

การรับรู้และการตระหนักถึงความปลอดภัยในการให้บริการของสายการบิน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน: กรณีศึกษา บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

หลุทัย คำภา¹
ฉัตรปารี อยู่เย็น²
เมทินี รัชฎาภิรัช³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยในการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทย 2) เปรียบเทียบการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการสายการบินไทย และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทย โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 380 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ All Enter ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทการเดินทางต่างกัมีผลต่อการรับรู้และตระหนักความปลอดภัยแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย โดยเฉพาะอย่างปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบิน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การรับรู้และการตระหนัก ความปลอดภัยในการให้บริการ บริษัทการบินไทย การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110
อีเมล: eyezaiizz@hotmail.co.th

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110
อีเมล: chatparee_y@rmutt.ac.th

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110
อีเมล: methinee_r@rmutt.ac.th

AWARENESS AND PERCEPTION RELATED TO AIRLINE SERVICE SAFETY INFLUENCING DECISION MAKING OF USING AIRLINE SERVICES: A CASE OF THAI AIRWAYS INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED

Haruthai Kampa¹

Chatparee Yooyen²

Metinee Rasadaraksa³

Abstract

This research aimed at 1) studying demographic characteristics, factors related to customers' awareness and perception on airline service safety and decision making of using Thai airline services, 2) comparing customers' awareness and perception on airline service safety and customers' decision making of using Thai airline services categorized by demographic characteristics, and 3) studying the influence of awareness and perception on airline service safety on customers' decision making of using Thai airline services. The samples in this research were of 380 customers, who used the Thai Airway service, living in Bangkok and metropolitan area. Data collection employed the survey questionnaires with convenience sampling method. Data analysis was based on descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation; and inferential statistics including independent sample t-test, One-way ANOVA, multiple linear regression with all enter method at the significant level of .05.

The results indicated that the customer with different marital status, education level, monthly income and travel type has different awareness and perception on airline service safety. In the meantime, the customer with different marital status, education level and monthly income has different decision making of using Thai airline services. In addition, awareness and perception on airline service safety in terms of on-board service has an influence on customers' decision making of using Thai airline services at the statistically significant level as of 0.05.

Keywords: Awareness and Perception, Service Safety, Thai Airways International Company, Decision Making of Using Airline Services

¹ Faculty Of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 No. 1 Rangsit-Nakornnayok Road, Klong 6, Thanyaburi, Pathumthani 12110, E-mail: eyezaiizz@hotmail.co.th

² Faculty Of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 No. 1 Rangsit-Nakornnayok Road, Klong 6, Thanyaburi, Pathumthani 12110, E-mail: chatparee_y@rmutt.ac.th

³ Faculty Of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 No. 1 Rangsit-Nakornnayok Road, Klong 6, Thanyaburi, Pathumthani 12110, E-mail: methinee_r@rmutt.ac.th

บทนำ

ในปัจจุบันที่การแข่งขันมีอยู่ทั่วทุกวงการธุรกิจซึ่งรวมไปถึงธุรกิจสายการบิน โดยธุรกิจสายการบินได้ดำเนินการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ทั้งการใช้กลยุทธ์ความแตกต่าง การใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และการใช้กลยุทธ์เฉพาะเพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน (Graham, 2016) และสามารถสร้างการเติบโตให้กับองค์กรและเพิ่มจำนวนลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น เช่น สายการบิน Turkish Airlines ที่เน้นการใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง หรือสายการบิน Atlas Jet และสายการบิน Sun Express ที่ได้ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์เฉพาะ หรือสายการบิน Pegasus และ Onur Air เป็นต้น (Kilinc, Öncü, & Tasgit, 2009) รวมถึงสายการบินไทยที่พยายามใช้กลยุทธ์ดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ สายการบินยังพยายามสร้างประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าให้เกิดขึ้น ด้วยการพัฒนาความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการ การสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพของอุปกรณ์และเครื่องบิน การสร้างความเชื่อใจในการให้บริการที่ดี และมีคุณภาพให้กับลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและอื่น ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เกิดความจงรักภักดี และมีพฤติกรรมที่ยินดีกลับมาใช้บริการของสายการบินอีกครั้ง (กฤษดา เชียรวิฒนสุข และศรากุล สุโคตรพรหมมี. 2559; Dolnicar, Grabler, Grün & Kulnig, 2011; Han, 2013; Akamavi, Mohamed, Pellmann & Xu, 2015; Jeeradist, Thawesaengskulthai & Sangsuwan, 2016; Rajaguru, 2016; Koklic, Kukar-Kinney & Vegelj, 2017)

แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยนั้นมีความน่าสนใจเช่นเดียวกัน ซึ่งความปลอดภัยของธุรกิจสายการบินเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการดำเนินงานของธุรกิจสายการบิน (Chen & Chen, 2012; Molin, Blangé, Cats & Chorus, 2017) โดยเฉพาะการปฏิบัติงานตั้งแต่การบริการภาคพื้นดินจนไปถึงการบริการบนเครื่องบิน (Hsu, & Liu, 2012) ซึ่งมีการดำเนินงานที่ซับซ้อนและหลากหลาย จึงมีความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุและนำไปสู่ความสูญเสียมหาศาล รวมไปถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทได้ (Majidi, Nedjat, Mohammadi, Jamshidi & Majdzadeh, 2014) เพราะเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยแล้วจะมีความรู้สึกต่อเหตุการณ์นั้นและจดจำไปตลอดซึ่งไม่เป็นผลที่ดีต่อองค์กร (Siomkos, 2000) ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องระบุนหาอันตราย และวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น (Hsu & Liu, 2012) ซึ่งอาจจะใช้ปัจจัยที่หลากหลายที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันนี้ นอกจากนี้ การแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำอย่างแข็งแกร่ง และความสนใจในความปลอดภัยอย่างแท้จริง (Chen & Chen, 2012; Molin, Blangé, Cats & Chorus, 2017) และพยายามสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการและให้มีพฤติกรรมตระหนักถึงความปลอดภัยของฝ่ายผู้บริหรมีความจำเป็นอย่างยิ่ง (Jeeradist, Thawesaengskulthai & Sangsuwan, 2016)

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง “ปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน” เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ โดยผลการศึกษจะสามารถช่วยให้ผู้บริหารบริษัทสายการบินได้เพิ่มความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยมากขึ้น และเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการของสายการบินมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยในการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทย

2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการสายการบินไทย และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทย โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย

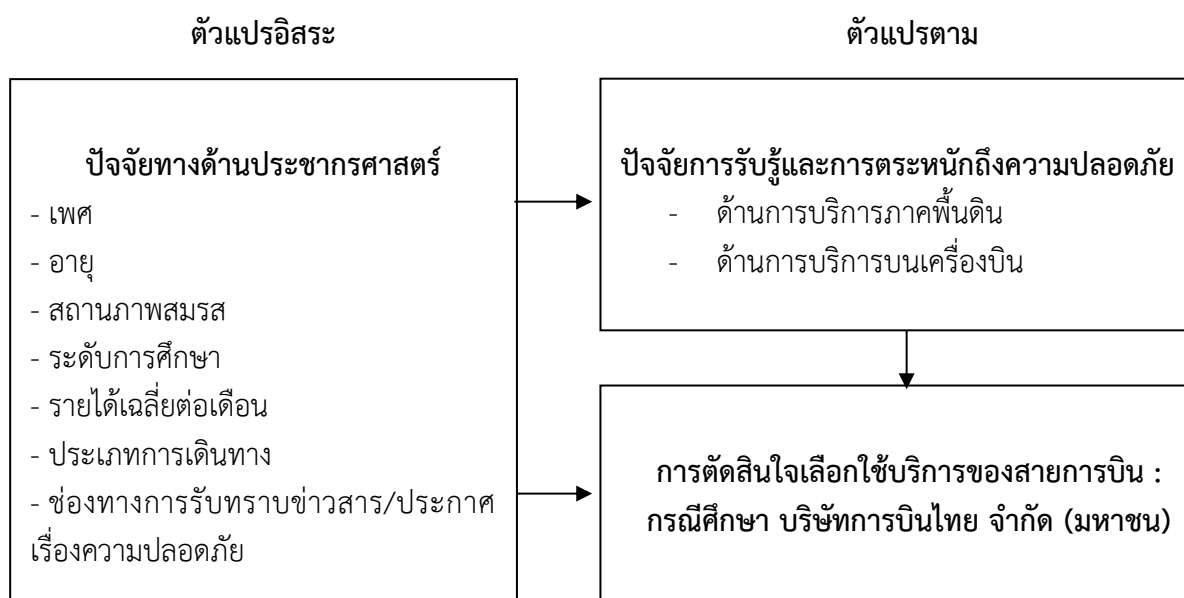
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศเรื่องความปลอดภัย) ต่างกันมีผลต่อการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศเรื่องความปลอดภัย) ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยต่างกัน

สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

การรับรู้ คือ การจัดการ การระบุ และการตีความข้อมูลโดยใช้ประสาทสัมผัสในการรับรู้และเข้าใจถึงข้อมูลที่ได้รับผ่านการนำเสนอจากแหล่งอื่นภายนอกหรือสภาพแวดล้อม ซึ่งการรับรู้สามารถเกิดขึ้นผ่านระบบประสาทเป็นผลมาจากการกระตุ้นทางร่างกายจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตัวอย่างเช่น การมองเห็น การได้ยิน การได้สัมผัส การได้รับรู้อารมณ์ เป็นต้น นอกจากนี้ การรับรู้ไม่เพียงแต่หมายถึงการรับสัญญาณหรือข้อมูลจากแหล่งภายนอกเท่านั้น แต่ยังมีเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้ การคาดหวัง และการสนใจของผู้รับข้อมูล

ข่าวสาร หรือสัญญาณต่าง ๆ ด้วย (Qiong, 2017) โดยการรับรู้มีกระบวนการประมวลผลจากความรู้สึกและประมวลผลเชื่อมโยงกับแนวคิดและความคาดหวังของบุคคล (หรือความรู้) กลไกการบูรณะและคัดเลือก (เช่นความสนใจ) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ คือ ทักษะคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมวัฒนธรรม (Qiong, 2017) นอกจากนี้ อายุ เพศ การศึกษา สัญชาติ ตลอดจนถึงความสามารถในการรับรู้ของความรู้ และประสบการณ์ของการรู้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัจจัยภายในตัวบุคคล อีกทั้งยังมีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เพื่อน สังคม ครูอาจารย์ เทคโนโลยี และอื่น ๆ ก็สามารถส่งผลต่อการรับรู้ของบุคคลหนึ่ง ๆ ด้วย (Dev, & Qayyum, 2017). ในขณะที่การตระหนัก คือ การแสดงให้เห็นถึงสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดและความปรารถนาต่าง ๆ ที่ได้รับรู้ หรือได้ประสบการณ์ต่าง ๆ แล้วมีการประเมินค่า และตระหนักถึงความสำคัญในการที่ตนเองมีสิ่งนั้น ๆ (Wicklund, 1975) ซึ่งการรับรู้และการตระหนักมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ในเชิงบวกของผู้คนที่อยู่ในสังคมร่วมกัน ทั้งพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ (Dourish, & Bellotti, 1992) การใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ (Daberkow, & McBride, 2003) ตลอดจนถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (Kouabenan, Nguetsa, & Mbaye, 2015). โดยความปลอดภัย คือสถานะของการอยู่ห่างจากอันตรายที่เกิดขึ้น และแหล่งที่มาของอันตรายเกิดขึ้นซึ่งเกิดจากพลัทธิธรรมชาติ หรือความผิดพลาดของมนุษย์ทั้งแบบไม่ได้คาดหวังและไม่มีรูปแบบหรือแบบแผน (Nas, 2015)

การสร้างการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยนั้น มีความน่าสนใจเช่นเดียวกัน ซึ่งความปลอดภัยของธุรกิจสายการบินเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการดำเนินงานของธุรกิจสายการบิน (Chen & Chen, 2012; Molin, Blangé, Cats & Chorus, 2017) โดยเฉพาะการปฏิบัติงานตั้งแต่การบริการภาคพื้นดินจนไปถึงการบริการบนเครื่องบิน (Hsu & Liu, 2012) ซึ่งมีการดำเนินงานที่ซับซ้อนและหลากหลาย จึงมีความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุและนำไปสู่ความสูญเสียมหาศาล รวมไปถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทได้ (Majidi, Nedjat, Mohammadi, Jamshidi & Majdzadeh, 2014) เพราะเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยแล้วก็จะมีความรู้สึกต่อเหตุการณ์นั้นและจดจำไปตลอดซึ่งไม่เป็นผลที่ดีต่อองค์กร (Siomkos, 2000) ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องระบุนหาอันตราย และวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น (Hsu and Liu, 2012) ซึ่งอาจจะใช้ปัจจัยองค์ประกอบที่เรียกกันว่า 5 M-Model คือ บุคคลหรือมนุษย์ปัจจัย เครื่องจักร สภาพแวดล้อมที่อยู่ระหว่างการปฏิบัติงานต่าง ๆ การกิจ และการบริหารจัดการในการวิเคราะห์ (Brochu, 2003) และดำเนินการสร้างระบบมาเพื่อป้องกันอันตรายดังกล่าวไม่ให้เกิดความเสี่ยงต่ออันตรายขึ้น ซึ่งองค์ประกอบของระบบการจัดการความปลอดภัยนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ตามหลักการ Four Pillars คือ นโยบายด้านความปลอดภัย การจัดการความเสี่ยง การประกันความปลอดภัย และการส่งเสริมด้านความปลอดภัย (Waring, 1996; Liou, Yen & Tzeng, 2008) นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำอย่างแข็งแกร่ง และความสนใจในความปลอดภัยอย่างแท้จริง (Chen & Chen, 2012; Molin, Blangé, Cats & Chorus, 2017) และพยายามสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการและให้มีพฤติกรรมตระหนักถึงความปลอดภัย (Jeeradist, Thawesaengskulthai & Sangsuwan, 2016)

สำหรับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสายการบินแห่งชาติ จัดตั้งบริษัทโดยรัฐบาลไทย ในปี พ.ศ. 2503 ได้เข้าเป็นสมาชิกสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ หรือ The International Air transport พ.ศ. 2533 เป็นองค์กรระหว่างประเทศที่กำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐานการบินระหว่างประเทศด้านต่าง ๆ เช่น Tariff, Safety, Agency Policies ซึ่งการบินไทยจึงจัดได้ว่าเป็นสายการบินที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย ตามเกณฑ์มาตรฐานสากลระดับเดียวกับสายการบินสมาชิกอื่น ๆ (บริษัท การบินไทย จำกัดมหาชน, 2556) ด้วยผลกระทบอันดีของการสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค

ที่มีต่อผลการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในการโน้มน้าวการตัดสินใจของผู้ใช้บริการให้เข้ามาใช้บริการได้ (ธฤติมา อัญญะพรสุข, 2559)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารที่เดินทางด้วยการสายบินไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับการคำนวณค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณแบบกรณิไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดระดับความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ตามสูตรของ Cochran (1977) โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากับ 384 คน และเพื่อป้องกันปัจจัยความผิดพลาดต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มขนาดตัวอย่างเท่ากับ 390 คน

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close - ended Question) และลักษณะคำตอบแบบเลือกตอบ (Multiple choice) สำหรับข้อคำถามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศ เรื่องความปลอดภัย) และลักษณะคำตอบแบบมาตรวัด 5 ระดับ (5 Rating Scale) สำหรับข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้และการตระหนักความปลอดภัย (ด้านการบริการภาคพื้นดิน และด้านการบริการบนเครื่องบิน) และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน โดยระดับที่ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ระดับที่ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก ระดับที่ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ระดับที่ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และระดับที่ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด สำหรับการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บตัวอย่างให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการ โดยมีการแจกแบบสอบถามจำนวน 390 ชุด และมีแบบตอบกลับจำนวน 380 ชุด ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 97.4

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือนี้ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนและความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา จำนวน 3 ท่าน จากนั้นได้นำมาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนเนื้อหาของแบบสอบถามตามที่อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการภาคพื้นดิน การรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบิน และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินมีค่าเท่ากับ 0.944, 0.867 และ 0.899 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 หมายความว่าข้อมูลที่เก็บมานั้นมีความเหมาะสมที่นำไปใช้ในการศึกษาขั้นตอนต่อไป (Hajjar, 2014)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมการแปลผลตามเกณฑ์การแปลผล (Best and Kahn, 2006) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งประกอบไปด้วยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ All Enter ซึ่งการใช้สมการถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์ผลการศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ทดสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงด้วยค่าสถิติ tolerance และค่า VIF (Menard, 1995; Neter, Wasserman & Kutner, 1989) และมีการทดสอบปัญหาอัสสัมพันซ์ ด้วยค่าสถิติ Durbin-Watson ด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสม (Pourhosein, Kol, Vishkaii & Jourshari, 2017)

ผลการศึกษา

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ (จำนวนคน) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ	ด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ชาย	170	44.74	- ต่ำกว่า 20,000 บาท	184	48.42
- หญิง	210	55.26	- 20,001 - 30,000 บาท	86	22.63
อายุ			- 30,001 - 40,000 บาท	52	13.68
- น้อยกว่า 20 ปี	12	3.16	- 40,001 บาทขึ้นไป	58	15.26
- 20 - 30 ปี	178	46.84	ประเภทการเดินทาง		
- 31 - 40 ปี	100	26.32	- ภายในประเทศ	182	47.89
- มากกว่า 41 ปี	90	23.68	- ต่างประเทศ	30	7.89
สถานภาพสมรส			- ทั้งสอง	168	44.21
- โสด	280	73.68	ช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศเรื่องความปลอดภัย		
- สมรส	86	22.63	- พนักงานของสายการบิน	92	24.21
- หย่าร้างและหม้าย	14	3.68	- ประกาศในสนามบิน	30	7.89
ระดับการศึกษา			- สื่อทีวี/วิทยุ	36	9.47
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	68	17.89	- สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ	222	58.42
- ปริญญาตรี	220	57.89			
- สูงกว่าปริญญาตรี	92	24.21			
รวม	380	100.00	รวม	380	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้โดยสารสายการบินไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.26 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.84 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.68 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.89 มีรายได้อยู่ประมาณต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.42 มีการเดินทางภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 47.89 และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 58.42

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการภาคพื้นดิน ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักความปลอดภัยด้านการบริการภาคพื้นดิน

ปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักความปลอดภัยด้านการบริการภาคพื้นดิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กระเป๋าสัมภาระได้รับการดูแลและระมัดระวังในการขนส่ง	3.06	0.90	ปานกลาง
2. การส่งมอบกระเป๋าสัมภาระรวดเร็วและไม่สูญหาย	3.22	0.87	ปานกลาง
3. การได้รับการดูแลจากพนักงานด้านการตรวจสอบเอกสารเดินทาง	3.41	0.84	มาก
4. ความพึงพอใจในการตรวจร่างกายและสัมภาระก่อนขึ้นเครื่อง	3.41	0.90	มาก
ภาพรวม	3.27	0.74	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการภาคพื้นดินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 (S.D. = 0.74) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ “ข้อ 4. ความพึงพอใจในการตรวจร่างกายและสัมภาษณ์ก่อนขึ้นเครื่อง” มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามด้วย “ข้อ 3. การได้รับการดูแลจากพนักงานด้านการตรวจสอบเอกสารเดินทาง” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ในขณะที่ ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ “ข้อ 1. กระเป๋าสัมภาระได้รับการดูแลและระมัดระวังในการขนส่ง” น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบิน ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบิน

ปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับเพื่อความปลอดภัย	3.88	0.93	มาก
2. มาตรการของสายการบินให้ความรู้ถึงความปลอดภัยในการเดินทาง	3.59	0.82	มาก
3. สายการบินมีมาตรฐานตามหลักสากล	3.66	0.76	มาก
4. เครื่องบินโดยสารมีความสะอาดและดูทันสมัย	3.53	0.86	มาก
5. พนักงานมีความเชี่ยวชาญและสามารถแก้ไขปัญหาได้	3.55	0.83	มาก
6. การได้รับการบริการช่วยเหลือตนเองเมื่อเกิดเหตุขัดข้องของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	3.81	0.86	มาก
7. ห้องโดยสารบนเครื่องบินและอุปกรณ์เสริมสะอาดและมีมาตรฐาน	3.64	0.84	มาก
8. การเก็บกระเป๋าสัมภาระเข้าที่ให้เรียบร้อยเพื่อความปลอดภัยต่าง ๆ	3.82	0.88	มาก
9. การตรวจเช็คสายรัดเข็มขัดให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์หรือพร้อมใช้งาน	3.79	0.92	มาก
ภาพรวม	3.70	0.71	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบินรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (S.D. = 0.71) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ “ข้อ 1. การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับเพื่อความปลอดภัย” มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามด้วย “ข้อ 8. การเก็บกระเป๋าสัมภาระเข้าที่ให้เรียบร้อยเพื่อความปลอดภัยต่าง ๆ” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ในขณะที่ ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ “ข้อ 4. เครื่องบินโดยสารมีความสะอาดและดูทันสมัย” น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านศึกษาหาข้อมูลการให้บริการและความปลอดภัยของสายการบินก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	3.44	0.95	มาก
2. ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการจากคุณภาพที่ดีและถูกรับรองจากมาตรฐานสากล	3.69	0.85	มาก
3. ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเนื่องจากมีมาตรฐานความปลอดภัยที่ดี	3.69	0.88	มาก
4. ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการจากสายการบินไทยอีกครั้งในอนาคต	3.55	0.89	มาก
ภาพรวม	3.59	0.78	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 (S.D. = 0.78) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ “ข้อ 2.ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการจากคุณภาพที่ดีและถูกรับรองจากมาตรฐานสากล” มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามด้วย “ข้อ 3.ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเนื่องจากมีมาตรฐานความปลอดภัยที่ดี” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ในขณะที่ผู้โดยสารของสายการบินไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ “ข้อ 1.ท่านศึกษาหาข้อมูลการให้บริการและความปลอดภัยของสายการบินก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ” น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศเรื่องความปลอดภัย) ต่างกันมีผลต่อ การรับรู้และตระหนักความปลอดภัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การทดสอบค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเกี่ยวกับการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	การรับรู้และตระหนักความปลอดภัย		ผลการทดสอบสมมติฐาน
	สถิติ	P-value	
เพศ	t = 0.652	0.515	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	F = 0.507	0.678	ปฏิเสธสมมติฐาน
สถานภาพสมรส	F = 5.174	0.006	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F = 3.087	0.047	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F = 3.412	0.018	ยอมรับสมมติฐาน
ประเภทการเดินทาง	F = 7.814	0.000	ยอมรับสมมติฐาน
ช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ ประกาศ เรื่องความปลอดภัย	F = 2.179	0.090	ปฏิเสธสมมติฐาน

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทการเดินทางต่างกัันมีผลต่อการรับรู้และตระหนักความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากมีค่า P-value เท่ากับ 0.006, 0.047, 0.018 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ในขณะที่ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศ เรื่องความปลอดภัยต่างกัันมีผลต่อการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า P-value เท่ากับ 0.515, 0.678 และ 0.090 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

สมมติฐานที่ 2. ผู้โดยสารที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศเรื่องความปลอดภัย) ต่างกัันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยต่างกััน

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์การทดสอบค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ		ผลการทดสอบสมมติฐาน
	สถิติ	P-value	
เพศ	t = 0.140	0.889	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	F = 0.602	0.614	ปฏิเสธสมมติฐาน
สถานภาพสมรส	F = 6.506	0.002	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F = 3.182	0.043	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F = 5.634	0.001	ยอมรับสมมติฐาน
ประเภทการเดินทาง	F = 2.654	0.072	ปฏิเสธสมมติฐาน
ช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศ เรื่องความปลอดภัย	F = 0.891	0.446	ปฏิเสธสมมติฐาน

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากมีค่า P-value เท่ากับ 0.002, 0.043 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ในขณะที่ ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศ เรื่องความปลอดภัยต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า P-value เท่ากับ 0.889, 0.614, 0.072 และ 0.446 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ All Enter ระหว่างปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย

ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัย	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในรูปคะแนนดิบ		ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในรูปคะแนนมาตรฐาน	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.816	.160		5.113	.000
ด้านการบริการบนเครื่องบิน	.698	.061	.633	11.425	.000
ด้านการบริการภาคพื้นดิน	.060	.058	.057	1.027	.305

R = 0.676; R Square = 0.457; Adjusted R Square = 0.454; S.E.E. = 0.579,
Durbin-Watson = 2.024, Tolerance = .468 - .468, VIF = 2.135 - 2.135

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.676 และมีค่าสัมประสิทธิ์กำลังสอง (R^2) เท่ากับ = 0.457 ซึ่งหมายความว่า โมเดลนี้สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 45.7 เมื่อพิจารณาตัวแปรทำนาย พบว่า มีเพียงปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบินเท่านั้นที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$Y = .816 + .698 (\text{ด้านการบริการบนเครื่องบิน})$$

อภิปรายผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัย และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทย พบว่า ผู้โดยสารสายการบินไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.26 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.84 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.68 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.89 มีรายได้อยู่ประมาณต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.42 มีการเดินทางภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 47.89 และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 58.42 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเจนจิรา นาทองคำ และสุตาพร กุณทลบุตร (2559) พบว่า ประชาชนที่เดินทางโดยสายการบินมีลักษณะประชากรศาสตร์ที่เหมือนกัน คือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับการศึกษาของ พูลภัทร ชมจิตต์, วัฒนา มานนท์ และวรารักษ์ เต็มแก้ว (2557) พบว่า บุคคลที่เดินทางโดยสายการบินส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท นอกจากนี้ การศึกษาของ เจนจิรา นาทองคำ และสุตาพร กุณทลบุตร (2559) และพูลภัทร ชมจิตต์, วัฒนา มานนท์ และวรารักษ์ เต็มแก้ว (2557) พบว่า ประชาชนที่ใช้บริการสายการบินไทยมีแนวโน้มที่เปลี่ยนไป โดยในปัจจุบันนี้ ผู้ใช้บริการสามารถเป็นคนทุกกลุ่ม ทุกวัย และสามารถเดินทางทั้งภายในประเทศและต่างประเทศด้วยการบริการของสายการบินที่มีหลากหลาย ทั้งแบบให้บริการเต็มรูปแบบและแบบต้นทุนต่ำ เป็นต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของกฤตยา อรรถนาค และเสกสรร สุทธิสงค์ (2558) พบว่า การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตทำให้มีการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ทั้งในด้านการบริการและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดช่องทางติดต่อลูกค้าได้อย่างหลากหลาย สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และตระหนักความปลอดภัยด้านการบริการภาคพื้นดินและด้านการบริการบนเครื่องบินรวมของผู้ใช้บริการ พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและในระดับมาก นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทการบินไทยได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยของสายการบินให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย ตามเกณฑ์มาตรฐานสากลระดับเดียวกับสายการบินสมาชิกอื่น ๆ (บริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน, 2556) และพยายามสร้างการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้มีความมั่นใจและมีประสบการณ์ที่ดีทั้งด้านความสามารถของพนักงานการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพของอุปกรณ์และเครื่องบิน ด้านการสร้างเชื่อมั่นในการให้บริการที่ดีกับลูกค้า ด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เกิดความพึงพอใจ เกิดความจงรักภักดี และมีพฤติกรรมที่ยินดีกลับมาใช้บริการของสายการบินอีกครั้ง (Dolnicar, Grabler, Grün & Kulnig, 2011; Han, 2013; Akamavi, Mohamed, Pellmann & Xu, 2015; Jeeradist, Thawesaengskulthai & Sangsuwan, 2016; Rajaguru, 2016; Koklic, Kukar-Kinney & Vegelj, 2017)

นอกจากนี้ จากการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยและการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทย โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทการเดินทางต่างกัมีผลต่อการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยแตกต่างกัน และผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ซึ่งอาจจะเป็นมาจากการรู้สึกกังวลของแต่ละคนไม่เหมือนกัน เช่น บุคคลที่มีสถานภาพการแต่งงานแล้วอาจจะมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยมากกว่าคนอื่น เนื่องด้วยต้องกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของตนเองและความปลอดภัยของสามี ภรรยา หรือบุตรของตนเองอีกด้วยจึงส่งผลให้ระดับการรับรู้และการตระหนักต่อความปลอดภัยของ

สายการบินจึงมีระดับแตกต่างกัน หรือ บุคคลที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมให้ความสำคัญและการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งหากสายการบินมีการใช้ภาษาที่เข้าใจยาก ก็ยากจะเข้าใจต่อบุคคลที่มีระดับการศึกษาน้อย ซึ่งระดับของการศึกษายังมีผลต่อการรับรู้และการตระหนักต่อความปลอดภัยอีกด้วย ในขณะที่ผู้โดยสารที่มีรายได้แตกต่างกัน ก็มีการรับรู้ การตระหนัก และความกังวลต่อความปลอดภัยแตกต่างกัน เช่น บุคคลที่มีรายได้น้อยก็จะมีการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยมากกว่าผู้อื่น เพราะชีวิตนี้มีความสำคัญต่อตัวเองและผู้อื่นในครอบครัวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ประเภทการเดินทางต่างก็มีผลต่อการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยแตกต่างกัน เนื่องผู้ใช้บริการสายการบินเพื่อการเดินทางในประเทศมีความวิตกกังวลต่อความปลอดภัยแตกต่างจากผู้โดยสารที่เดินทางไปต่างประเทศ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะระยะทางในการเดินทางที่ไกลกว่า ตลอดจนความรู้สึกกังวลทางด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสารบนเครื่องบิน การบริการของพนักงานเกี่ยวกับความปลอดภัย การบริการสัมภาระที่จะมาถึงยังจุดหมายปลายทางด้วยดีหรือเปล่า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Majidi, et al. (2014) พบว่า การรับรู้และการตระหนักถึงความปลอดภัยของแต่ละคนขึ้นอยู่กับการศึกษาและความรู้ของแต่ละคนที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การที่ผู้โดยสารมักได้รับข่าวสารและการบอกต่อถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นผ่านข่าวสารและสื่อต่าง ๆ ทั้งทีวี หนังสือพิมพ์ โทรศัพท์มือถือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลให้เกิดการรับรู้และประสบการณ์ที่แย่ได้อีกด้วย (Siomkos, 2000; พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมาน, 2560) ในขณะที่ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นอาจจะสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้ง่ายและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นซึ่งความรู้ต่อความปลอดภัยเหล่านี้ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสารและการตัดสินใจต่อการเลือกใช้บริการของสายการบิน (เจนจิรา นาทองคำ และสุตาพร กุณพลบุตร, 2559)

ในขณะที่ ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศ เรื่องความปลอดภัยต่างกันมีผลต่อการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน และผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ ประเภทการเดินทาง และช่องทางการรับทราบข่าวสาร/ประกาศ เรื่องความปลอดภัยต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจมาจากการให้ความสำคัญต่อการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของสายการบินที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของสากล ซึ่งทั้งเพศและอายุที่แตกต่างกันก็ต้องปฏิบัติเหมือนกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยเหมือนกัน (Chang & Liao, 2009) และผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยไม่แตกต่างกัน

สุดท้าย จากการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย พบว่า ปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยการรับรู้และตระหนักถึงความปลอดภัยด้านการบริการบนเครื่องบิน เนื่องจากการเดินทางโดยอากาศยานมีความเสี่ยงสูง ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องได้รับความมั่นใจจากองค์กรในการสร้างการรับรู้ความปลอดภัย โดยเฉพาะความปลอดภัยเมื่ออยู่บนเครื่องบิน โดยแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำอย่างแข็งแกร่ง และความสนใจในความปลอดภัยอย่างแท้จริงขององค์กร (Chen & Chen, 2012; Molin, Blangé, Cats & Chorus, 2017) โดยเฉพาะการปฏิบัติงานตั้งแต่การบริการภาคพื้นดินจนไปถึงการบริการบนเครื่องบิน (Hsu & Liu, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับ Chang & Liao, 2009) พบว่า ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องให้ความสำคัญผู้ให้บริการในการให้ความรู้และแนวทางในการจัดการเกี่ยวกับความปลอดภัย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เกิดความตระหนักในความสำคัญและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ซึ่งสอดคล้องกับ Jeeradist, Thawesaengskulthai and Sangsuwan (2016) ได้พยายามสร้างการรับรู้ที่ดีของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความปลอดภัยผ่านภาพลักษณ์องค์กรและความปลอดภัย และเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะสามารถ

เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในการโน้มน้าวการตัดสินใจของลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการ จนเกิดความพึงพอใจ และยินดีกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (Raghavan & Rhoades, 2005; Molin, Blangé, Cats & Chorus, 2017)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 1) ผู้ให้บริการสายการบินไทยควรพัฒนาและปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยและสร้างการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของสายการบิน การให้บริการและความสามารถของพนักงาน และคุณภาพของเครื่องบินและอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่มีความเป็นสากลและได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ 2) ผู้ให้บริการสายการบินไทยควรพัฒนาศักยภาพของพนักงานที่ให้บริการด้านสายการบินให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ตลอดจนความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ ความปลอดภัย คุณภาพของเครื่องบินและอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลให้เข้าถึงกับคนที่กลุ่มที่แตกต่างกันด้วยวิธีที่แตกต่างตามความเหมาะสม และ 3) ผู้ให้บริการสายการบินไทยควรจัดทำประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ การบริการ และคุณภาพอุปกรณ์ ให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ที่นั่งรอรับบริการ เป็นต้น ตลอดจนการนำเสนอข้อความและภาษาที่เข้าใจง่ายผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ให้เข้าถึงกับกลุ่มคนที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป การศึกษาวิจัยสามารถให้ความสนใจในการ 1) ควรมีศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ อาทิ ปัจจัยทางด้านการสื่อสารแบบบูรณาการ นวัตกรรมบริการ ทักษะที่มีต่อการเดินทางสายการบิน ตลอดจนปัจจัยทางด้านการตลาด และคุณภาพการให้บริการของสายการบิน ที่อาจจะส่งผลต่อการรับรู้และตระหนักความปลอดภัยของผู้โดยสารและการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย 2) ควรมีการศึกษาขยายขอบเขตทางด้านกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยอาจจะศึกษาที่สายการบินจากบริษัทอื่น เพราะแต่ละบริษัทอาจจะมีการให้ความสำคัญในการใส่ใจและคำนึงถึงความปลอดภัยแตกต่างกัน และ 3) ควรใช้วิธีอื่น ๆ ในการศึกษา เช่น วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดสัมภาษณ์แบบ Focus group เป็นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก อีกทั้งยังสามารถใช้วิธีการศึกษาแบบผสมเพื่อยืนยันผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยา อรรถนาถ และเสกสรร สุทธิสงค์. (2558). พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสต์เทิร์นเอเชีย*, 9(3), 55-71
- กฤษดา เขียววัฒนสุข และศรากุล สุโคตรพรหมมี. (2559). การวิเคราะห์เพื่อจำแนกกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps). *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 13(1), 92-109
- เจนจิรา นาทองคำ และสุดาพร กุณทลบุตร. (2559). อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(3), 50-61
- ธฤติมา อัญญะพรสุข. (2559). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป. *วารสารวิชาการ มทร. สุวรรณภูมิ*, 1(1), 29-42
- บริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน. (2556). *รายงานประจำปี 2556*. เข้าถึงเมื่อ 23 กรกฎาคม 2561, จาก http://www.56-1.com/reports/THAI/THAI_13AR_th.pdf

- พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ. (2560). ระดับการรับรู้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่อผลิตภัณฑ์โทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่. **วารสารวิชาการ มทร. สุวรรณภูมิ**, 2(1), 1-15
- พูลภัทร ชมจิตต์, วัฒนา มานนท์ และวราภรณ์ เต็มแก้ว. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกับการเลือกใช้บริการเดินทางระหว่างประเทศของสายการบินของไทย. **วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาววิทยาลัยขอนแก่น**, 8(2), 39-54
- Akamavi, R. K., Mohamed, E., Pellmann, K., & Xu, Y. (2015). Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business. **Tourism management**, 46, 528-545.
- Best, W.J & Kahn, V.J. (2006). **Research in Education** (10th ed). Boston: Allyn & Bacon.
- Brochu, L. (2003). **Interpretive planning: The 5-M model for successful planning projects**. InterPress.
- Chang, Y. H., & Liao, M. Y. (2009). The effect of aviation safety education on passenger cabin safety awareness. **Safety science**, 47(10), 1337-1345.
- Chen, C. F., & Chen, S. C. (2012). Scale development of safety management system evaluation for the airline industry. **Accident Analysis and Prevention**, 47, 177-181.
- Cochran, W. G. 1977. **Sampling Techniques**: 3d Ed. New York: Wiley.
- Daberkow, S. G., & McBride, W. D. (2003). Farm and operator characteristics affecting the awareness and adoption of precision agriculture technologies in the US. **Precision Agriculture**, 4(2), 163-177.
- Dev, S. S., & Qayyum, N. (2017). Major factors affecting students' perception towards faculty evaluation of teaching (SET). **Journal of Social Studies Education Research**, 8(3), 149-167.
- Dolnicar, S., Grabler, K., Grün, B., & Kulnig, A. (2011). Key drivers of airline loyalty. **Tourism Management**, 32(5), 1020-1026.
- Dourish, P., & Bellotti, V. (1992, December). Awareness and coordination in shared workspaces. In Proceedings of the 1992 ACM conference on Computer-supported cooperative work, 107-114).
- Graham, A. (2016). **Airport strategies to gain competitive advantage**. In Airport Competition (pp. 109-122). Routledge.
- Hajjar, S. T. (2014). A statistical study to develop a reliable scale to evaluate instructors within higher institution. **WSEAS Transactions on Mathematics**, 13, 885-894
- Han, H. (2013). Effects of in-flight ambience and space/function on air travelers' decision to select a low-cost airline. **Tourism management**, 37, 125-135.
- Hsu, Y. L., & Liu, T. C. (2012). Structuring risk factors related to airline cabin safety. **Journal of air transport management**, 20, 54-56.
- Jeeradist, T., Thawesaengskulthai, N., & Sangsuwan, T. (2016). Using TRIZ to enhance passengers' perceptions of an airline's image through service quality and safety. **Journal of Air Transport Management**, 53, 131-139.

- Kilinc, i., Öncü, M. A., & Taşgit, Y. E. (2009). A study on the Competition Strategies Implemented in the Airline Companies in Turkey. **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 9(17), 173-185.
- Koklic, M. K., Kukar-Kinney, M., & Vegelj, S. (2017). An investigation of customer satisfaction with low-cost and full-service airline companies. **Journal of Business Research**, 80, 188-196.
- Kouabenan, D. R., Ngueutsa, R., & Mbaye, S. (2015). Safety climate, perceived risk, and involvement in safety management. **Safety Science**, 77, 72-79.
- Liou, J. J., Yen, L., and Tzeng, G. H. (2008). Building an effective safety management system for airlines. **Journal of Air Transport Management**, 14(1), 20-26.
- Majidi, A., Nedjat, S., Mohammadi, A., Jamshidi, E., & Majdzadeh, R. (2014). Impact of sanctions on Iranian airlines: how people in Iran feel about air travel safety?. **International journal of disaster risk reduction**, 10, 67-74.
- Menard, S. (1995). **Applied logistic regression analysis: Sage university series on quantitative applications in the social sciences**.
- Molin, E., Blangé, J., Cats, O., & Chorus, C. (2017). Willingness to pay for safety improvements in passenger air travel. **Journal of Air Transport Management**, 62, 165-175.
- Nas, S. (2015). The Definitions of Safety and Security. **Journal of ETA Maritime Science**, 3(2), 53-54.
- Neter, J., Wasserman, W. & Kutner, M. H. (1989). **Applied Linear Regression Models**. Homewood, IL: Irwin
- Pourhosein, M. R., Kol, A. A. K., Vishkaii, B. M., & Jourshari, F. P. (2017). Investigate the Relationship between Institutional Ownership in Tehran Stock Exchange. **International Journal of Economics and Financial Issues**, 7(3), 276-285.
- Qiong, O. U. (2017). A brief introduction to perception. **Studies in Literature and Language**, 15(4), 18-28.
- Raghavan, S., & Rhoades, D. L. (2005). Revisiting the relationship between profitability and air carrier safety in the US airline industry. **Journal of Air Transport Management**, 11(4), 283-290.
- Rajaguru, R. (2016). Role of value for money and service quality on behavioural intention: A study of full service and low cost airlines. **Journal of Air Transport Management**, 53, 114-122.
- Siomkos, G. J. (2000). Managing airline disasters: the role of consumer safety perceptions and sense-making. **Journal of Air Transport Management**, 6(2), 101-108.
- Waring, A. (1996). **Safety management systems**. Thomson Learning Emea.
- Wicklund, R. A. (1975). Objective self-awareness. In **Advances in experimental social psychology**, 8, 233-275.