



ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการ
รับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

**Relationship between Electronic Service Quality of Airline toward Consumers
Perceived Risk of Service.**

ทัศนพล แสงสี

Thaspol Sangsee

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Business Administration

Prince of Songkla University

2559



ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการ
รับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

**Relationship between Electronic Service Quality of Airline toward Consumers
Perceived Risk of Service.**

ทัศนพล แสงสี

Thaspol Sangsee

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Business Administration

Prince of Songkla University

2559

ชื่อสารนิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการ
รับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

ผู้เขียน นาย ทศน์พล แสงสี

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....
(ดร.ปิยะนุช ปริชานนท์)

.....ประธานกรรมการ
(ดร.ปิยะนุช ปริชานนท์)

.....กรรมการ
(ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

.....กรรมการ
(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

.....
(ดร.ธนาวุธ แสงกาสนีย์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อสารนิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

ผู้เขียน นาย ทศน์พล แสงสี

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจำนวน 385 คนทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ ทดสอบ T-test ,F-test และสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเป็นส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย และน้อยที่สุดคือด้านความสามารถของระบบ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยผู้บริโภคจะรับรู้ความเสี่ยงของบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม รองลงมา การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน และน้อยที่สุดคือการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ส่วนการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล เพศที่ต่างกัน อายุที่ต่างกัน การศึกษาที่ต่างกัน และเงินเดือนที่ต่างกัน ทำให้ผู้บริโภครับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน แตกต่างกัน ส่วนคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ทุกๆด้านมีทิศทางความสัมพันธ์ที่เป็นลบในระดับที่ต่ำ กับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

งานวิจัยฉบับนี้เสนอแนะให้สายการบินทำการลดความเสี่ยงของผู้บริโภคโดยการสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ควรจะสร้างระบบล็อกอินสำหรับสมาชิกและรหัสผ่านทุกครั้งก่อนชำระเงินเพื่อเป็นการป้องกันข้อมูลรั่วไหล

Minor Thesis Title Relationship between Electronic Service Quality of Airline toward Perceived Risk of Service consumers

Author MR. Thaspol Sangsee

Major Program Business Administration

Academic Year 2015

ABSTRACT

The objectives of this research are to investigate the relationship between Electronic service Quality of Airline toward Perceived Risk of online service consumers and Perceived Value. The samples of this study were 385 consumers. Research data was statistically processed to determine frequency, percentage, means, standard deviations, t-test, F-test, and Pearson's Correlation

The research result showed that the quality levels of electronic service of the airline in term of overall and each dimension are in higher level. The highest average value dimension is the individual dimension, followed by the effectiveness dimension, the accomplishment dimension, and the lowest dimension is the ability of system respectively. On the other hand, the perceived risk of the general service usage consumer is in lower level that consumer will perceive risk of electronic service airline. The dimension which has the highest average level is the social perceived risk, followed by the psychological perceived risk, the physical perceived risk, the time perceived risk, the financial perceived risk, and the lowest dimension is the role perceived risk. In term of comparison analysis, personal factor, different gender, varied age, various educations, and diverse salary all make consumer differently perceived about the risk of electronic service on the airline. Furthermore, the quality of electronic service of the airline in every dimension has the statistical significance of the different relation tendency in low level when comparing to the perceived risk of the service usage consumer in 0.05 levels.

From all result of this research are recommended to the airline in order to decrease the risk of consumer by establishing the security of financial transactions for consumers. So that consumers have more confidence in the electronic services, the airline should establish a system login and password for all previous payments to prevent data leakage.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วง ได้เป็นอย่างดีเนื่องด้วยได้รับความอนุเคราะห์ทั้งด้านคำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือ รวมทั้งการตรวจตราแก้ไขข้อบกพร่อง จากบุคคลดังต่อไปนี้ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์ และกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบด และ ดร.สุนันทา เหมทานนท์ ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้เนื้อหาของสารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงเพื่อนๆ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้วิจัยในจัดเก็บข้อมูลและนำเสนอข้อมูลได้เป็นอย่างดีในช่วงระยะเวลาดำเนินการวิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงานที่บริษัท และนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจที่ดีให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด จนกระทั่งสารนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยชิ้นนี้ ขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ทัศนพล แสงสี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(3)
ABSTRACT.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
รายการตาราง	(8)
รายการภาพประกอบ	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตในการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิด และทฤษฎี.....	5
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	16
ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	16
รูปแบบการวิจัย.....	17
เครื่องมือในการวิจัย.....	17

การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	23
การวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	25
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน .	26
ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน.....	30
ตอนที่ 3 ระดับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของสายการบิน	32
ตอนที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของ สายการบิน.....	36
ตอนที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสาย การบิน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล.....	42
ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการ รับรู้ความเสี่ยง.....	58
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	60
สรุปผลการวิจัย.....	60
อภิปรายผล.....	65
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก ก.....	73
ประวัติผู้เขียน	87

รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน.....26
4.2	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกาใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน.....30
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม.....33
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีประสิทธิภาพ.....34
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีการบรรลุเป้าหมาย.....34
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความสามารถของระบบ.....34
4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว..... 36
4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการ ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม.....37
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการ ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที.....37
4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการ ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ.....38

รายการตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	39
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม.....	40
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา.....	40
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา.....	41
4.15 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามเพศ.....	42
4.16 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามอายุ.....	43
4.17 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามอายุ.....	44
4.18 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสียงด้านหน้าที่ จำแนกตามอายุ.....	44
4.19 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสียงด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ.....	45
4.20 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสียงด้านการเงิน จำแนกตามอายุ.....	45
4.21 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสียงด้านสังคม จำแนกตามอายุ.....	46

รายการตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านจิตวิทยา จำแนกตามอายุ.....	46
4.23 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านเวลาจำแนกตามอายุ.....	47
4.24 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
4.25 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
4.26 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
4.27 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
4.28 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
4.29 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	51
4.30 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านจิตวิทยา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	52
4.31 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านเ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	52
4.32 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริ โภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามอาชีพของผู้บริ โภค	53

รายการตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.33 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	54
4.34 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	55
4.35 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	56
4.36 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณา ด้านกายภาพ จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	56
4.37 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านการเงินจำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	57
4.38 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านสังคมจำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	57
4.39 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านจิตวิทยาจำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค.....	58
4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินใน แต่ละด้านกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค โดยภาพรวม.....	58
4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคแต่ละด้าน.....	60

รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	15

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการคมนาคมขนส่งภายในประเทศมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจหรือการท่องเที่ยว ทำให้การคมนาคมด้านต่างๆ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ สอดคล้องกับความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในปัจจุบัน ระบบคมนาคมขนส่งในประเทศมีหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นทางบกทางน้ำและทางอากาศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกเดินทางในช่องทางที่ตนสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งการคมนาคมทางอากาศนั้นในปัจจุบันนับว่าได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็ว ธุรกิจของสายการบินจึงเข้ามามีบทบาทที่มีความสำคัญต่อการคมนาคม และได้รับความสนใจจากประชาชนมากขึ้น ผลการประเมินสถานการณ์ผู้โดยสารสายการบินนานาชาติ ระหว่างปี 2555-2559 อีก 4 ปีข้างหน้าจะมีการเดินทางทั่วโลกเกิดขึ้นมากที่สุดถึง 3,600 ล้านคน เป็นโอกาสของสายการบินที่จะได้อานิสงส์เพิ่มขึ้นอีก 800 ล้านคน จากปัจจุบัน 2,800 ล้านคน อัตราการเติบโตของผู้โดยสารช่วงแต่ละฤดูช่วงตารางบินฤดูร้อน ระหว่าง มีนาคม-ตุลาคม และ พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ในอนาคตจะเพิ่มขึ้นปีละ 5.3 % โดยจะมีผู้โดยสารกลุ่มใหม่ เดินทางระหว่างประเทศไม่ต่ำกว่า 500 ล้านคน และ เดินทางในประเทศปีละ 331 ล้านคน (สมาคมขนส่งทางอากาศ ,International Air Transport Association – IATA,2558)

การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Services) ถือได้ว่าเป็นการบริการที่มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน ยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทันสมัย พร้อมทั้งจะรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว เพื่อให้ตอบรับกับวิถีชีวิตของยุคปัจจุบัน ที่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ไม่ต้องไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่หน้าร้าน สามารถซื้อสินค้าได้จากหลายๆ ที่ ในคราวเดียวกัน และใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง การจำหน่ายสินค้าผ่านการบริการอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต่างให้ความสนใจเนื่องจากช่องทางดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายในการจัดการไม่มาก ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านหรือพนักงานขาย และลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้จากทั่วทุกมุมโลก (caritasmo,2558:ออนไลน์) ดังนั้นสายการบินที่ ก็เช่นเดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันและเพิ่มความพอใจแก่ผู้ให้บริการ จึงได้มีการนำระบบ

อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ ทำให้เกิดการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ได้แก่เว็บไซต์สายการบิน, Facebook, Application ของสายการบิน, Line

แม้ว่าปัจจุบันสายการบินได้มีการลงทุนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอย่างมากแล้วก็ตาม แต่ยังคงมีผู้บริโภคที่ใช้บริการบางรายที่ประสบปัญหาบางครั้งเมื่อใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์จะเกิดปัญหาเกี่ยวกับระบบหรือว่า Server ของทางสายการบิน ในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว อาจจะมีคนเข้าไปใช้บริการมากขึ้นทำให้มีการหน่วง(ช้า) ของ Server ที่ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน บางหลายอาจจะเกิดความหงุดหงิดว่าทำไมถึงใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ไม่ได้ (Thanawat Junchai, 2558: ออนไลน์) เกิดปัญหาระหว่างการรับบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและยังมีการเปลี่ยนแปลงที่ไปใช้สายการบินรายอื่น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ยังประสบปัญหาการใช้บริการของสายการบินยังมีความมีความยุ่งยากและซับซ้อน จากปัญหาที่เกิดขึ้นกับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอาจจะส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของผู้บริโภค ในเรื่องต่างๆไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงของผู้บริโภคที่ไม่สามารถจองบัตรโดยสารในวันเวลาและสถานที่ ที่ต้องการเดินทางได้ และผู้บริโภคอาจจะเจอความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของระบบเมื่อ Server ของสายการบินและเมื่อมีปัญหาขัดข้อง อาจจะมีข้อมูลธุรกรรมทางการเงินมีการรั่วไหลไปยังผู้ที่หวังดี Zheng, Favier, Huang & Coat,(2012) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในที่นี้ หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคถึงผลลัพธ์ในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นได้จากการซื้อสินค้าออนไลน์หรือการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดการสูญเสีย (loss) ในการซื้อสินค้าออนไลน์ในแต่ละครั้งของผู้บริโภค Featherman & Wells (2010) และ Zheng et al., (2012) กล่าวว่า การสูญเสียดังกล่าว หมายรวมถึงการเสียความรู้สึก การเสียเวลา การบาดเจ็บทางร่างกาย การที่สินค้าไม่สามารถใช้งานได้ตามที่คาดการณ์ไว้หรือแม้แต่การสูญเสียความเป็นส่วนตัว

ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาการคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ใน ปรับปรุงคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและยังนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปหาวิธีลดระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอีกทั้งยังเป็นการพัฒนาช่องทางการให้บริการผู้บริโภค ให้มีความทันสมัยและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินได้มากขึ้น เพื่อตอบรับพฤติกรรมของลูกค้าที่หันมาสนใจการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สายการบินสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัย ไปใช้ประกอบการพิจารณา วางแผน แก้ไข ปัญหา ปรับปรุงคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน
2. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน เพื่อนำไปปรับปรุงแนวทางการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับการคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมากที่สุด

ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ใช้ในการวิจัย คือ เขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ช่วงวันที่ 3 มีนาคม 2559 ถึง 15 เมษายน 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service) หมายถึง บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินที่ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการดำเนินการทำให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service) อาจเป็น

ทั้งหมดหรือแค่บางส่วนของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสายการบินและลูกค้าที่จะดำเนินการผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น ทาง Application Website

การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการที่ไม่สามารถคาดคะเนถึงผลที่เกิดขึ้นในอนาคตได้ โดยความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค ที่ผู้บริโภคต้องรับรู้แบ่งได้เป็น 6 ด้านคือ ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตวิทยาและความเสี่ยงด้านเวลา

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service quality) หมายถึง ความไว้วางใจของลูกค้าจากข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ในร้านค้าออนไลน์ เช่นรายละเอียดของสินค้า ราคา ข้อมูลการจัดส่งสินค้า เงื่อนไข และนโยบายในการรับประกันสินค้า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้ดังนี้

แนวความคิดที่เกี่ยวข้องและทฤษฎี

1. อุตสาหกรรมการบินและธุรกิจการบิน
2. คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์
3. แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง

แนวคิด และทฤษฎี

1.อุตสาหกรรมการบินและธุรกิจการบิน

1.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการบิน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการบิน หมายถึง กลุ่มธุรกิจที่ผลิตบริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศโดยเครื่องบิน ซึ่งอุตสาหกรรมการบินมีองค์ประกอบของธุรกิจที่สำคัญ 5 กลุ่มธุรกิจ คือ ธุรกิจการบินหรือสายการบิน ธุรกิจอากาศยานหรือเครื่องบิน ธุรกิจทำอากาศยานหรือสนามบิน ธุรกิจบริการเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินทางและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งกลุ่มธุรกิจทั้ง 5 ของอุตสาหกรรมการบินมีความสัมพันธ์กันอย่างมากเนื่องจากจะต้องมีการพึ่งพากัน

1.2 ความหมายและองค์ประกอบของธุรกิจการบิน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า ธุรกิจการบิน หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศด้วยเครื่องบิน ซึ่งธุรกิจการบินมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 องค์ประกอบ คือ สายการบิน เส้นทางบิน อากาศยานหรือเครื่องบิน ตารางและรอบการบินแต่ละเที่ยวบิน

1.2.1สายการบินหรือบริษัทการบิน หมายถึง ผู้ผลิตการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยสามารถแบ่งการการบินออกเป็น 2 ประเภท คือ ตามลักษณะของการเป็นเจ้าของและตามลักษณะของการให้บริการ

การแบ่งสายการบินตามลักษณะของการเป็นเจ้าของจะประกอบด้วยสายการบินของรัฐ ซึ่งอาจจะเป็นในแบบรัฐเข้าไปร่วมลงทุน หรือรัฐเป็นเจ้าของกิจการสายการบินเองทั้งหมด และสายการบินเอกชน คือสายการบินที่เอกชนเป็นเจ้าของ แต่จะอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลในด้านเศรษฐกิจและความปลอดภัยของรัฐ

การแบ่งประเภทสายการบินตามลักษณะของการให้บริการประกอบด้วย สายการบินประจำมีกำหนด และสายการบินไม่ประจำ โดยสายการบินประจำมีกำหนดจะให้บริการเป็นประจำในเส้นทางที่สายการบินกำหนดขึ้น โดยมีตารางการบินที่แน่นอน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เส้นทางระยะไกลที่มีผู้ให้บริการหนาแน่นจะเรียกว่าสายการบินหลักและเส้นทางที่มีระยะไกลที่มีผู้ให้บริการน้อยจะเรียกว่าสายการบินท้องถิ่น ส่วนสายการบินไม่ประจำนั้น จะมีลักษณะเป็นการบินเช่าเหมาลำหรือการบินพิเศษอื่นๆ ที่ให้บริการทั้งในและระหว่างประเทศ ซึ่งไม่มีกำหนดเวลาที่แน่นอน

1.2.2 เส้นทางบิน หมายถึง เส้นทางที่สายการบินหนึ่งๆจะเปิดให้บริการโดยจะมีการกำหนดจุดต้นทาง ปลายทางและจุดแวะรับส่งผู้โดยสารหรือสินค้าที่มีความแน่นอนในแต่ละเที่ยวบินของสายการบิน โดยเส้นทางการบินสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ เส้นทางภายในประเทศเป็นเส้นทางติดต่อระหว่างเมืองต่างๆภายในประเทศนั้นๆและเส้นทางบินระหว่างประเทศเป็นเส้นทางติดต่อกันระหว่างเมืองต่างๆภายนอกประเทศทั่วโลก

1.2.3 อากาศยานหรือเครื่องบิน เป็นยานพาหนะที่ใช้ในการบริการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศ ตามเส้นทางบินต่างๆที่สายการบินได้กำหนดไว้ ในการเลือกเครื่องบินมาให้บริการขนส่ง แต่ละสายการบินจะต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ดังนี้ทั้งความปลอดภัยในการให้บริการ ความสะดวกสบายของผู้โดยสารและพนักงานที่ประจำอยู่บนเครื่องทุกคนเทคนิคด้านการใช้เครื่องบินและค่าใช้จ่ายด้านการเงิน

1.2.4 ตารางการบิน จะเป็นตารางแสดงเวลาที่เดินจะเป็นตารางแสดงเวลาที่เดินทางเข้าเมืองต่างๆในแต่ละเส้นทางที่สายการบินกำหนดไว้ โดยจะบอกจำนวนเที่ยวบินหรือความถี่ของการให้บริการในเส้นทางนั้นด้วย เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถมาใช้บริการสายการบินในวันและเวลาที่กำหนดไว้ ทางสายการบินจะมีการกำหนดเที่ยวบินเป็นแบบเที่ยวบินต่อสัปดาห์ ในการจัดตารางการบินจะต้องจัดให้ได้เวลาที่เหมาะสมทั้งการเดินทางออกและเดินทางเข้าจะต้องไม่ซ้ำเกินไปซึ่งจะทำให้ผู้โดยสารไม่ได้รับความสะดวกและปลอดภัย

1.2.5 การให้บริการแต่ละเที่ยวบินของสายการบิน หมายถึง การบริการที่สายการบินจัดให้กับผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบิน โดยปกติสายการบินจะมีการจัดชั้นของการบินให้ผู้โดยสารได้เลือกใช้บริการในระดับชั้นที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งแต่ละชั้นที่ให้บริการมีการให้บริการที่แตกต่างกันไปดังนี้

ก) การบริการชั้นหนึ่ง เป็นชั้นที่ผู้โดยสารจะต้องเสียค่าโดยสารสูงที่สุด แต่ก็จะได้รับบริการพิเศษที่สุดเช่นกัน โดยจะมีที่นั่งที่กว้างมากและสามารถปรับเอนได้มีอาหารเครื่องดื่มชนิดพิเศษสิ่งบันเทิงต่างๆ ไว้บริการฟรี ภาชนะที่ใช้ทำจากวัสดุพิเศษที่มีคุณภาพพิเศษ ถ้าผู้โดยสารเดินทางมากกว่า 3 ชั่วโมงจะมีกระเป๋าของใช้ส่วนตัวให้บริการและผู้โดยสารสามารถนำสัมภาระติดตัวได้ไม่เกิน 40 กิโลกรัมต่อคน

ข) การบริการชั้นธุรกิจ เป็นชั้นที่ผู้โดยสารเสียค่าโดยสารต่ำกว่าค่าโดยสารชั้นหนึ่ง ผู้โดยสารจะได้รับบริการพิเศษรองลงมา โดยจะมีที่นั่งที่แคบและสามารถปรับเอนได้น้อยกว่าที่นั่งชั้นหนึ่ง เครื่องดื่มที่ให้บริการคล้ายกัน ส่วนอาหารชนิดพิเศษ ภาชนะที่ใช้สิ่งบันเทิงต่างๆและห้องนํามีคุณภาพดีเยี่ยมกว่า สำหรับผู้โดยสารเดินทางมากกว่า 3 ชั่วโมงจะมีกระเป๋าของใช้ส่วนตัวให้บริการและผู้โดยสารสามารถนำสัมภาระติดตัวได้ไม่เกิน 30 กิโลกรัมต่อคน

ค) การบริการชั้นประหยัด เป็นชั้นที่ผู้โดยสารเสียค่าโดยสารต่ำที่สุด ให้บริการแบบธรรมดา ที่นั่งแคบและปรับเอนได้น้อยกว่าชั้นธุรกิจ ผู้โดยสารเดินทางมากกว่า 3 ชั่วโมงจะมีกระเป๋าของใช้ส่วนตัวให้บริการและผู้โดยสารสามารถนำสัมภาระติดตัวได้ไม่เกิน 20 กิโลกรัมต่อคน

1.3 บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน หมายถึง การที่ลูกค้าของสายการบินใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในการดูข้อมูลของเที่ยวบินที่ทำการบินล่วงหน้า การสำรองที่นั่งและการเช็คอินออนไลน์ ที่มา: Polish Airline. (2015). สืบค้นจาก <http://www.lot.com/us/en/e-service>)

1.3.1 การสำรองที่นั่ง หมายถึง การสำรองที่นั่งสายการบินทั่วโลกจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่สามารถบอกได้ทันทีว่า ที่นั่งเหลือหรือไม่เหลือเท่าไร จากการบินสามารถติดต่อกันได้ทุกสาขา โดยใช้ระบบออนไลน์เมื่อมีการจองที่นั่ง ข้อมูลการจองก็จะส่งไปทุกสาขาทั่วตามประเทศต่างๆ ทำให้สายการบินสามารถตัดยอดที่นั่งได้ทันที ทั้งนี้ผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่งภายในห้องโดยสารได้ตามความต้องการ ซึ่งการสำรองที่นั่งล่วงหน้าจะทำให้ผู้โดยสารได้ที่นั่งตามที่ต้องการ

1.3.2 การเช็คอินออนไลน์ หมายถึง โดยที่ผู้โดยสารเข้าไป web check in ของแต่ละสายการบิน นำเอกสารที่ทางสายการบินให้เพื่อกรอกข้อมูลที่สำคัญเพื่อยืนยันตัวเองกับสายการบิน เมื่อทำการเสร็จแล้วให้ทำการตรวจเช็คข้อมูลที่ต้องนำมาแสดงให้กับเจ้าหน้าที่ของสายการบิน ก่อนทำการเดินทางกับสายการบิน

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

2.1 การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service)

อริบัตย์ จันทรเกษ (อ้างถึง Carol and Joe, 2009) กล่าวว่า การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service) หมายถึง การส่งมอบบริการโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงเว็บไซต์ ศูนย์ให้บริการข้อมูลและอุปกรณ์มือถือ โดยงานวิจัยส่วนใหญ่มักมีการอ้างถึงเทคโนโลยีการให้บริการด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ (self-service) ซึ่งความแตกต่างที่สำคัญของการบริการตนเอง (self-service) นั่นคือ ลูกค้าจำเป็นต้องมีการเข้าถึงเทคโนโลยีเฉพาะ เช่น ตู้ ATM ในขณะที่ การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service) ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้จากอินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่อื่นๆ จากมุมมองขององค์กร การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service) นั้นเป็นการบูรณาการของกระบวนการทางธุรกิจ นโยบาย การดำเนินงาน เครื่องมือ เทคโนโลยีและความพยายามของมนุษย์ที่จะอำนวยความสะดวกในการบริการลูกค้าโดยการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายอื่นๆ

2.2 คุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

McKnight & Chervany, (2001) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ ความไว้วางใจของลูกค้าจากข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ในร้านค้าออนไลน์ เช่นรายละเอียดของสินค้า ราคา ข้อมูลการจัดส่งสินค้า เงื่อนไข และนโยบายในการรับคืนสินค้า

Chang & Chen, (2009) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ องค์ประกอบหลากหลายมิติซึ่งประเมินจากการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพในการทำธุรกรรมก่อน

และหลังการซื้อสินค้า แบ่งออกเป็น 5 มิติ ดังนี้ 1. ความสะดวกสบาย 2. เนื้อหา 3. รูปแบบ 4. การติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ 5. การปรับแต่งสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการ

จากความหมายข้างต้นทำให้สรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การที่ลูกค้าเกิดความไว้วางใจข้อมูลต่างๆในระบบการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยลูกค้าจะประเมินจากการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพในการทำธุรกรรมก่อนและหลังการซื้อสินค้า

2.2 การประเมินคุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service)

2.2.1 การประเมินคุณภาพการบริการเว็บไซต์ “E-S-QUAL”

ในปี ค.ศ.2005 (Parasuraman et al., 2005) ได้นำหลักของ SERVQUAL มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเว็บไซต์ขึ้นใหม่ที่ชื่อว่า “E-S-QUAL” พร้อมจัดกลุ่มของการวัดระดับคุณภาพของเว็บไซต์ ถูกแบ่งมิติการวัดคุณภาพออกเป็น 4 มิติ 22 รายการ ได้แก่

2.2.1.1 ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)

- ความง่ายในการค้นหา
- ความง่ายการเข้าถึงหน้าจอ/ระบบงานต่างๆ ภายในเว็บไซต์
- ความสามารถทำการธุรกรรมอย่างสมบูรณ์
- การจัดลำดับข้อมูล
- การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว
- ความง่ายในการใช้งาน
- ความดำเนินธุรกรรมอย่างรวดเร็ว
- การจัดลำดับ/ โครงสร้าง

2.2.1.2 การบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment)

- การนำเสนอผลงานตามข้อเสนอแนะต่างๆ
- ความสามารถในการนำเสนอผลงานตามระยะเวลาที่เหมาะสม
- ความรวดเร็วในการนำเสนอตามการร้องขอ
- การนำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอ
- นำเสนอสินค้า/บริการที่สามารถรองรับได้
- ความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลงาน

- ความแม่นยำในการนำเสนอผลงาน

2.2.1.3 ความสามารถของระบบ (System Availability)

- ระบบสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ
- ระบบสามารถแสดงผล/คำนวณได้อย่างถูกต้อง
- ระบบงานไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน/ การหยุดทำงาน
- หน้าจอของเว็บไซต์ไม่หยุดนิ่งระหว่างการใช้งาน

2.2.1.4 ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

- การป้องกันสารสนเทศในการใช้งาน
- การเผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง
- การป้องกันข้อมูล อาทิ หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลตัว หรือข้อมูลทางการเงินของผู้รับบริการ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

3.1 ความหมายของการรับรู้ความเสี่ยง

มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของการรับรู้ความเสี่ยง ดังนี้

Bauer (1960 อ้างใน สัตยชัย อุปะเดย์, 2553) เป็นผู้นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งได้อธิบายว่าความเสี่ยงที่มีอยู่ในความไม่แน่นอน และมีความสำคัญที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า โดยนักวิจัยมากมายนำการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ไปใช้ในการศึกษาในเวลาต่อมา

Cunningham (1967 อ้างใน สัตยชัย อุปะเดย์, 2553) ได้อธิบายว่าการรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ความไม่แน่นอนของลูกค้าซึ่งเกี่ยวข้องในทิศทางลบกับการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้น การรับรู้ความเสี่ยงจะสูงขึ้นจึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนด้านลบเป็นส่วนสำคัญในสภาพแวดล้อมออนไลน์ ความเสี่ยงมีผลต่อการประเมินเลือกสินค้าหรือบริการ ระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งไปอาจจะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า ขณะที่ข้อมูล การนำเสนอบริการอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร มีผลต่อลูกค้าเช่นกัน หากองค์กร มีคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ดีนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน อาจทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน

จิราวรรณ พรดีและไกรชิต สุตะเมือง (2556) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญเขาไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้บริโภคมักซื้อสินค้าหรือบริการในที่เดิมๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นถ้าผู้บริโภคไม่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์เค้าจะเชื่อถือในชื่อเสียงของร้านค้านั้นนั่นถ้าเกิดความสงสัยผู้บริโภคจะซื้อของแพงไว้ก่อนเพื่อลดความเสี่ยง เพราะเขาคิดว่าของแพงต้องเป็นของดี

วรรณวิษา บุญจริง (อ้างถึง ชีรศักดิ์ จินดาบถ,2557) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการที่ไม่สามารถคาดคะเนถึงผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้โดยความเสี่ยงที่ผู้บริโภคต้องรับรู้แบ่งได้เป็น 6 ด้านคือ

1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่ คือความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าไม่สามารถปฏิบัติงานตามที่คาดไว้
2. ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือความเสี่ยงที่เกิดจากอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน คือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความไม่คุ้มค่าของผลิตภัณฑ์กับจำนวนเงินที่เสียไป
4. ความเสี่ยงด้านสังคม คือความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าที่ซื้อมานั้น ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคมที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่
5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา คือความเสี่ยงที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาทำให้ผู้บริโภคสูญเสียโอกาสหรือกระทบทางจิตวิทยา
6. ความเสี่ยงด้านเวลา คือการที่ผู้บริโภคต้องเสียเวลาในการซื้อหาสินค้าหรือเมื่อซื้อมาแล้วก็ใช้ไม่ได้ทำให้เสียเวลาเปล่า

Martin & Camarero (2008 อ้างใน จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์, 2558) ได้อธิบายว่าการรับรู้ความเสี่ยงที่ใช้สำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการออนไลน์ของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับการศึกษาความปลอดภัยของระบบและมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เหมาะสมหากมีการนำเสนอข้อมูลขององค์กรและได้มีการอธิบายข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วนจะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ

Zhou (2013 อ้างใน จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์ 2558) อธิบายว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการระบุตำแหน่งในทางลบ โดยเฉพาะในเรื่องของความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่มีกังวลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลและการควบคุมระบบฐานข้อมูลที่ดีซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงจะลดน้อยลง เมื่อมีการใช้โครงสร้างทางกฎหมายและได้รับรองมาตรฐานหรือจากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือหรืออ้างอิงได้

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ผลจากการเสี่ยงที่อาจได้รับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาดหรือข้อมูลที่ไม่ชัดเจน ซึ่งจะแสดงผลในรูปความปลอดภัยการใช้งาน และการเก็บรักษา ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่พอใจ ความไม่วางใจความไม่เชื่อมั่น และอาจทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าตัดสินใจที่ดำเนินการชำระ เงินผ่านระบบออนไลน์ต่อไปในอนาคต

3.2 วิธีลดความเสี่ยง

ซิโนรส ถิ่นวิไลสกุล(2557) กล่าวว่า การลดความเสี่ยง หมายถึง ผู้บริโภคแต่ละคน จะพัฒนากลยุทธ์แบบของตนเองในการลดระดับของการรับรู้ความเสี่ยงซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนี้จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจถึงแม้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จะไม่แน่นอนก็ตาม โดยรูปแบบของกลยุทธ์การลดความเสี่ยงมี ดังนี้

3.2.1 การค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคสามารถหาแหล่งข้อมูลได้ 2 แห่งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นักการตลาดและตราสินค้าแหล่งที่ 1 คือจากโฆษณาตามสื่อต่างๆการสื่อสารด้วยการจัดโปรมอชั่นเช่นเอกสารประชาสัมพันธ์ของทางร้านการตลาดทางตรงการแถลงข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถอ้างอิงความเฉพาะเจาะจงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ในทางการค้าได้เมื่อผู้บริโภคมีรายละเอียดของข้อมูลที่จำเป็นแหล่งที่ 2 คือการแปลความหมายจากการสื่อสารจากเพื่อนสมาชิกในครอบครัวและบุคคลที่รู้จักในการแสดงความเห็นซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สามารถเสนอความคิดเห็นและความรู้ของพวกเขาได้

3.2.2 ความภักดีต่อตราสินค้า ผู้บริโภคอาจจะลดหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ยังมีอยู่ด้วยการลองทดลองดูจนถึงระดับที่เป็นที่พอใจการซื้อสินค้าตราเดียวกันหลายครั้งทำให้การประเมินการตีความลดความเสี่ยงลงได้

3.2.3 ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ผู้บริโภคจะเชื่อหรือประทับใจส่วนหนึ่งของตราสินค้าการซื้อตราสินค้าซึ่งจะพิจารณาความน่าเชื่อถือและลดความเสี่ยงในใจพวกผู้บริโภคได้

3.2.4 ภาพลักษณ์ของร้านค้า บรรยากาศภายในร้านสามารถทำให้ลูกค้าไว้วางใจได้ร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือทางด้านบริการจะลดความเสี่ยงในกระบวนการซื้อได้

3.2.5 การซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพงที่สุด ผู้บริโภคจะรู้สึกว่ามีราคาแพงน่าจะมีคุณภาพที่ดีที่สุดด้วย

3.2.6 การมองหาความมั่นใจอีกครั้ง ผู้บริโภคที่มีความไม่แน่นอนกับสินค้าที่เลือกไปแล้วจะมองหาสิ่งที่จะทำให้ความมั่นใจผ่านทางการ์นต์คืนเงิน, ผลวิจัยจากเอกชนและรัฐบาล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการค้นคว้าวิจัยจากบทความ รายงานวิจัย ดังต่อไปนี้

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

Mohammed Rafiq, Xiaoming Lu และ Heather Fulford (2012) ศึกษาการวัดคุณภาพการบริการผ่านอินเทอร์เน็ตธุรกิจค้าปลีกโดยใช้แบบวัดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ E-S-QUAL ของ Parasuraman ปี 2005 มี 4 มิติ 22 รายการ ประกอบด้วย มิติที่ 1 ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) มิติที่ 2 การบรรลุเป้าหมาย (Fulfilment) มิติที่ 3 ความสามารถของระบบ (System Availability) และมิติที่ 4 ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกออนไลน์ จำนวน 491 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า มิติที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และความสามารถของระบบ (System Availability) รองลงมา คือ การบรรลุเป้าหมาย (Fulfilment) และมิติที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

สุโขไพศาล รัตตนิทัศน์ (2557) ศึกษาการพัฒนาเครื่องมือเพื่อการประเมินการรับรู้ของผู้ใช้บริการชาวไทยต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย วัดอุปสรรคเพื่อพัฒนาเครื่องมือ และระบุรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของการรับรู้ของผู้ใช้บริการชาวไทยต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมากกว่า 2 เว็บไซต์ และมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 1 ครั้ง ใน 1 ปี จำนวน 10 ราย และกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณคือคนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย มากกว่า 1 ครั้ง ใน 1 ปี จำนวน 212 ราย โดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพเว็บไซต์ คือ E-S-QUAL และ E-RecS-QUAL ของ Parasuraman และคณะ (Parasuraman et al., 2005) ในการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ เนื่องจาก E-S-QUAL และ E-RecS-QUAL เป็นเครื่องมือที่นิยมอย่างแพร่หลายของนักวิชาการในต่างประเทศ จากผลการวิเคราะห์พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพของเว็บไซต์โดยภาพรวมมากที่สุดคือ ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์ (Efficiency) รองลงมาได้แก่ ด้านระบบ ด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์

(System Availability and Reliability) ความเป็นส่วนตัว และสุดท้ายคือด้านความปลอดภัยของเว็บไซต์ (Privacy and Security) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค

Cunningham, Gerlach, Harper และ Young (2005) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค และกระบวนการซื้อของผู้บริโภค กรณีศึกษา การจองบัตรโดยสารของสายการบินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของผู้บริโภค โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 263 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของการบริการจองบัตรโดยสารของสายการบินมีให้พบเห็นอยู่มากมายในกระบวนการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการออนไลน์ของสายการบินได้แสดงให้เห็นว่าเป็นสาเหตุของการเกิดการเปลี่ยนแปลงของระดับความเสี่ยงมากกว่าการบริการในรูปแบบเก่าๆ การวิเคราะห์ได้แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการจองบัตรโดยสารของสายการบินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ คือ ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพ ด้านกายภาพ ด้านสังคม และน้อยที่สุดความเสี่ยงทางการเงิน

เกริดา โศตรชาวีและวิภูรธร จิรประวัติ (2556) การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยง 2) การรับรู้ความเสี่ยง ออนไลน์และ 3) พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และ เจเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดครั้งเดียว และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเคยซื้อสินค้าออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้งภายในระยะเวลา 6 เดือน นับถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งประชากรในเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (ผู้ที่มีอายุระหว่าง 32 – 48 ปี) และเจนเนอเรชั่นวาย (ผู้ที่มีอายุระหว่าง 16 – 31 ปี) จำนวนทั้งสิ้น 242 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์มีปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติโดยปัจจัยนำที่ศึกษาค้นคว้าได้แก่ การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และความเชื่อใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยมีข้อยกเว้นด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ที่พบว่า เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ใช้ปริมาณเงินในการซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่าเจนเนอเรชั่นวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคทั้งสองเจนเนอเรชั่นมีการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคทั้งสองเจนเนอเรชั่น ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านสังคมตามลำดับ ส่วนทางด้านผลของการรับรู้

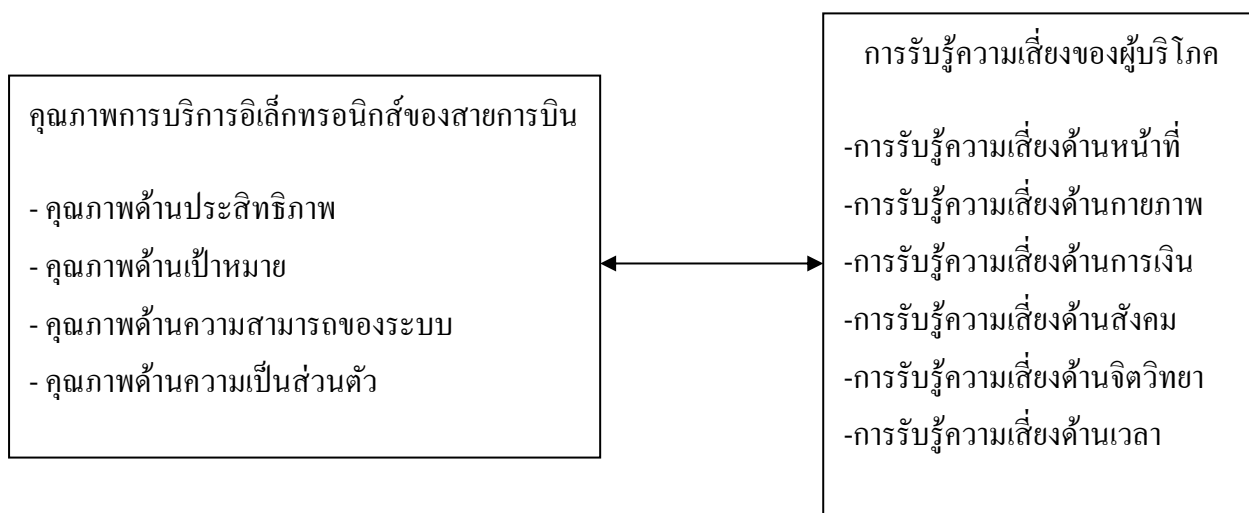
ความเสี่ยงพบว่าผู้บริโภคนอกระชั้นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายมีทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ และวิธีการลดระดับการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์สำหรับนำไปประยุกต์ใช้ได้ต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความถี่การใช้บริการของผู้บริโภค โดยศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความถี่การใช้บริการของผู้บริโภคที่ใช้บริการของสายการบิน ซึ่งผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง
2. รูปแบบการวิจัย
3. เครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากร (Population) ประชากรในงานวิจัยนี้หมายถึงกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ กำหนดขนาดของกลุ่มเนื่องจากไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร โดยกำหนดค่าให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 26) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 S^2}{e^2}$$

โดย n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z	คือ	ระดับความเชื่อมั่น (กำหนดที่ระดับ 95%, $Z = 1.96$)
S	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.5
e	คือ	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นของกลุ่มตัวอย่างในทางสถิติที่ ยอมรับ ได้ (กำหนด = 5%)
ดังนั้น n	=	$\frac{(1.96)^2 (0.5)^2}{(0.05)^2}$ = 384.16 หรือ 385 คน

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง การศึกษาในครั้งนี้ ใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามจนครบตามจำนวนและกำหนดให้มีจำนวนตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจะเก็บผ่านระบบออนไลน์ทั้งหมดของผู้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค โดยใช้เก็บข้อมูลเชิงประมาณด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นจากแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาค้นคว้าเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) เป็นแบบเลือกตอบ (checklist) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ

สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินได้แก่ เคยใช้บริการต่างๆของสายการการบิน ความถี่ในการใช้บริการ เป็นลักษณะของคำตอบที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของสายการบิน แบบสอบถามคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินซึ่งประกอบด้วย ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ซึ่งใช้ตัวชี้วัดของ Parasuraman (2005) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นแบบประเมินค่าความมากน้อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยวัดข้อมูลแบบอัตราภาคชั้น (Interval scale) ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	เฉยๆ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลคะแนน โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยในการคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น (ยูทช ไกยวรรณ. 2550) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตร ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดหลักเกณฑ์ (ยูทช ไกยวรรณ. 2550) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับคุณภาพของบริการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับคุณภาพของบริการมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับคุณภาพของบริการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับคุณภาพของบริการน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับคุณภาพของบริการน้อยที่สุด

คำถามที่ใช้ปรับปรุงจากการวัดระดับคุณภาพของ Parasuraman et al. / E-S-QUAL (2005) สำหรับวัดการคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ 4 ด้าน มีคำถามจำนวน 22 ข้อ ดังนี้

1. ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)

- ความง่ายในการค้นหา
- ความง่ายการเข้าถึงหน้าจอ/ระบบงานต่างๆ ภายในเว็บไซต์
- ความสามารถทำการธุรกรรมอย่างสมบูรณ์
- การจัดลำดับข้อมูล
- การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว
- ความง่ายในการใช้งาน
- ความดำเนินธุรกรรมอย่างรวดเร็ว
- การจัดลำดับ/ โครงสร้าง

2. การบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment)

- การนำเสนอผลงานตามข้อเสนอแนะต่างๆ
- ความสามารถในการนำเสนอผลงานตามระยะเวลาที่เหมาะสม
- ความรวดเร็วในการนำเสนอตามการร้องขอ
- การนำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอ
- นำเสนอสินค้า/บริการที่สามารถรองรับได้
- ความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลงาน
- ความแม่นยำในการนำเสนอผลงาน

3. ความสามารถของระบบ (System Availability)

- ระบบสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ
- ระบบสามารถแสดงผล/ คำนวณได้อย่างถูกต้อง
- ระบบงานไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน/ การหยุดทำงาน
- หน้าจอของเว็บไซต์ไม่หยุดนิ่งระหว่างการใช้งาน

4. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

- การป้องกันสารสนเทศในการใช้งาน

- การเผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง
- การป้องกันข้อมูล อาทิ หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลทางการเงินของผู้รับบริการ

ส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

แบบสอบถามการวัดระดับการเรียนรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ซึ่งประกอบด้วยความเสี่ยงทั้งหมด 6 ด้าน คือการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นแบบประเมินค่าความมากน้อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยวัดข้อมูลแบบอัตรภาคชั้น (Interval scale) ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เฉยๆ
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลคะแนน โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยในการคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ยูทช ไกยวรรณ. 2550) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตร ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดหลักเกณฑ์ (ยูทช ไกยวรรณ. 2550) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงน้อยที่สุด

คำถามที่ใช้ปรับปรุงจากการวัดการรับรู้ความเสี่ยงของ Boshoff, Schlechter และ Ward (2009) สำหรับวัดการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ 6 ด้าน มีคำถามจำนวน 24 ข้อ ดังนี้

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านการเงิน

1. ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย ถ้าฉันต้องให้หมายเลขบัตรเครดิตกับผู้อื่นเวลาซื้อสินค้าออนไลน์
2. ฉันอาจจะไม่ได้รับสินค้าที่สั่งซื้อไป แม้ว่าจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม
3. ฉันกังวลว่าการซื้อสินค้าออนไลน์จะทำให้ต้องจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่าความเป็นจริง
4. ฉันกังวลว่าผู้ให้บริการขายสินค้าออนไลน์จะไม่รักษารายละเอียดทางการเงินของฉัน

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า

1. ฉันกังวลว่าสินค้าที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับสินค้าที่แสดงไว้ในร้านค้าออนไลน์
2. ฉันไม่ชอบเมื่อไม่สามารถสัมผัสหรือทดลองสินค้าก่อนซื้อได้
3. ฉันคิดว่าคะแนนของสินค้า ที่แสดงอยู่บนร้านค้าออนไลน์จะไม่ตรงกับคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านกายภาพ

1. ฉันคิดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์จะทำให้ฉันมีปัญหาทางสายตา เพราะต้องนั่งหน้าจอคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน
2. ฉันกลัวว่าอุปกรณ์ของฉันจะติดไวรัส เพราะเข้าเว็บไซต์ที่ขายสินค้าออนไลน์
3. ฉันกลัวว่าการซื้อสินค้าออนไลน์จะทำให้ฉันเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ
4. ฉันกลัวว่าการซื้อสินค้าออนไลน์จะทำให้ฉันปวดหลัง เพราะต้องนั่งหน้าจอคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

1. ฉันคิดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ไม่เข้ากับภาพลักษณ์ของฉัน
2. ฉันคิดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ทำให้ฉันเกิดความเครียดโดยไม่จำเป็น
3. ฉันรู้สึกไม่สบายใจ เมื่อต้องซื้อสินค้าออนไลน์
4. ฉันคิดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ทำให้ฉันอยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น (เช่น ไม่ได้พูดคุยกับพนักงานที่ร้านค้า ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน จึงทำให้พบปะผู้คนน้อยลง)

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านสังคม

- 1.ฉันรู้สึกภูมิใจในตัวเองลดลงเมื่อซื้อสินค้าออนไลน์
- 2.เพื่อนๆ จะคิดว่าฉันไม่เท่ หากรู้ว่าฉันซื้อสินค้าออนไลน์
- 3.เพื่อนๆ จะคิดว่าฉันเป็นคน โอ้อวด หากรู้ว่าฉันซื้อสินค้าออนไลน์
- 4.เพื่อนๆ จะไม่มีทางชักชวนให้ฉันซื้อสินค้าออนไลน์

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านเวลา

- 1.ฉันกลัวว่าจะไม่ได้รับสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดเมื่อฉันซื้อสินค้าออนไลน์
- 2.ฉันกังวลว่าจะเกิดความล่าช้าระหว่างกระบวนการสั่งซื้อ และการจัดส่งสินค้า
- 3.ฉันกังวลว่าสินค้าที่ส่งไปจะไม่มีสำรองไว้ในสต็อก และฉันต้องรอสินค้าเป็นระยะเวลา นาน
- 4.ฉันกลัวว่าการส่งคืนสินค้าที่มีปัญหาให้กับบริษัทจะใช้เวลานาน
- 5.ฉันกังวลว่าการซื้อสินค้าออนไลน์จะทำให้ฉันเสียเวลามากกว่าเดิม

- คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว

1. ฉันคิดว่าผู้ให้บริการขายสินค้าออนไลน์จะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปแบ่งปันให้กับบริษัทอื่นๆ โดยที่ฉันไม่ได้อนุญาต
2. ฉันคิดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์จะทำให้ฉันได้รับข้อมูลที่ฉันไม่ต้องการ เช่น โฆษณา ต่างๆ (spam)
3. ฉันคิดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เพราะร้านค้าออนไลน์เหล่านั้นจะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต

การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

1. สร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา จากแนวคิดและทฤษฎีและประยุกต์ใช้แบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและง่ายต่อการอ่านทำความเข้าใจรวมทั้งขอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจำนวน 30 คนเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาอีกครั้งก่อนทำแบบสอบถามจริงทั้งนี้ผู้วิจัยมีความพยายามให้กลุ่มทดสอบอ่านแบบสอบถามในแต่ละส่วนอย่างละเอียดเพื่อนำเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนถูกต้องและง่ายต่อการอ่านทำความเข้าใจมากขึ้น

3. ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจทาน ปรับปรุงและแก้ไข แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-out) โดยการนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552, น.144) จากผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามส่วนที่ 3 และ ส่วนที่ 4 มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.915 และ 0.964 ตามลำดับ แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสียหายการใช้บริการของผู้บริโภคมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการส่งแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ บทความ ตำราวิชาการ ข้อมูลสถิติ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์และผลงานที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค นำมาวิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Coefficient) สำหรับการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของชูศรี วงศ์รัตน์ (2544, น.316) ดังนี้

ระดับความสัมพันธ์

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70-0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง (ถ้าสูงกว่า 0.09 ถือว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก)
2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.5 (ประมาณ 0.30-0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง
3. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.00 (ประมาณ 0.30และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ
4. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

ทิศทางความสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 0.00 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง +1.00 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยตามหัวข้อข้างต้น ได้มีการกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีความหมายดังต่อไปนี้

n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
r	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig	แทน นัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผู้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ตอนที่ 3 ระดับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของสายการบิน

ตอนที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ตอนที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของที่เคยใช้บริการของสายการบิน จำนวน 385 คน นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	167	43.40
	หญิง	218	56.60
	รวม	385	100.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน (ต่อ)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	อายุน้อยกว่า 18 ปี	7	1.80
	อายุ 18-25 ปี	134	34.80
	อายุ 26-35 ปี	189	49.10
	อายุ 36-45 ปี	38	9.90
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	17	4.40
	รวม	385	100.00
วุฒิการศึกษา	มัธยมต้น	5	1.30
	มัธยมปลาย / ปวช.	16	4.20
	ปวส.	8	2.10
	ปริญญาตรี	263	68.30
	สูงกว่าปริญญาตรี	93	24.20
	รวม	385	100.00
อาชีพ	พนักงานบริษัท / ห้าง / ร้าน	163	42.3
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	44	11.4
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	84	21.8
	อาชีพอิสระ	31	8.1
	อื่นๆ	63	16.4
	รวม	385	100.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน (ต่อ)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	52	13.50
	10,001-20,000 บาท	131	34.00
	20,001-30,000 บาท	119	30.90
	30,001 บาทขึ้นไป	83	21.60
	รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆจำนวน 385 คน พบว่า

เพศ ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิงคิดเป็นร้อยละร้อยละ 56.60 และ เพศชายร้อยละ 43.40

อายุ ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ส่วนใหญ่อายุผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วง อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.10 รองลงมา อยู่ในช่วง อายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 และน้อยที่สุดได้แก่ ช่วงอายุน้อยกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.80

วุฒิการศึกษา ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ส่วนใหญ่วุฒิการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมา วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.20 และน้อยที่สุดได้แก่ วุฒิการศึกษาระดับมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 1.30

อาชีพ ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท / ห้าง / ร้าน คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมา รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.80 และน้อยที่สุดได้แก่ อาชีพอิสระคิดเป็นร้อยละ 8.10

รายได้ต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา รายได้อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.90 และน้อยที่สุดได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำนวน 385 คน นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยเฉลี่ยมากน้อยเพียงใด (ต่อปี)		
1-4 ครั้ง	169	43.90
5-9 ครั้ง	116	30.10
10-14 ครั้ง	48	12.50
15 ครั้งขึ้นไป	52	13.50
รวม	385	100.00
ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สายการบินใด (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
การบินไทย	79	11.50
ไทยแอร์เอเชีย	249	36.30
นกแอร์	182	26.50
ไทยไลอ้อนแอร์	165	24.10
สายการบินอื่นๆ	11	1.60
รวม	686	100.00
อุปกรณ์ที่ใช้ในการดูรายละเอียดของบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
คอมพิวเตอร์	227	38.90
โทรศัพท์มือถือ	284	48.60
แท็บเล็ต	73	12.50
รวม	584	100.00

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์ที่ใช้ในการดูรายละเอียดของบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
คอมพิวเตอร์	227	38.90
โทรศัพท์มือถือ	284	48.60
แท็บเล็ต	73	12.50
รวม	584	100.00
ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ใด (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
เว็บไซต์	291	63.00
แอปพลิเคชัน	171	37.00
รวม	462	100.00
ชำระค่าบริการที่ซื้อผ่านทางบริการของอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินช่องทางใด (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง	83	18.10
บัตรเครดิต/บัตรเดบิต	219	47.70
ชำระเงินที่เคาน์เตอร์	152	33.10
อื่นๆ	5	1.10
รวม	459	100.00

จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.90 รองลงมา ใช้บริการ 5-9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.10 และน้อยที่สุด ใช้บริการ 10-14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.50

บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ ส่วนใหญ่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของการสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 36.30 รองลงมา ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของการสายการบินนกแอร์ คิดเป็นร้อยละ 26.50 และน้อยที่สุด ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.60

อุปกรณ์ที่ใช้ในการดูแลเย็บของบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมา ใช้อุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 38.90 และน้อยที่สุด ใช้อุปกรณ์ แท็บเล็ต คิดเป็นร้อยละ 12.50

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ ผ่านสื่อเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา ผ่านสื่อแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 37.00

ช่องทางการชำระค่าบริการที่ซื้อผ่านทางบริการของอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการบัตรเครดิต/บัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาชำระเงินที่เคาน์เตอร์ คิดเป็นร้อยละ 33.10 และน้อยที่สุด ชำระค่าบริการช่องทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.10

ตอนที่ 3 คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของสายการบิน

ผลการวิเคราะห์คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของสายการบิน ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางที่ 4.3-4.7 ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม

(n=385)

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านความมีประสิทธิภาพ	4.15	0.53	มาก
ด้านการบรรลุเป้าหมาย	4.13	0.54	มาก
ด้านความสามารถของระบบ	4.01	0.63	มาก
ด้านความเป็นส่วนตัว	4.30	0.63	มากที่สุด
รวม	4.15	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.3 แสดงถึงระดับคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม มีระดับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.15 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และน้อยที่สุด คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความสามารถของระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีประสิทธิภาพ

(n=385)

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีประสิทธิภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
ง่ายต่อการค้นหา	4.34	0.61	มากที่สุด
เข้าถึงระบบงานต่างๆ ได้โดยง่าย	4.25	0.67	มากที่สุด
ใช้บริการสมัครจองบัตรโดยสารสะดวก	4.22	0.65	มากที่สุด
แสดงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้องตามการ	4.11	0.69	มาก
การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว	3.93	0.82	มาก
มีความง่ายต่อการใช้งาน	4.08	0.74	มาก
ดำเนินธุรกรรมอย่างรวดเร็ว	4.04	0.76	มาก
จัดวางรูปแบบโครงสร้างไว้อย่างดี เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน	4.26	0.61	มากที่สุด
รวม	4.15	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงถึงคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีประสิทธิภาพ โดยภาพรวมมีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.15 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ง่ายต่อการค้นหา รองลงมา การจัดวางรูปแบบโครงสร้างไว้อย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และน้อยที่สุด การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีการบรรลุเป้าหมาย

(n=385)

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีการบรรลุเป้าหมาย	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
ให้บริการได้ตรงตามความต้องการ	4.26	0.61	มากที่สุด
นำเสนอผลลัพธ์ตามระยะเวลาที่เหมาะสม	4.10	0.65	มาก
นำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอได้อย่างรวดเร็ว	4.06	0.74	มาก
นำส่งผลลัพธ์ตามการร้องขอได้	4.08	0.72	มาก
นำเสนอบริการที่สามารถรองรับได้	4.08	0.64	มาก
นำเสนอผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือ	4.19	0.61	มาก
ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงาน มีความถูกต้องแม่นยำ	4.11	0.70	มาก
รวม	4.13	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงถึงคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความมีการบรรลุเป้าหมาย โดยภาพรวมมีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ด้านการให้บริการได้ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมา ได้แก่ ด้านการนำเสนอผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และน้อยที่สุด ด้านการนำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความสามารถของระบบ

(n=385)

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความสามารถของระบบ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
พร้อมใช้งานอยู่เสมอ สามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา	4.19	0.74	มาก
สามารถแสดงผล/คำนวณได้อย่างถูกต้อง	4.24	0.63	มากที่สุด
ไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน	3.79	0.88	มีคุณภาพมาก
ไม่หยุดนิ่งระหว่างการใช้งาน	3.81	0.83	มีคุณภาพมาก
รวม	4.01	0.63	มีคุณภาพมาก

จากตารางที่ 4.6 แสดงถึงคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินด้านความสามารถของระบบ โดยภาพรวมมีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.01 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ สามารถแสดงผล/คำนวณได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนรองลงมา ได้แก่ ด้านพร้อมใช้งานอยู่เสมอ สามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลาทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ น้อยที่สุด การไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว

(n=385)

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานให้กับผู้อื่นโดย ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้งาน	4.33	0.71	มากที่สุด

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว (ต่อ)

(n=385)			
คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
ไม่เผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง	4.27	0.72	มากที่สุด
รักษาความปลอดภัย สามารถปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	4.31	0.70	มากที่สุด
รวม	4.30	0.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 แสดงถึงคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว โดยภาพรวมมีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.30 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานให้กับผู้อื่น โดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาได้แก่ ด้านรักษาความปลอดภัยสามารถปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และน้อยที่สุดได้แก่ การไม่เผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 3.27

ตอนที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ในด้านต่างๆได้แก่ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางที่ 4.8-4.14

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม

			(n=385)
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	2.40	0.84	น้อย
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	2.93	1.03	ปานกลาง
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	2.53	0.91	น้อย
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม	3.27	1.13	ปานกลาง
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	3.02	0.99	ปานกลาง
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา	2.66	0.90	ปานกลาง
รวม	2.26	0.68	น้อย

จากตารางที่ 4.8 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.26 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 รองลงมาด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 และน้อยที่สุด การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่

			(n=385)
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
บริการที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับบริการที่แสดงไว้	2.52	0.98	น้อย
บริการไม่เป็นอย่างที่หวังไว้	2.23	0.95	น้อย

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ (ต่อ)

(n=385)			
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
กังวลว่าจะแนะนำที่ได้รับรองในเว็บไซต์ไม่ตรงกับคุณภาพของการบริการ	2.46	0.90	น้อย
รวม	2.40	0.84	น้อย

จากตารางที่ 4.9 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.40 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุดได้แก่ บริการที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับบริการที่แสดงไว้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 รองลงมา กังวลว่าจะแนะนำที่ได้รับรองในเว็บไซต์ไม่ตรงกับคุณภาพของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 และน้อยที่สุดบริการไม่เป็นอย่างที่หวังไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ

(n=385)			
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
จะทำให้สายตาของท่านมีปัญหา	3.14	1.05	ปานกลาง
กังวลว่าคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนจะติดไวรัส	3.19	1.08	ปานกลาง
กังวลว่าท่านจะเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ	2.96	1.18	ปานกลาง
อาจนำไปสู่อาการปวดหลังเมื่อนั่งอยู่ในด้านหน้าคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ	3.01	1.15	ปานกลาง
รวม	3.07	1.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.93 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด ได้แก่ กังวลว่าคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนจะติดไวรัส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 รองลงมา จะทำให้สายตามีปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และน้อยที่สุด กังวลว่ามีอาการปวดข้อมือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน

(n=385)			
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ด้านการเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อต้องให้หมายเลขบัตรเครดิต	2.36	0.95	น้อย
ไม่ได้รับบริการแม้ว่าท่านจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม	2.64	1.05	ปานกลาง
กังวลว่าการใช้บริการทำให้ท่านต้องจ่ายเงินในราคาที่สูงกว่าความเป็นจริง	2.59	1.04	น้อย
กังวลว่ารายละเอียดทางการเงิน อาจจะไม่ได้รับการคุ้มครอง	2.53	1.02	น้อย
รวม	2.53	0.91	น้อย

จากตารางที่ 4.11 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.53 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด ได้แก่ กังวลว่าไม่ได้รับบริการแม้ว่าท่านจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 รองลงมา ได้แก่ กังวลว่าการใช้บริการทำให้ท่านต้องจ่ายเงินในราคาที่สูงกว่าความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 และน้อยที่สุด รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อต้องให้หมายเลขบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

(n=385)

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
บริการจะไม่เข้ากับภาพลักษณะของตัวเอง	2.86	1.05	ปานกลาง
บริการเป็นเหตุให้เครียดโดยที่ไม่จำเป็น	2.81	1.08	ปานกลาง
รู้สึกไม่สบายใจ เมื่อต้องใช้บริการ	3.18	1.16	ปานกลาง
บริการทำให้อยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น	3.23	1.18	ปานกลาง
รวม	3.02	0.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.02 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด ได้แก่ บริการทำให้อยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 รองลงมา รู้สึกไม่สบายใจเมื่อต้องใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และน้อยที่สุด บริการเป็นเหตุให้เครียดโดยที่ไม่จำเป็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม

(n=385)

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
ทำให้รู้สึกภูมิใจในตัวเองลดลง	3.21	1.18	ปานกลาง
เพื่อนๆคิดว่าไม่เท่เมื่อใช้บริการ	3.30	1.21	ปานกลาง
เพื่อนๆคิดว่าไอ้อวดเมื่อใช้บริการ	3.25	1.20	ปานกลาง
เพื่อนๆจะไม่มีทางชักชวนให้ใช้บริการ	3.31	1.18	ปานกลาง
รวม	3.27	1.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.27 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด ได้แก่ เพื่อนๆจะไม่มีทางชักชวนให้ใช้บริการลดลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 รองลงมา เพื่อนๆคิดว่าไม่เท่ห้เมื่อใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และน้อยที่สุด ทำให้รู้สึกภูมิใจในตัวเองลดลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา

(n=385)			
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
กลัวว่าจะไม่ได้ใช้บริการในระยะเวลาที่กำหนด	2.70	1.00	ปานกลาง
บริการเป็นเหตุให้เครียดโดยไม่จำเป็น	2.66	0.98	ปานกลาง
กังวลว่าไม่มีบริการในวันที่ต้องการบริการ	2.59	1.05	น้อย
กังวลมันอาจจะใช้เวลามากเกินไปถ้าต้องการจะเปลี่ยนบริการ	2.56	0.97	น้อย
กังวลว่าบริการจะทำให้เสียเวลามากกว่าเดิม	2.80	1.07	ปานกลาง
รวม	2.66	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 แสดงถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด ได้แก่ กังวลว่าบริการจะทำให้เสียเวลามากกว่าเดิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับและ 2.80 รองลงมา กลัวว่าจะไม่ได้ใช้บริการในระยะเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับและ 2.70 และน้อยที่สุด กังวลมันอาจจะใช้เวลามากเกินไปถ้าต้องการจะเปลี่ยนบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ตอนที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้สถิติการทดสอบ t-test และ F-test แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามเพศ

การรับรู้ความเสี่ยงบริการของผู้บริโภค	ชาย (n=167)		หญิง (n=218)		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	2.37	0.87	2.45	0.82	-0.55	0.49
การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	3.08	1.03	3.06	1.03	0.26	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	2.50	0.90	2.54	0.91	-0.46	0.20
การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม	3.19	1.13	3.32	1.12	-1.11	0.04*
การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	2.91	1.03	2.93	1.09	-0.26	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา	2.65	0.91	2.67	0.89	-0.24	0.00*
รวม	2.78	0.54	2.82	0.53	-0.73	0.00*

*Sig<0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีการรับรู้ความเสี่ยงน้อยกว่าเพศหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

1. การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่และด้านการเงิน ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง
2. การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน
จำแนกตามอายุ

การรับรู้ความเสี่ยง บริการของ ผู้บริโภค	อายุน้อย กว่า 18 ปี (n=7)		อายุ 18-25 ปี (n=134)		อายุ 26-35 ปี (n=189)		อายุ 36-45 ปี. (n=38)		อายุ 46 ปี ขึ้นไป (n=17)		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่	1.57	0.73	2.25	7.67	2.47	0.86	2.63	0.92	2.54		
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ	4.35	0.28	3.15	1.05	2.99	1.01	2.86	1.03	3.25	0.87	3.82	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน	1.39	0.42	2.43	0.84	2.59	0.92	2.73	0.93	2.63	0.99	3.97	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม	2.03	0.91	3.19	1.15	3.33	1.12	3.50	1.08	3.08	0.83	4.94	0.02*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา	1.64	0.28	2.84	1.05	3.00	1.00	3.13	1.03	2.75	0.87	3.82	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา	1.37	0.45	2.57	0.86	2.71	0.88	2.91	0.97	2.72	0.98	4.97	0.00*
รวม	2.06	0.39	2.74	0.50	2.85	0.54	2.96	0.55	2.83	0.49	5.20	0.00*

*Sig<0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในด้านที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้ Scheffe' มาวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.17-4.23

ตารางที่ 4.17 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุน้อยกว่า 18 ปี				
		อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี.	อายุ 46 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	2.06	2.74	2.85	2.96	2.83
อายุน้อยกว่า 18 ปี	2.06	-	-0.68*	-0.79*	-0.90*	-0.77*
อายุ 18-25 ปี	2.74		-	-0.11	-0.22	-0.09
อายุ 26-35 ปี	2.85			-	-0.11	0.02
อายุ 36-45 ปี.	2.96				-	0.13
อายุ 46 ปีขึ้นไป	2.83					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18-25 ปี, อายุ 26-35 ปี, อายุ 36-45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านหน้าที่ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุน้อยกว่า 18 ปี				
		อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี.	อายุ 46 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	1.57	2.25	2.47	2.63	2.54
อายุน้อยกว่า 18 ปี	1.57	-	-0.68	-0.90	-1.06*	-0.98
อายุ 18-25 ปี	2.25		-	-0.22	-0.38	-0.30
อายุ 26-35 ปี	2.47			-	-0.16	-0.07
อายุ 36-45 ปี.	2.63				-	0.08
อายุ 46 ปีขึ้นไป	2.54					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ 36-45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุน้อย	อายุ 18-	อายุ 26-	อายุ 36-	อายุ 46 ปี
		กว่า 18 ปี	25 ปี	35 ปี	45 ปี.	ขึ้นไป
	\bar{X}	4.35	3.15	2.99	2.86	3.25
อายุน้อยกว่า 18 ปี	4.35	-	1.20	1.36*	1.49*	1.10
อายุ 18-25 ปี	3.15		-	0.16	0.29	-0.10
อายุ 26-35 ปี	2.99			-	0.12	-0.26
อายุ 36-45 ปี.	2.86				-	-0.38
อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.25					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง มากกว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ 26-35 ปี และ อายุ 36-45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านการเงินจำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุน้อย	อายุ 18-	อายุ 26-	อายุ 36-	อายุ 46 ปี
		กว่า 18 ปี	25 ปี	35 ปี	45 ปี.	ขึ้นไป
	\bar{X}	1.39	2.43	2.59	2.73	2.63
อายุน้อยกว่า 18 ปี	1.39	-	-1.04	-1.20*	-1.33*	-1.24
อายุ 18-25 ปี	2.43		-	-0.16	-2.96	-0.20
อายุ 26-35 ปี	2.59			-	-0.14	-0.04
อายุ 36-45 ปี.	2.73				-	0.09
อายุ 46 ปีขึ้นไป	2.63					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้บริโภครที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภครที่มี อายุ 26-35 ปี และ อายุ 36-45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภครจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านสังคม จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	อายุน้อยกว่า 18 ปี				
		อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี.	อายุ 46 ปีขึ้นไป	
	\bar{x}	2.03	3.19	3.33	3.50	3.08
อายุน้อยกว่า 18 ปี	2.03	-	-1.16	-1.30	-1.47*	-1.05
อายุ 18-25 ปี	3.19		-	-0.14	-0.31	-0.31
อายุ 26-35 ปี	3.33			-	-0.17	0.25
อายุ 36-45 ปี.	3.50				-	0.42
อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.08					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้บริโภครที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภครที่มี อายุ 36-45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภครจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านจิตวิทยา จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	อายุน้อยกว่า 18 ปี				
		อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี.	อายุ 46 ปีขึ้นไป	
	\bar{x}	1.64	2.84	3.00	3.13	2.75
อายุน้อยกว่า 18 ปี	1.64	-	-1.20	-1.36*	-1.48*	-1.10
อายุ 18-25 ปี	2.84		-	-0.16	-0.29	0.95
อายุ 26-35 ปี	3.00			-	-0.12	0.26

ตารางที่ 4.22 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านจิตวิทยา จำแนกตามอายุ (ต่อ)

อายุ	อายุน้อย				
	กว่า 18 ปี	อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี.	อายุ 46 ปีขึ้นไป
	1.64	2.84	3.00	3.13	2.75
อายุ 36-45 ปี.	3.13			-	0.38
อายุ 46 ปีขึ้นไป	2.75				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ 36-45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงด้านเวลา จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุน้อย				
		กว่า 18 ปี	อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี.	อายุ 46 ปีขึ้นไป
		1.37	2.25	2.47	2.63	2.54
อายุน้อยกว่า 18 ปี	1.37	-	-1.20*	-1.34*	-1.53*	-1.36*
อายุ 18-25 ปี	2.25		-	-0.14	-0.33	-0.15
อายุ 26-35 ปี	2.47			-	-0.17	-0.02
อายุ 36-45 ปี.	2.63				-	0.18
อายุ 46 ปีขึ้นไป	2.54					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ 18-25 ปี, อายุ 26-35 ปี, อายุ 36-45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน
จำแนกตามระดับการศึกษา

การรับรู้ความเสี่ยง บริการของผู้บริโภค	มัธยมปลาย				สูงกว่า				F	Sig.		
	มัธยมต้น (n=5)		/ ปวช. (n=16)		ปวส (n=8)		ปริญญาตรี (n=263)				ปริญญาตรี (n=93)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			\bar{X}	S.D.
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่	1.60	0.89	2.12	0.59	2.20	0.88	2.23	0.84	2.56	0.82	3.11	0.02*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ	4.30	0.27	3.31	1.08	3.25	1.16	3.10	1.04	2.85	0.93	3.29	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน	1.35	0.48	2.29	0.79	2.53	0.99	2.48	0.88	2.77	0.93	4.41	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม	2.10	1.08	2.78	0.93	2.59	0.90	3.22	1.15	3.58	1.00	4.94	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา	1.70	0.27	2.75	1.01	2.84	0.98	3.22	1.00	3.58	0.90	3.29	0.01*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา	2.65	0.91	2.67	0.89	2.65	0.91	2.67	0.89	2.90	0.88	4.75	0.00*
รวม	2.07	0.47	2.60	0.49	2.68	0.58	2.78	0.53	2.97	0.49	5.71	0.00*

*Sig<0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผล ดังนี้

การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยาและด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในด้านที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้ Scheffe' มาวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.25-4.31

ตารางที่ 4.25 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยม			ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมต้น	ปลาย / ปวช.	ปวส.		
	\bar{X}	2.07	2.60	2.68	2.78	2.97
มัธยมต้น	2.07	-	-0.53	-0.61	-0.71	-0.90*
มัธยมปลาย / ปวช.	2.60		-	-0.08	-0.18	-0.37
ปวส.	2.68			-	-0.10	-0.29
ปริญญาตรี	2.78				-	-0.20
สูงกว่าปริญญาตรี	2.97					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อย ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยม			ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		ต้น	ปลาย / ปวช.	ปวส.		
	\bar{X}	1.60	2.12	2.20	2.23	2.56
มัธยมต้น	1.60	-	-0.53	-0.61	-0.77	-1.00*
มัธยมปลาย / ปวช.	2.12		-	-0.08	-0.24	-0.47
ปวส.	2.20			-	-0.16	-0.39
ปริญญาตรี	2.23				-	-0.23
สูงกว่าปริญญาตรี	2.56					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อย ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยม	มัธยม	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		ต้น	ปลาย / ปวช.			
	\bar{X}	4.30	3.31	3.25	3.10	2.85
มัธยมต้น	4.30	-	0.99	1.05	1.19	1.45*
มัธยมปลาย / ปวช.	3.31		-	0.06	0.20	0.46
ปวส.	3.25			-	0.14	0.40
ปริญญาตรี	3.10				-	0.26
สูงกว่าปริญญาตรี	2.85					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อย ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยม	มัธยม	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		ต้น	ปลาย / ปวช.			
	\bar{X}	1.35	2.29	2.53	2.48	2.77
มัธยมต้น	1.35	-	-0.95	-1.18	-1.13	-1.42*
มัธยมปลาย / ปวช.	2.29		-	-0.23	-0.18	-0.48
ปวส.	2.53			-	0.05	-0.24

ตารางที่ 4.28 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ระดับการศึกษา	มัธยมต้น	มัธยมปลาย / ปวช.		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		มัธยมต้น	ปวส.		
	1.35	2.29	2.53	2.48	2.77
ปริญญาตรี	2.48			-	-0.29
สูงกว่าปริญญาตรี	2.77				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	X̄	มัธยมต้น	มัธยมปลาย / ปวช.		ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
			มัธยมต้น	ปวส.		
		2.10	2.78	2.59	3.22	3.58
มัธยมต้น	2.10	-	-0.68	-0.49	-1.13	-1.49*
มัธยมปลาย / ปวช.	2.78		-	0.19	-0.45	-0.80
ปวส.	2.59			-	-0.63	-0.99
ปริญญาตรี	3.22				-	-0.36
สูงกว่าปริญญาตรี	3.58					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านจิตวิทยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยม	มัธยม	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		ต้น	ปลาย / ปวช.			
	\bar{X}	1.70	2.75	2.84	3.22	3.58
มัธยมต้น	1.70	-	-1.05	-1.14	-1.27	-1.60*
มัธยมปลาย / ปวช.	2.75		-	-0.09	-0.22	-0.56
ปวส.	2.84			-	-0.12	-0.46
ปริญญาตรี	3.22				-	-0.34
สูงกว่าปริญญาตรี	3.58					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาความเสี่ยงด้านเวลา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	มัธยม	มัธยม	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		ต้น	ปลาย / ปวช.			
	\bar{X}	2.65	2.67	2.91	2.67	2.90
มัธยมต้น	2.65	-	-1.03	-1.38	-1.21	-1.50*
มัธยมปลาย / ปวช.	2.67		-	-0.35	-0.19	-0.48
ปวส.	2.91			-	0.16	-0.13
ปริญญาตรี	2.67				-	-0.29
สูงกว่าปริญญาตรี	2.90					-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้บริโภครุ่นที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อย ผู้บริโภครุ่นที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค

การรับรู้ความเสี่ยงบริการของผู้บริโภค	พนักงาน		ค้าขาย/รับ		ราชการ/รับ		อาชีพ		F	Sig.		
	บริษัท/ห้าง/ร้าน		ธุรกิจส่วนตัว		รัฐวิสาหกิจ		อิสระ อาชีพอื่นๆ					
	(n=163)		(n=44)		(n=84)		(n=31) (n=93)					
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่	2.35	0.74	2.56	0.93	2.59	1.02	2.23	0.83	2.20	0.84	2.85	0.05
การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ	3.07	0.96	2.94	1.15	2.96	1.17	3.19	0.94	3.26	0.94	1.07	0.37
การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	2.48	0.84	2.57	1.00	2.76	1.03	2.44	0.84	2.37	0.81	2.14	0.08
การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม	3.21	1.07	3.34	1.21	3.38	1.15	3.47	1.08	3.12	1.17	0.86	0.49
การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	2.93	0.97	3.05	1.16	3.04	1.16	2.80	0.94	2.74	0.95	1.07	0.37
การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา	2.64	0.86	2.87	1.07	2.74	0.95	2.69	0.77	2.46	0.86	1.61	0.17
รวม	2.78	0.47	2.89	0.59	2.91	0.61	2.81	0.46	2.69	0.51	1.91	0.11

*Sig<0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยาและด้านเวลา ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างอาชีพ

ตารางที่ 4.33 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน
จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

การรับรู้ความเสี่ยง บริการของ ผู้บริโภค	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=52)		10,001- 20,000 บาท (n=131)		20,001- 30,000 บาท (n=119)		30,000 บาท ขึ้นไป (n=83)		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	การรับรู้ความเสี่ยง ด้านหน้าที่	2.06	0.72	2.39	0.82	2.49	0.84	2.49		
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ	3.49	0.86	3.06	1.04	3.00	0.96	2.94	1.16	3.50	0.02*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน	2.13	0.78	2.58	0.89	2.52	0.85	2.72	1.01	4.96	0.00*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านสังคม	2.82	1.05	3.31	1.16	3.30	1.03	3.42	1.20	3.36	0.02*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา	2.51	0.86	2.94	1.04	3.00	0.96	3.06	1.16	3.50	0.02*
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา	2.38	0.79	2.62	0.85	2.75	0.85	2.78	1.07	2.62	0.05
รวม	2.57	0.47	2.82	0.53	2.84	0.49	2.90	0.61	4.68	0.00*

*Sig<0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

1. การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม และ ด้านจิตวิทยา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านเวลา ไม่มีความแตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในด้านที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้ Scheffe' มาวิเคราะห์ แสดงดังตารางที่ 4.34-4.39

ตารางที่ 4.34 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,000 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
	\bar{X}	2.57	2.82	2.84	2.90
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.57	-	-0.25*	-0.28*	-0.34*
10,001-20,000 บาท	2.82		-	-0.03	-0.09
20,001-30,000 บาท	2.84			-	-0.06
30,000 บาท ขึ้นไป	2.90				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ความเสี่ยงน้อย ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านหน้าที่ จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,000 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
	\bar{X}	2.06	2.39	2.49	2.49
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.06	-	-0.33	-0.43*	-0.43*
10,001-20,000 บาท	2.39		-	-0.10	-0.10
20,001-30,000 บาท	2.49			-	0.00
30,000 บาท ขึ้นไป	2.49				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อย ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านกายภาพ จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,000 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
	\bar{X}	3.49	3.06	3.00	2.94
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.49	-	0.43	0.48*	0.55*
10,001-20,000 บาท	3.06		-	0.06	0.12
20,001-30,000 บาท	3.00			-	0.06
30,000 บาท ขึ้นไป	2.94				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อย ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านการเงิน จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,000 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
	\bar{X}	2.13	2.58	2.52	2.72
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.13	-	-0.46*	-0.40	-0.59*
10,001-20,000 บาท	2.58		-	0.06	-0.14
20,001-30,000 บาท	2.52			-	-0.20
30,000 บาท ขึ้นไป	2.72				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อย ผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านสังคม จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,000 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
	\bar{X}	2.82	3.31	3.30	3.42
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.82	-	-0.49	-0.47	-0.60*
10,001-20,000 บาท	3.31		-	0.02	-0.11
20,001-30,000 บาท	3.30			-	-0.13
30,000 บาท ขึ้นไป	3.42				-

*Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อย ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาด้านจิตวิทยา จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		2.51	2.94	3.00	3.06
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.51	-	-0.37	-0.47*	-0.51*
10,001-20,000 บาท	2.94		-	-0.09	-0.14
20,001-30,000 บาท	3.00			-	-0.05
30,000 บาท ขึ้นไป	3.06				-

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อย ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,001 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 วิเคราะห์หาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค รายละเอียดดังแสดงตามตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินในแต่ละด้านกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยภาพรวม

คุณภาพของการบริการ	การรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวม			
	r	Sig.	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
ความมีประสิทธิภาพ	-0.127**	0.01	ลบ	น้อย

(n=385)

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินในแต่ละด้านกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยภาพรวม (ต่อ)

(n=385)

คุณภาพของการบริการ	การรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวม			
	r	Sig.	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
การบรรลุเป้าหมาย	-0.190**	0.00	ลบ	น้อย
ความสามารถของระบบ	-0.181**	0.00	ลบ	น้อย
ความเป็นส่วนตัว	-0.137**	0.01	ลบ	น้อย
รวม	-0.194**	0.00	ลบ	น้อย

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตาราง ที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความมีประสิทธิภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = -0.127$) กล่าวคือมีประสิทธิภาพคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในระดับที่น้อย การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านความสามารถของระบบ ด้านการบรรลุเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = -0.137, -0.181, -0.190, -0.194$) กล่าวคือ ความเป็นส่วนตัว ความสามารถของระบบ การบรรลุเป้าหมายของระบบ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง ผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในระดับที่น้อย

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคแต่ละด้าน

(n=385)

การรับรู้ความเสี่ยง	คุณภาพของการบริการ โดยภาพรวม			
	r	Sig.	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
ด้านหน้าที่	-0.172**	0.00	ลบ	น้อย
ด้านกายภาพ	-0.165**	0.00	ลบ	น้อย
ด้านการเงิน	-0.171**	0.00	ลบ	น้อย
ด้านสังคม	-0.192**	0.00	ลบ	น้อย
ด้านจิตวิทยา	-0.180**	0.00	ลบ	น้อย
ด้านเวลา	-0.159**	0.00	ลบ	น้อย
รวม	-0.194**	0.00	ลบ	น้อย

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง ที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าคุณภาพของการบริการ โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านหน้าที่ ด้านจิตวิทยา ด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = -0.159, -0.165, -0.171, -0.172, -0.180, -0.192$) กล่าวคือมีประสิทธิผลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคน้อย

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความถี่การใช้บริการของผู้บริโภค ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความถี่การใช้บริการของผู้บริโภค จำนวน 385 คนซึ่งสามารถ สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับขั้นตอนดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คนคิดเป็นร้อยละ 56.00 มีช่วงอายุระหว่าง 26 -35 ปีจำนวน 189 คนคิดเป็นร้อยละ 49.10 วุฒิก่อนการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 263 คนคิดเป็นร้อยละ 68.30 มีอาชีพพนักงานบริษัท / ห้าง / ร้านจำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 42.30 มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 131 คนคิดเป็นร้อยละ 43.30

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเฉลี่ย 1-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.90 ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 36.30 อุปกรณ์ที่ใช้ในการดูรายละเอียดของบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน คือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 48.60 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 63.00 ค่าระค่าบริการที่ซื้อผ่านทางบริการของอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านทาง บัตรเครดิต/บัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 47.70

ความสำคัญคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ความสำคัญคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยรวมมากที่สุดคือด้าน ด้านความเป็นส่วนตัว รองลงมา ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความมีประสิทธิภาพ และด้านความสามารถของระบบ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญดังต่อไปนี้

ด้านความมีประสิทธิภาพ ระดับความสำคัญของคุณภาพด้านความมีประสิทธิภาพในรายข้อ ข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ ง่ายต่อการค้นหา และน้อยที่สุด คือ การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว

ด้านการบรรลุเป้าหมาย ระดับความสำคัญของคุณภาพด้านการบรรลุเป้าหมาย ในรายข้อ ข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ ให้บริการได้ตรงตามความต้องการ และน้อยที่สุด คือ นำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอได้อย่างรวดเร็ว

ด้านความเป็นส่วนตัว ระดับความสำคัญของคุณภาพด้านความเป็นส่วนตัว ในรายข้อ ข้อข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานให้กับผู้อื่น โดยไม่ได้รับความยินยอมจากพนักงาน และน้อยที่สุด คือ ไม่เผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง

ด้านความสามารถของระบบ ระดับความสำคัญของคุณภาพด้านความสามารถของระบบ ในรายข้อ ข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ สามารถแสดงผล/คำนวณได้อย่างถูกต้อง และน้อยที่สุด คือ ไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน

ระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยรวมมากที่สุดคือด้าน การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม รองลงมา การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรับรู้ความเสี่ยงดังต่อไปนี้

การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ในรายข้อ ข้อที่มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด คือ บริการที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับบริการที่แสดงไว้ และน้อยที่สุด คือ บริการไม่เป็นอย่างที่หวังไว้

การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ในรายข้อ ข้อที่มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด คือ กังวลว่า เมื่อใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินนานเกินไปจะเกิดผลเสียต่อสุขภาพ และน้อยที่สุด คือ กังวลว่าคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนจะติดไวรัส

การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ในรายข้อ ข้อที่มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด คือ ไม่ได้ใช้บริการแม้ว่าท่านจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม และน้อยที่สุด คือ รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อต้องให้หมายเลขบัตรเครดิต

การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ในรายข้อ ข้อที่มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุดคือ เพื่อนๆจะไม่มีทางชักชวนให้ใช้บริการ และน้อยที่สุด ทำให้รู้สึกภูมิใจในตัวเองลดลง

การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยาในรายข้อ ข้อที่มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด คือ บริการทำให้อยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น และน้อยที่สุด บริการเป็นเหตุให้เครียดโดยที่ไม่จำเป็น

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา ระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา ในรายข้อ ข้อที่มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุด คือ กังวลว่าบริการจะทำให้เสียเวลามากกว่าเดิม และน้อยที่สุด กังวลมันอาจจะใช้เวลานานเกินไปถ้าต้องการจะเปลี่ยนบริการ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน กับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

1. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีการรับรู้ความเสี่ยงน้อยกว่าเพศหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้ การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่และด้านการเงิน ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิงการรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมการรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18-25 ปี,อายุ 26-35 ปี,อายุ 36-45 ปีและอายุ 46 ปีขึ้นไป

3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวมการรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้น มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยง โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน การรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยาและด้านเวลา ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างอาชีพ
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวมการรับรู้ความเสี่ยงโดยพิจารณาด้านหน้าที่ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านเวลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า พบว่า ผู้บริโภคที่มี รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ความเสี่ยง น้อยผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค

1. การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคโดยภาพรวมกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวม ($r = -0.194$) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

1.1 การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคโดยภาพรวมกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยพิจารณาจากด้านความมีประสิทธิภาพ ($r = -0.127$) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคโดยภาพรวมกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านการบรรจุเป้าหมาย ($r = -0.190$) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.5 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวมกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคโดยพิจารณาจาก ด้านจิตวิทยา ($r = -0.180$) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.6 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวมมีกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคโดยพิจารณาจาก ด้านเวลา ($r = -0.159$) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมมีคุณภาพระดับมาก และรายด้าน ด้านความเป็นส่วนตัว อยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาด้าน ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ไพศาล เกรียงเชิดศักดิ์ (2552, น.82) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาเครื่องมือเพื่อการประเมินการรับรู้ของผู้ใช้บริการชาวไทยต่อคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จากผลการวิเคราะห์พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์โดยภาพรวมมากที่สุดคือ ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์ (Efficiency) รองลงมาได้แก่ ด้านระบบ ด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (System Availability and Reliability) ความเป็นส่วนตัว และสุดท้ายคือด้านความปลอดภัยของเว็บไซต์ (Privacy and Security) ตามลำดับ และยังไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Mohammed Rafiq, Xiaoming Lu และ Heather Fulford (2012) ศึกษาการวัดคุณภาพการบริการผ่านอินเทอร์เน็ตธุรกิจค้าปลีก โดยใช้แบบวัดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผลการศึกษพบว่า มิติที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และความสามารถของระบบ (System Availability) รองลงมา คือ การบรรลุเป้าหมาย (Fulfilment) และมิติที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความเป็นส่วนตัว (Privacy) เหตุผลที่งานวิจัยไม่สอดคล้องนั้นเกิดจากงานวิจัยเป็นการวัดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ด้วยลักษณะของธุรกิจที่ต่างกัน จึงได้ผลการวิจัยที่แตกต่างกันออกไป

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงระดับปานกลาง และรายด้าน การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมมีความเสี่ยงมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Cunningham, Gerlach, Harper & Young (2005) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและกระบวนการซื้อของผู้บริโภค กรณีศึกษา การจองบัตรโดยสารของสายการบินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการจองบัตรโดยสารของสายการบินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ คือ ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพ ด้านกายภาพ ด้านสังคม และน้อยที่สุดความเสี่ยงทางการเงิน และยัง ไม่สอดคล้องกับ เกริดา โคตรชารีและวิภูราธร จิระประวัตติ (2556) ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยง 2) การรับรู้ความเสี่ยง ออนไลน์และ 3) พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ของผู้บริโภค เจเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจเนอเรชันวาย ซึ่งการวิจัยของการรับรู้ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคทั้งสองเจเนอเรชัน ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านสังคม ตามลำดับ เหตุผลที่งานวิจัยนี้ ไม่สอดคล้องกันนั้นเกิดจากงานวิจัยวัดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายจะรับรู้ในช่วงอายุของผู้บริโภค เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายเท่านั้น จึงทำให้ผลวิจัยออกมาแตกต่างกัน

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ เกริดา โคตรชารีและวิภูราธร จิระประวัตติ (2556) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ระหว่างเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย สรุปได้ว่า เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายมีการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์แต่ละด้าน สรุปได้ว่า เจเนอเรชันวายมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม และการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลามากกว่า เจเนอเรชันเอ็กซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินในทุกๆด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางที่ต่างกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน กับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = -0.194$) กล่าวคือ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมีส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม และความเสี่ยงด้านเวลา จะส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความมีประสิทธิภาพ ด้านเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และความเป็นส่วนตัว ไม่สอดคล้องกับแนวคิด Cunningham (1967 อ้างใน สัตยชัย อุปะเดย์, 2553) ได้อธิบายว่าการรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ความไม่แน่นอนของลูกค้าซึ่งเกี่ยวข้องกับทิศทางการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้น การรับรู้ความเสี่ยงจะสูงขึ้นจึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนด้านลบเป็นส่วนสำคัญในสภาพแวดล้อมออนไลน์ความเสี่ยงมีผลต่อการประเมินเลือกสินค้าหรือบริการ ระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งไปอาจจะส่งผลกระทบต่อ การใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า ขณะที่ข้อมูล การนำเสนอบริการอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร มีผลต่อลูกค้าเช่นกัน หากองค์กร มีคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ดีนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน อาจทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้บริการยังมีความกังวลกับการนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว ดังนั้นสายการบินควรกำหนดระยะเวลาระหว่างรอรระบบประมวลผลไม่ควรเกิน 3-5 วินาที

2. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความมีการบรรลุเป้าหมาย ผู้ใช้บริการยังกังวลกับ บริการต้องนำเสนอผลลัพธ์ได้อย่างรวดเร็วการ ดังนั้นระบบของสายการบินต้องปรับปรุงแล้วมีการอัปเดตระบบให้ใหม่ทุกๆ 2 สัปดาห์ เพื่อมีความพร้อมให้บริการผู้ที่มาใช้บริการจำนวนมากได้

3. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความสามารถของระบบ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับว่าบริการไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน ดังนั้นระบบของสายการบิน ควรปรับปรุงแล้วมีการอัปเดตระบบให้ใหม่ทุกๆ 2 สัปดาห์ อัปเดตระบบให้ใหม่อยู่เสมอพร้อม ให้บริการผู้ที่มาใช้บริการจำนวนมากได้และอาจจะเปิดรับเรื่องร้องเรียนสำหรับข้อผิดพลาดของระบบเพื่อสามารถนำมาปรับปรุงและแก้ไขได้

4. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับ ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานให้กับผู้อื่น โดยไม่ได้รับความยินยอม จากผู้ใช้งาน ดังนั้นสายการบินควรสร้างความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูล โดยการให้บริการสร้างระบบล็อกอินสำหรับสมาชิกและสมาชิกต้องใส่รหัสผ่านทุกครั้งก่อนจะกรอกข้อมูลให้สายการบิน

5. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ บริการที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับ บริการที่แสดงไว้ ดังนั้นสายการบินควรให้ความแน่ใจกับผู้บริการว่าเมื่อได้ใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินแล้ว จะได้รับการบริการ อาจจะทำการส่ง sms แจ้งเตือนผ่านทาง โทรศัพท์มือถือหรือส่ง e-mail เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าได้รับการยืนยันจากสายการบินแล้ว

6. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ผู้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินยังกังวลบริการนานเกินไปจะเกิดผลเสียต่อสุขภาพ ดังนั้นสายการบินควรทำขั้นตอนในการให้บริการให้มีขั้นตอนให้น้อย จะช่วยลดเวลาในการใช้บริการ

7. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ผู้ใช้บริการยังกังวลกับความเสี่ยง เมื่อชำระเงินเรียบร้อยแล้วจะ

ไม่ได้ใช้บริการของสายการบิน ดังนั้นสายการบินควรให้ความแน่ใจกับผู้ใช้บริการว่าเมื่อได้ชำระเงินแล้ว สายการบินอาจจะทำการส่ง sms แจ้งเตือนผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือส่ง e-mail เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าได้รับการยืนยันจากสายการบินแล้ว

8. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ผู้ใช้บริการยังกังวลกับความเสี่ยงว่าเพื่อนไม่เห็นด้วยเมื่อต้องใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ดังนั้นสายการบินควร จัดทำโปรแกรมชั้นในการจูงใจเป็นกลุ่มหรือทำการชักชวนเพื่อนให้สมัครสมาชิกของบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน เพื่อให้เพื่อนคนที่ยังไม่กล้าใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมีความสนใจที่จะใช้บริการด้วย

9. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ผู้ใช้บริการยังกังวลกับความเสี่ยง เมื่อได้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินทำให้อยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น ดังนั้นสายการบินจึงต้องให้ทางผู้ใช้อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเข้าใจว่าการที่ใช้อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินไม่ได้ทำให้ผู้ใช้บริการห่างออกมาจากสังคม แต่จะช่วยในการประหยัดเวลาที่จะต้องไปใช้บริการที่เคาน์เตอร์ของสายการบิน อาจจะทำให้เสียเวลามากกว่าเดิม

10. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา ผู้ใช้บริการยังกังวลกับความเสี่ยงเมื่อได้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจะทำให้เสียเวลามากกว่าเดิม ดังนั้นสายการบิน ควรจัดทำวิธีสอนการใช้งานซึ่งง่ายและมีตัวช่วยเหลือในระบบของเพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าใจง่ายไม่เสียเวลาในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงลึกหรือทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค โดยนำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาก็เกี่ยวกับความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อตอบกับวัตถุประสงค์ให้มากกว่านี้

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติสถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกริดา โคตรชาวีและวิภูราธร จิระประวัตติ (2556) *ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 2556*
- เกียรติสุดา ศรีสุข.(2552). *ระเบียบวิธีวิจัย*. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ครองช่าง
- จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์และสุทธีนันท์ พรหมสุวรรณ. (2557). *การศึกษาการยอมรับและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในการใช้บริการระบุตำแหน่ง(Location-based Services:LBS) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท* มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชูศรี วงศ์รัตน์.(2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 7).กรุงเทพฯ:เทพเนรมิตร
- ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล (2557) *วิธีการลดความเสี่ยง เอกสารประกอบการเรียนพฤติกรรมผู้บริโภค* สืบค้นสารสนเทศจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ไพศาล เกรียงเจ็ดศักดิ์ (2552,น.82) *การศึกษาคุณภาพในการให้บริการทางเว็บไซต์ กรณีศึกษาสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548ก: 29-52; 2548ข, น.20-104) *ความสำคัญของอุตสาหกรรมการบิน* กรุงเทพฯ : [สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์] , 2548.
- ยุทธ ไกยวรรณ.(2550).*หลักการทำวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์*. กรุงเทพฯ:บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.
- เรวัต แสงสุริยงค์. (2547). *การบริการอิเล็กทรอนิกส์ : ตัวแบบสำหรับการให้บริการสาธารณะของไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ตัณชัย อุปะเดี่ย และศศิประภา ชัยประเสริฐ. (2553). *ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท* มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

- สุขไพศาล รัตตนิทัศน์ (2557). การพัฒนาเครื่องมือเพื่อการประเมินการรับรู้ของผู้ใช้บริการชาวไทย ต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 15(2).
- สุทธิดา เมธีธารพงศ์วานิช (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้สารการบินไทยแอร์เอเชีย ในจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)
- สุทธิดา เมธีธารพงศ์วานิช. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในจังหวัดเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.)
- สุธี ไฉ่วศิริ (2551) พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารทางอากาศภายในประเทศ ด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ : กรณีศึกษาเส้นทางการบิน หาดใหญ่-กรุงเทพฯ และ กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ (รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยทักษิณ)
- Bauer, R.A. (1960). *Consumer behavior as risk taking*. In R. S. Hancock (Ed), *Proceedings of the 43rd Conference of the American Marketing Association: Dynamic Marketing for a Changing World* (pp. 389-398). Chicago: America Marketing Association.
- Boshoff, C., Schlechter, C. & Ward, S.J. 2011. 'Consumers' perceived risks associated with Purchasing on a branded website: the mediating effect of brand knowledge', *South African Journal of Business Management*, 42(1): 45-54
- Cunningham, M.S. (1967). *Perceived risk and brand loyalty, in risk taking and information: Handling in consumer behavior*, Cambridge, MA: Harvar University Press
- Featherman, M. S. & Wells, J. D. (2010). *The intangibility of e-services: Effects on perceived risk and acceptance*. ACM SIGMIS Database, 41(2), 110-131.
- Martin, S. S., & Camarero C. (2008). Consumer trust to a web site: moderating effect of attitudes toward online shopping [Electronics version]. *CyberPsychology & Behavior*, 11(5), 549-554.
- Mohd Fazli Mohd Sam and Md Nor Hayati Tahir (2009). "Website Quality and Consumer Online Purchase Intention of Air tickets". *International Journal of Basic & Applied Sciences IJBAS-IJENS* 9(10): 4-9
- Parasuraman. (2005). *E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. University of Miami, North Carolina.

- Ruiz-Mafe,C.,Sanz-Blas and Manzano (2009). *Drivers and Barriers to Online Airline Ticket Purchasing*. Journal of Air Transport Management
- Tung-Hsuan Liu. (2012). *Effect of E-service Quality on Customer Online Repurchase Intentions*. Lynn University.
- Zheng, L., Favier, M., Huang, P. & Coat, F. (2012). *Chinese Consumer Perceived Risk and Risk Relievers in E-Shopping for Clothing*. Journal of Electronic Commerce Research, 13(3), 255-274
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of user adoption of location-based services [Electronics version]. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(1), 25-39.

ภาคผนวก ก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงบริการออนไลน์ของผู้บริโภค

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงบริการออนไลน์ โดยมีรายละเอียดคำถามดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์

ตอนที่ 3 คุณภาพของการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์

ตอนที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค

ท่านเคยใช้บริการสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์หรือไม่

- 1.เคยใช้บริการ (กรุณาพลิกทำแบบสอบถามหน้าถัดไป)
 - 2.ไม่เคยใช้บริการ (จบแบบสอบถาม ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ)
-

ตอนที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการเติม ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

- 1.ชาย 2.หญิง

2. อายุ

- 1.อายุน้อยกว่า 18 ปี 2.อายุ 18-25 ปี
 3.อายุ 26-35 ปี 4.อายุ 36-45 ปี
 5.อายุ 46 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษา

- 1.ต่ำกว่ามัธยมต้น 2.มัธยมต้น
 3.มัธยมปลาย / ปวช. 4.ปวส.
 5.ปริญญาตรี 6.สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1.รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 2.พนักงานบริษัท / ห้าง / ร้าน
 3.ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
 4.อาชีพอิสระ
 5.อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.ต่ำกว่า 10,000 บาท
 2.10,001-20,000 บาท
 3.20,001-30,000 บาท
 4.30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การเติม ✓ ลงในช่อง

1. ท่านเคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยเฉลี่ยมากน้อยเพียงใด (ต่อปี)

1. 1-4 ครั้ง 2. 5-9 ครั้ง
3. 10-14 ครั้ง 4. 15 ครั้งขึ้นไป

2. ปกติท่านใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สายการบินใด

1. การบินไทย 2. ไทยแอร์เอเชีย
3. นกแอร์ 4. ไทยไลอ้อนแอร์
5. สายการบินอื่นๆ

3. อุปกรณ์ที่ท่านใช้ในการดูรายละเอียดของบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

1. คอมพิวเตอร์ 2. โทรศัพท์มือถือ
3. แท็บเล็ต 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านนิยมใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ใด

1. เว็บไซต์ 2. แอปพลิเคชัน
3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านนิยมชำระค่าบริการที่ซื้อผ่านทางบริการของอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินช่องทางใด

1. อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง 2. บัตรเครดิต/บัตรเดบิต
3. ชำระเงินที่เคาน์เตอร์ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3

คุณภาพของการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

คำชี้แจง ประโยคต่อไปนี้เป็นคำถามที่แสดงถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการออนไลน์เกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยกำหนดคุณภาพของบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบ ออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
1.ด้านความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)					
1. ท่านคิดว่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินง่ายต่อการค้นหาของท่าน					
2. ท่านสามารถเข้าถึงหน้าจอ/ระบบงานต่างๆ ภายในบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินได้โดยง่าย					
3. ท่านสามารถใช้บริการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินได้อย่างสมบูรณ์จนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ท่านต้องการ					
4. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินแสดงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้องตามการเรียกใช้และมีการจัดเรียงข้อมูลที่เหมาะสม					
5. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมี					

ปัจจัยกำหนดคุณภาพของบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบ ออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว					
6.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมี ความง่ายต่อการใช้งาน					
7.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สามารถดำเนินการธุรกรรมอย่างรวดเร็ว					
8.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมีการ ออกแบบและจัดวางรูปแบบโครงสร้างไว้ อย่างดี เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน					
2.ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment)					
1. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ ของท่าน					
2.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สามารถนำเสนอผลลัพธ์ตามระยะเวลาที่ เหมาะสม					
3.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สามารถนำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอได้ อย่างรวดเร็ว					
4. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					

ปัจจัยกำหนดคุณภาพของบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบ ออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
สามารถนำส่งผลลัพธ์ตามการร้องขอของ ท่านได้					
5. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สามารถนำเสนอบริการที่สามารถรองรับได้					
6. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน นำเสนอผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือ					
7. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมี ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงาน มีความถูกต้อง แม่นยำ					
3.ด้านความสามารถของระบบ (System Availability)					
1. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมี ความพร้อมใช้งานอยู่เสมอโดยผู้ใช้งาน สามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา					
2. บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน สามารถแสดงผล/ กำหนดได้อย่างถูกต้อง					
3. ระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการ บินไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน					
4. หน้าจอของบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสาย					

ปัจจัยกำหนดคุณภาพของบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบ ออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
การบินไม่หยุดนิ่งระหว่างการใช้งาน					
4.ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)					
1.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินไม่ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานให้กับ ผู้อื่น โดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้งาน					
2.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินไม่ เผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่ เกี่ยวข้อง					
3.บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ระบบการรักษาความปลอดภัย สามารถ ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล/ ข้อมูลพฤติกรรม การใช้งานของผู้ใช้งานจากการเข้าไปใช้โดย ไม่ได้รับอนุญาต					

ส่วนที่ 4

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคดังนี้

แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ ของผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
● ความเสี่ยงด้านหน้าที่					
1. ท่านมีความกังวลว่าบริการที่ท่านได้รับมา จะไม่เหมือนกับบริการที่แสดงไว้บนบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
2. ท่านจะไม่พอใจหากการบริการของสาย การบิน ไม่เป็นอย่างที่ท่านหวังไว้เหมือนที่ บอกในบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการ บิน					
3. มีความกังวลว่าจะแนบของการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินที่ได้รับรอง ในเว็บไซต์ ไม่ตรงกับคุณภาพของการ บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินที่ เกิดขึ้นจริง					

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ ของผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
<ul style="list-style-type: none"> ● ความเสี่ยงด้านกายภาพ 					
1. ท่านคิดว่าการเมื่อใช้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจะทำให้					
สายตาของท่านมีปัญหา เพราะจากการดูหน้าจอคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆบ่อยในระหว่างการใช้บริการ					
2. ท่านมีความกังวลว่าคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนจะติดไวรัสในขณะที่กำลังใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
3. ท่านมีความกังวลว่าท่านจะเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ (อาการปวดข้อมือที่เกิดจากการใช้งานแป้นพิมพ์หรือเมาส์) ในขณะที่กำลังใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
4. ท่านมีความกังวลในขณะที่กำลังใช้บริการผ่านบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน อาจนำไปสู่อาการปวดหลัง เมื่อนั่งอยู่ในด้านหน้าคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ					

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ ของผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
<ul style="list-style-type: none"> ● ความเสี่ยงด้านการเงิน 					
1.เมื่อท่านต้องการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ท่านจะรู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อต้องให้หมายเลขบัตรเครดิตกับบริการ					
อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
2. ท่านอาจจะไม่ได้รับบริการจากสายการบิน แม้ว่าท่านจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม					
3. ท่านมีความกังวลว่าการใช้บริการของสายการบินจะทำให้ท่านต้องจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่าความเป็นจริง					
4. ท่านมีความกังวลว่ารายละเอียดทางการเงิน อาจจะไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างเพียงพอ ถ้าท่านใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
<ul style="list-style-type: none"> ● ความเสี่ยงด้านสังคม 					
1.การใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจะทำให้ท่านรู้สึกภูมิใจในตัวเองลดลง					

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ ของผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
2.เพื่อนๆของท่านจะคิดว่าท่านไม่เท่เมื่อ ท่านใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการ บิน					
3.เพื่อนของท่านจะคิดว่าท่าน ไร้อวดเมื่อท่าน ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
4. .เพื่อนๆ ของท่านจะไม่มีทางชักชวนให้ ท่านใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
<ul style="list-style-type: none"> ● ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา 					
1.ท่านคิดว่าใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสาย การบินจะไม่เข้ากับภาพลักษณ์ของตัวท่าน					
2.ท่านคิดว่าการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของ สายการบินเป็นเหตุให้ท่านเครียดโดยที่ไม่ จำเป็น					
3.ท่านรู้สึกไม่สบายใจ เมื่อต้องใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
4.ท่านคิดว่าการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของ สายการบินจะทำให้ท่านอยู่ห่างออกมาจาก สังคมมากขึ้น (เช่น ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน จึงทำให้พบปะผู้คน น้อยลง)					
<ul style="list-style-type: none"> ● ความเสี่ยงด้านเวลา 					

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ ของผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
1. ท่านกลัวว่าเมื่อท่านใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ท่านจะไม่ได้ ใช้บริการในระยะเวลาที่กำหนด					
2. ท่านกังวลเกี่ยวกับความล่าช้าของบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเมื่อท่านได้ใช้ บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
3. ท่านกังวลว่าเมื่อท่านต้องการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอาจจะไม่มี บริการในวันที่ท่านต้องการบริการ					
4. ท่านกังวลมันอาจจะใช้เวลานานเกินไปถ้า ท่านต้องการจะเปลี่ยนบริการจากการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน					
5. ท่านกังวลว่าการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของ สายการบินจะทำให้ท่านเสียเวลามากกว่าเดิม					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นาย ทศน์พล แสงสี	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	5710522012	
วุฒิการศึกษา		
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วศ.บ (วิศวกรรมเครื่องกล)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2555

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

วิศวกรออกแบบ สายงานช่างธรรมชาติ บริษัทพรีเมียร์ซิสเต็มเอ็นจิเนียริง จำกัด