

**การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้งานวิจัยของธุรกิจสายการบิน  
ในประเทศไทย: แนวทางเพื่อพัฒนาความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ  
Research Analysis and Synthesis of Airline Business  
in Thailand: Approaches to the Development of Economic Dimension**

อนุสรณ์ โพธิ์แก่นแก้ว<sup>1</sup> อัศวิน แสงพิกุล<sup>2</sup>  
Anusorn Phokankaew, Aswin Sangpikul

**บทคัดย่อ (Abstract)**

ปัจจุบันมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินเพิ่มขึ้น ตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศ เช่น การศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ และปัจจัยการตลาด เป็นต้น งานวิจัยเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจของธุรกิจสายการบิน อย่างไรก็ตามหากงานวิจัยมารวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้ให้ลึกซึ้ง เพื่อให้เห็นองค์ความรู้เชิงบูรณาการ จะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจสายการบินในวงกว้าง บทความนี้จึงเป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร มีวัตถุประสงค์ 1) สรุปรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจสายการบินในประเทศไทยในรอบ 10 ปี และ 2) สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่เก็บรวบรวมมา เพื่อสรุปเป็นองค์ความรู้เชิงบูรณาการที่ลึกซึ้งขึ้น อันจะเป็นแหล่งความรู้และประโยชน์ต่อภาคธุรกิจในการประยุกต์ใช้ งานวิจัยนี้เก็บจากฐานข้อมูลวิชาการ TCI และ Google Scholar และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนาในการนำเสนอข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า 1) งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยในรอบ 10 ปี มีทั้งหมด 47 เรื่อง เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณมากที่สุด 35 เรื่อง ส่วนหัวข้อที่นิยมศึกษามากที่สุดได้แก่ ความพึงพอใจ 2) การสังเคราะห์องค์ความรู้ แบ่งได้เป็น 5 ประเด็น ได้แก่ (1) องค์ประกอบของคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน (2) บทบาทและความสำคัญของคุณภาพการบริการที่มีต่อธุรกิจสายการบิน (3) องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยการตลาด (4) องค์ความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสาร และ (5) แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจสายการบิน ทั้งนี้ ผู้บริหารอาจนำองค์ความรู้นี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจต่อไป

**คำสำคัญ (Keywords) :** สายการบิน; การพัฒนาอย่างยั่งยืน; มิติเศรษฐกิจ

**Abstract**

Today, there is an increasing number of studies in relation to airline business, following the expansions of aviation industry in Thailand, for example, studies related to passenger opinions, satisfactions, service quality, and marketing factors. These studies have

---

Received: 2023-04-23 Revised: 2023-05-01 Accepted: 2023-05-03

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรธุรกิจการบิน วิทยาลัยการพัฒนและฝึกอบรมด้านการบิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer of Aviation Business, College of Aviation Development and Training, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: anusorn.pho@dpu.ac.th

<sup>2</sup> ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Director of Graduate Program in Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

the goals to promote the economic growth of airline business. However, if there is a collection of these studies by synthesizing them to provide the integrated knowledge, this will greatly benefit the airline business. This research has the objectives to 1) explore the preliminary information of research works in regard to economic growth of airline business in Thailand during the past 10 years and 2) synthesize such research works to provide a broad view of knowledge regarding airline business in Thailand. The study will be a good source of information for future research studies and for the implementations of airline business. This study collects data from academic database from TCI and Google Scholar as well as uses content analysis and descriptive statistics to analyze and present the data.

According to the findings, it was found that 1) there was a total of 47 studies regarding airline business in Thailand during the past 10 years. Most studies were quantitative studies while customer satisfactions; 2) the synthesis of research works, it was divided into 5 issues: (1) service quality elements of airline business, (2) the roles and the importance of airline business's service quality, (3) knowledge in regard to marketing (4) knowledge in regard to customer satisfactions, and (5) management approaches of airline business. In this regard, airline practitioners may implement the knowledge from this research to develop their works within the airline business for the sake of economics sustainability.

**Keywords:** airlines; sustainable development; economics dimension

## บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ตามการเติบโตและการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศ เช่น การศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารในประเด็นต่างๆ ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านการตลาด เป็นต้น หากวิเคราะห์ในรายละเอียดจะพบว่า ประการแรก งานวิจัยเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจสายการบินเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเต็มศักยภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสาร จะช่วยให้สายการบินทราบถึงจุดเด่นและข้อบกพร่องของสายการบินในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น หรือ การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกธุรกิจสายการบิน จะช่วยให้สายการบินทราบถึงปัจจัยการตลาดที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญ อันจะนำไปสู่การส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเพื่อการแข่งขันต่อไป ประการที่สอง จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้น ทำให้ทราบว่างานวิจัยที่ยกตัวอย่างข้างต้น เป็นงานวิจัยที่สร้างองค์ความรู้ในมิติด้านเศรษฐกิจของสายการบิน (economic growth) เนื่องจากองค์ความรู้นี้จะช่วยให้สายการบินสามารถนำองค์ความรู้ไปพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น อันจะนำมาซึ่งรายได้ของธุรกิจ และช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของธุรกิจ เป็นต้น และประการที่สาม หากวิเคราะห์หัวข้องานวิจัยที่ศึกษาในธุรกิจสายการบินในประเทศไทย พบว่างานวิจัยในด้านนี้เกือบทั้งหมดจะจำกัดการศึกษาเพียงประเด็นใดประเด็นหนึ่ง หรือหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งเท่านั้น (single/individual topics) ทั้งนี้ หากมีการนำงานวิจัยเหล่านี้มารวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้ให้ลึกซึ้งมากขึ้น จะช่วยให้ผู้บริการสายการบินได้รับองค์ความรู้เชิงบูรณาการได้อย่างกว้างขวางและชัดเจนขึ้น และอาจนำองค์ความรู้เชิง

บูรณาการนี้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้กว้างขวางมากขึ้น เนื่องจากมีองค์ความรู้จากหลายๆ แหล่งมาผสมผสานกันเป็นความรู้ที่ลึกซึ้งขึ้น

ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจเป็นเสาหลักที่สำคัญมากเสาหนึ่ง จากสามเสาหลักของแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development principles) ซึ่งปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วโลกเริ่มให้ความสำคัญและความสนใจในการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นฐาน โดยสามเสาหลักของการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (economic sustainability) ความยั่งยืนด้านสังคม (society sustainability) และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (environment sustainability) ทั้งนี้ งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเสาหลักความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นเสาหลักแรกและสำคัญที่สุดของการดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืน (อนันต์ เชื้อชาญกิจการ และอัศวิน แสงพิกุล, 2566: 82-95) กล่าวคือ การดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืน จำเป็นต้องมีความมั่นคงในด้านเศรษฐกิจมาก่อน จากนั้นองค์กรจึงใช้ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจเพื่อขับเคลื่อนหรือผลักดันปัจจัยความยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไป (อัศวิน แสงพิกุล, 2566: 113-126) ในทางตรงกันข้าม หากธุรกิจยังไม่สามารถมีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจของตนเอง ปัจจัยความยั่งยืนด้านอื่นอาจจะไม่เกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นได้ลำบาก เนื่องจากอาจไม่มีทรัพยากร หรืองบประมาณที่เพียงพอเพื่อไปพัฒนาความยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ แนวคิดเรื่องปัจจัยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจนี้ สอดคล้องกับนโยบายขององค์การสหประชาชาติที่ได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือที่เรียกว่า Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งมีทั้งหมด 17 เป้าหมาย โดยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายลำดับที่ 8 (กัญญณัฐ เสี่ยงใหญ่ และศิริวรรณ วิสุทธิตนกุล, 2564: 14-23) ที่สังคมควรให้ความสำคัญกับการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของภาคธุรกิจ (economic growth) หนึ่งในปัจจัยที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจสายการบิน คือ การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในมิติต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ด้วยเหตุผลหลายประการดังกล่าว งานวิจัยในครั้งนี้จึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสารเพื่อเติมเต็มช่องว่างความรู้ดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังขาดงานวิจัยเชิงสังเคราะห์องค์ความรู้ในภาพรวมที่ลึกซึ้งขึ้นของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแหล่งความรู้เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ของภาคธุรกิจสายการบินต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา โดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินไทย เพื่อให้ได้องค์ความรู้เชิงบูรณาการและลึกซึ้งขึ้น เพื่อประโยชน์ในการค้นคว้าวิจัยและการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ของภาคธุรกิจสายการบิน

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

### 1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร สืบหาข้อมูลจากบทความวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจสายการบินในประเทศไทยในรอบ 10 ปี โดยสืบหาบทความวิจัยฉบับเต็มเท่านั้น (full articles)

1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ งานวิจัยนี้สืบหาบทความภาษาไทยและอังกฤษที่เผยแพร่อยู่ในฐานข้อมูลเชิงวิชาการ (journals) จากฐานข้อมูลเชิงวิชาการออนไลน์ ได้แก่ ฐานข้อมูล TCI (Thailand Citation Index) และ Google Scholar

1.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา งานวิจัยนี้สืบหางานวิจัยในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา คือตั้งแต่ พ.ศ.2556 ถึง พ.ศ. 2565

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสำรวจข้อมูลขึ้นมา (survey form) จากการทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (สร้อยัญญา จันทร์ชูสกุล, 2560: 160-175; ปิยะวิทย์ ทิพรส และอศวิน แสงพิกุล, 2565: 75-87; อศวิน แสงพิกุล, 2556: 113-126) และได้ปรับปรุงเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสำรวจนี้กับงานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง พบว่าแบบสำรวจนี้สามารถเก็บข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวม ได้แก่ ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ผลการวิจัยอย่างคร่าว และข้อเสนอแนะ การสืบค้นดำเนินการโดยใช้คำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเน้นคำสำคัญ คือ คำว่า ‘สายการบิน’ หรือ ‘ธุรกิจสายการบิน’ และคำที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจสายการบิน ได้แก่ ‘ความคิดเห็น’ ‘ความพึงพอใจ’ ‘คุณภาพการบริการ’ และ ‘ปัจจัยการตลาด’ เป็นต้น โดยรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลเชิงวิชาการดังที่กล่าวข้างต้น

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินในประเทศไทย โดยจำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญ และวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ความรู้จากงานวิจัยที่ศึกษา โดยสังเคราะห์เนื้อหาพอสังเขปเพื่อประโยชน์สำหรับธุรกิจสายการบินในด้านต่างๆ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่และร้อยละ เพื่อนำเสนอข้อมูล

## ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา

ตารางที่ 1 จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามลักษณะงานวิจัย

| ประเภทงานวิจัย         | จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ) |
|------------------------|------------------------|
| 1. งานวิจัยเชิงปริมาณ  | 35 (74.5%)             |
| 2. งานวิจัยเชิงคุณภาพ  | 3 (6.4%)               |
| 3. งานวิจัยเชิงผสมผสาน | 9 (19.1%)              |
| รวม                    | 47 (100%)              |

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามลักษณะงานวิจัย พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 35 เรื่อง (ร้อยละ 74.5) รองลงมา คือ งานวิจัยเชิงผสมผสานจำนวน 9 เรื่อง (ร้อยละ 19.1) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง (ร้อยละ 6.4) ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามประเภทธุรกิจสายการบิน

| ประเภทธุรกิจสายการบิน              | จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ) |
|------------------------------------|------------------------|
| 1. สายการบินต้นทุนต่ำ              | 36 (76.6%)             |
| 2. สายการบินแบบให้บริการเต็มรูปแบบ | 8 (17.0%)              |
| 3. ศึกษาทั้ง 2 ประเภท              | 3 (6.4%)               |
| รวม                                | 47 (100%)              |

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามประเภทธุรกิจสายการบิน พบว่า การศึกษาสายการบินต้นทุนต่ำมีจำนวนมากที่สุด คือ 36 เรื่อง (ร้อยละ 76.6) รองลงมา คือ สายการบินแบบให้บริการเต็มรูปแบบ จำนวน 8 เรื่อง (ร้อยละ 17.0) และศึกษาทั้ง 2 ประเภท จำนวน 3 เรื่อง (ร้อยละ 6.4) ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** จำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามประเด็นหรือหัวข้อที่ศึกษา

| ประเด็น/หัวข้อ          | จำนวนงานวิจัย (ร้อยละ) |
|-------------------------|------------------------|
| 1. ความคิดเห็น          | 9 (19.1%)              |
| - การให้บริการลูกค้า    | 7 (14.9%)              |
| - การบริหารของสายการบิน | 1 (2.1%)               |
| - ความภักดีต่อตราสินค้า | 1 (2.1%)               |
| 2. ความพึงพอใจ          | 15 (31.9%)             |
| 3. ปัจจัยทางการตลาด     | 13 (27.7%)             |
| 4. คุณภาพการบริการ      | 10 (21.3%)             |
| รวม                     | 47 (100%)              |

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษา จำแนกตามประเด็นที่ปรึกษา พบว่า ด้านความพึงพอใจมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 15 เรื่อง (ร้อยละ 31.9) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการตลาด จำนวน 13 เรื่อง (ร้อยละ 27.7) ด้านคุณภาพบริการ จำนวน 10 เรื่อง (ร้อยละ 21.3) และความคิดเห็นของผู้โดยสาร จำนวน 9 เรื่อง (ร้อยละ 19.1) ตามลำดับ

## 2. ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบิน

จากจำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา รวมจำนวนทั้งสิ้น 47 เรื่อง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในด้านต่างๆของธุรกิจสายการบิน

**ตารางที่ 4** การสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา

| แหล่งที่มา                                                                                        | ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มินญา โอปลอด (2558: 291-305); สุภา จิรวัฒนา นนท์ (2563: 263-282); สิริภักตร์ ศิริโท (2563: 15-28) | <b>1.องค์ประกอบของคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน</b><br>งานวิจัยส่วนใหญ่ระบุว่า คุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้<br>1.1 ความน่าเชื่อถือ (reliability)<br>1.2 การให้ความมั่นใจ (assurance)<br>1.3 ความเป็นรูปธรรม (tangible) |

| แหล่งที่มา                                                                                                                                                                                                                          | ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ปกรณเกียรติ จารุวัฒนธนกิจ, เมทินี รัชฎารักษ์, และปวิศร์ มาเกิด (2562: 13-25); เฉลิมพล โชติเมธากุล, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร และนรวัฒน์ เจริญรัชต์ภักดิ์ (2563: 1935-1946); อานนท์ จันจิตร และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2564: 236-251)</p> | <p>1.4 การเอาใจใส่ (empathy)<br/>1.5 การตอบสนอง (responsiveness)</p> <p><b>2. บทบาทและความสำคัญของคุณภาพการบริการที่มีต่อธุรกิจสายการบิน</b></p> <p>งานวิจัยหลายเรื่องได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน และได้ผลการวิจัยที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน ดังนี้</p> <p>2.1 คุณภาพการบริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจสายการบิน งานวิจัยชี้ว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการในองค์ประกอบด้านการตอบสนองลูกค้าและการเอาใจใส่ผู้โดยสารมากที่สุด</p> <p>2.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการสามอันดับแรกของสายการบินต้นทุนต่ำที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ได้แก่ การมีเส้นทางบินที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทาง และความปลอดภัยของทรัพย์สินและสัมภาระของผู้โดยสาร งานวิจัยชี้ว่า ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุดสามอันดับแรก นอกจากนั้น ยังพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม การให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร และความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสารมีความสัมพันธ์โดยตรงเชิงบวกกับการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ</p> <p>2.3 ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญกับการบริการบนเครื่องบินของสายการบินแบบเต็มรูปแบบ ได้แก่ 1) การต้อนรับของพนักงานบนเครื่องบิน 2) รูปแบบการตกแต่งของห้องผู้โดยสาร 3) คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่บริการบนเครื่องบิน และ 4) ความสะอาดในการนอนหรือพักผ่อนในระหว่างเที่ยวบิน</p> <p>2.4 คุณภาพการบริการในการเช็คอินด้วยตนเองที่เครื่องเช็คอิน ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความไว้วางใจ ตามลำดับ</p> <p>2.5 คุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า</p> <p>2.6 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ</p> |
| <p>อรญา มาณวพัฒน์ (2560: 77-88); ธัญญธรณ์ นพสิทธิพันธ์, ประยงค์ มีใจชื่อ และแก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ (2562: 277-290); เฉลิมพล โชติเมธากุล, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร และ นรวัฒน์</p>                                                          | <p><b>3. องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด</b></p> <p>งานวิจัยหลายเรื่องได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจสายการบิน โดยผลการวิจัยอาจนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านการตลาดได้ ดังนี้</p> <p>3.1 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความภักดีหรือการให้บริการซ้ำของธุรกิจสายการบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินต้นทุนต่ำ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| แหล่งที่มา                                                                                                                                                                                                                                     | ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เจริญรัชต์ภาคย์ (2563: 1935- 1946); สุภา จีรวัฒนานนท์ (2563: 321-329)                                                                                                                                                                          | <p>3.2 คุณภาพการบริการของสายการบินมีความสำคัญต่อการกำหนดราคา ค่าโดยสารของสายการบิน</p> <p>3.3 ประสบการณ์ในการเดินทางกับสายการบินมีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจต่อสายการบิน</p> <p>3.4 ความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อสายการบินมีความสัมพันธ์กับความภักดีหรือการใช้บริการซ้ำ</p> <p>3.5 ประสบการณ์ในการเดินทางกับสายการบินเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า</p> <p>3.6 ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชั่นตั๋วโดยสารราคาถูก เช่น การจัดโปรโมชั่นแพ็คเกจในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว วันหยุดในราคาที่ถูกลง โดยเฉพาะผู้โดยสารที่เป็นหมู่คณะ การจัดแพ็คเกจตั๋วโดยสารพร้อมที่พัก หรือการสะสมไมล์เดินทางเพื่อแลกตั๋วฟรี และสิทธิพิเศษอื่น ๆ</p> <p>3.7 สำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้า</p> <p>3.8 ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการทางการตลาด 7P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย 2) การส่งเสริมการตลาด 3) ราคา 4) พนักงานบริการ 5) ผลิตภัณฑ์ 6) กายภาพ และ 7) กระบวนการ</p>                           |
| เรวัต กล้าโชตชัย และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2556: 48-59); ฌภัทร หงขวางค์ (2562: 20-35); ปกรณ์เกียรติ จารุวัฒนธนกิจ, เมทินี รัชฎารักษ์ และปวีร์ มาเกิด (2562: 13-25); ธัญธรณ์ นพสิทธิพันธ์, ประยงค์ มีใจชื่อ และแก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ (2562: 277-290) | <p><b>4. องค์ความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารธุรกิจสายการบิน</b></p> <p>งานวิจัยหลายเรื่องได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารธุรกิจสายการบินในบริบทต่างๆ และอาจสรุปเป็นแนวทางเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารธุรกิจสายการบินได้ดังนี้</p> <p>4.1 การต้อนรับของพนักงานบนเครื่องบินของสายการบินแบบเต็มรูปแบบมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด โดยสำคัญกว่าปัจจัยอื่นๆ และยังส่งผลต่อการจงรักภักดีต่อการใช้บริการของสายการบิน</p> <p>4.2 การให้บริการและการเอาใจใส่ดูแลผู้โดยสาร มีกระทบโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร และมีผลโดยตรงต่อความจงรักภักดี</p> <p>4.3 ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพทางวาจาของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำ ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลิกภาพภายนอก และด้านบุคลิกภาพภายใน</p> <p>4.4 ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนอง ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ</p> <p>4.5 ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของสายการบิน</p> |

| แหล่งที่มา                                                                                                                                                                                                                            | ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                       | 4.6 สำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า คุณภาพการบริการและราคาที่ยุติธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>อรญา มาณวพัฒน์ (2560: 77-88); จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์ (2561: 124-145); สุภา จิรวพัฒนานนท์ (2563: 321-339); สุภาพร อรรถพิณ, ธนินท์ธร ธนรักษัวัฒนากุล, ดารินทร์ สีดาน้อย, จำนง แก้วเนียม และ บุศรินทร์ เดชดำรงศรี (2564: 131-143)</p> | <p><b>5. แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจสายการบิน</b><br/> <b>นอกจากการสังเคราะห์องค์ความรู้จากผลการวิจัยข้างต้นแล้ว งานวิจัยหลายเรื่องได้เสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจสายการบินไว้น่าสนใจในหลายประเด็นดังนี้</b></p> <p>5.1 ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ และระดับความจงรักภักดีในทางบวก ดังนั้น สายการบินจึงควรเพิ่มคุณภาพการให้บริการที่สูงขึ้น อันจะส่งผลต่อระดับความจงรักภักดีที่เพิ่มสูงขึ้น โดยสายการบินควรเน้น เรื่องการตอบสนองต่อผู้โดยสาร เนื่องจากมิติดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพการบริการสูงกว่ามิตีอื่น ๆ นอกจากนั้น สายการบินควรให้ความสนใจเกี่ยวกับความยินดีในการช่วยเหลือ และการให้บริการอย่างรวดเร็ว เนื่องจากทั้งสองประเด็นส่งผลต่อการรับรู้ด้านการตอบสนองของพนักงานสูง</p> <p>5.2 ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อความจงรักภักดี ดังนั้น สายการบินจึงควรรักษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารพร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์และหาแนวทางในการเพิ่มความพึงพอใจของผู้โดยสารให้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการในภาพรวม</p> <p>5.3 ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำควรเน้นการสร้างการสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้โดยสารที่เป็นวัยรุ่นโดยใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับปัจจุบัน เช่น การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่นดำเนินชีวิตกับการออนไลน์อยู่ตลอด</p> <p>5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ ควรรักษาชื่อเสียงความมีมาตรฐานในการให้บริการเพื่อคุณภาพที่ดี 2) ราคา ควรรักษาระดับราคาให้คงที่ไม่ควรเปลี่ยนแปลงบ่อย หรือปรับราคาให้สูงขึ้น 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงช่องทางต่างๆ ให้ทันสมัยเพื่อผู้โดยสารจะได้รับข่าวสารมีความถูกต้อง และชัดเจน 4) การส่งเสริมการตลาด การแจ้งข่าวสารราคาหรือรายการต่างๆ ให้ผู้โดยสารรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว และทันที เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจและความต้องการในการใช้บริการ 5) ด้านพนักงานบริการ ควรจัดการฝึกอบรมด้านทักษะและเทคนิคการบริการอยู่เสมอ 6) ด้านกระบวนการควรมีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และสะดวกสบาย</p> <p>5.5 สายการบินควรมีมาตรฐานในการจัดวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องโดยสารอย่างเพียงพอ และทันสมัยเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการ</p> <p>5.6 สายการบินควรสร้างความเชื่อมั่น (Reliability) และความมั่นใจ (Assurance) ให้แก่ผู้โดยสารได้รับรู้ว่าสายการบินมีการบริหารจัดการอย่างมีมาตรฐาน เช่น มีตารางบินที่ตรงต่อเวลา ไม่เกิดการผิดพลาดใน</p> |



| แหล่งที่มา | ประเด็นองค์ความรู้จากงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | <p>การจ้องและการยกเลิกเที่ยวบิน หากเกิดการผิดพลาดต้องมีการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที (Responsiveness) และต้องสร้างความมั่นใจ (Assurance) ในการส่งมอบการบริการที่ดี</p> <p>5.7 สายการบินควรให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพและคุณภาพของพนักงาน (Personnel) โดยพนักงานทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่องบินมีการสื่อสารที่ดี มีคุณภาพ มีการสื่อสารอย่างเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ (Cross-cultural communication) ควรมีใจให้บริการ (Service-mindedness) ควรมีความเป็นมืออาชีพ (Professional) และควรมีน้ำใจ ช่วยเหลือและเอื้ออาทรต่อผู้โดยสาร (Empathy)</p> <p>5.8 ประสบการณ์ต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับไว้วางใจต่อตราสินค้าและความภักดีต่อตราสินค้า เช่นเดียวกับความไว้วางใจต่อตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความภักดีต่อตราสินค้า ดังนั้น สายการบินจึงควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานทั้งในการให้บริการและความปลอดภัย รวมถึงการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้ไว้และการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดไว้วางใจและยังคงเลือกใช้บริการจากสายการบินอย่างต่อเนื่อง</p> |

อนึ่ง งานวิจัยในครั้งนี้ไม่มีหัวข้อของการอภิปรายผล เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงเอกสารที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของธุรกิจสายการบิน ผลการวิจัยส่วนใหญ่เป็นลักษณะของข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง (facts) โดยผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย (synthesis of research works) ออกมาได้ 5 ประเด็นสำคัญ ดังที่แสดงในตารางที่ 4

### องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย (Research Knowledge)

งานวิจัยนี้ พบว่า มีนักวิจัยได้ศึกษาหัวข้อเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของธุรกิจสายการบินอยู่เป็นจำนวนมาก รวบรวม 47 เรื่องในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา โดยหากนำผลงานวิจัยมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจสายการบิน สามารถแบ่งได้ 5 ประเด็น ได้แก่ (1) องค์ประกอบของคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน (2) บทบาทและความสำคัญของคุณภาพการบริการที่มีต่อธุรกิจสายการบิน (3) องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด (4) องค์ความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารธุรกิจสายการบิน และ (5) แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจสายการบิน

### ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

งานวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น สำหรับนักวิจัยและผู้ประกอบการ ดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับนักวิจัย งานวิจัยในครั้งนี้พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (74.5%) ในขณะที่งานวิจัยเชิงคุณภาพมีเพียงร้อยละ 6.4 ดังนั้น นักวิจัยอาจศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้เกี่ยวกับงานวิจัยเชิงคุณภาพในธุรกิจสายการบินให้มากขึ้นในขอบเขตประเทศไทย นอกจากนี้ การสำรวจในครั้งนี้พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ (76.6%) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ในขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบยังมีอยู่น้อยมาก (17%) ดังนั้น นักวิจัยอาจศึกษางานวิจัยในธุรกิจ

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสายการบินทุกประเภทและเพื่อพัฒนาธุรกิจสายการบินในประเทศไทย

สำหรับผู้บริหารธุรกิจสายการบิน งานวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมองค์ความรู้จากงานวิจัยจำนวนมากเพื่อสังเคราะห์เนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจสายการบิน โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเด็นดังแสดงในตารางที่ 4 ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้ดังกล่าว จะช่วยเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจเพื่อให้ผู้บริหารธุรกิจสายการบินโดยสามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและการบริหารจัดการธุรกิจสายการบินให้มีประสิทธิภาพต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หัวข้อเกี่ยวกับการตลาด การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสาร และตัวอย่างการบริหารจัดการในธุรกิจสายการบิน เป็นต้น

## 2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยเพียงบริบทเดียว งานวิจัยครั้งต่อไปอาจขยายขอบเขตโดยศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของต่างประเทศด้วย เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจสายการบินในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น

## เอกสารอ้างอิง (References)

- กัญญาณัฐ เสี่ยงใหญ่ และศิริวรรณ วิสุทธิรัตนกุล. (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2564). ความสำเร็จของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. **วารสารรัชต์ภาคย์**. 15(43): 14-23.
- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. 14(2): 124-145.
- เฉลิมพล โชติเมธากุล ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร และนรวัฒน์ เจริญรัชต์ภาคย์. (กันยายน-ตุลาคม 2563). การสร้างรูปแบบความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. 8(5): 1935-1946.
- ณภัทร หงษาวงศ์. (กรกฎาคม-กันยายน 2562). บุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร**. 16(4): 20-35.
- ธัญญธรณ์ นพสิทธิพันธ์ ประยงค์ มีใจเชื้อ และแก้วตา ผู้พัฒน์พงศ์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2562). ผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าและบุพปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. **วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์**. 9(2): 277-290.
- ปกรณ์เกียรติ จารุวัฒน์ธนกิจ เมทินี รัชฎารักษ์ และปวิศร์ มาเกิด. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการการเช็คอินด้วยตัวเองด้วยตัวเองที่ตู้คีออสของสายการบินไทยแอร์เอเชีย. **วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน**. 1(2): 13-25.
- ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล. (พฤษภาคม-มิถุนายน 2565). การวิเคราะห์งานวิจัยและคำวิจารณ์ของลูกค้าในธุรกิจเชิงสุขภาพประเภทเดย์สปา. **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 5(3): 75-87.
- มิณญา โอปลอด. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2558). พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 23(4): 291-305.

- เรวัต กล้าโชตชัย และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (มกราคม-มิถุนายน 2556). ความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถเชิงแข่งขันในการบริการบนเครื่องบิน. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. 9(2): 48-59.
- สร้อยญา จันทร์ชูสกุล (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560). การประเมินคุณภาพวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของ นักเรียนระดับประถมศึกษา. **Veridian E-Journal**. 10(2): 160-175.
- สิริภักตร์ ศิริโท. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563). การรับรู้คุณภาพเปรียบเทียบของสายการบินต้นทุนต่ำกรณีศึกษาสายการบินแอร์เอเชีย นกแอร์ และไทยไลอ้อนแอร์. **วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร**. 17(2): 15-28.
- สุภา จิรวพัฒนานนท์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2563). ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ. **วารสารสมาคมนักวิจัย**. 25(2): 263-282.
- สุภาพร อรรถพิณ ธนินท์ธร ธนรัชชวัฒนากุล ดารินทร์ สีดาน้อย จ่านง แก้วเนียม และบุศรินทร์ เดชดำรงศรี. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564). คุณภาพการจัดการส่วนประสมการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการในประเทศไทย. **วารสารบัณฑิตสาเกตปริทรรศน์**. 6(2): 131-143.
- อรญา มานวพัฒน์. (มกราคม-มิถุนายน 2560). ประสบการณ์ความไว้วางใจและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการในธุรกิจสายการบินของไทย. **วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า**. 4(1): 77-88.
- อนันต์ เขียวชาญกิจการ และอศวิน แสงพิกุล. (มกราคม-มีนาคม 2566). การวิเคราะห์คำวิจารณ์ของลูกค้าสู่การพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมสี่เหลี่ยม. **วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี**. 19(3): 82-95.
- อศวิน แสงพิกุล. (มกราคม-มิถุนายน 2556). การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมของประเทศไทยในรอบทศวรรษ (พ.ศ. 2543-2553). **BU Academic Review**. 12(1): 113-126.
- อานนท์ จันจิตร และไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2564). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 15(2): 236-251.

