

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นอุตสาหกรรมที่เปราะบางต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น อุตสาหกรรมการบินโลกเคยประสบปัญหาขาดทุนอย่างหนัก เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจถดถอย ในปี 2552 อย่างไรก็ตามปัจจุบัน สถานการณ์อุตสาหกรรมการบินเป็นไปตามที่ IATA เคยคาดการณ์ไว้ว่า อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีการขยายตัวสูง โดยจำนวนผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 217 ล้านคน ภายในปี 2556 ซึ่งปัจจัยประการสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นการขยายตัวของธุรกิจการบินในเอเชีย คือ การเปิดเสรีทางการบิน ทำให้อุตสาหกรรมการบินฟื้นตัวและความพยายามของสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่จะเปิดเสรีทางการบินในปี 2558 ประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเองก็เริ่มต้นตัวในเรื่องของอุตสาหกรรมการบิน และเริ่มมีการพัฒนาเกิดขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาสายการบิน และเส้นทางการบินเพื่อเชื่อมติดต่อกันภายในภูมิภาคและประเทศจีน สำหรับไตรมาสที่ 2 ระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน 2553 นั้น เป็นอีกช่วงหนึ่งที่อุตสาหกรรมการบินของโลกเผชิญกับวิกฤตการณ์อีกครั้ง เนื่องจากเหตุภูเขาไฟปะทุขึ้นของภูเขาไฟไต้ธารน้ำแข็งในประเทศไอซ์แลนด์ ทำให้ยุโรปต้องปิดน่านฟ้าและยกเลิกเที่ยวบิน เพราะกระแสลมได้พัดพาเถ้าถ่านที่มีความเข้มข้นสูงกว่ามาตรฐานความปลอดภัยในการทำงานของเครื่องยนต์เครื่องบิน ทำให้ผู้โดยสารหลายล้านคนตกค้าง เหตุการณ์ดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคยุโรปเท่านั้น แต่ส่งผลกระทบไปทั่วโลก และในไตรมาสที่ 3 ช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2553 อุตสาหกรรมการบินมีแนวโน้มที่ดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจโลก IATA ยังคาดการณ์ไว้ว่า อุตสาหกรรมการบินโลกจะมีกำไรสุทธิรวมกันอยู่ที่ 8.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมากกว่าที่เคยประมาณไว้ถึงสามเท่า เพราะการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียและสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้ความต้องการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น และในไตรมาสสุดท้าย เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2553 อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วขึ้น ปัจจัยหนึ่งเป็นผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินของเอเชีย คือ การขยายธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาค และคาดว่าจะมีบทบาทมากขึ้นเมื่อมีการเปิดเสรีอาเซียน อย่างเป็นทางการ จะทำให้มีสายการบินใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้น และพบว่าในปัจจุบัน สายการบินต้นทุนต่ำในแต่ละประเทศสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดจนกลายเป็น

คู่แข่งที่สำคัญสำหรับสายการบินขนาดใหญ่ โดยสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงเติบโตและทำการเปิดเส้นทางบินใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นความต้องการให้มากขึ้น

สำหรับอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยนั้น ปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยมีการแข่งขันกันมากขึ้น สายการบินใหม่ๆ เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งล้วนแต่ส่งผลดีต่อผู้บริโภคในการเดินทางทางอากาศทั้งในด้านราคาและความสะดวกสบายในการเดินทาง ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจนั้นต่างมีการแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไร ดังที่ Robledo (2001) อ้างใน Atilgan E., Akinci S., Aksoy S. (2008) ว่า ไม่มีข้อกังขาใดๆที่ว่าคุณภาพคือสิ่งสำคัญในการจัดการกลยุทธ์และการวางแผนการตลาดสำหรับองค์กรที่ส่งมอบการบริการความพึงพอใจและความซื่อสัตย์ของลูกค้ามีปัจจัยมาจากคุณภาพที่ดีที่จะนำมาซึ่งความอยู่รอดและการประสบความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงการส่งมอบการบริการว่า การส่งมอบการบริการที่เหนือความคาดหมายให้กับลูกค้าให้ได้นั้น องค์กรต้องมีการวิเคราะห์ถึงความคาดหวังและการปฏิบัติงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถชิงความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้ และ Bo Edvardsson (1992) ได้กล่าวว่า ผู้บริหารหลายคนได้คำนึงถึงคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐาน หรือการขับเคลื่อนที่สำคัญในการแข่งขันทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและนำมาซึ่งผลกำไรต่อองค์กร ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องสามประการคือ คุณภาพที่ดีสามารถทำให้บริษัทกำหนดราคาที่สูงได้ คุณภาพที่ดีมีผลต่อต้นทุนการผลิตต่ำนำมาซึ่งรายได้ที่มากขึ้น และบริษัทที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่รู้จักจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี

กรรณภัทร (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน : กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย นั้นพบว่า สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ สายการบินไทย และสายการบินกรุงเทพ โดยศึกษา ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมระดับความคาดหวังต่อการบริการทางด้านการบริการภาคพื้นดิน และการบริการบนเครื่องบิน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด และมีระดับความพึงพอใจที่ได้รับบริการในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินคือ ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ตารางบินที่มีให้เลือกหลายเที่ยวบิน ที่นั่งกว้างขวางสะดวกสบาย ราคาที่เหมาะสมกับเส้นทางการบิน การส่งมอบสัมภาระที่รวดเร็ว ความสะดวกในการจองตั๋วโดยสาร ความสุภาพเรียบร้อย และความเป็นมืออาชีพของพนักงานในการแก้ปัญหา

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจำหน่ายบัตรโดยสารครั้งนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการสายการบินนั้น จะสามารถช่วยให้องค์กรที่เกี่ยวข้องได้วิเคราะห์ถึงสถานการณ์ความต้องการและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสาร
2. เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มความอยู่รอดของบริษัทตัวแทนขายบัตรโดยสาร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดย

1. ใช้วิธีสำรวจชนิดแบบสอบถาม จากบุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครแบบไม่เจาะจง
2. ปัจจัยที่ศึกษา คือ ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจการเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายชนิดต่างๆ
2. สามารถคาดการณ์แนวโน้มการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทผู้เป็นตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร

นิยามศัพท์

การบริการ	หมายถึง กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ หรือ ผู้ใช้บริการนั้นๆ
ความคาดหวัง	หมายถึง มุมมองของแต่ละคนที่มีต่อผลลัพธ์ต่อประสบการณ์ที่จะเผชิญ
ความพึงพอใจ	หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้น เมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว และมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการ
ช่องทางการบริการ	หมายถึง ทางเลือกของผู้โดยสารในการเลือกซื้อบัตรโดยสาร

ทัศนคติ	หมายถึง ผลสรุปของการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้ระบุว่า สิ่งนั้นๆ ดี หรือ ไม่ดี พอใจ หรือ ไม่พอใจ ชอบ หรือ ไม่ชอบ เป็นประโยชน์ หรือ ไม่เป็นประโยชน์
แนวโน้ม	หมายถึง แนวทางหรือทิศทาง การดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อ ธุรกิจได้