



พฤติกรรมกรเปิดรับและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

Exposure and Satisfaction toward Airports of
Thailand Public Company Limited's Website

โดย

นิธิตล พัฒนตระกูลสุข และ รศ.กัลยกร วรกุลสถฐานีย์

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระในการศึกษาหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “พฤติกรรมกรเปิดรับและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับเว็บไซต์
และความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) การศึกษาวิจัย
ครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitation Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ
(Survey Research) มุ่งศึกษาเฉพาะ กลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์ของ
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 300 คน เก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว ณ ช่วงเวลาใด
เวลาหนึ่ง (Cross-sectional Study) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม
(Questionnaire) ในลักษณะของแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยจะทำแบบสอบถามซึ่งมี 3 ลักษณะ
คือ แบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close Ended Questions) และแบบสอบถามชนิดคำถาม
ปลายเปิด (Open Ended Questions) และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดย
ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งประเด็นออกที่ต้องการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน และทำการทดสอบหาค่าความ
เที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ได้จัดทำ
จากนั้นทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเฉพาะส่วนที่สามารถนำมาตีค่าคะแนนเท่านั้นสถิติที่

ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ค่าสถิติ F-Test /One-way ANOVA และ Independent t-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยใช้บริการเว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือมีจำนวนเพศชาย 129 คน คิดเป็นร้อยละ 43 อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.3 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และมีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเดินทางโดยเครื่องบิน โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนการเดินทางโดยเครื่องบิน เท่ากับ 4.02 ครั้งต่อปีหรือ 4 ครั้งต่อปี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนการเดินทางโดยเครื่องบิน 2 ครั้งต่อปีมีจำนวนมากที่สุด คือ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และมีลักษณะเส้นทางการบิน คือ เดินทางภายในประเทศมีจำนวนมากที่สุด คือ 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางระหว่างประเทศ มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวมีจำนวนมากที่สุด คือ 160 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับเว็บไซต์โดยเฉลี่ย 5 ครั้งต่อปี และมีระยะเวลาในการเข้าใช้งาน 18 นาทีต่อครั้ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการเดินทางที่ออกมาว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเดินทางโดยเครื่องบินเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารที่มีความต้องการเดินทางโดยเครื่องบินจะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางทุกครั้ง โดยจะเข้ามาศึกษาข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งผลการวิจัยด้านการเปิดรับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการหาข้อมูลเที่ยวบิน เช่น สถานะการบิน ตารางการบิน ข้อมูลสายการบินมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ 4.53 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับมากที่สุด รองลงมาคือหาข้อมูลการให้บริการภายในสนามบินโดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ 4.22

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อเว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อเรื่องการใช้งานเว็บไซต์ในด้านประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ รองลงมาคือ ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ

ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการระดับหนึ่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาพบว่าบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ควรศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ ซึ่งสามารถทำได้โดยเก็บสถิติการเข้าใช้งาน อาทิเช่น ความถี่หรือระยะเวลาในการเข้าเว็บไซต์ และมีความสนใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์มากน้อยเพียงใด เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเข้าใช้งานของผู้ใช้บริการ เช่น มีการค้นหาตารางเที่ยวบินสถานะของการบิน คำแนะนำผู้โดยสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งสามารถนำสถิติการเข้าใช้งานไปปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์

คำสำคัญ: พฤติกรรม, การเปิดรับ, ความพึงพอใจ, เว็บไซต์, บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน)

ABSTRACT

The independent study “Exposure and Satisfaction toward Airports of Thailand Public Company Limited’s Website” aimed to investigate the exposure and satisfaction of users toward Airports of Thailand Public Company Limited’s website. This study was a quantitative research with survey research type collecting data following a cross-sectional study principle. Online-based questionnaire was employed to gather data from 300 users. There were 3 types of questions in the questionnaire: close-ended questions, open-ended questions, and rating scale. Each of these types was investigated separately. The questionnaire was examined for validity and reliability. Then, each type which could be statistically calculated was tested separately for reliability. The descriptive statistics used in this study were frequency, percentage, mean, and S.D. Inferential statistics utilizing to test hypotheses were Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient which used F-Test, One-way ANOVA, and independent t-test.

The findings suggested that of all users of Airports of Thailand Public Company Limited's websites, 171 users (57 percent) were female while 129 users (43 percent) were male. The majority of the respondents (112 users, 37.3 percent) were aged 21-30 years old with the highest educational level of bachelor's degree (65.3 percent). Most of them (104 users, 34.7 percent) worked in private companies. Sixty-seven samples (22.3 percent) had monthly income more than 50,000 Baht.

Pertaining to the frequency of air transport usage, on average, the samples used air travel 4.02 or 4 times a year. Most of the respondents (81 users, 27.1 percent) flew 2 times annually. Domestic travel received the highest rating at 164 users (54.7 percent) whereas international travel at 136 users (45.3 percent). Most of the samples (160 users, 53.3 percent) used air transport for travelling.

In terms of the exposure to Airports of Thailand Public Company Limited's websites, the samples exposed to the website 5 times a year and the browsing duration was 18 minutes per time of visiting. The results were consistent with the frequency of air travel usage which mentioned that the respondents traveled 4 times a year. This suggested that passengers who travelled by airplanes would visit the website to look for some information relating to their trips. Concerning content exposure, the samples searched for flight-related information including flight status, flight schedule, and airline information. This kind of information obtained the highest exposure at 4.53 percent while airport services at 4.22 percent.

Regarding the satisfaction toward Airports of Thailand Public Company Limited's websites, the samples were satisfied with the usefulness of information and up-to-date content the most while the accuracy and reliability of the information came second. The results more or less demonstrated that the website contained the information which met users' needs and interests.

For Future research, the researcher suggested that Airports of Thailand Public Company Limited should examine travelling behaviors of the website's users which could be done by collecting website statistics including frequency, duration of

browsing, to what extent were the users interested in the content of the website in order to gain the insight into the users' behavior such as the search for flights, flight status, suggestions for passengers as well as travelling and hotel information. These data could help keep the information on the website up to date.

Keywords: behavior, exposure, satisfaction, website, Airports of Thailand Public Company Limited

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงคมนาคม กระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ก่อตั้งในปี พ.ศ.2483 โดยเริ่มจากกองทัพอากาศได้จัดตั้งกองการบินพลเรือนขึ้นเพื่อดำเนินงานเกี่ยวกับการบิน ระหว่างประเทศ และอีก 8 ปีต่อมาก็ได้ยกฐานะจากกองเป็นกรม และได้ปรับปรุงสนามบินดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานสากลเรียกว่า "ท่าอากาศยานดอนเมือง" ก่อนเปลี่ยนมาใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า "ท่าอากาศยานกรุงเทพ" เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ.2498 ต่อมา รัฐสภาได้ตราพระราชบัญญัติว่าด้วยการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 โดยกำหนดให้จัดตั้งการท่าอากาศยานขึ้นเรียกว่า การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย หรือ ทอท. และให้ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Airports Authority of Thailand ย่อว่า AAT โดยมีพนักงาน ทอท.ได้เข้าปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัตินี้ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2522 จึงได้ถือเอาวันนี้เป็นวันสถาปนา ทอท. ในเวลาต่อมากิจการของ ทอท. เจริญรุ่งเรืองนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญคือ การแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2545 โดยใช้ชื่อ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และยังคงเรียกชื่อย่อว่า ทอท. เช่นเดิม ส่วนภาษาอังกฤษให้ชื่อว่า Airports of Thailand Public Company Limited เรียกโดยย่อว่า AOT โดยใช้ชื่อหุ้นว่า "AOT"

ทั้งนี้ ทอท. เป็นหน่วยงานที่ประกอบธุรกิจท่าอากาศยานของประเทศไทย รวมทั้งกิจการอื่นๆที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับการประกอบกิจการท่าอากาศยาน โดยธุรกิจหลักประกอบด้วย การจัดการ การดำเนินงาน และการพัฒนาท่าอากาศยาน โดยมีท่าอากาศยานในความรับผิดชอบ 6 แห่ง คือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยาน

แม่ฟ้าหลวง เชียงราย ท่าอากาศยานภูเก็ต และท่าอากาศยานหาดใหญ่ ซึ่งท่าอากาศยานทั้ง 6 แห่งนี้ ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยมีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็น ท่าอากาศยานหลักของประเทศ

นอกจากนี้ ทอท. ยังได้คำนึงถึงการมุ่งสร้างองค์กรสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ และมุ่งมั่นที่จะยกระดับการพัฒนาคุณภาพการบริการ การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร การปรับปรุงระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงที่ก้าวไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งเราจะเห็นได้จาก วิสัยทัศน์ (Vision) คือ “ทอท. เป็นผู้ดำเนินการและจัดการท่าอากาศยานที่ระดับโลก” และ พันธกิจที่ว่า “ประกอบและส่งเสริมกิจการท่าอากาศยาน รวมทั้งดำเนินการกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือ ต่อเนื่องกับการประกอบกิจการท่าอากาศยาน โดยคำนึงถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน” รวมถึงการสร้าง ค่านิยม (Core Value) โดยใช้คำว่า 5 ซึ่งประกอบด้วย 1. ให้ใจ (Service Minded): ให้บริการด้วยใจ เหนือความคาดหมาย 2. มั่นใจ (Safety & Security): เป็นเลิศในมาตรฐานความปลอดภัย 3. ร่วมใจ (Teamwork): รวมพลัง ให้เกียรติทุกความคิดเห็น 4. เปิดใจ (Innovation): พัฒนาไม่หยุดยั้ง 5. ภูมิใจ (Integrity): ยึดมั่นในผลประโยชน์ขององค์กร

อินเทอร์เน็ตถือเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ได้รับความนิยม และเข้ามามีบทบาทสำคัญ ต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การแพทย์ ความบันเทิง และ อื่นๆ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารของผู้คน ทั้งนี้เป็น เพราะอินเทอร์เน็ตสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งที่เป็นข้อความ รูปภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและ รวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบัน เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ ผู้ใช้งานสามารถประหยัดเวลา (Time) และสถานที่ (Place) สำหรับการค้นหาและรับส่งข้อมูล ให้ทัน ต่อความต้องการด้านข่าวสารทั่วโลกซึ่งเรียกได้ว่าเป็นสังคมแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน (Globalization) จากแนวโน้มของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ทำให้องค์กรต่างๆ เริ่มให้ ความสำคัญในด้านการพัฒนาสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็น การประชาสัมพันธ์องค์กรของตนให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ โดยการจัดทำ เว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสาร หรือการให้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการบริการด้านต่างๆ แก่ ผู้ใช้บริการ ดังเช่น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

สำหรับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ทาง บริษัทมีเว็บไซต์หลักที่ใช้สื่อสารกับผู้ใช้บริการ สาเหตุที่ ทอท. ได้จัดทำเว็บไซต์ขึ้นนั้น เนื่องมาจาก ต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆ ขององค์กรให้เป็นที่รู้จักมาก ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การจัดทำเว็บไซต์ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้กับตัวองค์กรเองด้วย สำหรับ

ผู้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ของ ทอท. นั้นสามารถค้นหาข้อมูลหรือติดตามข่าวสารต่างๆ ได้ที่ <http://airportthai.co.th/main> โดยใน 3 เดือนแรกของปี 2560 มีผู้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ของ ทอท. มากถึง 3,981,623 คน จากตัวเลขการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ทำให้เห็นว่า เว็บไซต์ของ ทอท. มีความสำคัญต่อผู้เข้าใช้มากขึ้น เนื่องจาก การเติบโตของธุรกิจการบินที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น

ด้วยเหตุผลและความสำคัญที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจจากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ ทอท. โดยเลือกเก็บข้อมูลจากบุคคลที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ทอท. ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2560 ถึงเดือนกรกฎาคม 2560 เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีเนื้อหาและระบบที่สามารถตอบสนองกับความพึงพอใจและพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ของ ทอท. สามารถนำข้อมูล หรือข่าวสารต่างๆ ไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ทอท.
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ทอท.
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ทอท.
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง กับพฤติกรรมการเปิดรับที่มีต่อเว็บไซต์ ทอท.
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์ ทอท.

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)” การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากโดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire)

ผลการวิจัยและอภิปราย

ลักษณะทางประชากรที่เป็ดรับเว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีทางประชากรที่ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้กล่าวไว้ว่า เพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงและชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบและต้องการแสวงหาข้อมูลใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ทั้งนี้ต้องมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เพราะว่าการศึกษาหรือความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก เพราะว่าการศึกษาระดับต่างกันจะย่อมมีความคิดและความต้องการในการแสวงหาความรู้แตกต่างกันไป เช่น คนที่มีการศึกษาสูงจะมีความได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดีกว่า เพราะตนเองมีความรู้หลากหลายในด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านเนื้อหา ภาษา คำศัพท์ ทำให้บุคคลเหล่านี้มักมองทุกสิ่งอย่างมีเหตุและผล ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าหากไม่มีข้อมูลมาช่วยสนับสนุน ซึ่งโดยทั่วไปบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่สูงจะมีการเปิดรับหรือแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ ดังนั้นข้อมูลข่าวสารจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ทำให้กลุ่มตัวอย่างนี้มีความต้องการที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความเร่งรีบในการดำเนินชีวิต

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีพฤติกรรมการเดินทางโดยเครื่องบินเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเส้นทางการบินภายในประเทศ (ร้อยละ 54.7) และเส้นทางการบินระหว่างประเทศ (ร้อยละ 45.3) ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถิติข้อมูลเที่ยวบินของฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่แสดงข้อมูลเส้นทางการบินของผู้โดยสาร ว่ามีเส้นทางการบินภายในประเทศ (ร้อยละ 63) และเส้นทางการบินระหว่างประเทศ (ร้อยละ 37) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือการท่องเที่ยว (ร้อยละ 53.3)

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความถี่ในการเปิดรับเว็บไซต์โดยเฉลี่ย 5 ครั้งต่อปี และมีระยะเวลาในการเข้าใช้งาน 18 นาทีต่อครั้ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการเดินทางที่ออกมาว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเดินทางโดยเครื่องบินเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารที่มีความต้องการเดินทางโดยเครื่องบินจะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางทุกครั้ง โดยจะเข้ามาศึกษาข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งผลการวิจัยด้านการ

เปิดรับเนื้อหาภายในเว็บไซต์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการหาข้อมูลเที่ยวบิน เช่น สถานะการบิน ตารางการบิน ข้อมูลสายการบินมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ 4.53 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หาข้อมูลการให้บริการภายในสนามบินโดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ 4.22

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อเรื่องการใช้งานเว็บไซต์ในด้านประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ รองลงมาคือ ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ฯ ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการระดับหนึ่ง และสอดคล้องกับ เวบนอร์ (1985) ที่ได้อธิบายถึงการให้ประโยชน์จากการบริโภคข่าวสารเพื่อลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ของผู้รับสาร และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อสามารถติดตามข้อมูลข่าวสาร

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ทอท. เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ ทอท. มากที่สุด ดังนั้น ทอท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะพัฒนากลยุทธ์และกลวิธีในการสื่อสารสำหรับเว็บไซต์ ทอท. โดยการเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เพื่อรักษากลุ่มเป้าหมายเดิม และขยายไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ให้มากขึ้น สามารถทำได้โดยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ ป้ายดิจิตอล หรือ อินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างการรับรู้ และต่อยอดการพบเห็นให้บ่อยครั้งขึ้น นอกจากนี้อาจทำการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของ ทอท. มามายังเว็บไซต์ ทอท. เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวของ ทอท. โดยเฉพาะ

2. ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเดินทางโดยเครื่องบินของผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ ทอท. มีความถี่เฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี และมีลักษณะเส้นทางการบินภายในประเทศเป็นส่วนมาก โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ ทอท. จะเปิดรับก็ต่อเมื่อมีการเดินทาง ดังนั้น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ควรนำผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์กลับมาพัฒนาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเข้าใช้งานของผู้ใช้บริการ เช่น ตารางเที่ยวบินของทุกสนามบินควรมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา คำแนะนำผู้โดยสารที่มีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายที่ออกใหม่ในปัจจุบัน ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการโรงแรมที่มีข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับที่พัก การเดินทาง

และการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสาร หรือเป็นตัวเลือกให้แก่ผู้
เข้าใช้บริการเว็บไซต์

3. ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด
(มหาชน) นั้น มีการเปิดรับเฉลี่ย 5 ครั้งต่อปี และมีการเข้าใช้งานเว็บไซต์เพียงแค่ 18 นาทีต่อครั้ง ซึ่ง
จะเห็นได้ว่า ผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์อยู่ในระดับที่น้อย เมื่อเทียบกับจำนวนผู้โดยสารที่เข้าใช้บริการใน
ท่าอากาศยาน ดังนั้น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จึงควรปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ให้มีความ
โดดเด่น และสามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น เพิ่มเติม
ระบบแจ้งเตือนเมื่อใกล้ถึงเวลาเช็คอิน อัปเดตสถานะการบินของผู้โดยสาร หรือโปรโมชั่นต่างๆ ของ
ผู้ประกอบการภายในท่าอากาศยาน เพื่อให้เว็บไซต์มีความทันสมัยและสามารถตอบสนองความ
ต้องการของผู้ใช้บริการผ่านเว็บไซต์ ทอท. อย่างทันทั่วถึง นอกจากนี้ สาเหตุที่ผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์
ทอท. ใช้เวลาในการเข้าชมเว็บไซต์น้อยมาก เนื่องจากเนื้อหาในเว็บไซต์มีความหลากหลายมากเกินไป
ความจำป็น และบางหัวข้อมีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
ควรจัดทำเว็บไซต์ให้มีเนื้อหาที่กระชับมากขึ้น ตัดหัวข้อที่มีเนื้อหาซ้อนทับกันออก และอาจเพิ่มเติม
อนิเมชัน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจบนเว็บไซต์มากขึ้น

4. ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์ในด้าน
ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด รวมถึง
การเข้าใช้งานที่สะดวกและเข้าใช้ได้หลากหลายช่องทาง นอกจากนี้ เว็บไซต์ของ ทอท. ยังมีความ
สวยงาม และความน่าสนใจมาก อย่างไรก็ตาม ยังมีบางประเด็นที่ผู้จัดทำเว็บไซต์สามารถนำไปใช้ในการ
พัฒนาเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากกว่าเดิม ซึ่งได้แก่ประเด็นที่ว่า
เว็บไซต์ของ ทอท. ไม่สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ ด้านการบริการค้นหาเฉพาะ
และประเด็นของการมีภาพโฆษณาอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัท โรงพิมพ์
ศาลาแดง จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2546). *ผู้ส่งสารในการสื่อสาร เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมกรการ
สื่อสาร*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวคิดทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- จินตวีร์ คล้ายสังข์. (2554). *หลักการออกแบบเว็บไซต์ทางการศึกษา: ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ:
สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.
- จิราภา เต็งไตรรัตน์ และคณะ. (2552). *จิตวิทยาทั่วไป*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงศ์ และ ณรงค์ เทียนสง. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). *คัมภีร์ Web Design*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พีระ จิระโสภณ. (2533). *แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทผู้รับสารกับผลการสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์. (2553). *ทฤษฎีพฤติกรรมและการประยุกต์สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมกรการ
เดินทางในประเทศไทย*. วิศวกรรมสาร: วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม*. กรุงเทพฯ: โรง
พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์

ชฎาภรณ์ สวนแสน. (2556). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์*
จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

ญาดา มะลิทอง (2551). *พฤติกรรมกาารใช้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อการทำหน้าที่ของ*
อินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

ประกายดาว ดำรงพันธ์. (2536). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการตามสินค้า: กรณีศึกษา*
ศูนย์ธุรกิจสะพานขาวธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์.

ภัทรพงศ์ ชาร์เมื่องกุล. (2557). *การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจ*
เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
บริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, สาขาวิทยาศาสตร์การ
กีฬา.

วิชัย เหลือธรรมชาติ. (2531). *ความพึงพอใจในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากร*
หมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาซูวัน อาเยะ (2556). *ความคาดหวัง พฤติกรรมกาารเปิดรับ ความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อสังคม*
ออนไลน์ของเยาวชนมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

อื่นๆ

กรรณิการ์ แสงสุริศรี. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารร่วมบริการ*
องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.): กรณีศึกษาบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ.

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ

- สุปราณี ยิ่งมั่นคง. (2557). พฤติกรรมการใช้แล้วความพึงพอใจที่มีต่อห้องบลูเพลนเน็ตใน
เว็บไซต์พันทิป. (ค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน.
- สมหมาย เปียณอม. (2551). เรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับ บริการจากมหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อำนาจ วัฒนกุล. (2550). การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
องค์กร กรณีศึกษา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (รายงานโครงการเฉพาะ
บุคคล). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- เว็บไซต์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2011, สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2560,
จาก <http://airportthai.co.th/main/th/741-histories>

Books

- Katz, E., Blumer, J. & Gurevitch, M. (1974). *The Uses of Mass Communication: Current perspective on gratifications research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). *On the use of the mass media for important things*. *American Sociological Review*.
- Klapper, J.T. (1960) *The Effect of Communication*. New York: Free Place
- Merrill, J. C., & Lowen stein, R. L. (1971). *Media Messages and Men: New Perspective In Communication*. New York: David Mckay.