

Passenger Behavior and Factors Affecting the Decision Making on Domestic Air Transport after the Unravelling of COVID-19

Monpriya Koetkamon^{1*} and Sauwaluck Koojaroenprasit²

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

* Corresponding author. E-mail: Monpriya.ko@ku.th

ABSTRACT

This research article aimed (1) to study the behavior patterns observed in domestic air transportation; (2) to study the level of influence of service marketing mix factors (7Ps) on decisions related to domestic air transport after the COVID-19 pandemic subsided and compare demographic factors and health awareness which affect decisions regarding domestic air transport. This paper employed a quantitative method, utilizing data collection through online surveys. The collected data is analyzed using One Way ANOVA and Multiple Regression Analysis. The findings of the study indicate the following: Among the sample group who had traveled by domestic air transport from May 2022 onwards, a majority are females who are single and possess a high level of education, specifically a bachelor's degree. They work in private companies and have a monthly income ranging between 30,001 and 45,000 baht. Moreover, this sample group tends to engage in leisure travel and relaxation on weekdays (Monday to Friday), usually between 6:01 a.m. and 12:00 p.m. The average ticket costs, including additional services, range from 1,001 to 3,000 baht per trip. They also place the highest level of importance on product aspects. The multiple regression analysis reveals that significant marketing mix factors, specifically product, physical, and process aspects, influence decisions related to air transport, with a statistical significance level of 0.05. These factors influence decision-making based on confidence in safety and travel standards, speed of travel, process time efficiency, convenience, and available facilities. Hypothesis testing suggests that demographic factors such as gender, age, highest level of education, marital status, occupation, and income did not significantly impact decisions regarding air transport, with a statistical significance level of 0.05. Health awareness factors, including concerns about infectious diseases and an emphasis on health services that meet public health requirements and measures, influence decisions related to air transport, with a statistical significance level of 0.05. Based on the study, there are recommendations for the aviation industry to prioritize passenger convenience and streamline processes while placing importance on health awareness. This is because passengers make travel decisions based on health services provided in accordance with public health guidelines.

Keywords: Air Transport, Health Awareness, COVID-19

พฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง

มนปรียา เกิดกมล^{1*} และ เสาวลักษณ์ กุ์เจริญประสิทธิ์²

¹ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: Monpriya.ko@ku.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางทางอากาศ และ (2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงเดือนพฤษภาคม 2565 เป็นต้นไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ 30,001 – 45,000 บาทต่อเดือน เดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ในวันธรรมดา ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. ค่าใช้จ่ายบัตรโดยสารและบริการเสริมโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001 – 3,000 บาท และให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด จากสมการถดถอย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัดสินใจจากความเชื่อมั่นในความปลอดภัย และมาตรฐานการเดินทาง ความรวดเร็วของกระบวนการการเดินทาง ความสะดวกสบายและมีสิ่งอำนวยความสะดวก และจากการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ ได้แก่ ระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ และการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากการศึกษาชี้แนะให้หน่วยงานอุตสาหกรรมการบินควรให้ความสำคัญกับการให้บริการผู้โดยสารที่มีความสะดวกสบาย และกระบวนการขั้นตอนที่รวดเร็ว และให้ความสำคัญกับความตระหนักเรื่องสุขภาพ เนื่องจากผู้โดยสารมีการตัดสินใจเดินทางจากการให้บริการด้านสุขภาพตามมาตรการด้านสาธารณสุข

คำสำคัญ: การเดินทางทางอากาศ, ความตระหนักเรื่องสุขภาพ, โควิด-19

© 2023 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการบินทั่วโลก รวมถึงการขนส่งทางอากาศของไทย โดยในเดือนเมษายน 2563 สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยได้ออกประกาศ เรื่อง ห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว ทำให้การขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศได้รับผลกระทบอย่างมาก การขนส่งทางอากาศในประเทศไทยเริ่มได้รับผลกระทบจากการออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการบินของไทยและทั่วโลก การขนส่งทางอากาศต้องหยุดชะงักชั่วคราว ทำให้จำนวนผู้โดยสารภาพรวมลดลงมากที่สุดในรอบ 10 ปี ของอุตสาหกรรมการบินของไทย โดยปี 2564 มีจำนวนผู้โดยสาร 20.92 ล้านคน ลดลงจากปี 2563 ร้อยละ 64.1 แบ่งเป็นผู้โดยสารระหว่างประเทศ 1.59 ล้านคน ลดลงร้อยละ 90.2 และผู้โดยสารภายในประเทศ 19.33 ล้านคน ลดลงร้อยละ 54 จากปี 2563 และเมื่อพิจารณาสัดส่วน

จำนวนผู้โดยสารภายในประเทศและระหว่างประเทศ พบว่า สัดส่วนผู้โดยสารภายในประเทศเป็นร้อยละ 92.4 ขณะที่ผู้โดยสารระหว่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 7.6 เท่านั้น ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการจำกัดการเดินทางภายในประเทศและระหว่างประเทศ (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2565) ทำให้ภาครัฐและเอกชนต้องปรับเปลี่ยนนโยบาย กลยุทธ์ และวิธีการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เปลี่ยนแปลงไป และให้กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้ พร้อมกับการดำเนินการตามมาตรการด้านสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และสร้างความมั่นใจในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร

ในปี 2564 อุตสาหกรรมการบินของไทยและทั่วโลกยังคงถูกผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเส้นทางภายในประเทศของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์นี้เช่นกัน ส่งผลให้ความต้องการเดินทางของประชาชนลดลง แสดงจากข้อมูลรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2564 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) พบว่า ผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กล่าวคือ มีการลดจำนวนและความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ระมัดระวังและป้องกันการติดเชื้อมากขึ้น และเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆ นอกจากนี้ ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนพฤติกรรมเดินทาง โดยเน้นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก หลีกเลี่ยงขนส่งสาธารณะ สำหรับผู้จำเป็นต้องใช้การขนส่งสาธารณะ ระบุว่า มีความยากลำบากในการเดินทาง เนื่องจากมีการลดการให้บริการ และต้องระมัดระวังตัวเองในการใช้บริการ เช่น สวมใส่หน้ากากอนามัย และเตรียมแอลกอฮอล์เพื่อทำความสะอาด เป็นต้น ดังนั้น พฤติกรรมเดินทางที่ลดลง จึงเป็นสาเหตุทำให้สายการบินลดจำนวนเที่ยวบินลงเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนผู้โดยสาร ประกอบกับในช่วงปลายเดือนกรกฎาคม 2564 รัฐบาลกำหนดมาตรการเข้มงวดในการควบคุมการเดินทางเข้าหรือออกพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดในระดับวิกฤต และสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยได้เผยแพร่ข้อกำหนดและแนวปฏิบัติสำหรับผู้ดำเนินการสนามบินและผู้ดำเนินการเดินอากาศในเส้นทางบินภายในประเทศ ในระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้สายการบินไม่สามารถทำการบินจากท่าอากาศยานดอนเมืองและท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งแต่วันที่ 21 กรกฎาคม ถึง 31 สิงหาคม 2564 ต่อมาสถานการณ์การแพร่ระบาดมีการผ่อนคลายการเดินทางระหว่างประเทศ การผ่อนปรนเงื่อนไขการนำเข้าประเทศในวันที่ 1 พฤษภาคม 2565 และจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง ทำให้สามารถผ่อนคลายการบังคับใช้มาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบต่อประชาชนและผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินชีวิต ขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและกิจกรรมทางสังคมให้เข้าสู่ภาวะปกติในระยะหลังการระบาดใหญ่ (Post-Pandemic) โดยราชกิจจานุเบกษาได้ประกาศยกเลิกสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 ไปเป็นต้นไป

ดังนั้น จากการพิจารณาจากสถานการณ์ปัจจุบัน ถึงแม้ว่าจะมีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมการบินจะฟื้นตัวกลับมาสู่สภาวะปกติได้ในปี 2566-2567 อยู่ในระดับเดียวกับปี 2562 ช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและปัจจัยต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทาง งานวิจัยนี้จึงจะได้ศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้โดยสารที่เคยเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2565 เป็นต้นไป เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานในภาคอุตสาหกรรมการบินสามารถปรับตัวและวางแผนนโยบาย กลยุทธ์ หรือวิธีการดำเนินงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีการใช้บริการเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2565 เป็นต้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

กำหนด n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z คือ ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน มีค่า = 1.96

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรที่ยอมรับได้ มีค่า = 0.05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้น งานวิจัยนี้ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ มีลักษณะเป็นแบบหลายตัวเลือกให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ประกอบด้วย ความถี่ในการเดินทาง เหตุผลที่เลือกเดินทาง วันและช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มีลักษณะเป็นแบบหลายตัวเลือกให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 4 ความสำคัญเกี่ยวกับความตระหนักเรื่องสุขภาพ มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า

ส่วนที่ 5 ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า

ส่วนที่ 6 ความสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมในการตัดสินใจเดินทาง ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

งานวิจัยนี้มีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ จากการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำผลที่ได้จากการทดสอบมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามนี้ เท่ากับ 0.95 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อมั่นสูง ดังนั้น จึงสามารถยอมรับและนำไปใช้งานวิจัยต่อไป โดยจำแนกรายด้านได้ ดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ เท่ากับ 0.79
2. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน เท่ากับ 0.94
3. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.78
4. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของด้านราคา เท่ากับ 0.88
5. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.70

6. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของการส่งเสริม เท่ากับ 0.70
7. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของด้านบุคคล เท่ากับ 0.90
8. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของด้านกายภาพ เท่ากับ 0.82
9. ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของด้านกระบวนการ เท่ากับ 0.88

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน เนื่องจาก ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นตัวแปรที่ใช้วัดความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึงความถี่ในการใช้สินค้าและบริการ

3.2 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ ได้แก่ ระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ ระดับความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ ระดับการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อ และระดับการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพตามกฎหมายระเบียบ ข้อกำหนด และมาตรการด้านสาธารณสุขที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน เนื่องจาก การที่บุคคลจะมีความเชื่อ และปฏิบัติตามคำแนะนำด้านสุขภาพต่อเมื่อตนเองมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโรคนั้นๆ ดังนั้น บุคคลจะมีระดับความเชื่อด้านสุขภาพต่างกัน จึงส่งผลให้มีการตัดสินใจแตกต่างกัน

3.3 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ เนื่องจาก ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาดที่สามารถควบคุมได้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ เอกสารทางวิชาการ ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ และข้อมูลจากเว็บไซต์

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลผู้โดยสารในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2565 เป็นต้นไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย

1) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ในการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ

2) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ โดยสร้างตัวแปรจากค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญแต่ละด้าน ประกอบด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความปลอดภัยในการเดินทาง วันและเวลาเหมาะสมตามความต้องการระยะเวลาในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง และมาตรฐานในการป้องกันโรคโควิด-19

ด้านราคา หมายถึง ราคาบัตรโดยสาร และราคาบริการเสริมเพิ่มเติมจากราคาบัตรโดยสาร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการเลือกซื้อบัตรโดยสาร ช่องทางการชำระค่าบัตรโดยสาร ช่องทางการรับรู้ข้อมูล และช่องทางในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินหรือยกเลิกบัตรโดยสาร

ด้านการส่งเสริม หมายถึง การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของสายการบินและสนามบิน การจัดโปรโมชั่นราคาบัตรโดยสารราคาพิเศษและบัตรโดยสารร่วมกับบัตรเครดิต

ด้านบุคคล หมายถึง การให้บริการของพนักงานสนามบิน และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

ด้านกายภาพ หมายถึง พื้นที่บริเวณและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามบินและเครื่องบิน

ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการการจองบัตรโดยสาร กระบวนการภายในสนามบิน การตรวจสอบคัดกรองผู้โดยสาร กระบวนการนำผู้โดยสารขึ้น และการส่งมอบสัมภาระ

2. ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ โดยสร้างตัวแปรจากค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง ประกอบด้วย ความรวดเร็วของระยะเวลาในการเดินทาง ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและมาตรฐานการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และ ความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวก การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แสดงดังสมการที่ 1

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon \quad (1)$$

โดย Y คือ การตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ

β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอย

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_7$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม

X_1 คือ ผลัดภัณฑ์

X_2 คือ ราคา

X_3 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย

X_4 คือ การส่งเสริม

X_5 คือ บุคคล

X_6 คือ กายภาพ

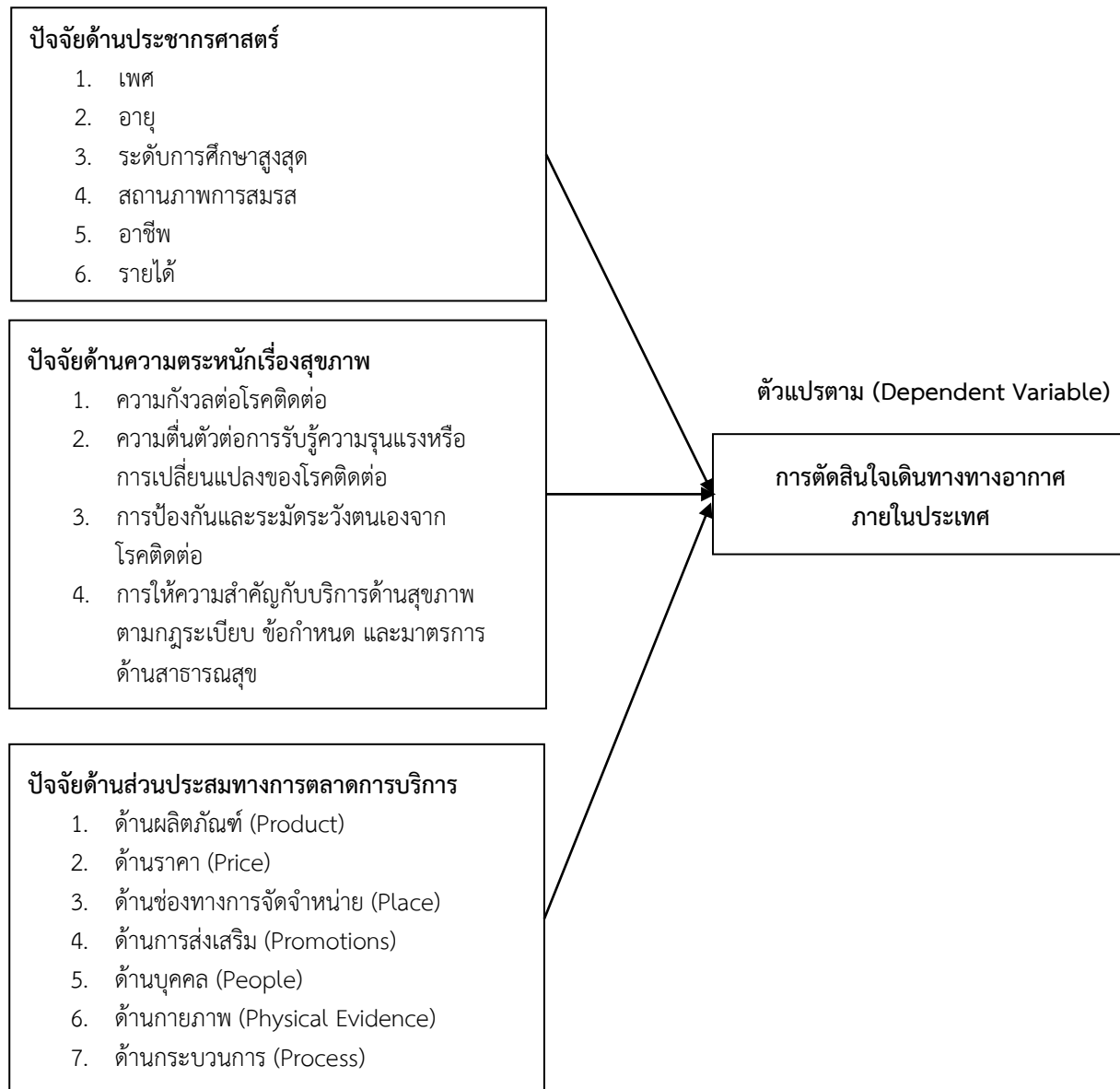
X_7 คือ กระบวนการ

ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางทางอากาศภายในประเทศ หลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง โดยประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ของ Kotler, P. & Keller, K. L. (2012) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการบริการ (Marketing Mix) หรือ 7P's (Kotler, P. & Keller, K. L., 2012) และ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักด้านสุขภาพ แบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพตามแนวความคิดของ Maiman, L. A., & Becker, M. H. (1974) จึงสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศ ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง

ผู้ที่เคยเดินทางทางอากาศภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพการสมรสโสด ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ ตั้งแต่ 30,001 – 45,000 บาท มีความถี่โดยเฉลี่ย 1 - 2 ครั้ง/เดือน เลือกเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน เดินทางในวันธรรมดา ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ตั้งแต่ 1,001 – 3,000 บาท โดยให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ตามกฎระเบียบ ข้อกำหนด และมาตรการด้านสาธารณสุข โดยคำนึงถึงการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อ และมีความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ระดับความสำคัญของความกังวลต่อโรคติดต่อ อยู่ในระดับปานกลาง

2. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง

ผู้ที่เคยเดินทางทางอากาศภายในประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการทั้ง 7 ด้านในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดการบริการทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ	ระดับความสำคัญ			
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.57	0.38	มากที่สุด	1
2. ด้านราคา	4.30	0.61	มากที่สุด	5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.31	0.41	มากที่สุด	4
4. ด้านการส่งเสริม	4.33	0.57	มากที่สุด	3
5. ด้านบุคคล	4.53	0.50	มากที่สุด	2
6. ด้านกายภาพ	4.21	0.46	มากที่สุด	7
7. ด้านกระบวนการ	4.26	0.48	มากที่สุด	6

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ และการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ พบว่า มีปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งทั้ง 3 ด้าน ค่า t มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ 0.05 ดังนั้น จึงสามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ในขณะที่ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการอีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม และด้านบุคคล ค่า t มีค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายถึง ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม และด้านบุคคล ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.989	0.264		3.742	0.000***
ด้านผลิตภัณฑ์	0.303	0.058	0.260	5.210	0.000***
ด้านราคา	0.014	0.034	0.019	0.407	0.685
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.027	0.053	0.026	0.515	0.607
ด้านการส่งเสริม	0.038	0.038	0.050	1.006	0.315
ด้านบุคคล	0.085	0.045	0.097	1.884	0.060*
ด้านกายภาพ	0.172	0.049	0.181	3.505	0.001***
ด้านกระบวนการ	0.153	0.044	0.169	3.487	0.001***

หมายเหตุ * ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1
 ** ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 *** ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ พบว่า ค่า F มีค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายถึง ผู้โดยสารที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	F	Sig.
เพศ	0.254	0.776
อายุ	0.886	0.490
สถานภาพการสมรส	0.555	0.575
ระดับการศึกษาสูงสุด	1.851	0.158
อาชีพ	0.555	0.734
รายได้	0.527	0.756

หมายเหตุ * ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1
 ** ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 *** ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ ได้แก่ ระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ ระดับความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ ระดับการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อ และ ระดับการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ตามกฎระเบียบ ข้อกำหนดและมาตรการด้านสาธารณสุข จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ ค่า F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ ระดับการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ตามกฎระเบียบ ข้อกำหนดและมาตรการด้านสาธารณสุข ค่า F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ 0.05 ดังนั้น จึงสามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายถึง ผู้โดยสารที่มีระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ และระดับการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ตามกฎระเบียบ ข้อกำหนดและมาตรการด้านสาธารณสุขแตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน ในขณะที่ระดับความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ และระดับการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อ ค่า F มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ 0.05 ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายถึง ผู้โดยสารที่มีระดับความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ และระดับการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อแตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ

ปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ	F	Sig.
ระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ	6.887	0.000***
ระดับความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ	1.789	0.130*
ระดับการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อ	2.266	0.061*
ระดับการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ตามกฎระเบียบ ข้อกำหนดและมาตรการด้านสาธารณสุข	4.269	0.002***

หมายเหตุ * ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

** ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

อภิปรายผล

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง พบว่า พฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีเหตุผลในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ในวันธรรมดา ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. โดยมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทาง เนื่องจากการตื่นตัวป้องกันตัวเองในการเดินทาง เป็นการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต เนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย ประกอบด้วย วิธีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิธีปฏิบัติและการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลกระทบจากโรคโควิด-19 ต่อภาคอุตสาหกรรมการบินของทักษิณา แสนเย็น และคณะ (2563)

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ ทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสาร กล่าวคือ ผู้โดยสารพิจารณาตัดสินใจจากความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและมาตรฐานของการเดินทาง ความรวดเร็วของระยะเวลาในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง นอกจากนี้ปัจจัยด้านกระบวนการและด้านกายภาพเป็นปัจจัยเสริมที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง เช่น การมีพื้นที่บริเวณรับรอง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และมีความรวดเร็วของกระบวนการเดินทางตั้งแต่การสำรองที่นั่ง การจำหน่ายบัตรโดยสาร และกระบวนการภายใน สอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์, ณัฐพงศ์ ประกอบการดี และ ชุติวรรณ ปราณีธรรม (2564) วิเคราะห์ผลกระทบของโรคโควิด-19 ต่อธุรกิจสายการบินและแนวโน้มของธุรกิจสายการบินหลังการระบาด พบว่า สายการบินมีความท้าทายที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยแก่ผู้โดยสาร และเสนอแนะให้สายการบินจำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งคุณภาพการบริการและความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ความสะอาด และการเว้นระยะห่างทางสังคม รวมทั้งนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดการสัมผัสทางด้านสนามบินควรเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยสาธารณสุข และด้านปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ของผู้โดยสารไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพชร สุขวิบูลย์ (2563) สสำรวจพฤติกรรมของคนแต่ละ Generation ที่เปลี่ยนแปลงในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันของผู้โดยสารไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับความตระหนักเรื่องสุขภาพ มีความกังวลต่อโรคติดต่อซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง สอดคล้องกับการศึกษาของวัฒนวงศ์

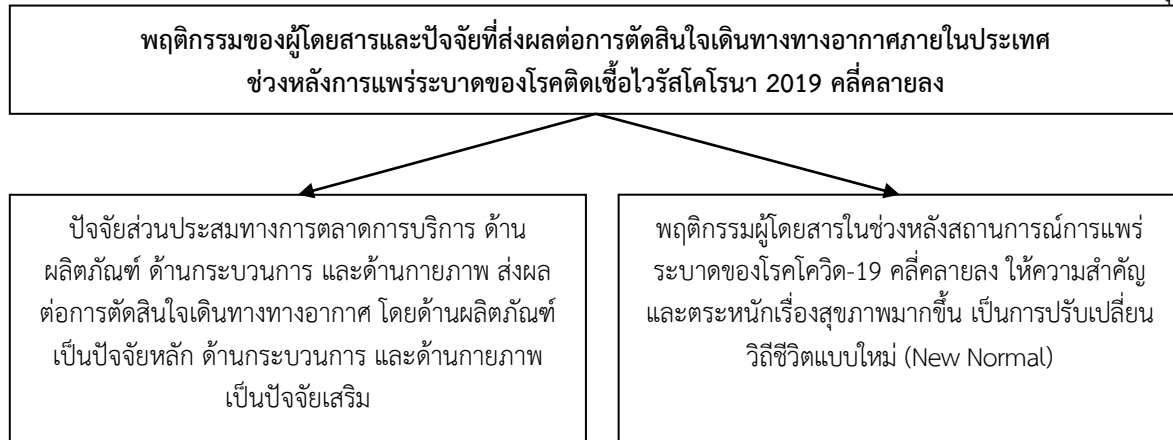
รัตนวราห (2557) กล่าวถึงการที่บุคคลจะมีความเชื่อและปฏิบัติตามคำแนะนำด้านสุขภาพ เช่น การป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ หรือแนวทางการปฏิบัติ ต่อเมื่อตนเองมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโรคนั้นๆ ในระดับหนึ่ง เช่น ความรุนแรงของโรค และเชื่อว่าตนมีความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วย เชื่อว่าวิธีการปฏิบัติตัวนั้นสามารถควบคุมโรคได้ นอกจากนี้ผู้โดยสารที่เดินทาง ในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลงมีการพิจารณาเรื่องการให้บริการด้านสุขภาพของสนามบินและกระบวนการเดินทางที่เป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อกำหนด และมาตรการด้านสาธารณสุข สอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์, ณัฐพงศ์ ประกอบการดี และ ปอนด์ ทฤษฎีคุณ (2564) ระบุว่า ท่าอากาศยานจำเป็นต้องเพิ่มขึ้นตอนการคัดกรอง ผู้เข้ามาใช้บริการที่ท่าอากาศยานตามมาตรการควบคุมโรคที่กระทรวงสาธารณสุขและสำนักงานการบินพลเรือนกำหนด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารในด้านความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย และสุขอนามัย

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ ภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง มีดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหลัก ผู้โดยสารพิจารณาตัดสินใจจากเชื่อมั่นในความปลอดภัยและมาตรฐานของการเดินทาง ความรวดเร็วของระยะเวลาในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง นอกจากนี้ปัจจัยด้านกระบวนการ ความรวดเร็วของกระบวนการการเดินทางตั้งแต่การสำรองที่นั่ง การจำหน่ายบัตรโดยสาร และกระบวนการภายใน และด้านกายภาพ การมีพื้นที่บริเวณรับรอง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นปัจจัยเสริม

2. พฤติกรรมผู้โดยสารในช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทาง ให้ความสำคัญและตระหนักเรื่องสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากการตื่นตัวป้องกันตัวเองในการเดินทาง เป็นการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) หลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อปรับตัวกับสถานการณ์ปัจจุบัน



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง พบว่า ผู้ที่เคยเดินทางทางอากาศภายในประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการทั้ง 7 ด้าน ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ ผู้โดยสารมีการพิจารณาเรื่องความปลอดภัยในการเดินทาง วัน เวลาเหมาะสมตามความต้องการ ระยะเวลาเดินทางรวดเร็ว เหมาะสม มีความสะดวกสบายใน

การเดินทาง มีมาตรฐานในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีสถานที่ภายในสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงความรวดเร็วของกระบวนการการเดินทาง ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม และด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ของผู้โดยสารที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน สำหรับปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ พบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับความกังวลต่อโรคติดต่อ และมีระดับการให้ความสำคัญกับบริการด้านสุขภาพ ตามกฎระเบียบข้อกำหนดและมาตรการด้านสาธารณสุขที่แตกต่าง ส่งผลให้มีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้โดยสารที่มีระดับความตื่นตัวต่อการรับรู้ความรุนแรงหรือการเปลี่ยนแปลงของโรคติดต่อ ระดับการป้องกันและระมัดระวังตนเองจากโรคติดต่อแตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศแตกต่างกัน ซึ่งจากผลของงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาช่วงเวลาที่ยานการณโควิด-19 คลี่คลายลง มีปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพเป็นปัจจัยที่เพิ่มมาจากช่วงเวลาก่อนสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้น ผู้โดยสารมีการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ร่วมกับปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อให้หน่วยงานในอุตสาหกรรมการบินได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบาย กลยุทธ์ รวมทั้งแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เปลี่ยนแปลง ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการสนามบินควรให้ความสำคัญกับการให้บริการผู้โดยสารที่มีความสะดวกสบาย และกระบวนการขั้นตอนในการเดินทางที่รวดเร็ว โดยปรับปรุงจัดระเบียบในกระบวนการ Check-in การตรวจสอบบัตรโดยสารผู้โดยสาร กระบวนการนำผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน และการส่งมอบสัมภาระ ซึ่งในกระบวนการดังกล่าว ผู้ให้บริการสนามบินและสายการบินควรมีการร่วมมือกันในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก และการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดระยะเวลาและขั้นตอนในการเดินทาง เนื่องจากผลการวิจัยมีการระบุว่า ผู้โดยสารมีการพิจารณาตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์จากความเชื่อมั่นในความปลอดภัยมาตรฐานของการเดินทาง และความรวดเร็วของระยะเวลาในการเดินทาง

1.2 สายการบินควรมีมาตรการชดเชย และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับให้แก่ผู้โดยสาร เมื่อเที่ยวบินมีความล่าช้าหรือเที่ยวบินถูกยกเลิก เนื่องจากผลการวิจัยมีการระบุว่า ผู้โดยสารมีการพิจารณาตัดสินใจเดินทางจากความสะดวกสบายในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทางที่รวดเร็ว

1.3 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการบินควรให้ความสำคัญกับความตระหนักเรื่องสุขภาพให้มีมาตรฐานในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในสนามบิน และบนเครื่องบิน เนื่องจากผลการวิจัยมีการระบุว่า ผู้โดยสารมีการตื่นตัวและป้องกันตัวเอง ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตแบบใหม่ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากอดีต และมีความกังวลต่อโรคติดต่อ โดยมีการพิจารณาตัดสินใจเดินทางจากการให้บริการด้านสุขภาพของสนามบินและกระบวนการเดินทางที่เป็นไปตามข้อกำหนดและมาตรการด้านสาธารณสุขเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบผลงานวิจัยนี้กับผลงานวิจัยที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงก่อนและหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2 ควรทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านความตระหนักเรื่องสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายลง โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัจจัยความตระหนักเรื่องสุขภาพข้อใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของผู้โดยสาร

เอกสารอ้างอิง

- กัลยกร วรกุลสถัญญานี และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2564*. กรุงเทพฯ: อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี
- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์, ญัฐพงศ์ ประกอบการดี และ ชูสิวรรณ ปรานีธรรม. (2564). วิเคราะห์ผลกระทบของการระบาด COVID-19 ต่อธุรกิจสายการบินและแนวโน้มอนาคตของธุรกิจ สายการบินหลังการระบาด. *วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 13(1), 113-135.
- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์, ญัฐพงศ์ ประกอบการดี และ ปอนด์ ทฤษฎีคุณ. (2564). การจัดการการดำเนินงานท่าอากาศยาน เพื่อรองรับการเดินทางทางอากาศแบบชีวิตวิถีใหม่. *วารสารนักบริหาร*, 41(1), 59-68.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ญาณวรุฒม์ ธนพัฒน์เจริญ. (2564). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโควิด-19*. (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ฐาปกรณ์ นาคปานเอี่ยม. (2561). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อยานพาหนะสำหรับเดินทางมา มหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจ*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ทักษิณา แสนเย็น, วรุฒิ เว้นบาป, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, กุลธวัช ศราวุธ และอาภาภรณ์ หาโสีะ. (2563). บทวิเคราะห์ การรับมือโรคโควิด 19: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2), 209-220.
- นุสรา เทิงวิเศษ, ดาราวลี แก้วเมือง และ พรชพร เครือวงษ์. (2564). *การศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ต่อธุรกิจขนส่งสินค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2565. จาก <https://citly.me/JbADz>.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2564). *รายงานสถิติขนส่งทางอากาศ 2020*. กรุงเทพฯ: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน).
- พชร สุขวิบูลย์. (2563). *การสำรวจพฤติกรรมของคนที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วง COVID-19*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์. สืบค้น 3 มิถุนายน 2565. จาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html.
- วัฒนวงศ์ รัตนวราห. (2557). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสวมใส่หมวกนิรภัยโดยการใช้สมการโครงสร้างพื้นฐานทฤษฎีแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพในสังคมเมืองและชนบท*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานสถานะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2564*. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย.
- สุเมธ องกิตติกุล และ ณิชมน ทองพัฒน์. (2563). *เตรียมความพร้อมระบบขนส่งสาธารณะไทยในสถานการณ์โควิด-19*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2565. จาก <https://tdri.or.th/2020/05/making-public-transport-safe-from-covid-19/>.
- สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์. (2551). *การวิเคราะห์ความต้องการเดินทาง (Travel Demand Analysis)*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2565. จาก www.surames.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538787407&Ntype=3.
- อังคณา ถนอมเกียรติ และ ธนพล อินประเสริฐกุล. (2564). การให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ: การปรับตัวของธุรกิจการบินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(2), 385-395.
- อารียา สุโขโต. (2563). *วิกฤตโควิด-19 กับการปรับตัวของธุรกิจการบิน*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2565. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/article/article_20210120134825.pdf.

- Blockdit. (2564). โครงสร้างอุตสาหกรรมการบิน (*Aviation Industry*). สืบค้น 3 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.blockdit.com/posts/60ab4cf6374add0c4f957bbc>.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Maiman, L. A., & Becker, M. H. (1974). The health belief model: Origins and correlates in psychological theory. *Health education monographs*, 2(4), 336-353.