

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพ
การบริการในสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค
ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวสุรียักษ์ พิลา

ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์สงคราม เขาวนศิลป์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ภาพลักษณ์ การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคกับความพึงพอใจในคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จากสายการบิน วัน-ทู-โก จำนวน 135 คน สายการบินแอร์เอเชีย จำนวน 135 คน และสายการบินนกแอร์ จำนวน 140 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามลักษณะทางประชากร แบบวัดภาพลักษณ์การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ แบบวัดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากร (เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสายการบินที่ใช้บริการ) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากร (เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสายการบินที่ใช้บริการ) แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ (ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินการบริการ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Service Image and Satisfaction from Service Quality of Low-cost Airlines Among Consumers in Chiang Mai Province.
Author	Miss Sureerak Pila
Degree	Master of Science (Industrial and Organizational Psychology)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Songkram Chowsilpa

Abstract

The purposes of the study were to 1) to study consumer's satisfaction with service quality provided by Low-cost Airlines 2) to study consumer's service image provided by Low-cost Airlines and 3) to study the correlation between consumer's perception of Low-cost Airlines Service Image and consumers' satisfaction with the services provided.

Four hundred and ten domestic passengers of Low Cost Airline, 135 from One-two-go airline, 135 from Airasia airline and 140 from Nokair airline responded to questionnaires : demographic data, the perceived service image , satisfaction of quality services. Descriptive statistics and coefficient of correlation were applied to analyze the data.

The finding were as follows :

1) No significant difference was detected between consumers with different demographics (gender, age, monthly income, occupation and airline used) toward satisfaction from service quality of Low-cost Airlines.

2) No significant difference was detected between consumers with different demographics (gender, age, monthly income, occupation and airline used) toward service image of Low-cost Airlines.

3) Significant correlation at level .01 was indicated between service image of Low-cost Airlines (people, place, process) and service quality satisfaction.