

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสาร และเพื่อศึกษาแนวโน้มความอยู่รอดของบริษัทตัวแทนขายบัตรโดยสาร สรุปผลได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจากทั้งสี่มุมเมืองของกรุงเทพมหานครนั้น มีความแตกต่างกันในการเลือกใช้บริการช่องทางการจัดจำหน่ายของสายการบินด้วยจากทั้งระดับอายุ และระดับการศึกษา

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลผลการศึกษารื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน” โดยวัดระดับความคิดเห็นตามประเด็นต่างๆ ซึ่งพบว่า

ประเด็นที่ 1 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การเดินทางด้วยเครื่องบินมาก่อนแล้ว จึงทำให้เลือกที่จะเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างออกไป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเลือกจากราคาเป็นหลัก และเส้นทางและเวลาการเดินทาง เป็นสิ่งรองลงมา

ประเด็นที่ 2 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารด้วยการใช้แอปพลิเคชันในการเปรียบเทียบราคาก่อนที่จะกระทำการตัดสินใจ

ประเด็นที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอีกประเด็นหนึ่งคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารโดยสถานที่หรือบุคคล (Tour Agent)
2. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารโดยสื่อออนไลน์ของสายการบินโดยตรง (Online / Direct Airline Website)
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารโดยแอปพลิเคชัน เช่น Traveloka, Skyscanner เป็นต้น (Application / Booking Website)
4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารโดยสายการบินที่สนามบิน (Airline Ticketing Counter)

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นที่จะเปรียบเทียบในแต่ละด้านไว้ 5 ด้าน คือ

1. ด้านความมีชื่อเสียง และมีภาพลักษณ์ที่ดี มีมาตรฐานในการให้บริการสูง

2. ด้านความปลอดภัยจากความเสี่ยงด้านการเงิน
3. ด้านการบริการทุกด้านที่มีความสมบูรณ์แบบ เช่น การบริการรถเช่า โรงแรม เป็นต้น
4. ด้านความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง
5. ด้านการมีบุคลากรที่ให้การบริการที่ดี สามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ทั้งนี้ปัจจัยด้านการตลาดและความคาดหวังของผู้ใช้บริการก็มีส่วนสำคัญ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านความสะดวกสบาย 4) ด้านการติดต่อสื่อสาร 5) ด้านกระบวนการให้บริการ 6) ด้านบุคลากร และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงของการให้บริการนั้น แก่ช่องทางที่บริการด้วยสถานที่หรือบุคคล ที่เรียกว่า เอเยนต์ หรือตัวแทนจำหน่าย ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นว่า ในช่องทางนี้มีความปลอดภัยด้านการเงินน้อย

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงการบริการ แก่เว็บไซต์ของสายการบิน ซึ่งสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้ในทันที ในขณะที่สื่อชนิดนี้ไม่สามารถให้ข้อมูลหรือการตอบข้อสงสัย หรือคำถามได้ในทันที

กลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นในเรื่องของ ความรวดเร็วในการเข้าถึงการบริการ ของแอปพลิเคชันเปรียบเทียบราคา ซึ่งสามารถประกอบการตัดสินใจได้ดี ในขณะที่สื่อชนิดนี้ไม่สามารถให้ข้อมูลที่สงสัยหรือตอบคำถามเกี่ยวกับบัตรโดยสารได้ในทันทีเช่นกัน

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตัวสายการบินที่สนาบินเองนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า มีความปลอดภัยด้านการเงินสูงสุด ไม่เสี่ยงสูญเสียเงินโดยไม่รู้ตัว สายการบินที่ตนเลือกนั้นมีชื่อเสียง และมีมาตรฐานในการบริการที่เชื่อถือสูงได้ ขณะเดียวกันสายการบินสามารถตอบข้อซักถามต่างๆ ได้ในทันที แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การเข้าถึงสายการบินนั้นกระทำได้ยากและไม่สะดวกสบายเท่าช่องทางอื่นๆ

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านต้นทุน ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนั้น Alamdari Fariba (1999) ได้ทำการศึกษาระบบให้ความบันเทิงบนเครื่องบินในมุมมองของผู้โดยสาร และได้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของสายการบิน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลักประกอบไปด้วย ชนิดของอากาศยาน ตารางการบิน และความปลอดภัยในการขนส่ง ส่วนต่อมาคือผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมต่างๆ ในการบริการ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ที่นั่งที่สะดวกสบาย ความสะอาด ส่วนที่สามคือผลิตภัณฑ์ที่ช่วยยกคุณค่าของการบริการให้มากขึ้น เช่น การบริการรถรับส่งลูกค้า บริการอาหารก่อนขึ้นเครื่อง การบริการห้องอาบน้ำในห้องรับรอง ส่วนสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การบริการห้องอาบน้ำบนเครื่องบิน หรือ ห้องออกกำลังกายบนเครื่องบิน เป็นต้น สำหรับผลการศึกษายสายการบินต้นๆ พบว่า สายการบินมีชื่อเสียงด้านความปลอดภัย มีผลมากเป็นอันดับหนึ่ง เครื่องบินมีสภาพใหม่ ที่นั่งกว้างขวางสะดวกสบาย

ตารางบินมีให้เลือกหลายเที่ยวบิน อาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการบนเครื่องบินมีรสชาติที่อร่อย เป็นปัจจัยรองลงมาตามลำดับ

สำหรับปัจจัยด้านต้นทุน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ราคาที่เหมาะสมกับเส้นทางบิน ราคาโปรแกรมเหมาจ่าย มีการลดราคาอยู่เสมอ การลดราคาของสายการบินในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว ราคาคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมกับเส้นทางบิน มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับหนึ่ง และนอกนั้น เรียงลงมาตามลำดับ

สำหรับปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน พบว่า ความสะดวกในการจอง การซื้อ และการจ่ายเงินค่าตั๋วโดยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีผลสูงสุด นอกนั้น ความสามารถเลือกเช็คอินจากระบบอินเทอร์เน็ตที่บ้านได้ สามารถซื้อตั๋วผ่านตัวแทนจำหน่ายใกล้บ้านได้ง่าย ติดต่อสำรองที่นั่งผ่านโทรศัพท์ได้ง่าย สำนักงานสายการบินตั้งอยู่หลากหลายที่สามารถเข้าไปซื้อสาขาไหนก็ได้ เป็นปัจจัยที่เรียงตามลำดับลงมา

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า สามารถติดต่อขอข้อมูลโดยตรงจากสายการบินผ่านทางโทรศัพท์ เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญที่สุด ความสามารถในการรับข้อมูลผ่านสื่อภาพและเสียง ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ทางเว็บไซต์สายการบิน และทางเฟซบุ๊ก กระดานข่าว บอร์ดประกาศบนเว็บทั่วไป มีความสำคัญลดหลั่นลงมาตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ด้านเช่นกัน พบว่า การส่งมอบสัมภาระรวดเร็ว ไม่สูญหาย เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ รองลงมาคือ การให้บริการเช็คอินที่สะดวกรวดเร็ว และขั้นตอนการเรียกผู้โดยสารขึ้นเครื่องเป็นระบบ และลำดับสุดท้ายคือ ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินทั้งขาเข้า และขาออก รวมถึงกระบวนการแก้ไขหากเกิดการล่าช้า เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจนั้น การให้บริการของพนักงานภาคพื้นดิน มีความเป็นมืออาชีพ แก้ไขปัญหาได้ดี เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ การให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความเป็นมืออาชีพ แก้ไขปัญหาได้ดี พนักงานสุภาพเรียบร้อยในการพูดจา การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย และพนักงานกระตือรือร้นในการช่วยเหลือผู้โดยสาร เป็นปัจจัยรองลงมาตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า สีสีนการตกแต่งของเครื่องบินมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด สีของที่นั่งบนเครื่องบิน ชุดยูนิฟอร์มของพนักงานสวยงามน่าประทับใจ การตกแต่งสำนักงานของสายการบินสวยงาม ดูดี เป็นปัจจัยรองลงมา

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้มาเป็นนักศึกษาและกลุ่มเยาวชนที่เพิ่งเริ่มทำงาน ซึ่งอาจจะทำให้มีความคลาดเคลื่อนในเรื่องของการใช้เทคโนโลยีที่เชี่ยวชาญแตกต่างกันไปกับวัยผู้ใหญ่ และกลุ่มวัย

ผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารนั้น ปัจจุบันสายการบินต้องมีการพัฒนาไปในหลายรูปแบบและใช้เทคโนโลยีในการให้บริการมากขึ้น ข้อเสนอแนะคือ การบริการผ่านเทคโนโลยีเหล่านี้จะสามารถตอบสนองสำหรับกลุ่มผู้ที่ไม่ถนัดในเทคโนโลยีควรทำเช่นไร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างยังไม่มีกระจายตัวในกลุ่มอายุ และระดับการศึกษา จึงนำศึกษาเปรียบเทียบผลการศึกษานี้กับครั้งต่อไป ถึงแนวโน้มช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารเที่ยวบิน