

The Influence of Antecedents on In-Flight Entertainment and Connectivity Intention among Thai Millennial People

The Case Study of Long-Haul Flight Low-Cost Carriers

Paparda Manomaivibul^{1*}

Ratchada Mongkolrojsakul²

Received: 26/12/2024, Revised: 15/09/2025, Accepted: 16/09/2025

Abstract

This study aims to investigate the desired attributes of in-flight entertainment and connectivity systems among Thai millennial passengers traveling on long-haul flights with low-cost carriers, as well as to examine the factors influencing their intention to utilize these systems. Data were collected using an online questionnaire administered to 400 Thai millennial passengers with prior experience using long-haul services of low-cost airlines. The sample was selected through convenience sampling. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics, with hierarchical regression analysis. The results indicate that Thai millennial passengers place a high level of importance on the attributes of in-flight entertainment and connectivity systems, particularly concerning system location, modernity, language options, and types of services. In terms of perceived utility, this group demonstrates a strong recognition of benefits related to usability control, freedom of use, cost-effectiveness, reliability of system performance, and enjoyment. Moreover, the analysis reveals that perceived utility, system attributes, and demographic characteristics exert a statistically significant influence on passengers' intention to utilize these services.

Keywords: Intention, In-Flight Entertainment and Connectivity, Low-Cost Carriers, Long-Haul Flight, Thai Millennial People

¹ School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University, E-mail: paparda.mano@bumail.net

² School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University, E-mail: ratchada.r@bu.ac.th

* Corresponding Author, E-mail: paparda.mano@bumail.net

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิง และการเชื่อมต่อในเที่ยวบินของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

กรณีศึกษาเที่ยวบินพิสัยไกลสายการบินต้นทุนต่ำ

ปภาดา มโนมัยวิบูลย์^{1*}

รัชดา มงคลโรจน์สกุล²

วันรับบทความ: 26/12/2567, วันแก้ไขบทความ: 15/09/2568, วันตอบรับบทความ: 16/09/2568

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินที่ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต้องการเมื่อเดินทางในเส้นทางบินพิสัยไกลกับสายการบินต้นทุนต่ำ และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่เคยใช้บริการเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีความต้องการและให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินด้านตำแหน่งที่ตั้งของระบบ ความทันสมัย ภาษาที่ใช้ และประเภทการให้บริการอยู่ในระดับมาก สำหรับการรับรู้ทัศนคติของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน พบว่า ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลรับรู้ถึงทัศนคติด้านการควบคุมการใช้งาน อิสระในการใช้งาน ความคุ้มค่าในการใช้งาน ความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน และความเพลิดเพลินในการใช้งานอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ทัศนคติ คุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน และลักษณะประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้บริการ, ระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน, สายการบินต้นทุนต่ำ, เที่ยวบินพิสัยไกล, ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

¹ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมล: paparda.mano@bumail.net

² คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมล: ratchada.r@bu.ac.th

* Corresponding Author อีเมล: paparda.mano@bumail.net

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศเป็นธุรกิจสำคัญที่สร้างเม็ดเงินมหาศาลให้กับประเทศไทย แต่ในปัจจุบัน ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การพัฒนาและต่อยอดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารยุคใหม่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เปลี่ยนไป รวมถึงการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทำให้ผู้โดยสารคาดหวังประสบการณ์ในระหว่างการเดินทางที่ดีกว่าเดิม ดังนั้น การปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของผู้โดยสารจึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศเติบโตและสร้างรายได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยจากสถิติการขนส่งทางอากาศของประเทศไทยพบว่า มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสะท้อนผ่านการจราจรทางอากาศของเครื่องบินพาณิชย์ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2567 ถึงแม้จะลดลงอย่างฉับพลันในปี พ.ศ. 2564 เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2568) ทั้งนี้บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) คาดการณ์ปริมาณการจราจรทางอากาศของไทยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เดือนตุลาคม 2568 - กันยายน 2569) คาดว่าจะมีผู้โดยสารรวมกว่า 130 ล้านคน เที่ยวบินกว่า 8.59 แสนเที่ยวบิน และจำนวนสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ ประมาณ 1.64 ล้านตัน สะท้อนให้เห็นว่าทิศทางของอุตสาหกรรมบริการขนส่งและการบินมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (The Bangkok Insight, 2568) เมื่อพิจารณาจำแนกตามรูปแบบของสายการบินพบว่า สายการบินต้นทุนต่ำเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราค่าโดยสารน้อยกว่าสายการบินเต็มรูปแบบกว่าร้อยละ 40 - 50 ทำให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงบริการขนส่งทางอากาศได้ง่ายขึ้น เนื่องจากสายการบินนำกลยุทธ์ด้านราคามาเป็นจุดเด่นทางการตลาดและลดต้นทุนในการดำเนินงาน กล่าวคือ อัตราค่าโดยสารที่ผู้โดยสารชำระจะไม่รวมบริการเสริม อาทิ อาหารและเครื่องดื่ม น้ำหนักสัมภาระที่บรรทุกได้ทั้งเครื่อง และไม่มีระบบสาร์บบันเทิงบนเที่ยวบิน แต่หากผู้โดยสารต้องการบริการดังกล่าวผู้โดยสารจะต้องชำระค่าบริการเพิ่ม ซึ่งแตกต่างจากสายการบินเต็มรูปแบบที่อัตราค่าโดยสารมักจะรวมบริการดังกล่าวไว้แล้ว (นภัทร คล้ายคลึง และเสาวนีย์ สมันต์ตรีพร, 2557; วิจัยกรุงศรี, 2567) กลยุทธ์ดังกล่าวทำให้สายการบินต้นทุนต่ำประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และมีคู่แข่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามแต่ละสายการบินพยายามสร้างจุดเด่นทางการตลาดที่มีความแตกต่างในด้านราคา รายการอาหาร เส้นทางการบิน และคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความภักดีของผู้โดยสารและครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน (พรไพสิน จุลพันธ์, 2562)

ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำไม่จำกัดการดำเนินธุรกิจเฉพาะเส้นทางการบินพิสัยไกลเพียงเท่านั้น แต่ยังขยายเส้นทางบินพิสัยไกลที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางตั้งแต่ 6-12 ชั่วโมง เพื่อเพิ่มรายได้และความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดการบินระหว่างประเทศที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสารตลอดการเดินทางด้วย ดังนั้น ระบบสาร์บบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินจึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารเมื่อต้องอยู่บนเครื่องบินเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากบริการเสริมดังกล่าวจะช่วยให้ผู้โดยสารได้รับความเพลิดเพลินจากการชมภาพยนตร์ ฟังเพลง และเล่นเกม หรือแม้กระทั่งการเชื่อมต่อ

อินเทอร์เน็ตบนเที่ยวบินที่ทำให้ผู้โดยสารสามารถทำงาน ติดต่อสื่อสาร หรือใช้งานโซเชียลมีเดียได้ตลอดการเดินทาง (Jin & Kim, 2022; Aliev, 2020; Liu et al., 2009) ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวถือได้ว่าตอบโจทย์นักเดินทางในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้โดยสารกลุ่มมิลเลนเนียลที่ใช้อุปกรณ์ดิจิทัลเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักเพื่อการดำรงชีวิต และเป็นกลุ่มที่มีความต้องการอยากสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ในระหว่างการเดินทาง แม้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำยังมีข้อจำกัดด้านระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินทำให้มีเพียงไม่กี่สายการบินเท่านั้นที่ให้บริการดังกล่าว แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีส่วนการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสตรีมวิดีโอ ฟังเพลง เล่นเกม หรือใช้งานโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้ผู้บริโภคคาดหวังที่จะได้ใช้งานบริการดังกล่าวในทุกสถานที่ รวมถึงในระหว่างการเดินทางทางอากาศ ดังนั้น ระบบบริการสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินจึงเป็นหนึ่งในบริการเสริมที่สายการบินควรพัฒนาและปรับปรุงให้ทันสมัยตามเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

การพัฒนาระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินถือว่าเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมการให้บริการที่น่าสนใจและมีความท้าทายอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากผู้ประกอบการต้องใช้เงินจำนวนมากในการลงทุนทั้งด้านอุปกรณ์ (Hardware) และระบบปฏิบัติการ (Software) และยังมีภาระผูกพันในการดูแลรักษาและซ่อมบำรุง ซึ่งล้วนเป็นค่าใช้จ่ายของสายการบินที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต อีกทั้งสถานะการแข่งขันของสายการบินที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การศึกษาเพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนสำหรับติดตั้งระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินเป็นสิ่งจำเป็น อย่างไรก็ตามการนำเสนอระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำมีการศึกษาอย่างซ้ำซาก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล เพราะสายการบินต้นทุนต่ำมีแนวโน้มที่จะทำการตลาดกับกลุ่มมิลเลนเนียล อีกทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายในการขับเคลื่อนการสร้างรายได้ให้ประเทศจากฐานตลาดกลุ่มมิลเลนเนียลเพิ่มมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) เพราะฉะนั้นผลการศึกษานี้ได้จะช่วยเติมเต็มข้อมูลให้สายการบินต้นทุนต่ำสามารถประเมินความคุ้มค่าในการติดตั้งระบบ โดยพิจารณาจากความตั้งใจใช้บริการสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินของผู้โดยสาร อีกทั้งผลการศึกษาดังกล่าวยังช่วยทำให้เกิดการพัฒนาและออกแบบระบบบริการเสริมที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มมิลเลนเนียลได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินที่ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล ต้องการเมื่อเดินทางในเส้นทางบินพิสัยไกลกับสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล เมื่อเดินทางในเส้นทางบินพิสัยไกลกับสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล กรณีศึกษาเที่ยวบินพิสัยไกล โดยมุ่งเน้นการศึกษาถึงการรับรู้อัตราประโยชน์ (ตัวแปรต้นกลุ่ม A) ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน 2) การรับรู้ถึงความเป็นอิสระในการใช้งาน 3) ความคุ้มค่าในการใช้งาน 4) ความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน และ 5) ความเพลิดเพลินในการใช้งานสายการบินต้นทุนต่ำ คุณลักษณะของระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (ตัวแปรต้นกลุ่ม B) ได้แก่ 1) ตำแหน่งระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 2) ความทันสมัยของระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 3) ภาษาที่ใช้ในระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และ 4) ประเภทการให้บริการของระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ (ตัวแปรต้นกลุ่ม C) ได้แก่ 1) เพศ 2) สถานภาพ 3) ระดับการศึกษา และ 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศบนเว็บและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสายการบินต้นทุนต่ำ (ตัวแปรตาม)

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Internet Questionnaire) ด้วยโปรแกรม Google Form ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล ในเขตพื้นที่ประเทศไทยที่เคยมีประสบการณ์เดินทางทางอากาศในเที่ยวบินที่ใช้เวลาบิน 6-12 ชั่วโมง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 กับสายการบินต้นทุนต่ำ

ขอบเขตด้านเวลา

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้จะใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 12 เดือน คือระหว่างเดือนมกราคม 2567 ถึง เดือนธันวาคม 2567

การทบทวนวรรณกรรม

ความตั้งใจในการใช้งาน

ความตั้งใจในการใช้งาน คือ ความพร้อมที่จะยอมรับและใช้งานสินค้าหรือบริการด้วยความเต็มใจ (Sathye, 1999) โดยความตั้งใจจะเริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลของผู้บริโภคจนผู้บริโภคมีความรู้และเกิดทัศนคติที่ดีซึ่งส่งผลต่อความคิดและนำมาสู่พฤติกรรมของผู้ใช้งาน ในปัจจุบันความตั้งใจในการใช้งานถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการคาดการณ์ได้ว่า ผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างไร โดยการศึกษาความตั้งใจในการใช้งานมีที่มาจากหลายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาของมนุษย์ อาทิ Azjen (1991) ได้เสนอทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ระบุว่า มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมตามที่ตั้งใจ ซึ่งเกิดจาก 2 แรงขับเคลื่อนหลักคือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม และบรรทัดฐานของบุคคลที่

อยู่โดยรอบ ต่อมาเมื่อมีการใช้เทคโนโลยีจึงได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ร่วมกัน โดยพบว่าความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายต่อการใช้งาน และความไว้วางใจในประสิทธิภาพของเทคโนโลยี (ศรุตฯ สายบัวต่อ, 2562) ดังนั้น สินค้าหรือบริการที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจใช้งานจะต้องมีข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ละเอียดชัดเจน ไม่บิดเบือน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ดี และสามารถสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการได้

การรับรู้รรถประโยชน์

การรับรู้รรถประโยชน์ (Perceived Value) เป็นทฤษฎีที่เน้นการวิเคราะห์คุณค่าที่ผู้บริโภครู้สึกเมื่อใช้สินค้าหรือบริการ โดยค่าของอรรถประโยชน์วัดจากความพึงพอใจของผู้บริโภคซึ่งสามารถแสดงออกมาเป็นตัวเลขได้ หากผู้บริโภคต้องการสินค้าหรือบริการ แสดงว่าผู้บริโภคมีความชื่นชอบหรือรับรู้ถึงประโยชน์จากสินค้านั้น ในทางกลับกันหากผู้บริโภคมีความต้องการสินค้านั้นน้อย แสดงว่าผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์ของสินค้าหรือบริการนั้นน้อยด้วยเช่นกัน (Mankiw, 2005) ดังนั้น การรับรู้รรถประโยชน์จึงมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและทัศนคติของผู้บริโภค และขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความต้องการของแต่ละบุคคล โดยทฤษฎีการรับรู้รรถประโยชน์จะประกอบด้วยการรับรู้รรถประโยชน์ 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian Value) เป็นคุณประโยชน์ที่เกิดขึ้นจริงและมีความเป็นรูปธรรม มุ่งเน้นการรับรู้ว่าสินค้าหรือบริการมีคุณค่าในการช่วยให้ผู้บริโภคทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ และ 2) ด้านสุนทริยรส (Hedonic Value) เป็นการรับรู้ถึงความสนุกสนานและความเพลิดเพลินที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ความสุขและความพอใจที่เกิดขึ้นจากการใช้งานสิ่งเหล่านั้น (Babin et al., 1994; Hanzae & Khinsari, 2011) อย่างไรก็ตามเพื่อให้การศึกษาในประเด็นการรับรู้รรถประโยชน์มีความเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจการบิน ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมและพบว่า การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน การรับรู้ถึงอิสระในการใช้งาน การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน การรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน และการรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งาน (ธนพิพัทธ์ รอดจากภัย, 2564; Chiu et al., 2014; Hanzae & Rezaeyeh, 2013; Jin & Kim, 2022) เป็นตัวแปรด้านการรับรู้รรถประโยชน์ที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ (Jin & Kim, 2022; ชนรินทร์ ตาสา และคณะ, 2565) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน คือ การที่ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถจัดการหรือควบคุมการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การค้นหาสินค้า การเลือกซื้อสินค้า การชำระเงิน และการตรวจสอบคำสั่งซื้อได้ง่าย (Taylor & Todd, 1995)

2) การรับรู้ถึงอิสระในการใช้งาน คือ ความรู้สึกของผู้บริโภคว่ามีอิสระในการเลือกสินค้าและตัดสินใจอย่างไม่มีข้อจำกัด สามารถเข้าไปเลือกซื้อได้ตามเวลาที่ต้องการ

3) การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน คือ ผู้บริโภครู้สึกว่ามูลค่าของสินค้าหรือบริการนั้นสมเหตุสมผลเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่จ่ายไป ความคุ้มค่าจึงเป็นการประเมินระหว่างราคาที่ยจ่ายกับคุณภาพหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อสินค้านั้น (Zeithaml, 1988)

4) การรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จากการศึกษาของ Gefen et al. (2003) พบว่าผู้บริโภคไว้วางใจในประสิทธิภาพของระบบและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เช่น การจัดส่งที่ตรงเวลา การชำระเงินที่ปลอดภัย และการดูแลที่มีประสิทธิภาพนั้นสามารถทำให้ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยและเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

5) การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งาน คือ การที่ผู้บริโภครู้สึกสนุกและพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย การนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความสนใจหรือฟีเจอร์พิเศษที่เพิ่มความสุขในการใช้งาน

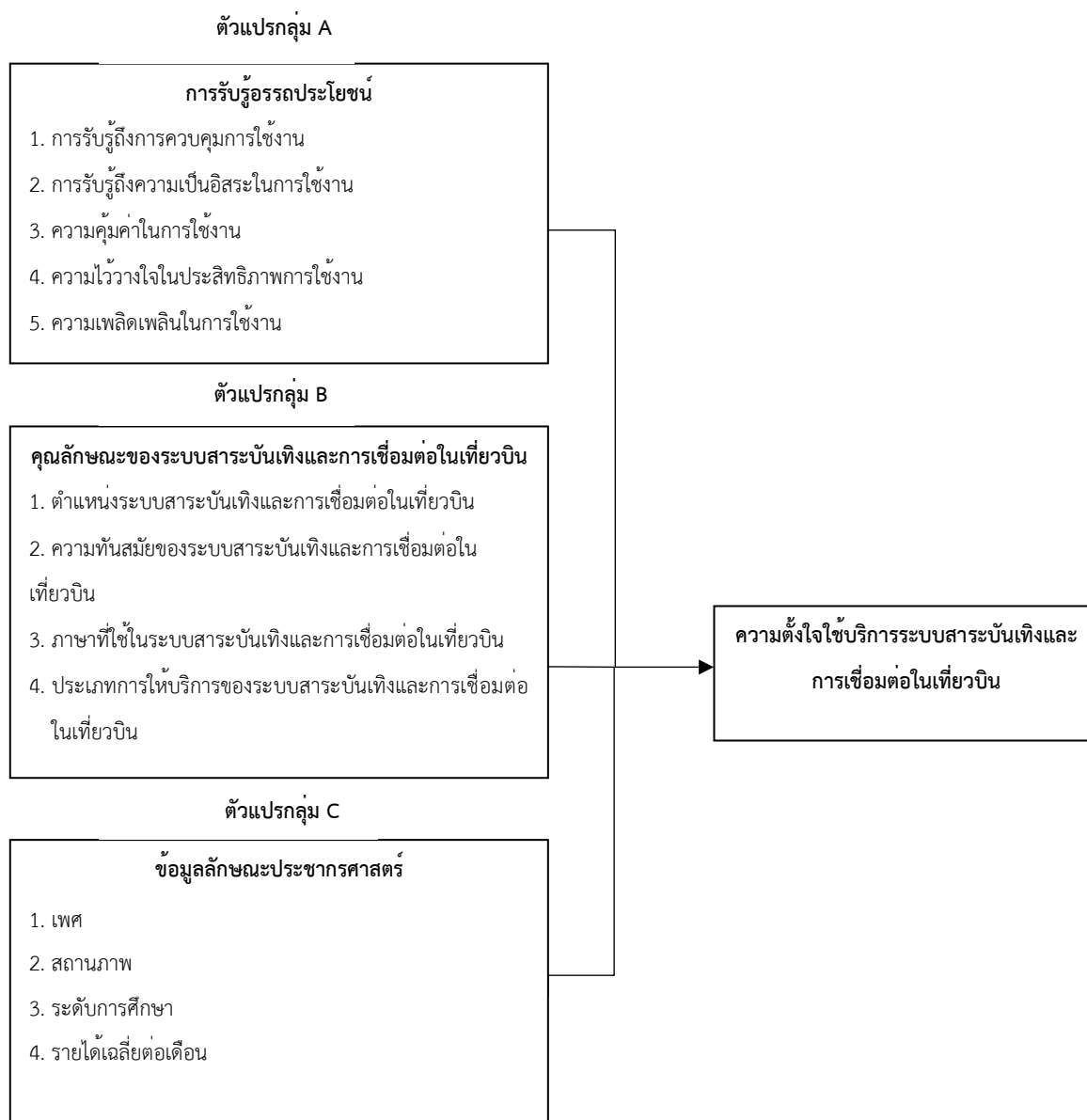
คุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน

ระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินมีหน้าที่ในการให้ความบันเทิงและให้ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัยและข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารในระหว่างการเดินทาง โดยผู้โดยสารสามารถเลือกรับชมข้อมูลข่าวสารและสาระความบันเทิงได้ด้วยตนเอง (ทยา จันทนชาติ, 2552) ระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินไม่ได้จำกัดเฉพาะการให้ความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงการติดต่อสื่อสาร อาทิ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การเชื่อมโยงข้อมูล และการให้บริการข้อมูลข่าวสาร อาทิ ข้อมูลประเทศปลายทาง และสภาพภูมิอากาศ ซึ่ง Liu et al. (2009) ได้สรุปคุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินยุคใหม่ว่าต้องประกอบด้วย 1) ความสามารถในการใช้งาน โดยรูปแบบการให้บริการจะต้องใช้งานง่าย สะดวก ตลอดจนตำแหน่งการติดตั้งต้องมีความเหมาะสมไม่เป็นอุปสรรคในการใช้งาน 2) การให้บริการเฉพาะบุคคล โดยระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินยุคใหม่ต้องมีความเป็นอัจฉริยะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลรายบุคคลและให้คำแนะนำรายการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ 3) ความตระหนักฐานตามสถานการณ์ หากผู้ใช้บริการไม่ชื่นชอบรายการที่ระบบให้คำแนะนำ ผู้ใช้บริการสามารถปฏิเสธคำแนะนำและเลือกรับบริการความบันเทิงที่ต้องการได้อย่างอิสระ 4) ความหลากหลายของรายการบันเทิง โดยรายการบันเทิงต้องมีหลายรูปแบบ อาทิ เพลง ภาพยนตร์ ข่าวสาร วิดีโอเกม และการท่องอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้สามารถเปิดหรือปิดคำบรรยายได้ภาพและสามารถเลือกภาษาต่าง ๆ ได้ รวมถึงสามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ส่วนตัวเข้ากับระบบสารสนเทศในเที่ยวบินได้ และ 5) การลดความเครียดเชิงลบ โดยระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินจะต้องให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน สร้างความพึงพอใจ และลดความเครียดที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางได้ ทั้งนี้จากการศึกษาของ IATA Corporate Air Travel Survey (1997) พบว่า ผู้โดยสารชั้นธุรกิจส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปลั๊กไฟสำหรับคอมพิวเตอร์ การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังพบว่าโปรแกรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ โปรแกรมการชมภาพยนตร์ อีกทั้งความน่าเชื่อถือของระบบ ความง่ายและพร้อมในการใช้งานยังถือเป็นคุณลักษณะสำคัญที่ผู้โดยสารต้องการ ดังนั้น ปัจจัยด้านตำแหน่งของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ความทันสมัยของระบบ ภาษาที่ใช้ และประเภทการให้บริการในเที่ยวบิน จึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะทำให้สายการบินต้นทุนต่ำนำมาพิจารณาเพื่อให้สายการบินออกแบบระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินให้สอดคล้องความคาดหวังของผู้โดยสาร อธิบายได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านตำแหน่งของระบบสารระบับึงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน คือ การจัดวางอุปกรณ์และจอแสดงผลต่าง ๆ ภายในห้องโดยสารเครื่องบิน เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงและใช้งานระบบได้อย่างสะดวกสบายและเหมาะสมกับแต่ละตำแหน่งที่นั่ง
- 2) ความทันสมัยของระบบ คือ เทคโนโลยีล่าสุดเพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสารให้ดีขึ้น รวมถึงการทำให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยมากขึ้น
- 3) ภาษาที่ใช้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสารต่างชาติและผู้โดยสารที่มาจากหลากหลายวัฒนธรรม
- 4) ประสิทธิภาพการให้บริการในเที่ยวบิน คือ ความหลากหลายของเนื้อหาและฟังก์ชันการใช้งานที่ระบบมีให้แก่ผู้โดยสาร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความตั้งใจใช้บริการระบบสารระบับึงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลได้ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่เคยเดินทางทางอากาศไปต่างประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2564–2567 ด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในเที่ยวบินที่มีระยะเวลาการเดินทาง ระหว่าง 6-12 ชั่วโมง ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าวมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนในการทดสอบเท่ากับ 0.5 ส่งผลให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่เกิดจากการออกแบบของผู้วิจัยโดยอาศัยการทบทวนวรรณกรรม และค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการนำแบบสอบถามจากงานวิจัยในอดีตมาปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับบริบทที่ต้องการศึกษา ส่งผลให้แบบสอบถามที่ได้ประกอบด้วยชุดคำถามจำนวน 5 ชุดคำถาม ได้แก่

1) ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามดังกล่าวมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ดัดแปลงมาจากการวิจัยของ Kim (2015)

2) สาเหตุการเลือกใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ อัตราค่าบริการ ประเภท รูปแบบของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามดังกล่าวมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ดัดแปลงจากแบบสอบถามของ Jin and Kim (2022) และ La et al. (2021) และปรับให้อยู่ในบริบทที่ต้องการศึกษา

3) การรับรู้ธรรมาภิบาลของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ประกอบด้วย การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน การรับรู้ถึงความเป็นอิสระในการใช้งาน การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน การรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน และการรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้ มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) 5 ระดับ จากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ดัดแปลงจากแบบสอบถามของวริษฐา สุริยไพฑูรย์ (2560) และถูกปรับให้อยู่ในบริบทที่ต้องการศึกษา

4) คุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ประกอบด้วย ตำแหน่งระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ความทันสมัยของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ภาษาที่ใช้ ประเภทการให้บริการของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน และความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) 5 ระดับ จากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ดัดแปลงจากแบบสอบถามของ Jin and Kim (2021) และ La et al. (2021) และถูกปรับให้อยู่ในบริบทที่ต้องการศึกษา

5) ความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) 5 ระดับ จากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยดัดแปลงจากคำถามในแบบสอบถามของวริษฐา สุริยไพฑูรย์ (2560) และศรนรินทร์ หลีฮวด (2564)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้พัฒนาขึ้นมาตรวจสอบหาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.66 ซึ่งค่าดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามมีความตรงของเนื้อหา และสามารถนำมาใช้ในงานวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลได้ (Thepho & Luengalongkot, 2020) หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มประชากรแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของข้อคำถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ข้อคำถามที่ใช้วัดผลการรับรู้ผลกระทบของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน มีผลรวมค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.91 ข้อคำถามที่ใช้วัดผลคุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน มีผลรวมค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.76 และข้อคำถามที่ใช้วัดความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำ มีผลรวมค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.91 สะท้อนให้เห็นว่าแบบสอบถามมีค่าเที่ยงอยู่ในระดับที่ดีและสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ (Sharma, 2016)

วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดทำโดยใช้โปรแกรม Google Form ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ Facebook ในรูปแบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) หรือลิงก์ของ Google Form ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 2 ข้อ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับปี พ.ศ. ที่เกิด และปีที่เดินทางไปต่างประเทศด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในเที่ยวบินที่ใช้เวลาบินระหว่าง 6-12 ชั่วโมง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลในหลายขั้นตอน ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูลที่สูญหาย การวิเคราะห์ค่าผิดปกติ และการตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นเบื้องต้น ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรอิสระ ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล และความคงที่ของค่าความคลาดเคลื่อน พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมตามเงื่อนไขทางสถิติและสามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับขั้นได้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาได้ด้วยวิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและสาเหตุการเลือกใช้ระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ผลกระทบ ระดับคุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินที่ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต้องการ และระดับความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ผู้วิจัยใช้การหาค่าเฉลี่ย และส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับขั้นเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิเศษไกล

ผลการศึกษาวิจัย

- 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	292	73.00
สถานภาพโสด	295	73.75
สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี	241	60.25
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท	306	76.50

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 มีสถานภาพโสด จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50

- 2) ผลการวิเคราะห์สาเหตุการใช้ระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิเศษไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของสาเหตุการใช้ระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิเศษไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

สาเหตุการใช้ระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิเศษไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง	334	83.50
น้อยกว่า 500 บาท	173	43.25
รายการภาพยนตร์	214	53.50
หน้าจอแบบส่วนตัวหลังที่นั่ง	400	100
การจัดแพ็คเกจกับบัตรโดยสาร สินค้าหรือบริการอื่น ๆ	254	63.50

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.50 ในส่วนของอัตราค่าบริการของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการในอัตราค่าบริการน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 สำหรับความชื่นชอบในระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความชอบรายการภาพยนตร์มากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความชอบหน้าจอแบบส่วนตัวหลังที่นั่งมากที่สุด จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และในส่วนของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต พบว่า การจัดแพ็คเกจคู่กับบัตรโดยสาร สินค้าหรือบริการอื่น ๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50

3) ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ผลกระทบประโยชน์และคุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 3 ภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ผลกระทบประโยชน์ของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สายการบินต้นทุนต่ำ

การรับรู้ผลกระทบในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	ลำดับการรับรู้
การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน	3.88	.806	มาก	4
การรับรู้ถึงอิสระในการใช้งาน	4.18	.833	มาก	2
การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน	4.25	.764	มาก	1
การรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน	3.70	.975	มาก	5
การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งาน	4.17	.820	มาก	3

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ผลกระทบประโยชน์ของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล พบว่า การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.764) เป็นประเด็นที่ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีระดับการรับรู้มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ถึงอิสระในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= 0.833) การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.82) การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน ($\bar{X} = 3.88$, S.D.= 0.806) และการรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.975) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของระบบ
สารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำ

คุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อ ในเที่ยวบินพิสัยไกล ในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ การรับรู้
1) ตำแหน่งระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อใน เที่ยวบิน	4.09	.763	มาก	3
2) ความทันสมัยของระบบสารสนเทศและ การเชื่อมต่อในเที่ยวบิน	3.98	.770	มาก	4
3) ภาษาที่ใช้ในระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อ ในเที่ยวบิน	4.25	.702	มาก	2
4) ประสิทธิภาพการให้บริการของระบบสารสนเทศและ การเชื่อมต่อในเที่ยวบิน	4.32	.733	มาก	1

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำ ในมุมมองของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($\bar{X} = 4.32$, S.D.= 0.733) เป็นประเด็นที่ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ภาษาที่ใช้ในระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.702) ตำแหน่งระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($\bar{X} = 4.09$, S.D.= 0.763) และความทันสมัยของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($\bar{X} = 3.98$, S.D.= 0.77) ตามลำดับ

4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับขั้นของความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและ
การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของวินพีสียุโรป สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล

ปัจจัย	แบบจำลองที่ 1	แบบจำลองที่ 2	แบบจำลองที่ 3	
	B	B	B	95 % CI
การรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน	.182***	.146***	.144**	[.05, .23]
การรับรู้ถึงอิสระในการใช้งาน	.064	-.015	.018	[-.13, .09]
การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน	.130*	-.010	.004	[-.12, .11]
การรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน	-.077*	-.069*	.072*	[-.14, -.01]
การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งาน	.382***	.127*	.125*	[.02, .23]
ตำแหน่งระบบสารสนเทศ		.017	.011	[-.08, .10]
ความทันสมัยของระบบสารสนเทศ		.176***	.183***	[.09, .28]
ภาษาที่ใช้ในระบบสารสนเทศ		.181***	.175**	[.07, .28]
ประเภทการให้บริการของระบบสารสนเทศ		.355***	.364***	[.25, .48]
เพศหญิง			.001	[-.11, .11]
สถานภาพสมรส			.000	[-.13, .13]
ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี			-.150	[-.50, .20]
ระดับปริญญาตรี			.026	[-.09, .14]
รายได้ 30,001–50,000 บาท			.042	[-.24, .33]
รายได้มากกว่า 50,000 บาท			-.160*	[-.29, -.03]
ผลการวิจัย				
ค่าคงที่	1.343	.374	.480	
R ²	.460	.633	.642	
Adjusted R ²	.453	.625	.638	
SE _{est}	.548	.453	.452	
R ² Chang	.460	.174	.008	
F	67.03***	74.79***	45.83***	

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบลำดับขั้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล แสดงดังตารางที่ 1 พบว่า เมื่อนำตัวแปรในกลุ่ม A (การรับรู้สรรพประโยชน์) เข้าไปวิเคราะห์ตามแบบจำลองลำดับขั้นที่ 1 โดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง สามารถทำนายความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ได้ร้อยละ 46 เมื่อผู้วิจัยเพิ่มตัวแปรในกลุ่ม B (คุณลักษณะของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน) เข้าไปในแบบจำลองลำดับขั้นที่ 2 เพื่อทำนายร่วมกับตัวแปรในกลุ่ม A (การรับรู้สรรพประโยชน์) พบว่า สามารถทำนายความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ได้ร้อยละ 63.3 เพิ่มขึ้นจากการทำนายในแบบจำลองลำดับขั้นที่ 1 ร้อยละ 17.4 ($R^2 \text{ change} = 0.174$) เมื่อผู้วิจัยเพิ่มตัวแปรในกลุ่ม C (ลักษณะประชากรศาสตร์) เข้าไปในแบบจำลองลำดับที่ 3 พบว่า สามารถทำนายความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ได้ร้อยละ 64.2 เพิ่มขึ้นจากการทำนายในแบบจำลองลำดับขั้นที่ 2 ร้อยละ 0.8 ($R^2 \text{ change} = 0.008$) และพบว่ามีปัจจัยจำนวน 7 ปัจจัยที่เมื่อนำตัวแปรเข้าแบบลำดับขั้นจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน โดยปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งาน ($B = 0.144, t = 3.158$) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้งาน ($B = 0.125, t = 2.371$) ปัจจัยด้านความทันสมัยของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($B = 0.183, t = 3.7$) ปัจจัยด้านภาษาที่ใช้ในระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($B = 0.175, t = 3.146$) และปัจจัยด้านประเภทการให้บริการของระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน ($B = 0.364, t = 6.222$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ หากผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีระดับการรับรู้ถึงปัจจัยดังกล่าวสูงขึ้น ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ในขณะที่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน ($B = -0.072, t = -2.155$) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีระดับการรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งานสูงขึ้น ผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำน้อยลง สำหรับปัจจัยด้านรายได้ พบว่า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน ($B = -0.160, t = -2.34$) โดยผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจใช้บริการระบบสารสนเทศและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลของสายการบินต้นทุนต่ำน้อยกว่าผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล กรณีศึกษา เที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1) สาเหตุการใช้ระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล พบประเด็นที่น่าสนใจคือ ผู้โดยสารมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้งานระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อบนเที่ยวบินเพื่อความบันเทิง สอดคล้องกับงานวิจัยของสุตารัตน์ วรรณสถิตย์ (2565) ที่พบว่ากลุ่มมิลเลนเนียลใช้เทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก โดยประเภทความบันเทิงที่ผู้โดยสารชื่นชอบมากที่สุด คือ รายการภาพยนตร์ และแอปพลิเคชันการสื่อสาร อาทิ ไลน์ (LINE) และเฟซบุ๊ก สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลมาศ รัตนมณี (2566) ที่พบว่าในระหว่างการเดินทางผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลจะมีพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์มากที่สุด สำหรับอัตราค่าบริการ ผู้โดยสารยินดีจ่ายในราคาที่ต่ำกว่า 500 เพื่อใช้บริการเสริมระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน สอดคล้องกับงานวิจัยของธนพล สมบูรณ์ (2564) ที่พบว่าราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากผู้โดยสารไม่ต้องการจ่ายค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงจึงให้ความสำคัญกับราคาที่มีความเหมาะสม ในขณะที่ด้านรูปแบบการให้บริการสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน พบว่า ผู้โดยสารทั้งหมดชอบหน้าจอแบบส่วนตัวหลังที่นั่ง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของณภัสสร จงประเสริฐ (2565) ที่พบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่นิยมใช้อุปกรณ์ส่วนตัว อาจเป็นเพราะพฤติกรรมของผู้โดยสารกลุ่มมิลเลนเนียลมักไม่ชอบความยุ่งยากและมองหาวิธีการที่สะดวกและรวดเร็วในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การใช้หน้าจอแบบส่วนตัวหลังที่นั่งอาจทำให้ผู้โดยสารสามารถใช้งานระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินได้อย่างสะดวกโดยไม่ต้องตั้งค่าเพิ่มเติมในอุปกรณ์ส่วนตัว และในด้านการจัดการส่งเสริมการตลาด พบว่า การจัดแพ็คเกจบริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อบนเที่ยวบินร่วมกับบัตรโดยสารมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณวดี สถิตถาวร (2565) ที่พบว่าการจัดแพ็คเกจบริการแบบครบวงจรสามารถดึงดูดผู้โดยสารได้

2) ระดับการรับรู้การตลาดประโยชน์ คุณลักษณะ และความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลในสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล พบว่า การรับรู้การตลาดประโยชน์ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมใช้งาน ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความง่ายในการใช้งานของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Park and Kim (2023) ที่พบว่าความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบนเที่ยวบิน ในขณะที่การรับรู้ถึงอิสระในการใช้งาน พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความหลากหลายของรายการและระยะเวลาการใช้งานที่เลือกได้ตามต้องการมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilson and Lee (2023) ที่พบว่าความหลากหลายของเนื้อหาเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร อีกทั้งในด้านการรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้งาน พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าด้านราคามากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen and Park (2023) ที่พบว่า ราคาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนเที่ยวบิน นอกจากนี้ในด้านการรับรู้ถึง

ความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งาน พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความคมชัดของภาพและเสียงมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Johnson and Lee (2023) ที่พบว่า คุณภาพของระบบมัลติมีเดียส่งผลต่อความพึงพอใจ สำหรับด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัย พบว่า การช่วยผ่อนคลายความเครียดระหว่างเที่ยวบินเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด สอดคล้องกับ Park et al. (2023) ที่พบว่า ความบันเทิงช่วยลดความวิตกกังวล สำหรับปัจจัยด้านคุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด รองลงมาคือภาษาที่ใช้ ตำแหน่ง และความทันสมัยของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อบนเที่ยวบิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilson and Chen (2023) ที่พบว่า ความหลากหลายของบริการและการใช้งานที่สะดวกเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อบนเที่ยวบิน พบว่า ผู้โดยสารค่อนข้างมีแนวโน้มตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิง เนื่องจากผู้โดยสารกลุ่มมิลเลนเนียลเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นชินกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี (Chicioranu & Amza, 2018) ทั้งนี้การเดินทางในเที่ยวบินพิสัยไกลค่อนข้างใช้เวลานาน อาจทำให้ผู้โดยสารเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย เกิดความกังวลในระหว่างการเดินทาง หรือแม้กระทั่งรู้สึกถูกตัดขาดจากโลกภายนอก ดังนั้น การใช้งานระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินทำให้ผู้โดยสารเกิดความเพลิดเพลินและลดความรู้สึกเชิงลบในระหว่างการเดินทางได้ (Aliev, 2020; Liu et al., 2009)

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกลในสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียล ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การรับรู้อัตราประโยชน์ต่อบริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน คุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน และข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้โดยสารไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีอิทธิพลต่อระดับความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน อธิบายได้ดังนี้ การรับรู้อัตราประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน หากผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งานสูงขึ้นผู้โดยสารจะมีความตั้งใจใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen and Park (2023) ที่พบว่า ความง่ายในการควบคุมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี เช่นเดียวกับการรับรู้ถึงความปลอดภัยในระดับที่สูงขึ้นจะทำให้ผู้โดยสารมีแนวโน้มใช้บริการเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับ Wilson and Lee (2023) ที่พบว่า ความสนุกเป็นปัจจัยสำคัญต่อการใช้บริการ ในขณะที่ความไว้วางใจในประสิทธิภาพกลับมีอิทธิพลเชิงลบ กล่าวคือ ผู้โดยสารที่มีระดับการรับรู้ถึงความไว้วางใจในประสิทธิภาพการใช้งานสูงขึ้นจะมีความตั้งใจใช้บริการน้อยลง ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Park et al. (2023) ที่พบว่า ความไว้วางใจมีผลเชิงบวก ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้โดยสารมีความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาย วงศ์ธนสารสิน (2564) ที่พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลมากขึ้นในปัจจุบัน

สำหรับปัจจัยด้านคุณลักษณะของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน พบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินพิสัยไกล หากผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความทันสมัย ภาษาที่ใช้ในระบบ และประสิทธิภาพการให้บริการของระบบสาระบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน

ในระดับสูงขึ้นผู้โดยสารจะมีความตั้งใจใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilson and Chen (2023) ที่พบว่า ระบบที่ทันสมัยและมีความหลากหลายทางภาษาส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Johnson et al. (2023) ที่พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการที่หลากหลายมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ นอกจากนี้ผลการศึกษายังค้นพบว่า ปัจจัยด้านรายได้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารบบันเทิงและการเชื่อมต่อบนเที่ยวบินพิเศษ โดยผู้โดยสารที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทมีแนวโน้มที่จะใช้บริการน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 15,000-30,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Park et al. (2023) ที่พบว่ากลุ่มรายได้สูงมักเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบมากกว่า และสอดคล้องกับ Chen and Wilson (2023) ที่พบว่ารายได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการเสริมบนเที่ยวบิน

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย

ผลการศึกษาได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้โดยสารกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในเที่ยวบินพิเศษ โดยพบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อ “ความตั้งใจใช้บริการระบบสารบบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบิน” ปัจจัยด้านการรับรู้รรถประโยชน์ เช่น ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และความเพลิดเพลิน ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบสารบบันเทิงและการเชื่อมต่อบนเที่ยวบินพิเศษของสายการบินต้นทุนต่ำ ขณะที่ความไว้วางใจในประสิทธิภาพกลับมีอิทธิพลเชิงลบ ซึ่งอาจสะท้อนถึงความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล นอกจากนี้ คุณลักษณะของระบบ เช่น ความทันสมัย ภาษา และประเภทบริการ ก็มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการเช่นกัน อีกทั้งยังพบว่า รายได้เป็นตัวแปรสำคัญ โดยกลุ่มรายได้ปานกลางมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่ากลุ่มรายได้สูง สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบบริการที่ตอบโจทย์ผู้โดยสารแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ข้อเสนอแนะเชิงการตลาด

จากผลการศึกษาวิจัยเล็งเห็นว่าพัฒนาเชิงการตลาดที่สายการบินต้นทุนต่ำควรมุ่งเน้นประการแรกคือ การจัดแพ็คเกจบริการเสริมระบบสารบบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินคู่กับบัตรโดยสารในราคาที่ถูกว่าการซื้อบริการเสริมเพิ่มเติมภายหลัง ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบโจทย์ความต้องการของผู้โดยสารอย่างมีประสิทธิภาพ สายการบินควรเสนอแพ็คเกจหลากหลายระดับตั้งแต่แพ็คเกจพื้นฐานราคาประหยัดไปจนถึงแพ็คเกจพรีเมียมที่เพิ่มบริการพิเศษ อาทิ การดาวน์โหลดคอนเทนต์หรือการใช้งานแอปพลิเคชันแบบไม่จำกัด ประการที่สอง การขยายความร่วมมือทางพันธมิตรกับผู้ให้บริการบัตรเครดิต อาทิ การแลกคะแนนสะสม และประการที่สาม สายการบินควรพัฒนาโปรแกรมสมาชิกที่มอบสิทธิประโยชน์หลากหลาย อาทิ ส่วนลดพิเศษ คะแนนสะสมสำหรับการแลกของรางวัล หรือการอัปเกรดบริการ นอกจากนี้ ควรจัดแคมเปญการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่า อาทิ การมอบข้อเสนอพิเศษในโอกาสสำคัญ และประการที่สี่

ควรพัฒนาระบบแจ้งข่าวสาร อาทิ โปรโมชันที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคลไปยังลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล

2) ข้อเสนอแนะเชิงพัฒนาสินค้าและบริการ

จากผลการศึกษาผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการพัฒนาเชิงสินค้าและบริการที่สายการบินต้นทุนต่ำควรดำเนินการแรกคือ การติดตั้งหน้าจอส่วนตัวแบบสัมผัสที่ทันสมัยและมีความละเอียดสูง รวมไปถึงพัฒนาระบบเชื่อมต่อไร้สายที่รองรับอุปกรณ์หลากหลาย อาทิ การเชื่อมต่อหูฟังไร้สาย และการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ส่วนตัวเพื่อยกระดับประสบการณ์การเดินทางและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร ประการที่สอง สายการบินควรเพิ่มความหลากหลายของรายการภาพยนตร์ทั้งไทยและต่างประเทศ และจะต้องปรับปรุงรายการภาพยนตร์ให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผู้โดยสารโดยส่วนใหญ่มักจะชื่นชอบการรับชมภาพยนตร์ในระหว่างการเดินทาง ทั้งนี้ควรสร้างพันธมิตรกับผู้ให้บริการคอนเทนต์บันเทิง อาทิ Netflix Prime Video และ Spotify เพื่อเพิ่มความหลากหลายของรายการ ประการที่สาม ควรร่วมมือกับผู้ให้บริการโทรคมนาคมในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการเชื่อมต่อภายในเที่ยวบินที่มีความรวดเร็วและเสถียรภาพ ประการที่สี่ สายการบินควรเพิ่มภาษาในระบบสารบบันเทิงและการเชื่อมต่อในเที่ยวบินให้ครอบคลุมผู้ใช้จากหลากหลายประเทศ พร้อมสร้างคู่มือการใช้งานที่เข้าใจได้ง่าย และประการที่ห้า สายการบินควรพัฒนาระบบการจัดการคอนเทนต์แบบไดนามิกที่สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามความต้องการของผู้โดยสารได้ พร้อมทั้งระบบการแนะนำคอนเทนต์แบบอัตโนมัติ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้โดยสารและแนะนำคอนเทนต์ที่เหมาะสม

3) ข้อเสนอแนะเชิงความปลอดภัย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการพัฒนาเชิงความปลอดภัยที่สายการบินต้นทุนต่ำควรให้ความสำคัญคือ การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลที่เข้มงวด เพื่อป้องกันไม่ให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นส่วนส่วนตัว และข้อมูลธุรกรรมทางการเงินของผู้โดยสารที่ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตและระบบสารบบันเทิงบนเที่ยวบินรั่วไหล อาทิ การล้างข้อมูลและประวัติการใช้งานของผู้โดยสารทุกครั้งหลังจากการเดินทางในเที่ยวบินนั้นเสร็จสิ้น การใช้ระบบการเข้ารหัส (Encryption) เพื่อป้องกันการดักจับข้อมูลระหว่างการส่งผ่านเครือข่าย และการอัปเดตระบบอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันช่องโหว่ในซอฟต์แวร์ที่อาจถูกใช้เป็นช่องทางโจมตี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมผู้โดยสารกลุ่มอื่น ๆ อาทิ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ รวมถึงผู้โดยสารต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กว้างขวางมากขึ้น อีกทั้งควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความรู้สึก ประสบการณ์ และปัญหาในการใช้งานจริงของผู้โดยสาร

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). รายงานเกี่ยวกับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ปี 2567.
- ชนรินทร์ ตาสา, สุทธิพร ลิ้มโพธิ์ทอง และพิชญา คำกาญจน์แก้ว. (2565). อิทธิพลของการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และความน่าเชื่อถือที่มีต่อความตั้งใจซื้อประกันภัยออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการตลาดและการจัดการ*, 9(1), 96–120.
- ธนัทธ์ รอดจากภัย. (2564). การศึกษาเรื่องการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงในการตลาดต่อความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ [การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทยา จันทนชาติ. (2552). หน้าที่ของสื่อมวลชนไทยบนเวทีวาระยุคโลกของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนพล สมบูรณ์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย. *วารสารการบิน*, 12(2), 45–62.
- นภัทร คล้ายคลึง และ เสาวนีย์ สมันต์ศิริพร. (2557). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าสายการบินนกแอร์. *วารสารร่วมพฤษภา*, 12(1), 93–101.
- นภัสสร จงประเสริฐ. (2565). พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีระหว่างการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารชาวไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจการบิน*, 8(1), 89–104.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2568). สถิติขนส่งทางอากาศของประเทศไทย ปีงบประมาณ 2568. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). <https://investor-th.airportthai.co.th/transport.html>
- พรไพลิน จุลพันธ์. (2563). “พัฒนา” ถก 15 โรงแรมตั้งวันนี้ พื้นที่ไทยพยุ่งเล็กจาง. *กรุงเทพธุรกิจ*. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/907989>
- พรรณวดี สถิตถาวร. (2565). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสายการบิน: กรณีศึกษาสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 15(3), 78–95.
- วริษฐา สุริยไพฑูรย์. (2560). อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านโมบายคอมพิวเตอร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วิจิตรกรศรี. (2567). รายงานอุตสาหกรรมสายการบินและสายการบินต้นทุนต่ำ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน).
- วิมลมาศ รัตนมณี. (2566). พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้โดยสารไทยระหว่างการเดินทางทางอากาศ. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ*, 12(1), 88–102.
- ศรณรินทร์ หลีฮวด. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถโดยสารของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ศรุตา สายบัวต่อ. (2562). รูปแบบการยอมรับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสุขภาพ. *วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทร์วิโรฒ*, 10(2), 78–91.
- สมชาย วงศ์นสารสิน. (2564). ความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลในการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคไทย. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*, 18(1), 45–60.
- สุรารัตน์ วรรณสถิตย์. (2565). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มมิลเลนเนียลในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 9(2), 67–82.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Aliev, A. (2020). *Development of a wireless in-flight entertainment system for the airline industry* [Bachelor's thesis]. University of Applied Sciences.
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656.
- The Bangkok Insight Editorial Team. (2568). 10 ข่าวเด่นธุรกิจ-เศรษฐกิจรอบปี 2568 บนความท้าทาย. The Bangkok Insight. <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/1594040/>
- Chen, J., & Park, S. (2023). Ancillary service value perception in low-cost airlines. *Journal of Air Transport Management*, 98, 89–102.
- Chen, J., & Wilson, R. (2023). Income effects on airline service choice. *Journal of Air Transport Management*, 98, 78–92.
- Chicioreanu, T. D., & Amza, C. G. (2018). Adapting teaching to accommodate the Net Generation/Z-Generation of learners. In *Proceedings of the International Scientific Conference eLearning and Software for Education*.
- Chiu, C. M., Wang, E. T., Fang, Y. H., & Huang, H. Y. (2014). Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce. *Information Systems Journal*, 24(1), 85–114.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Hanzaee, K. H., & Khonsari, Y. (2011). A review of the role of hedonic and utilitarian values on customer satisfaction and behavioral intentions. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(5), 34–45.
- Hanzaee, K. H., & Rezaeyeh, S. P. (2013). Investigation of the effects of hedonic value and utilitarian value on customer satisfaction and behavioural intentions. *African Journal of Business Management*, 7(11), 818–825.

- IATA. (1997). *Corporate air travel survey*. International Air Transport Association.
- Jin, M. J., & Kim, J. K. (2021). Factors affecting the adoption of in-flight entertainment systems. *Journal of Air Transport Management*, 93, 102054.
- Jin, M. J., & Kim, J. K. (2022). Customer adoption factors for in-flight entertainment and connectivity. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100668.
- Johnson, L., & Lee, H. (2020). Comprehensive analytical strategies in drug development. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 84, 758-769.
- Kim, Y. (2015). Assessing the effects of perceived value (utilitarian and hedonic) in LCCs and FSCs: Evidence from South Korea. *Journal of Air Transport Management*, 49, 17–22.
- La, J., Bil, C., & Heiets, I. (2021). Impact of digital technologies on airline operations. *Transportation Research Procedia*, 56, 63–70.
- Liu, H., Salem, B., & Rauterberg, M. (2009). Toward next-generation in-flight entertainment systems: A survey of the state of the art and possible extensions. In *Advances in Semantic Media Adaptation and Personalization* (Vol. 2, pp. 115–132). Springer.
- Mankiw, N. G. (2005). *Essentials of economics*. Cengage Learning.
- Park, S., & Kim, J. (2023). Technology acceptance in aviation: A study of millennial passengers. *International Journal of Aviation*, 15(2), 78–92.
- Park, S., Kim, J., & Lee, H. (2023). Entertainment and passenger experience. *Aviation Studies*, 15(2), 45–58.
- Sathye, M. (1999). Adoption of Internet banking by Australian consumers: An empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 17(7), 324–334.
- Sharma, B. (2016). A focus on reliability in developmental research through Cronbach's alpha among medical, dental and paramedical professionals. *Asian Pacific Journal of Health Sciences*, 3(4), 271–278.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. *MIS Quarterly*, 19(4), 561–570.
- Thepho, C., & Luengalongkot, P. (2020). The Personnel Performance Efficiency Subdistrict Administrative Organization. *Journal of Humanities and Social Sciences Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 14(1), 251-265.
- Wilson, R., & Chen, J. (2023). Technology acceptance in aviation. *International Journal of Aviation*, 12(3), 112–125.

- Wilson, R., & Lee, K. (2023). Entertainment content diversity and passenger satisfaction. *Aviation Technology Review*, 12(3), 67–82.
- 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.