

บุพปัจจัยและผลลัพธ์ของพฤติกรรมลูกค้าในการใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำในประเทศไทย **Antecedents and Outcomes of Customer's Behavior for Low-Cost Airline Service in Thailand**

ณัฐพงษ์ เตชะรัตนเสฏฐ์¹

บัณฑิต ผังนรินทร์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับบุพปัจจัย ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้าในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย และ 2) ศึกษาอิทธิพลของบุพปัจจัยที่มีต่อผลลัพธ์ของพฤติกรรมลูกค้าในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เทียบวินภายในประเทศ จำนวน 400 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และการกลับมาใช้ซ้ำ อยู่ในระดับมาก และ 2) แบบจำลองสมการโครงสร้างอิทธิพลของบุพปัจจัยที่มีต่อผลลัพธ์ของพฤติกรรมลูกค้าในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดี โดยมีค่า $\text{Chi-Square} = 228.32$, $\text{df} = 115$, $\text{Chi-Square} / \text{df} = 1.98$, $\text{RMSEA} = .045$, $\text{RMR} = .012$, $\text{CFI} = .99$, $\text{GFI} = .95$, $\text{AGFI} = .92$ และพบว่า คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้ซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้องค์การธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในการให้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยให้ได้มาตรฐานในระดับสากล

คำสำคัญ: บุพปัจจัย ผลลัพธ์ พฤติกรรม สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ (การจัดการการตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อีเมลล์: hybrid.nt@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Antecedents and Outcomes of Customer's Behavior for Low-Cost Airline Service in Thailand

Nattapong Techarattanased¹
Bundit Pungnirund²

Abstract

The purpose of this research were 1) to study levels of antecedents; service quality, satisfaction, behavior, repurchase of low-cost airline customers in Thailand and 2) to investigate antecedents' influencing on the outcomes of customer's behavior for low cost airline service in Thailand. The research sample consisted of 400 domestic airline passengers in Don Muang Airport. A questionnaire was employed as the data collecting instrument. Statistics employed for data analysis were the mean and structural equation modeling. Research findings showed that 1) service quality, satisfaction, behavior and repurchase were at the high level. 2) the structural equation modeling of antecedents' influencing on the outcomes of customer's behavior for low cost airline service in Thailand was consistent with empirical data at the good level with the goodness of fit index: Chi-Square = 228.32, df = 115, Chi-Square / df = 1.98, RMSEA = .045, RMR = .012, CFI = .99, GFI = .95, AGFI = .92. In addition, service quality, satisfaction and behavior significantly affected repurchase, with the significance level of .05. The contribution of the research findings could be improve marketing strategy for increasing competitiveness of low-cost airline services in Thailand to international standards.

Keywords: Antecedents, Outcomes, Behavior, low-cost airlines in Thailand

¹ Graduate student in the Doctor of Business Administration, Program in Management (Marketing Management), Suan Sunandha Rajabhat University
E-Mail: hybrid.nt@gmail.com

² Assistant Professor, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University