

ปัจจัยของความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง
ของผู้ใช้บริการชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาด
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

Factors of Confidence in Returning to Use the Service at Don
Mueang International Airport of Thai passengers during the
Situation of Coronavirus Disease 2019

ศิริขวัญ ชินสิทธิ์¹ จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์² และ สุกัญญา ตั้งประเสริฐ³
Sirikhuan Chinnasit¹ Jakkrapan Kittinorarat² and Sukanya Tangprasert³

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

E-mail Sirikhuan@pnru.ac.th

Master of Business Administration (Business Administration), Phranakhon Rajabhat University

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

E-mail Jakkrapan@pnru.ac.th

Master of Business Administration (Business Administration), Phranakhon Rajabhat University

³หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

E-mail Sukanya@pnru.ac.th

Bachelor of Business Administration (Business Administration), Phranakhon Rajabhat University

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 2) อิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง เป็นวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเฉพาะผู้ให้บริการชาวไทยที่รอขึ้นเครื่องบินโดยสารภายในประเทศ จำนวน 412 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์

วารสารวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ท่าอากาศยานดอนเมืองด้านชื่อเสียง ด้านการให้บริการ ด้านมาตรการความปลอดภัย และด้านมาตรการสาธารณสุข และระดับความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ปัจจัยภาพลักษณ์ท่าอากาศยานดอนเมืองด้านชื่อเสียง ด้านการให้บริการ มาตรการความปลอดภัย และมาตรการสาธารณสุขส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการเช่นกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อมั่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ ท่าอากาศยานดอนเมือง

Abstract

The objectives of this independent study were to investigate 1) Thai passengers' opinions towards the image and confidence in returning to use the service at Don Mueang International Airport amid Covid-19 outbreak, and 2) the influence of the image affecting confidence in returning to use the service at Don Mueang International Airport. This quantitative research was used questionnaires to collect the data in particular from 412 Thai passengers waiting to board a domestic passenger plane. The data were analyzed by descriptive and inferential statistics for hypothesis testing with multiple regression analysis.

The findings showed that: 1) the opinions towards the image factor of Don Mueang International Airport in reputation, service, safety measures, public health measures, and confidence in returning to use the service were at a high level in all aspect. 2)

the image factors of Don Mueang International Airport in the aspects of reputation, service, safety measures, and public health measures also affected the confidence in returning to use the service at the statistical significance level of .05.

Keywords: Corporate Image, Confidence, Repurchase, Don Mueang International Airport

บทนำ

จากสถานการณ์ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ระบาดไปทั่วโลก ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลักอย่างธุรกิจการบิน ธุรกิจอากาศยาน และหนึ่งในท่าอากาศยานที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งเป็นหนึ่งท่าอากาศยานที่อยู่ในความดูแลของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) อันเป็นผลมาจากการปิดประเทศ ปิดน่านฟ้า และจำกัดการเดินทาง เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่เชื้อระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 แพร่กระจายไปมากกว่านี้ อีกทั้งคนส่วนใหญ่ยังมีความกังวลต่อโรคไวรัสโคโรนา 2019 ยังคงมีอยู่ ทำให้เลือกเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าเดินทางโดยสารเครื่องบิน ทำให้ท่าอากาศยานดอนเมืองสูญเสียรายได้จากการบิน การขนส่งสินค้าและนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนลดน้อยลง ทำให้ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการที่ติดลบของท่าอากาศยานดอนเมืองตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา รวมไปถึงภาพรวมธุรกิจหดตัวลงอย่างรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ THE STANDARD TEAM (2020) ดังนั้นท่าอากาศยานดอนเมือง เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้จึงต้องสร้างความเชื่อมั่นในการมาใช้บริการของผู้โดยสารในเรื่องต่างๆไม่ว่าจะเป็นการเดินทางของผู้โดยสารให้มีความปลอดภัยจากโรคไวรัสโคโรนา 2019 ให้มากที่สุดเพื่อความสบายใจของผู้โดยสาร หรือทุกคนที่มาใช้บริการ

วารสารวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ท่าอากาศยานดอนเมือง และต้องมองหากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อให้สนามบินอยู่รอดต่อไป

อย่างไรก็ดี สถานการณ์การแพร่ระบาดภายในประเทศไทยเริ่มคลี่คลายขึ้น รัฐบาลได้มีการผ่อนคลายมาตรการจำกัดการเดินทางของผู้โดยสาร และสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศส่งผลให้สายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศสามารถกลับมาเปิดให้บริการได้ทั้งหมดในเดือนมิถุนายน จึงมีผลให้จำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงต่อจากนี้ คือ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารที่เดินทาง ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองที่ต้องสร้างแรงจูงใจ ให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการ รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมใหม่ภายใต้กฎเกณฑ์และข้อบังคับด้านสาธารณสุขที่เปลี่ยนไปสู่วิถีปกติใหม่ (New Normal)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ท่าอากาศยานดอนเมืองได้ปรับเปลี่ยนวิธีการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใช้บริการชาวไทยกลับมาใช้บริการโดยสารเครื่องบินอีกครั้ง โดยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ให้บริการชาวไทยให้มั่นใจและไว้วางใจในคุณภาพบริการและมาตรฐานในด้านความปลอดภัยของสนามบินดอนเมือง และที่สำคัญคือ มาตรการด้านสาธารณสุขที่ทางท่าอากาศยานดอนเมืองได้มีมาตรการการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เข้มงวด ในการคัดกรองผู้โดยสารทุกคนก่อนขึ้นเครื่องบิน เพื่อรักษาความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ในอันที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตขึ้นไปอีกในภายหน้า และทำให้ผู้ให้บริการชาวไทยกลับมาใช้บริการสนามบินดอนเมืองเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทยใน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อาจจะมีบาง การศึกษาที่ศึกษาทุกสนามบินในประเทศ และเป็นการศึกษาต่อการรับรู้เกี่ยวกับ มาตรการสาธารณสุขเท่านั้น แต่ไม่ได้ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ โดยเฉพาะการศึกษาในบริบทของท่าอากาศยานดอนเมืองกับความเชื่อมั่นใน การกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรค ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่อย่างใด ในขณะที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่าภาพลักษณ์ ที่ดีของท่าอากาศยานดอนเมืองที่นอกจากระบบการรักษาความปลอดภัย และ ความเป็นสนามบินนานาชาติที่มีชื่อเสียงแล้ว การนำเสนอภาพลักษณ์เกี่ยวกับการ รักษามาตรการสาธารณสุขในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโค โรนา 2019 จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่า อากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบ เกี่ยวกับสายงานด้านปฏิบัติการท่าอากาศยาน ที่คำนึงถึง มาตรการทั้งการใช้ บริการสนามบิน และทางสาธารณสุข จึงมีความสนใจและมีความต้องการทราบ ถึงเหตุผลที่ทำให้ผู้โดยสารเดินทางทางอากาศยานผ่านท่าอากาศยานดอนเมือง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ว่ามีความเชื่อมั่น และพึงพอใจในการใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองได้มากน้อยเพียงใด ด้วยเหตุผลนี้ จึงเป็นที่มาและเหตุผลของการศึกษาวิจัยเรื่อง บุพปัจจัยของความ เชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง และความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ด้าน ชื่อเสียง การให้บริการ มาตรการความปลอดภัย และมาตรการสาธารณสุข ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สมมติฐานการวิจัย

ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง ประกอบด้วย ชื่อเสียง การให้บริการ มาตรการความปลอดภัย มาตรการด้านสาธารณสุขส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการชาวไทยโดยสารเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนในการศึกษาครั้งนี้ แต่เนื่องจากไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน จึงใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอกแรน (Uakarn, 2020) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% และ สัดสวนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 จึงได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 384 คน แต่เพื่อให้มีข้อมูลมากเพียงพอ จึงเก็บเพิ่มเป็น 412 คน จากนั้นผู้วิจัยจึงดำเนินการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบ

เจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ใช้บริการชาวไทยที่รอขึ้นเครื่องบินโดยสารภายในประเทศ มาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านพิจารณาความถูกต้อง ตรงประเด็น และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Congruence: IOC) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.67-1.00 ถือว่าแบบสอบถามมีความถูกต้องเชิงเนื้อหา จากนั้น ได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้รายด้านและภาพรวม มีค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (Cronbach Alpha Reliability) .73 – .94 ถือว่ามีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010)

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุด และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter ทั้งนี้มีการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลซ้ำซ้อน (Multicollinearity) ประกอบด้วย ค่าสถิติ Tolerance ถ้าค่า Tolerance มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์สูงกับตัวแปรอื่น ๆ และ ค่าสถิติ VIF มีค่าเท่ากับส่วนกลับของค่า Tolerance จึงแปลความหมายตรงกันข้าม กล่าวคือ ค่า VIF ที่สูงมาก (ค่าสูงสุดเท่ากับ 10.0) แสดงว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุสูงมากในกลุ่มตัวแปรอิสระ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของ ผู้ใช้บริการชาวไทยโดยสารเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองที่เป็นตัวอย่างในการวิจัยต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกรายด้าน

ความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	แปลผล	อันดับ
- ด้านการให้บริการ	3.92	.73	1	5	มาก	1
- ด้านชื่อเสียง	3.86	.78	1	5	มาก	2
- ด้านมาตรการความปลอดภัย	3.84	.79	1	5	มาก	3
- ด้านมาตรการสาธารณสุข	3.82	.77	1	5	มาก	4
รวม	3.86	.77	1	5	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีภาพลักษณ์ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านชื่อเสียง ด้านมาตรการความปลอดภัย โดยด้านมาตรการสาธารณสุขน้อยที่สุด

2. ความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของ ผู้ใช้บริการชาวไทยโดยสารเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองที่เป็นตัวอย่างในการวิจัย ต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง

ความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	แปลผล
- ความเชื่อมั่นในการกลับมา ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง	3.95	.70	1	5	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. อิทธิพลของภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ที่มุ่งทดสอบอิทธิพลของภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง การให้บริการ มาตรการความปลอดภัย และมาตรการสาธารณสุข ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีผลการศึกษา ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติของตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้พยากรณ์ภาพลักษณ์ท่าอากาศยานดอนเมือง

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	.52	1	00.	5.44	0.00*
ด้านมาตรการสาธารณสุข (X_4)	.34	.403	7	8.5	*000.0
ด้านมาตรการความปลอดภัย (X_3)	.25	.03	.30	7.60	.005*
ด้านการให้บริการ X	($_{2110.}$)	.41	.2.2	8000	.0*
ด้านชื่อเสียง (X_1)	.18	.30	.22	6.33	*000.
R = .88 R ² = .78 SEE = .31 F= 349.73 Sig of F = .000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุของตัวแปรพยากรณ์ และค่าคงที่ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 จึงนำค่าสถิติต่าง ๆ มาสร้างสมการถดถอยพหุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ ดังสมการ

$$y = .52 + .34X_4 + .25X_3 + .18(X_1) + .11(X_2)$$

ผลการวิเคราะห์หิทธิพลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regressions) พบว่าตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.5 มีอยู่ 4 ตัวแปร คือ ด้านชื่อเสียง (X) ด้านการให้บริการ ($1X$ ด้านมาตรการความปลอดภัยX) และด้านมาตรการสาธารณสุข ($3X_4$ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปร (ด้านมาตรการสาธารณสุข) X_4 . เท่ากับ (34 สัมประสิทธิ์ด้านมาตรการความปลอดภัย) X_2 . เท่ากับ (35 สัมประสิทธิ์ด้านด้านชื่อเสียง)X. เท่ากับ (18 และ สัมประสิทธิ์ด้านการให้บริการ)X. เท่ากับ (211 ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยที่รอขึ้นเครื่องบินโดยสารภายในประเทศมีด้านมาตรการสาธารณสุข) X_4 หน่วย จะทำให้ความเชื่อมั่นในการกลับมา 1 เพิ่มขึ้น (

. ใช้บริการเพิ่มขึ้น34 ถ้ากลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยที่รอขึ้นเครื่องบินโดยสารภายในประเทศมีด้านมาตรการความปลอดภัย X_3 1 เพิ่มขึ้น (หน่วย จะทำให้ความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการเพิ่มขึ้น .25 ถ้าด้านชื่อเสียง X_1 . หน่วย จะทำให้ความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการเพิ่มขึ้น 1 เพิ่มขึ้น18 ถ้ากลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยที่รอขึ้นเครื่องบินโดยสารภายในประเทศมีด้านการให้บริการ X_2 เพิ่มขึ้น หน่วย จะทำให้ความเชื่อมั่นในการกลับมา 1 . ใช้บริการเพิ่มขึ้น11 โดยด้านมาตรการสาธารณสุข X_4 ด้านมาตรการความ () ปลอดภัย X ด้านการให้บริการ $(_3X$ และ $(_2$ ด้านชื่อเสียง $)X$ สามารถอธิบาย $(_1$ 5 การผันแปรของความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการได้ร้อยละ2 ส่วนอิทธิพลที่เหลือขึ้นอยู่กับอิทธิพลอื่นๆ ที่มีได้อยู่ในการศึกษานี้ อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ด้านมาตรการสาธารณสุข (X_4) ด้านมาตรการความปลอดภัย (X_3) ด้านการให้บริการ (X_2) และด้านชื่อเสียง (X_1) มีอิทธิพลต่อความความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการในระดับปานกลาง

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมือง ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ด้าน มาตรการสาธารณสุข มาตรการความปลอดภัย การให้บริการ และชื่อเสียงส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้ใช้บริการชาวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามลำดับ จึงนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ภาพลักษณ์ด้านมาตรการสาธารณสุข เป็นปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองให้ความสำคัญและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้

บริการมากกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ เนื่องจาก มาตรการสาธารณสุขถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการชาวไทยมีความรู้สึกหรือความเชื่อมั่นที่อยากจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองซ้ำอีกครั้ง (Khamsing, 2018) เพราะปัจจุบันประเทศไทยยังอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความกังวลในการเดินทางโดยเครื่องบิน การแออัดของผู้คนที่เข้ามาใช้บริการสนามบิน (Prasarnsuk, 2022) แต่อย่างไรก็ตาม ท่าอากาศยานดอนเมืองได้มีมาตรการที่เข้มงวดและ การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้เป็นไปตามกฎกระทรวงสาธารณสุข เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย (Kulsantiwong, 2019)

2. ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ภาพลักษณ์ด้านมาตรการความปลอดภัยส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ เป็นปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงเป็นอันดับสอง แสดงให้เห็นว่านอกจากจะคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสาธารณสุขแล้วผู้ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง ยังคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินด้วย ดังนั้นการมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการรักษาความปลอดภัยจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการชาวไทยมีความรู้สึกหรือความเชื่อมั่นที่อยากจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองซ้ำอีกครั้ง (Chinwongamorn, 2016) เพราะท่าอากาศยานมีผู้คนเข้าออกเป็นจำนวนมาก มีมิจนาชีพ หรือ ผู้ไม่ประสงค์ดีที่อาจจะเดินผ่านเข้ามาได้ และอาจก่อให้เกิดความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สินได้มาก จึงต้องการความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยเป็นสำคัญ ดังนั้นเมื่อผู้โดยสารจะเข้าไปใช้บริการสนามบิน จึงคาดหวังให้สนามบินเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับผู้โดยสารอยู่เสมอ (Prasarnsuk, 2022) คาดหวังให้มีการดูแลที่เข้มงวดของเจ้าหน้าที่สนามบิน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความปลอดภัยที่

เจ้าหน้าที่สนามบินมอบให้ (Chotpanich, 2018) และเชื่อมั่นที่จะกลับมาใช้บริการ

3. การให้บริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ เนื่องจาก การให้บริการถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการ ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการชาวไทยมีความรู้สึกหรือความเชื่อมั่นที่อยากจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองซ้ำอีกครั้ง (Anuchay, Thumprasen, Kasiwong, and Kocharat, 2021 ; Thanapatcharoen, 2021)

4. ผลจากการศึกษาพบว่าชื่อเสียงส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการ เนื่องจากชื่อเสียงเป็นปัจจัยหนึ่งที่อธิบายรูปลักษณ์ต่างๆของบริษัท โดยเฉพาะชื่อเสียงขององค์กรด้านมาตรฐานในการให้บริการของสนามบินที่มีมาตรฐานระดับสากล มีส่วนสำคัญในอันที่จะสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Piamsirikamol, 2022) ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นต่อการให้บริการสูงสุดของสนามบิน เกิดความไว้วางใจ และยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (Chanawutkulkiti, Kuangpeng, and Pocharee, 2018)

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยแสดงเป็นนัยว่าผู้โดยสารชาวไทยให้ความสำคัญกับมาตรการกำกับดูแลของท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีต่อการให้บริการสายการบิน เพราะมาตรการที่ดีที่สามารถปฏิบัติงานได้จริง เห็นเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคในระหว่างการเดินทางทางอากาศ จะช่วยสร้างความมั่นใจ และก่อให้เกิดเป็นความไว้วางใจในการเดินทางของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น ดังนั้นหากต้องการให้ผู้โดยสารชาวไทยกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองเพิ่มมากยิ่งขึ้นในช่วงโควิด-19 ท่าอากาศยานดอนเมืองจำเป็นต้องมีมาตรการที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ดังนี้

1) ด้านมาตรการสาธารณสุข สนามบินดอนเมืองควรเร่งพัฒนาปรับปรุง และวางแผนการดำเนินธุรกิจการบินในช่วงโควิด-19 โดยมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมให้ผู้โดยสารมีการรับรู้ที่ดีต่อรูปแบบการให้บริการเดินทางทางอากาศ ที่เปลี่ยนแปลงไป และคงรักษาไว้ซึ่งความเข้มงวดในเรื่องมาตรการสาธารณสุขตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเข้มงวด เนื่องจากในแต่ละวันมีผู้โดยสารเข้าออกจำนวนมากและจากหลากหลายพื้นที่ จึงมีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดการแพร่กระจายของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในวงกว้าง โดยเน้นการรักษาระยะห่าง การใส่เครื่องป้องกัน การรักษาความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสต่างๆ มากขึ้นกว่าเดิม และมีการอบรม หรือกำชับพนักงานทำความสะอาดให้หมั่นดูแลรักษาความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสต่างๆ เพื่อความปลอดภัยและลดความเสี่ยงของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง

2) ด้านมาตรการความปลอดภัย ท่าอากาศยานดอนเมือง ควรมีการปรุงระบบความปลอดภัยในการตรวจเช็คสิ่งของ สัมภาระ ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นคือ โดยให้เจ้าหน้าที่ตรวจค้น ตรวจเช็คสิ่งของสัมภาระให้เข้มงวดมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อความปลอดภัยต่อผู้ให้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง

3) ด้านการให้บริการ ควรรักษามาตรฐานการบริการให้อยู่ในระดับสากล ตลอดจนการประเมินมาตรฐานบริการ และนำเสนอผลการประเมินมาตรฐานสู่ภายนอก โดยมุ่งเน้นในการพัฒนาทั้งจากทางด้านการทำให้ผู้โดยสารรับรู้ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานดอนเมืองในคุณภาพการให้บริการ ซึ่งปัจจัยนี้สามารถส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นที่จะกลับมาใช้บริการได้โดยตรง นั่นคือปัจจัยด้านภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ ยังคงเป็น ปัจจัยที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญและส่งผลให้เกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการได้อีกมาตรการหนึ่ง

4) ด้านชื่อเสียง ท่าอากาศยานดอนเมืองควรมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ด้านชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก และมีหน่วยประชาสัมพันธ์ที่ทำงานเชิงรับ และเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤติที่อาจเกิดได้ตลอดเวลา และการนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นสู่สังคม อีกทั้งผู้บริหารควรมุ่งให้ ความสำคัญ และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงวางแผนโดยการทำการสื่อสารในด้านต่างๆ โดยมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและหลากหลายช่องทาง เพื่อให้เป็นที่รับรู้แก่ ผู้ใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเพื่อตอกย้ำความน่าเชื่อถือของท่าอากาศยาน ดอนเมืองในด้านความมีชื่อเสียงอีกด้วย

References

- Anuchay, P., Thumprasen, T., Kasiwong, M., and Petch Kocharat. (2021). Service quality and customer satisfaction at Nakhon Phanom Airport Nakhon Phanom Province Journal of Buddhist Social Sciences and Anthropology. (In Thai)
- Chanawutkulkiti, Ch., Kuangpeng, S., and Pocharee, L. (2018). Factors related to perception service quality of service users Udon Thani International Airport. Journal of Cho Payom. (In Thai)
- Chinwongamorn, N. (2016). Airline service quality strategy that affects the decision to choose between airlines. (Master of Business Administration Thesis). Bangkok University. (In Thai)
- Chotpanich, W. (2018). Factors of service quality. perceived value and the airline image that affects repurchase intentions in the context of a full-fledged airline. (Master of Business Administration). Bangkok University. (In Thai)

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis(7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Khamsing, N. (2018). Attitudes of Thai passengers towards the service of Khon Kaen Airport Hotel and Tourism Department. Faculty of Management Sciences Rajabhat Maha Sarakham University. (In Thai)
- Kulsantiwong, C. (2019). Factors affecting travel decisions of Thai tourists of Generation Y after the epidemic of COVID-19. (Master of Business Administration Thesis). Bangkok University. (In Thai)
- Piamsirikamol, B. (2022). The Influence of Airline Image and Reputation on Satisfaction and Loyalty of customers using low-cost airlines in Thailand. Journal of Accounting and Management Mahasarakham University. (In Thai)
- Prasarnsuk, P. (2022). Comparison of factors and behaviors that influence the decision to use Suvarnabhumi Airport and Don Mueang Airport of Thai tourists in the situation of COVID-19. (Master of Management). Bangkok University, Program in hospitality and tourism industry management. (In Thai)
- Thanapatcharoen, Y. (2021). A study of factors affecting repeat purchase intentions of domestic air tickets for Travel during the covid-19 crisis. (Master of Management Thesis). Mahidol University, College of Management. (In Thai)

- THE STANDARD TEAM. (2020). Situation of COVID-19 in Thailand (31 Dec. 2020). Retrieved 2022 January 7, from
:https://thestandard.co/covid-19-situation-in-thailand-311263.
(In Thai)
- Uakarn C. (2020). Advanced Quantitative Research Methods in Public Policy. Kasem Bundit University: Public Policy and management, Lecture document 2-2020.