน ความสะอาดเรียบร้อยในห้องโดยสาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้โดยสารสายการบินได้
3. ด้านการตอบสนอง จากการศึกษาพบว่า การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำยังไม่รวดเร็ว หรือทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นอาจจัดการอบรมด้านการให้บริการเพิ่มเติมหรือเพิ่มจำนวนของพนักงานให้เหมาะสมต่อจำนวนของผู้ใช้บริการ รวมถึงการเพิ่มช่องทางการให้บริการมากขึ้น เช่น การเพิ่มช่องทางการเช็คอิน หรือผู้บริการเช็คอินด้วยตัวเอง เป็นต้น
4. ด้านความไว้วางใจ จากการศึกษาพบว่า พนักงานภายในสายการบิน ควรเชี่ยวชาญในงานของตนเอง รวมทั้งรับทราบข้อมูลข่าวสารใหม่ๆของสายการบินอยู่เสมอ เพื่อพร้อมที่จะตอบคำถามของผู้ใช้บริการ
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสายการบินควรคำนึงถึงการให้บริการด้วยความเท่าเทียม และการให้ความสำคัญแก่ผู้บริการเป็นหลัก ซึ่งควรมีการอบรมพัฒนาบุคลากรทั้งทางด้านเทคนิคและการบริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น ข้อมูลในการให้บริการ การตอบคำถาม เป็นต้น เพื่อเพิ่มทักษะในการให้บริการเหนือกว่าคู่แข่ง และเพื่อไม่ให้บริการเกิดความผิดพลาด

## ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงมุมมองจากผู้โดยสารชาวต่างชาติที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พร้อมทั้งเป็นข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพของการบริการทั้งในนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและต่างประเทศร่วมด้วย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ควรศึกษาผู้ใช้บริการสายการบินทั่วไปและผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำร่วมกัน เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างสองกลุ่มตัวอย่าง ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบิน

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ทฤษฎีความสุขสวัสดิ์. (2553). พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- พงษ์พันธ์ ตรีเศียรชัย. (2553). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา : สายการบินไทยแอร์เอเชีย [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- พรณชา โพธิ์นิมม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พีรศักดิ์ มิตรารัตน์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- พีระยุทธ คุ้มศักดิ์. (2555). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- ภาณุศักดิ์ สว่างบุญ. (2558). การเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล และอัครณัฐ แสงวิภาค. (2558). วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการสายการบินของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- อินทรา จันทร์รัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Ariffin, A. A. M., Salleh, A. H. M., Norzalita, A. A., and Asbudin, A. A. (2010). Service Quality and Satisfaction for Low Cost Carriers. International Review.

Herizer, J and Render, B. (1999). Operation Management. 6th Edition. Prentice Hall.

Kotler, Philip. (1997). Marketing Management. Analysis planning implementation. 9th ed.

New Jersey :Prentice Hall., Inc, 171

Kotler, Philip. (2000). Marketing Management. Upper Saddle. N.J. :Prentice Hall.

New Jersey :Prentice Hall., Inc

Millet, J.D.. (1954). Management in the Public Service. New York : McGraw-Hill Book Company. Inc.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for

measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, Spring, 12-14.

Saha, G.C. and Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions. A study of

low-cost carriers in Thailand. Managing Service Quality.

Wallerstein, H.A. (1971). Dictionary of Psychology. New York : Penguin Books, Inc.