



การศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย
ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

The Study of Information Technology in Selling Air Ticket from Agents in Pattaya City

วรรณมนต์ สันติศิริ

สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, wsantisiri@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี 2) เพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในธุรกิจการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี วิธีดำเนินงานวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ วิธีสัมภาษณ์ (Interview) โดยสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ผลการวิจัยพบว่าตัวแทนจำหน่ายใช้ระบบ Amadeus มากที่สุด รองลงมาคือระบบ Galileo และระบบ Abacus โดยมีลักษณะระบบในการติดตั้งฟรี เมื่อสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายต้องเข้าอบรม Software ก่อนการใช้งาน มีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง ไม่มีอายุการใช้งานตราบนานเท่าที่ตัวแทนจำหน่ายยังเป็นสมาชิกอยู่

กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 1 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าประจำและกรุ๊ปทัวร์ ที่กลับมาใช้บริการซ้ำ โดยตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินนั้นจะใช้ทฤษฎีการขายเน้นการเอาใจใส่ลูกค้าผ่านช่องทาง Social Network และ Email โดยให้ความสนใจลูกค้าประจำพิเศษ เน้นการอำนวยความสะดวกอยู่เสมอเพื่อให้เกิดการตกลงใจซื้อ มีช่องทางการชำระเงินรองรับหลายรูปแบบและการติดตามความพึงพอใจบริการหลังการขาย กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติมาใช้บริการในรูปแบบนักท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายจะใช้ทฤษฎีการขายที่เน้นเอาใจลูกค้าเช่นเดียวกับกลุ่มลูกค้าประจำและกรุ๊ปทัวร์ จำหน่ายตั๋วที่พัก โรงแรม รถเช่า แบบครบวงจร กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าขาจร (Walk-In) เป็นกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในลักษณะสอบถามราคาเพื่อเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายกับราคาตั๋วเครื่องบินผ่าน Application ของตนเองหากพบว่ามียาราคาตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายมีราคาถูกกว่าก็จะทำการใช้บริการเป็นครั้งคราวเท่านั้น

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศ, ตัวแทนจำหน่าย, ตั๋วเครื่องบิน

ABSTRACT

The study of information technology in selling ticket via agents in Pattaya City, Chonburi province has objective 1) to study information technology in selling ticket via agents in Pattaya City, Chonburi province 2) to analyze customer in selling ticket via agent in Pattaya City, Chonburi province. The method in collocate data is interview by use sample random sampling and choose sample by snowball sampling method, the sampling has 12 sampling which registered in Yellow Page Pattaya and Tourism Authority of Thailand (TAT). Result has found that Amadeus system is the most population system next one is Galileo and Abacus respectively. All system that



mentioned are free of charge when agent apply to be a distributor but agent must training before selling and must maintenance and keep always update, in issue tickets via agents can issue more than 120 airlines

The first group of customers is almost loyalty customers and group tour who repeat to purchase the ticket. Agents use customer – orientate method via social network and E-mail to achieve customer’s satisfaction. Payment method can be done by cash, credit card and bill within 30 days with after sale service. The second group of customers is foreigner in Russian and Europe who is Traveler agents by use customer - orientate the same as loyalty customer and group tour but agents will improve in English and Russian language and agent will provide hotel and rent car for complete customer’s need and the third group of customer is walk- in customers who will come for ask price for compare ticket price with price from in smart application after they found the ticket price from is cheaper they will by form agents

Keywords: Information Technology, Agents, Air Ticket

1. บทนำ

ปัจจุบันแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทหลายภาคส่วนและในธุรกิจ ยังนำมาใช้เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างธุรกิจทางด้านสายการบิน ยังนำระบบการสำรอง ที่นั่งของสายการบินมาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งตัวแทนจำหน่ายตั๋วได้เข้ามามีบทบาทและ มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อที่นั่งของสายการบินมากขึ้นกับระบบสำรองที่นั่งผ่านคอมพิวเตอร์ (Computerize Reservation System: CRS) ที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในภาคพื้นยุโรป คือ ระบบอะมาเดอุส (Amadeus) แต่ละสายการบินมีระบบสำรองที่นั่งแตกต่างกัน ทำให้มีการล้มละลายของแต่ละสายการบินขึ้น มีการสำรองที่นั่งสายการบินเพื่อเปิด การเชื่อมต่อกับตัวแทนจำหน่ายตั๋วและปิดกั้นคู่แข่งโดยให้ลูกค้าทำสัญญาการเดินทางในการจองตั๋วบริการความสะดวกให้ตัวแทนจำหน่ายตั๋วสามารถเช่ารถและจองห้องพักของ โรงแรมให้ลูกค้าได้ รูปแบบสารสนเทศที่นำมาใช้วิธีจองผ่านระบบจองตั๋วเครื่องบินมีอยู่ 2 ระบบซึ่งใช้กันในทุกสาย การบินในประเทศไทย 1) ระบบ Amadeus มีความสะดวกมากไม่ต้องกรอกข้อมูลมากมายแค่ชื่อนามสกุล ก็เพียงพอแล้ว การจ่ายเงินผ่าน EPAY ในระบบโดยใช้บัตรเครดิต หลังจากได้รับการอนุมัติ ในเวลาเพียงไม่กี่วินาทีก็สามารถใช้ได้เลย 2) ระบบ Abacus สามารถเช็คราคาได้ล่วงหน้าและจองราคา promotion ของทางสายการบินได้แต่ยังคงต้องกรอกข้อมูลผู้โดยสารเหมือนใน website การจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิตและต้องรอกการยืนยันจากทางสายการบินผ่าน อีเมลล์ เท่าที่ใช้มายังไม่เคยเจอปัญหาอีกเช่นกันใน การจองผ่านระบบนี้แต่ต้องทำการจองภายใน 24 ชั่วโมงซึ่งเป็นการจองแบบ E-ticket (Electronic Ticket) หรือจองผ่านระบบออนไลน์ การจองตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) วิธีการจองตั๋วโดยสารและการชำระเงินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยผ่านระบบสารสนเทศทำให้มีหลายช่องทางในการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว

การจองตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) วิธีการจองตั๋วโดยสารและการชำระเงินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยผ่านระบบสารสนเทศ ทำให้มีหลายช่องทางในการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วในแต่ละสายการบินมีช่องทางในการจองตั๋วเครื่องบินในปัจจุบันมีดังนี้ 1) การจองผ่านเว็บไซต์บนคอมพิวเตอร์ (Computer) 2) การจองผ่าน เว็บไซต์บนมือถือ (Mobile) 3) การจองผ่านคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) 4) การจองผ่านเคาเตอร์สนามบิน (Counter Airline) 5) การจองผ่านแอปพลิเคชัน (Application) 6) การจอง



ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) จากฐานข้อมูลจังหวัดภาคตะวันออก ด้านการท่องเที่ยวของข้อมูลด้านเศรษฐกิจพบว่า จังหวัดชลบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของผู้มาเยี่ยมชมเยือน (นักท่องเที่ยวชาวไทย) จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ค่าใช้จ่ายหมวด	นักท่องเที่ยว			ผู้เยี่ยมชมเยือน		
	2558	2557	%Change	2558	2557	%Change
1. ค่าที่พัก	780.73	720.47	+ 8.36	711.77	665.57	+ 6.94
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	777.73	710.90	+ 9.40	761.64	700.38	+ 8.75
3. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	581.72	507.22	+ 14.69	560.24	492.99	+ 13.64
4. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	581.17	499.04	+ 16.46	549.84	477.60	+ 15.13
5. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	213.75	198.56	+ 7.65	212.41	194.28	+ 9.33
6. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	268.04	256.44	+ 4.52	260.40	249.53	+ 4.36
7. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	131.09	125.87	+ 4.15	128.63	123.57	+ 4.09
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	3,334.23	3,018.50	+ 10.46	3,184.93	2,903.92	+ 9.68

ที่มา : การท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2558 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด)

นอกจากจังหวัดชลบุรีจะเป็นจังหวัดที่มีอัตราการท่องเที่ยวสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของภาคตะวันออกแล้วนั้น ปัจจัยสำคัญหนึ่งในนั้นคือ จังหวัดชลบุรีมีเขตปกครองพิเศษ ได้แก่ เมืองพัทยาเป็นเขตปกครองพิเศษแห่งหนึ่งในเขตจังหวัดชลบุรี มีระดับเทียบเท่าเทศบาลนคร จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีหาดทรายและชายทะเลซึ่งมีชื่อเสียงระดับนานาชาติอยู่ในความดูแลและรับผิดชอบขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นบริเวณที่มีธุรกิจบริการบริการหนาแน่น ทั้งแหล่งอาหาร เครื่องดื่ม ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนแหล่งบันเทิงเริงรมย์ต่าง ๆ มากมาย และบริเวณใกล้เคียงตัวเมืองพัทยายังเต็มไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยวหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้ตื่นตาตื่นใจจึงมีการจัดทำทัวร์แพ็คเกจไว้คอยบริการ อย่างครบวงจร ทั้งการจองโรงแรม การเช่ารถ แลกเงิน และการจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (Agent) (เมืองพัทยา.<http://www.pattaya.go.th/history/> ประวัติเมืองพัทยา (ออนไลน์) [เข้าถึง] 16 มีนาคม 2560

ปัจจุบันได้มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีในรูปแบบ การท่องเที่ยวยุค 4.0 ซึ่งเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบนฐานนวัตกรรม ที่ต้องทำการตลาดสมัยใหม่ เช่น ผ่านทางแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีผลต่อตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินในพัทยาลดลง จากการถูกพัฒนาของระบบสารสนเทศให้มีความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการใช้บริการ ในการจองตั๋วผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น แต่จากการสำรวจพบว่า ในการลงพื้นที่ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา ยังพบว่าธุรกิจตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินยังคงมีอยู่จำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยจังหวัดชลบุรี โดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับระบบสารสนเทศของตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (Agent) ในเมืองพัทยาเพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับผลกระทบของระบบสารสนเทศผ่านตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยาและวิเคราะห์ผลกระทบและกลุ่มลูกค้าในเขตปกครองพิเศษ เมืองพัทยา จ.ชลบุรี



2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี
- 2) เพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในธุรกิจการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 ฐานข้อมูลของกลุ่มผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูล

กลุ่มผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง (Agents) ที่ดำเนินธุรกิจผ่านระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างที่จดทะเบียนใน Yellow Page Pattaya Travel และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา) ทั้งหมด 17 (Agents) และเลือกใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ในการเก็บข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ (Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ตอน

- 1) แบบสัมภาษณ์ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
- 2) การสัมภาษณ์ข้อมูลระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย
- 3) แบบสัมภาษณ์ตอนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ทฤษฎีดังต่อไปนี้
 - ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory)
 - ทฤษฎีด้านผสมทางการตลาด (4P's Theory)
- 4) การสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเชิงพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบินผ่านตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน

3.3 การรวบรวมข้อมูล

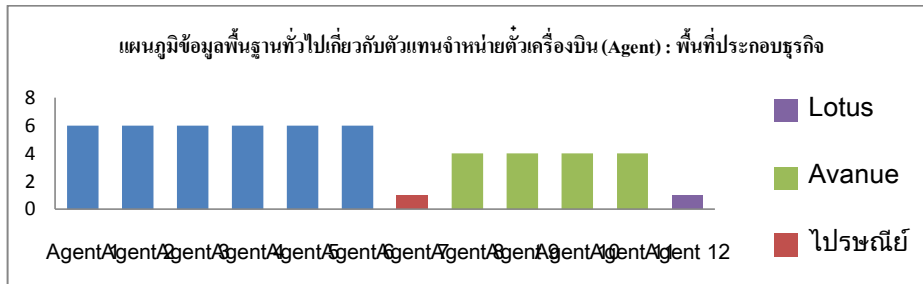
ทางกลุ่มผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและทบทวนเอกสารรวมทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ หัวข้องานวิจัย การศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดแนวคิด และการออกแบบเครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 1) ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ และระบบสารสนเทศในการจำหน่าย ตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย
- 2) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย
 - ระบบ Amadeu
 - ระบบ Abacus
- 3) เลือกวิเคราะห์ทฤษฎีที่เหมาะสมกับหัวข้องานวิจัยเรื่อง การศึกษาระบบสารสนเทศ ในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา โดยเลือกใช้ทฤษฎีดังนี้
 - ทฤษฎี Agency Theory
 - ทฤษฎี AIDAS Theory
 - ทฤษฎี 4Ps Theory



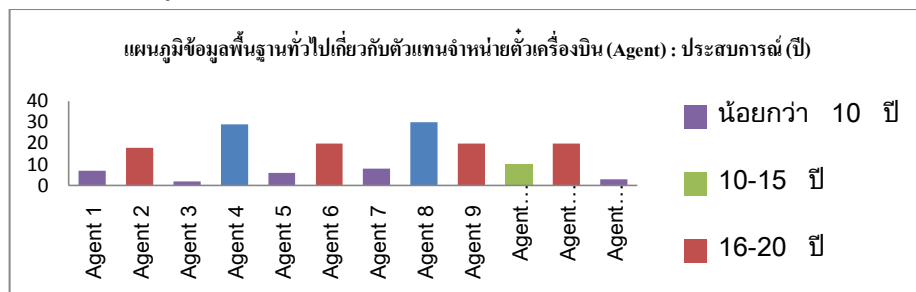
4. ผลการวิจัย

กราฟที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent)



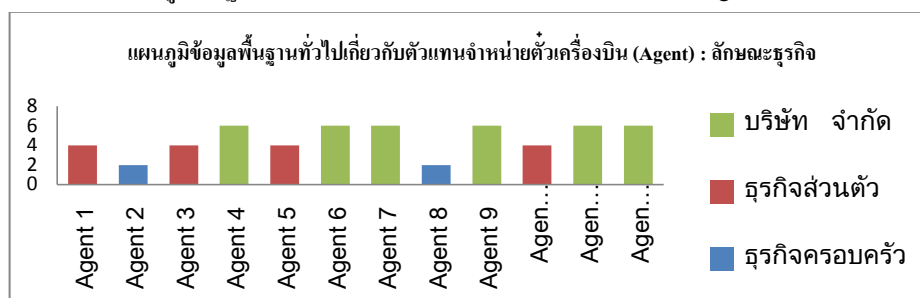
จากกราฟที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน พบว่า มีจำนวน 12 Agents ที่ทำการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ที่พหยาได้ ซอยบัวขาว 6 Agents ซอยไปรษณีย์ 4 Agents อีก 2 Agents อยู่ในส่วนของ Avenue และ Tesco Lotus

กราฟที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent)



จากกราฟที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent) พบว่ามีประสบการณ์ประกอบธุรกิจ Agents มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ 30 ปี 29 ปี และ 20 ปีตามลำดับ

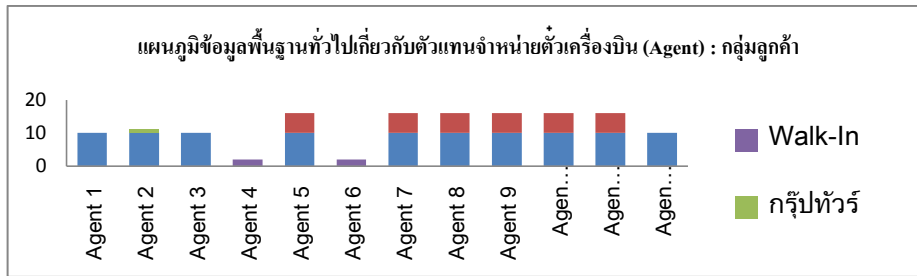
กราฟที่ 4.3 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent)



จากกราฟที่ 4.3 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent) พบว่า ลักษณะธุรกิจมากที่สุดเป็นแบบ บริษัทจำกัด 6 Agents ธุรกิจส่วนตัว 4 Agents และธุรกิจครอบครัว 2 Agents ตามลำดับ

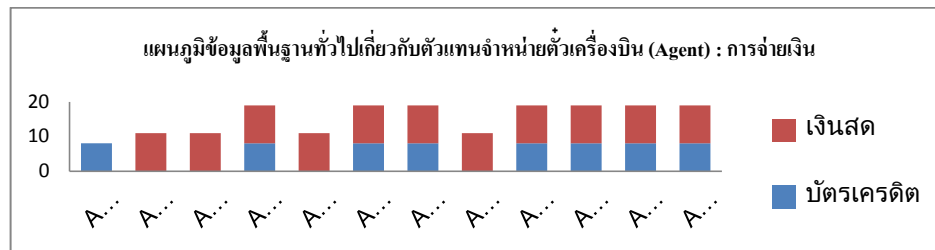


กราฟที่ 4.4 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตู้เครื่องบีน (Agent)



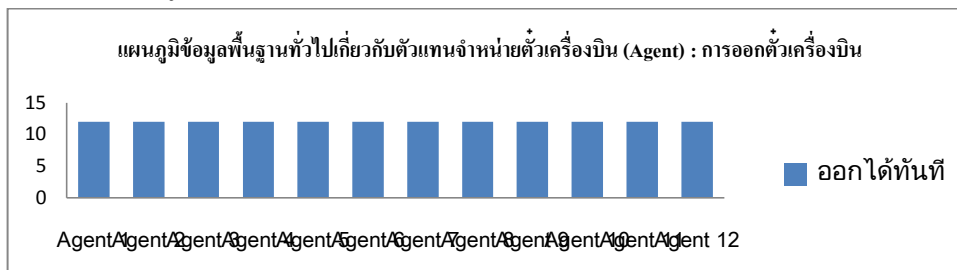
จากกราฟที่ 4.4 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตู้เครื่องบีน (Agent) พบว่า มีจำนวนลูกค้าชาวต่างชาติมากที่สุด 10 Agents ลูกค้าประจำ 6 Agents Walk-In 2 Agents และกรุ๊ปทัวร์ 1 Agents

กราฟที่ 4.5 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตู้เครื่องบีน (Agent)



จากกราฟที่ 4.5 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตู้เครื่องบีน (Agent) พบว่า มีการจ่ายด้วยเงินสดมากที่สุด 11 Agents และบัตรเครดิต 8 Agents ตามลำดับ

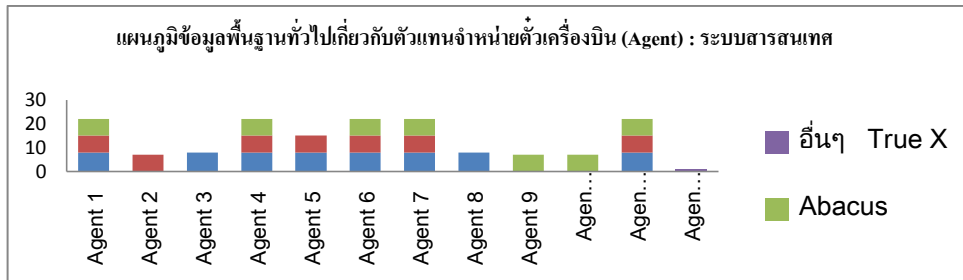
กราฟที่ 4.6 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตู้เครื่องบีน (Agent)



จากกราฟที่ 4.6 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตู้เครื่องบีน (Agent) พบว่า การออกตู้เครื่องบีนสามารถออกได้ทันทีทั้ง 12 Agents

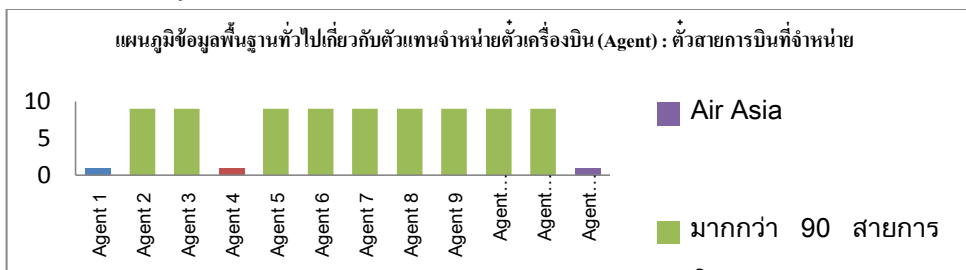


กราฟที่ 4.7 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent)



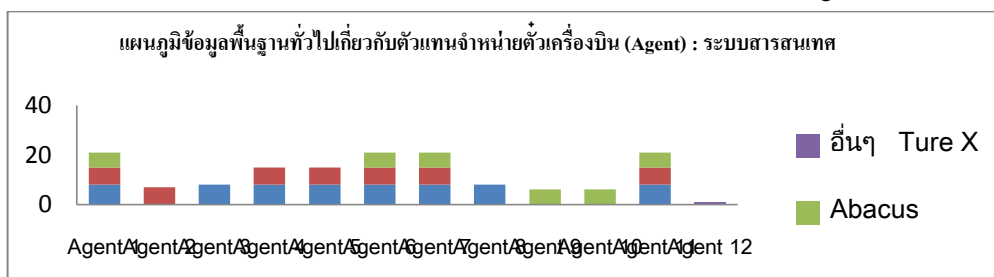
จากกราฟที่ 4.7 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent) พบว่า มีจำนวน Agents ที่เลือกใช้ระบบ Amadeus มากที่สุด 8 Agents ระบบ Galileo 7 Agents ระบบ Abacus 7 Agents และมี 1 Agents ที่ใช้ระบบอื่น (True X) ตามลำดับ

กราฟที่ 4.8 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน (Agent)



จากกราฟที่ 4.8 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน พบว่า ลักษณะการจำหน่ายตัวส่วนใหญ่มีมากกว่า 90 สายการบินชั้นนำ สามารถออกได้ทุกสายการบิน ตามลำดับ

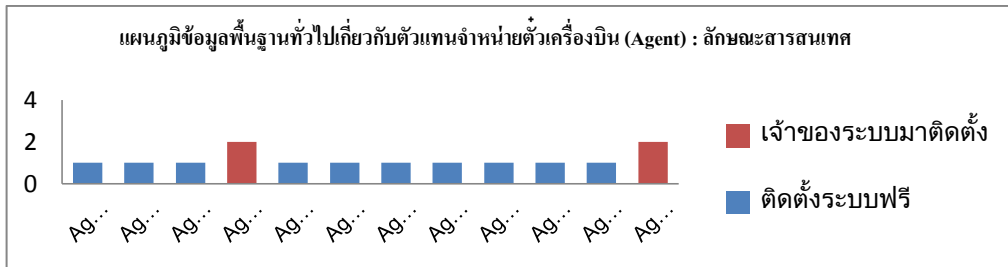
กราฟที่ 4.9 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



จากกราฟที่ 4.9 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า ระบบ Amadeus มีจำนวนใช้มากที่สุด 8 Agents ระบบ Galileo 7 Agents ระบบ Abacus 6 Agents และมี 1 Agents ที่ใช้ระบบอื่น (True X)

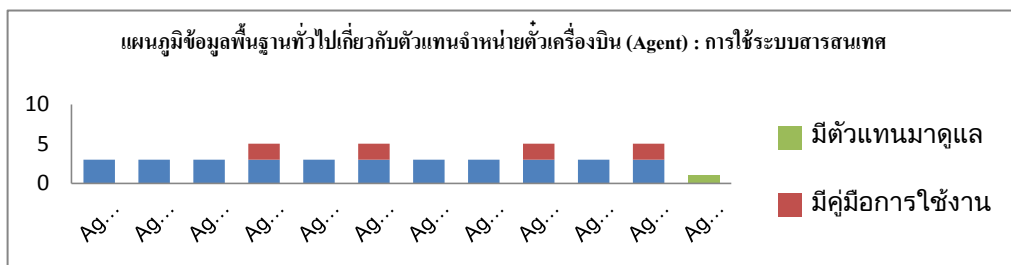


กราฟที่ 4.10 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



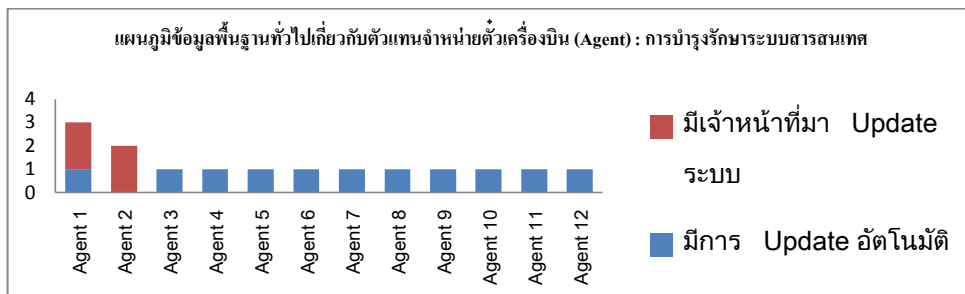
จากกราฟที่ 4.10 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจำหน่ายตัวเครื่องบินส่วนใหญ่ติดตั้งระบบฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย และมี 1 Agents ติดตั้งระบบจำหน่ายตัวเอง ตามลำดับ

กราฟที่ 4.11 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



จากกราฟที่ 4.11 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า มีการอบรม Software ก่อนการใช้งานมากที่สุด 11 Agents มีคู่มือให้ก่อนการใช้งาน 4 Agents และมี 1 Agents ที่มีตัวแทนมาดูแล ตามลำดับ

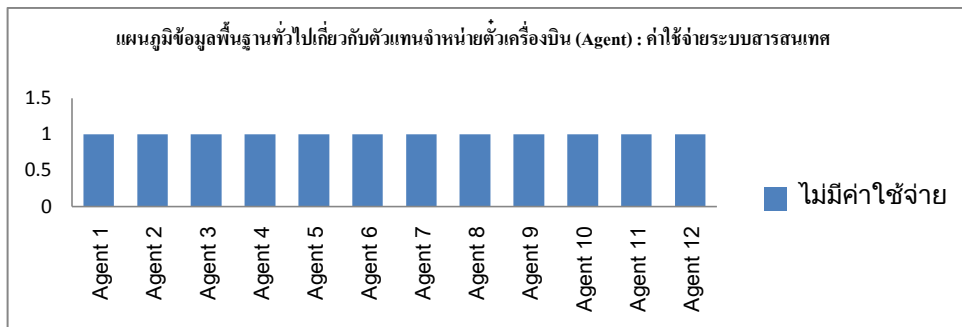
กราฟที่ 4.12 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



จากกราฟที่ 4.12 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจำหน่ายตัวเครื่องบินส่วนใหญ่มีการ Update ระบบเองอัตโนมัติ และมี 1 Agents ที่จะมีเจ้าหน้าที่มา update ระบบให้ก่อนการใช้งาน ตามลำดับ

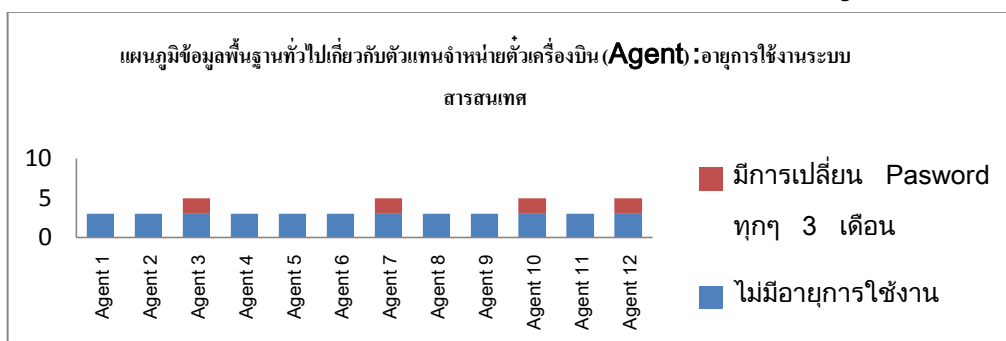


กราฟที่ 4.13 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



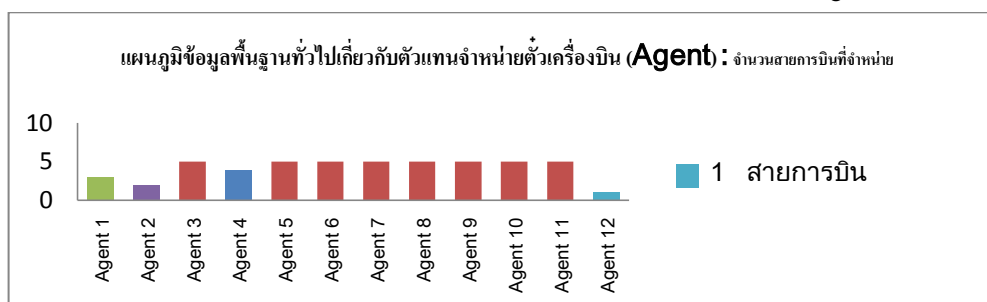
จากกราฟที่ 4.13 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน

กราฟที่ 4.14 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



จากกราฟที่ 4.14 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินส่วนใหญ่จำนวน 12 Agents ไม่มีอายุการใช้งานสามารถใช้งานได้ตลอดชีพ และมีจำนวน 4 Agents ที่จะต้องมีการเปลี่ยน Password ของระบบทุกๆ 3 เดือน

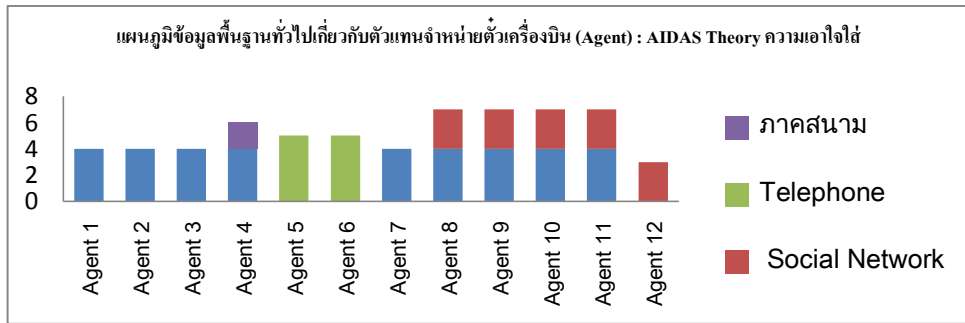
กราฟที่ 4.15 ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents)



จากกราฟที่ 4.15 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่าน Agents เมืองพัทยา พบว่า มีจำนวน 9 Agents ที่สามารถจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนได้มากกว่า 90 สายการบินทั่วโลก มี 1 Agents ที่สามารถจำหน่ายตั๋วเครื่องบินได้มากกว่า 120 สายการบินทั่วโลก มี 1 Agents ที่สามารถจำหน่ายตั๋วเครื่องบินได้ทุกสายการบินทั่วโลก มี 1 Agents สามารถจำหน่ายตั๋วเครื่องบินได้ 4 สายการบิน และมี 1 Agents ที่สามารถจำหน่ายตั๋วเครื่องบินได้เฉพาะ 1 สายการบินเท่านั้น

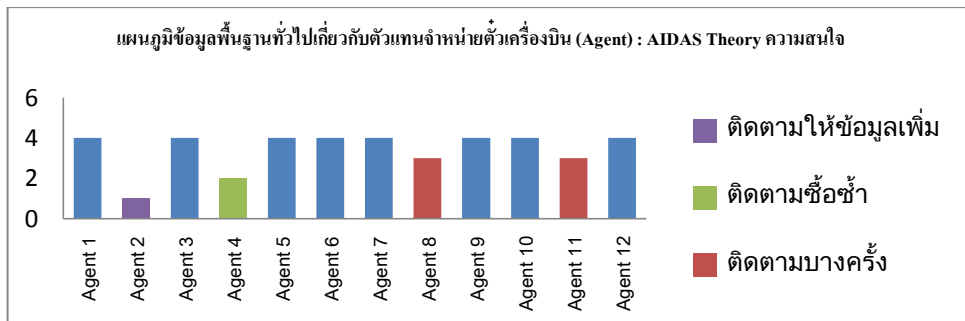


กราฟที่ 4.16 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) : ความเอาใจใส่



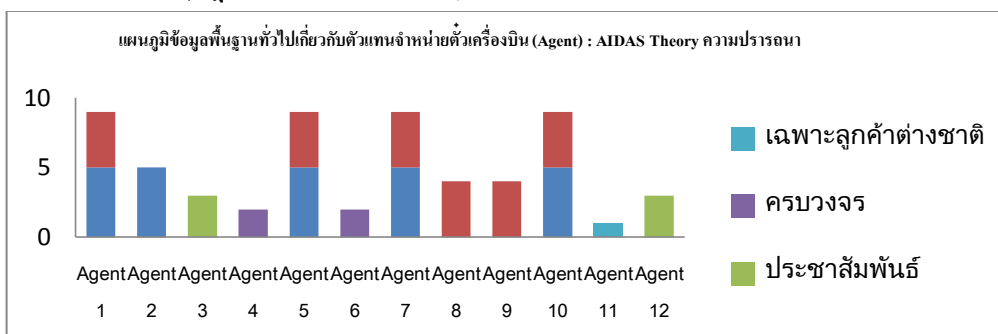
จากกราฟที่ 4.16 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) ตัวที่ 1 ความเอาใจใส่ (Attention) พบว่า มีจำนวน 4 Agents เลือกส่งข้อมูลตัวเครื่องบินให้กับลูกค้าทาง E-mail ติดตามลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ E-mail Social Network จำนวน 4 Agents ติดตามลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์จำนวน 2 Agentsติดตามลูกค้าทาง E-mail ภาคนาม จำนวน 1 Agents และติดตามลูกค้าผ่านทาง Social Network จำนวน 1 Agents ตามลำดับ

กราฟที่ 4.17 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) : ความสนใจ



จากกราฟที่ 4.17 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) ตัวที่ 2 ความสนใจ (Interest) พบว่า มีจำนวน 8 Agents มีการติดตามลูกค้าขึ้นข้อเสนอพิเศษ มีการติดตามลูกค้าเป็นบางครั้งจำนวน 2 Agents มีการติดตามลูกค้าเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อจำนวน 1 Agents และมีการแนะนำบริการลูกค้าว่ามีบริการด้านใดบ้างจำนวน 1 Agents ตามลำดับ

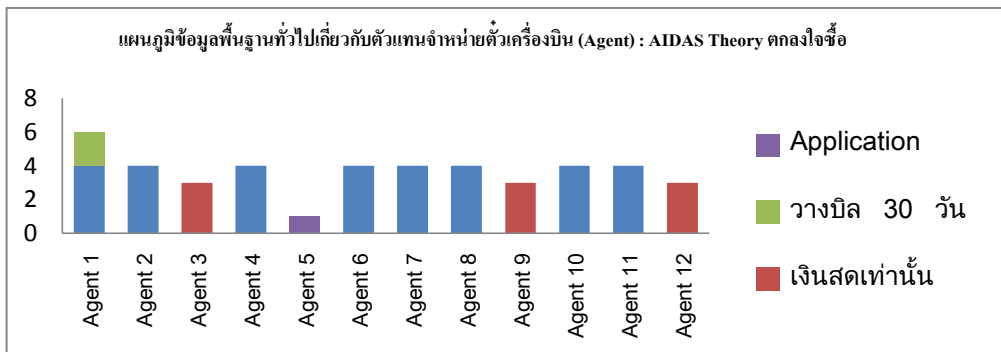
กราฟที่ 4.18 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) : ความปรารถนา



จากกราฟที่ 4.18 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) ตัวที่ 3 ความปรารถนา (Desire) พบว่า การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างชาติมีจำนวน 4 Agents การบริการที่รวดเร็วมีจำนวน 4 Agents การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามีจำนวน 3 Agents การประชาสัมพันธ์ป้ายหน้าร้านมีจำนวน 2 Agents และรองรับความต้องการในการจำหน่ายได้สูงสุดในเมืองพัทยาจำนวน 1 Agents ตามลำดับ

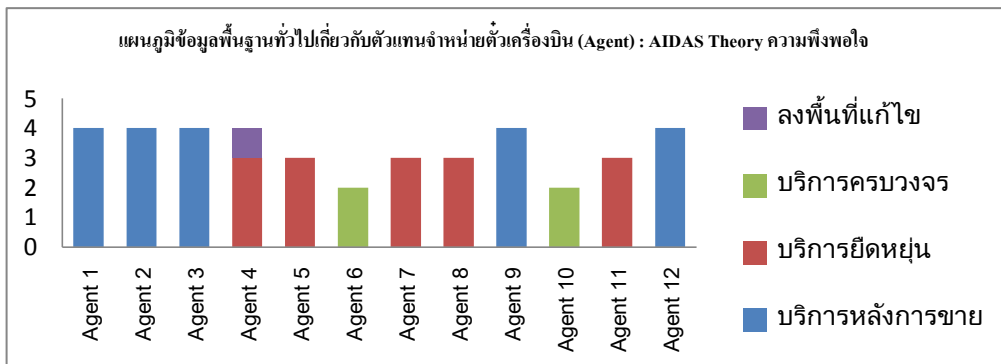


กราฟที่ 4.19 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) : ตกลงใจซื้อ



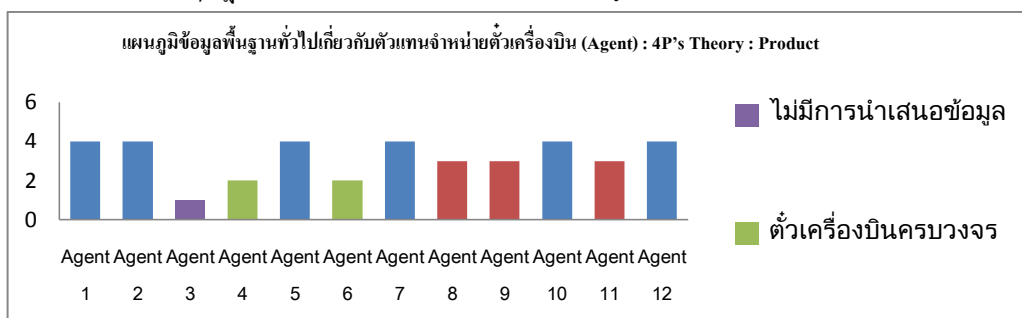
จากกราฟที่ 4.19 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) ตัวที่ 4 ตกลงใจซื้อ (Action) พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ตกลงใจซื้อชำระเงินด้วยบัตรเครดิต/เงินสด มีจำนวน 7 Agents ลูกค้าตกลงใจซื้อด้วยการชำระเป็นเงินสดจำนวน 3 Agents ลูกค้าตกลงใจซื้อด้วยการชำระเงินสด/วางบิล 30 วัน จำนวน 1 Agents และชำระเงินผ่านช่องทาง Application จำนวน 1 Agents ตามลำดับ

กราฟที่ 4.20 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) : ความพึงพอใจ



จากกราฟที่ 4.20 ทฤษฎีการขาย (AIDAS Theory) ตัวที่ 5 ความพึงพอใจ (Satisfaction) พบว่า มีจำนวน 5 Agents มีการบริการหลังการขาย มีการให้บริการลูกค้าในลักษณะยัดหยุนได้จำนวน 4 Agents มีการบริการที่ครบวงจรให้กับลูกค้าจำนวน 2 Agents และมีการลงพื้นที่แก้ไขการให้บริการจำนวน 1 Agents ตามลำดับ

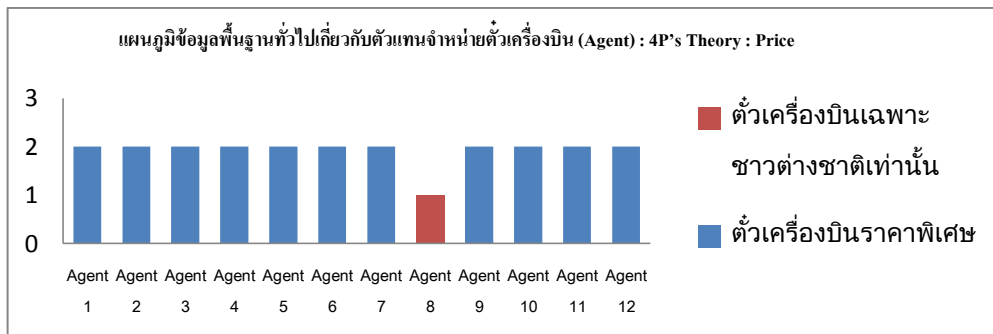
กราฟที่ 4.21 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Product



จากกราฟที่ 4.21 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Product พบว่า มีการนำเสนอข้อมูลตัวเครื่องบินให้กับลูกค้ามากที่สุด 6 Agents มีการให้ข้อมูลตัวเครื่องบินสำหรับชาวต่างชาติ 3 Agents มีการออกตัวเครื่องบินได้ครอบคลุมทุกฟังก์ชัน 2 Agents และมี 1 Agents ที่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลตัวเครื่องบิน ตามลำดับ

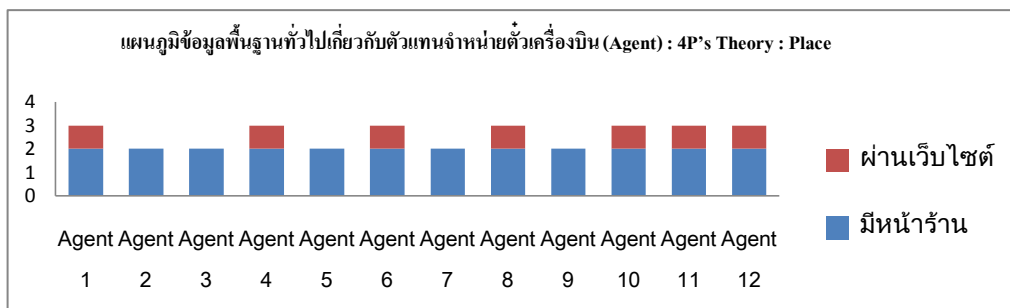


กราฟที่ 4.22 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Price



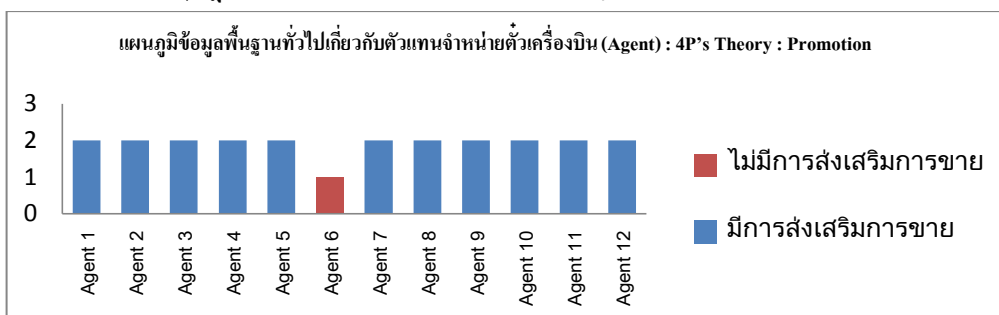
จากกราฟที่ 4.22 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Price พบว่า มีการแจ้ง ตัวเครื่องบินราคาพิเศษให้กับลูกค้าทั้งหมด 12 Agents และมี 1 Agents ที่มีการแจ้งราคาตัวเครื่องบิน ราคาพิเศษให้กับชาวต่างชาติเท่านั้น ตามลำดับ

กราฟที่ 4.23 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Place



จากกราฟที่ 4.23 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Place พบว่า มีการจัดจำหน่ายเป็นหน้าร้านทั้งหมด 12 Agents และมีการจัดจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ด้วย 7 Agents ตามลำดับ

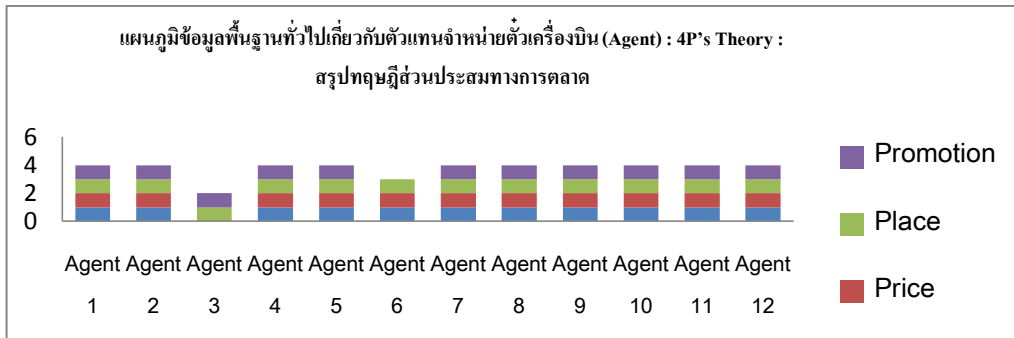
กราฟที่ 4.24 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Promotion



จากกราฟที่ 4.24 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) : Promotion พบว่า มีการส่งเสริมการขายตัวเครื่องบินให้กับลูกค้าเป็นส่วนมากมีจำนวน 11 Agents และมี 1 Agents ที่ไม่มีการส่งเสริมการขาย เนื่องจากนั้นลูกค้าขาจร (Walk-In)

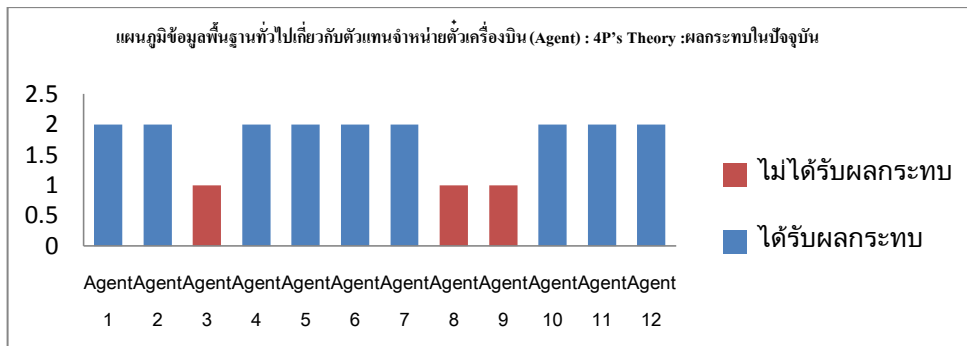


กราฟที่ 4.25 สรุปทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory)



จากกราฟที่ 4.25 สรุปทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (4P's Theory) พบว่า มีการใช้ทฤษฎีสี่ส่วนทางการตลาด (4P's Theory) ทั้งหมด 12 Agents กรอบทั้ง (4P's Theory) Product 11 Agents Price 11 Agents และ Promotion 11 Agents ตามลำดับ

กราฟที่ 4.26 สรุปข้อมูลผลกระทบในปัจจุบันในพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบิน



จากกราฟที่ 4.26 สรุปข้อมูลผลกระทบในปัจจุบันในพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบิน พบว่า มีจำนวน 9 Agents ที่ได้รับผลกระทบในปัจจุบันในการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบิน และมีจำนวน 3 Agents ที่ไม่มีผลกระทบในครั้งนี้

5. การอภิปรายผลและบทสรุป

ผลการศึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน จำนวน 12 Agent จดทะเบียนอยู่ใน Yellow Page Travel Pattaya และจดทะเบียนภายใต้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พื้นที่ประกอบธุรกิจการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents) อยู่ในพื้นที่พัทยาได้ เนื่องจากเป็นจุดศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย ธุรกิจการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents) มีประสบการณ์สูงสุด 30 ปี ลักษณะธุรกิจที่นิยมแบบ บริษัท จำกัด กลุ่มนิยมซื้อตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents) ด้วยการจ่ายเงินสดมากที่สุดและธุรกิจดังกล่าวนี้สามารถออกตัวเครื่องบินได้ทันที

ตามวัตถุประสงค์ข้อ 1) ศึกษาสารสนเทศในการจำหน่ายตัวเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agents) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจำหน่ายตัว



เครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา (พัทยาใต้) นั่นคือระบบ Amadeus มากที่สุด รองลงมาคือระบบ Galileo และระบบ Abacus โดยระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินมีลักษณะระบบในการติดตั้งระบบฟรีเมื่อสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินต้องเข้าอบรม Software ก่อนการใช้งาน มีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่องด้วยการ (Update) ระบบ และส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานระบบ ระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายนั้นจะไม่มีอายุการใช้งานตราบเท่าที่ตัวแทนจำหน่ายยังเป็นสมาชิกอยู่ การออกตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) สามารถรองรับสายการบินชั้นนำได้มากกว่า 120 สายการบิน ในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อ 2) เพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในธุรกิจการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา จ.ชลบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 1 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าประจำและกรุ๊ปทัวร์ ที่กลับมาใช้บริการซ้ำ โดยตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินนั้นจะใช้ทฤษฎีการขายเน้นการเอาใจใส่ลูกค้าผ่านช่องทาง Social Network และ Email โดยให้ความสนใจลูกค้าประจำพิเศษเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เน้นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอยู่เสมอเพื่อให้เกิดการตกลงใจซื้อ มีช่องทางการชำระเงินรองรับหลายรูปแบบสามารถชำระเงินสดได้ทันทีครอบคลุมถึงการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและวงเงิน 30 วัน มีการติดตามความพึงพอใจให้กับลูกค้าประจำในเรื่องของบริการหลังการขาย กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นประเทศรัสเซียและแถบยุโรปซึ่งมาใช้บริการในรูปแบบนักท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายจะใช้ทฤษฎีการขายที่เน้นเอาใจลูกค้าเช่นเดียวกับกลุ่มลูกค้าประจำและกรุ๊ปทัวร์ แต่จะมีการพัฒนาในเรื่องของภาษาอังกฤษและภาษารัสเซียมาเพื่อใช้รองรับในการจำหน่ายตั๋วให้กับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติและจะเพิ่มการให้บริการในเรื่องของที่พักรวมโรงแรม รถเช่า เพื่อให้เกิดความครบวงจรในการให้บริการเพิ่มขึ้น กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าชาว (Walk-In) เป็นกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในลักษณะสอบถามราคาเพื่อเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายกับราคาตั๋วเครื่องบินผ่าน Application ของตนเองหากพบว่ามียาราคาตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่ายมีราคาถูกกว่าก็จะทำการใช้บริการเป็นครั้งคราวเท่านั้น

จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า การศึกษาระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุพัฒน์ พวงไม้, 2557. เรื่องความพึงพอใจของพนักงานภาคพื้นในการตรวจรับบัตรโดยสารก่อนขึ้นเครื่อง ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการภายหลังการใช้งานระบบ Amadeus System ในส่วนของระบบสารสนเทศในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่านระบบ Amadeus ซึ่งเป็นระบบที่มีความนิยมในการใช้งานจำหน่ายตั๋วเครื่องบินและประสิทธิภาพในการทำงานอีกทั้งสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ โดยเป็นระบบที่มีความเสถียรสูง ในส่วนของการวิเคราะห์การจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่าน Agent พบว่า มีการใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's Theory (Product Price Place Promotion) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชพรรณ เจริญถ. 2554. เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคโดยสารผ่านช่องทางต่างๆของผู้ใช้บริการชาวไทยที่โดยสารสายการบินประเภทต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยมีการใช้ส่วนประสมทางการตลาดครบทั้ง 4 ด้าน (Product Price Place Promotion) ในการจำหน่ายตั๋วโดยสารผ่านช่องทางต่างๆ เน้นการแจ้งโปรโมชั่นและการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าทาง Email เป็นประจำเช่นเดียวกับการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินผ่าน Agent และสรุปการวิเคราะห์ผลการวิจัยจากแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดเชิงพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบินผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) 1) ผลกระทบที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจะเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่มีความรวดเร็วและเรื่องของการจัดโปรโมชั่นของสายการบินต้นทุนต่ำ (0 บาท) ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของ (Agent) ในบางครั้ง 2) แนวทางการ



พัฒนาระบบสารสนเทศผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ได้เสนอแนวทางให้มีการอัปเดตระบบอยู่เสมอเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของระบบสารสนเทศในปัจจุบัน

6. ข้อเสนอแนะ

1) สามารถนำผลการวิจัย จากงานวิจัยนี้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาระบบสารสนเทศเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่าย (Agents) ตัวเครื่องบินขององค์กรตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการกับกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน

2) สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยเล่มนี้ไปเป็นประโยชน์ทางด้านการศึกษา หรือเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคล ที่มีความสนใจเกี่ยวกับระบบสารสนเทศสำหรับการจัดการการบินให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2560 จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index

ขุนทอง ลอเสีรวานิช. (2551). โครงการระบบตัวแทนจำหน่าย แห่งภาคพื้นเอเชียแปซิฟิกของการบินไทย. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2560 จาก

<http://info.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=6640>

จารุพัฒน์ พวงไม้. (2557). ความพึงพอใจของพนักงานภาคพื้นในการตรวจรับบัตรโดยสารก่อนขึ้นเครื่อง ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

นิตยาพร เสมอใจ. (2556). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเกชั่น.

ชวลิตกร นवलสมศรี และ สุทธิศักดิ์ จันทวงษ์โส. (2560). การประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายใต้มาตรฐาน ISO27001:2013 กรณีศึกษาขององค์กรด้านการบินแห่งหนึ่ง. *KKU Research Journal*, 4(17), 1-11. จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/gskku/article/view/102213/79089>

ณัฐฎากานต์ วงศ์จำเริญ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของระบบจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ของคนในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

บทความธุรกิจ. (2560). ทฤษฎี Aidas ทฤษฎีการขายอันโด่งดัง [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2560 จาก <http://millionaire-academy.com/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-aidas/>