Title	FACTORS DETERMINING CUSTOMERS' ADOPTION PROCESS OF LOW COST AIRLINES
Author	Ramaimach Butsangdee
Advisor	Associate Professor Rosechongporn Komolsevin, Ph.D.
Co-Advisor	Associate Professor Santidhorn Pooripakdee, Ph.D.
Type of Degree	Thesis M.A. in International Tourism and Hotel Management (International Program), Naresuan University, 2007
Keywords	Low cost airlines, Adoption process, Characteristics of adopter, Marketing communication process

ABSTRACT

There is the high competition of low cost airlines industry in Southeast Asia, especially in Thailand, such as AirAsia, Tiger Airways, Nok Air, etc. In more detail, the thesis focus on the low cost airlines service as innovation and the factor of customer determining to adopt low cost airlines. The survey was conducted to collect data from 400 passengers who travel with low cost airlines. It was found that there were various factors affecting customers' decision making to adopt the service of low cost airlines. The finding found most of passengers who adopt low cost airlines service are female, aging between 16-30 years old, with the bachelor degree. The media affecting their adoption are television, newspaper, internet and travel magazine. Three reasons to fly with low cost airlines are saving-money, getting new experience, and no more alternative choice. This research found that the most important characteristics of low cost airline as innovation lead the passengers to adopt low cost airlines are relative advantage, compatibility and observability. The adopter characteristics are isolated/ conservative styles, bargain seeker, brand orientation, and less appearance consciousness.

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมใหม่ของสายการบินต้นทุนต่ำ

ผู้วิจัย รมัยมาศ บุตรแสงดี

ประธานที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.รสชงพร โกมลเสวิน

กรรมการที่ปรึกษา ดร.สันติธร ภูริภักดี

ประเภทสารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมหลักสูตรนานาชาติ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550

คำสำคัญ สายการบินต้นทุนต่ำ กระบวนการการยอมรับนวัตกรรม ลักษณะเฉพาะบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรมใหม่ กระบวนการสื่อสาร

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันมีการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำสูงมากทั้งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย อาทิ สายการบินแอร์เอเชีย, สายการบินไทเกอร์แอร์เวย์, สายการบินนกแอร์ และสายการบินอื่นๆ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมใหม่ของสายการบินต้นทุนต่ำ จากการศึกษาพบว่าผู้โดยสารที่ยอมรับการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยเฉลี่ยอายุระหว่าง 16-30 ปี และมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน โดยนิยมรับข่าวสารของสายการบินจาก โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต และ วารสารการท่องเที่ยว สาเหตุที่ทำให้ผู้โดยสารยอมรับการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากเห็นประโยชน์ของสายการบิน เหมาะสมกับชีวิตความเป็นอยู่ และสามารถที่จะค้นคว้าข้อมูลได้ง่าย

จากงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยค้นพบว่าลักษณะเฉพาะของผู้โดยสารที่ยอมรับนวัตกรรมของสายการบินต้นทุนต่ำนั้นจะมีลักษณะเด่นดังนี้ 1) สนใจต่อความต้องการของตนเอง (Appearance Consciousness), 2) ชอบต่อรองราคาก่อนซื้อสินค้า (Bargain seeker), 3) เลือกซื้อสินค้าโดยดูจากยี่ห้อของสินค้ามาเป็นอันดับแรก (Brand orientation)