

กนกรัตน์ นิมิติ: การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสารผ่านช่องทางออนไลน์ภายในตลาด
อินโดจีนของสายการบินแอร์เอเชีย(OPTIONAL DISTRIBUTION CHANNELS DEVELOPMENT
FOR INDOCHINA MARKET OF AIRASIA)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.กนก สารสิทธิ์ธรรม, 182 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้และพัฒนา
เสนอแนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสารผ่านช่องทางออนไลน์ภายในตลาด
อินโดจีนของสายการบินแอร์เอเชีย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ใช้บริการและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องและ
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสารในตลาดอินโดจีน
จำนวน 400 คน และ 4 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยใช้แบบสอบถามและแบบ
สัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลของการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย
ตัวโดยสารผ่านช่องทางออนไลน์ภายในตลาดอินโดจีนด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน
มีความเหมาะสมในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้าน
ผลิตภัณฑ์โดยมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย สนับสนุนตัวโดยสารเพื่อ
การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เฉพาะ 2) พฤติกรรมการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสารผ่าน
ช่องทางออนไลน์ภายในตลาดอินโดจีนพบว่าประชากรส่วนใหญ่สำรองที่นั่งผ่านตัวแทนจำหน่าย
ตัวเครื่องบินทั่วไป นิยมใช้เงินสดในการชำระค่าตัวโดยสาร และเลือกใช้ช่องทางการชำระเงิน
ต่าง ๆ เนื่องจากได้รับความสะดวกและความปลอดภัย 3) แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย
ตัวโดยสารผ่านช่องทางออนไลน์พบว่า ควรปรับอัตราค่าโดยสารให้เท่ากันในทุกช่องทางการ
จัดจำหน่ายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นสนับสนุนการสร้างโปรโมชันของบริการเสริมสร้างพันธมิตร
กับสินค้าที่ร่วมรายการและสร้างพันธมิตรในรูปแบบของธนาคารที่มีนโยบายในการสร้างความ
แข็งแกร่งของการพัฒนาช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความสามารถในการ
แข่งขันไปพร้อม ๆ กับพฤติกรรมการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีการ
เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

สาขาวิชาการจัดการการบิน

ปีการศึกษา 2562

ลายมือชื่อนักศึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

KANOKRAT CHIMDEE: ONLINE DISTRIBUTION CHANNELS DEVELOPMENT FOR
INDOCHINA MARKET OF AIRASIA

THESIS ADVISOR: KANOK SARSITHITHUM, Tech. Ed. D., 182 PP

This study was aimed to find out the factors that have an effect on the development of an on-line distribution channels for Indochina market of Airasia. The sample group were 400 service users and experienced operators involved in the management of online distribution channels of Indochina markets. The questionnaire and interview were used to gather the data. The result indicated that 1) the factors resulting in the development of online distribution channels for Indochina market were dependent on its marketing mix as follows: promotion, places, prices and products. It was suggested to increase the payment channels to serve the specific purpose of travel; 2) the behavior of ticket selling channels of online distribution of Indochina market, it was found out that the majority of the population reserved the seats through the agencies by paying in cash because of convenience and safety. Regarding the guideline of developing the online ticket selling, it was suggested that the airfare needs to be the same price in every channel in order to create the consumers' confidence, to build up a good network in cooperation with other products including the banks that have for their policy of strengthening the development of online payment. In addition, the competitive capacity can be developed depending on the behavior of the on-line distribution that always changes.

Aviation Management

Academic Year 2019

Student's signature_____

Advisor's signature_____

Co-Advisor's signature_____