

การศึกษาพฤติกรรมการรอเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศ

The Study of Flight Waiting Behavior of International Travelers

ก้องกัญท์ โตชัยวัฒน์ และบุรินทร์ วิทยารักษ์*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรอเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศ โดยทำการสำรวจปัจจัยประชากรศาสตร์ โดยใช้หลักแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค(7'O) กับนักเดินทางระหว่างประเทศ การศึกษานี้ได้ออกแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ จากการเก็บข้อมูลกับนักเดินทางระหว่างประเทศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ผลลัพธ์เพื่อศึกษาหาพฤติกรรมของนักเดินทางระหว่างประเทศด้วยสถิติเชิงพรรณนาผลลัพธ์ที่ได้พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชายต้องการพื้นที่ส่วนตัวเพื่อพักผ่อนระยะสั้น เพื่อชำระร่างกาย หรือเพื่อค้างคืน มีอายุระหว่าง 23-30 ปี สัญชาติอยู่ในทวีปยุโรป รายได้ต่อเดือน 50,001-100,000 บาท สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีพฤติกรรมการเดินทาง คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด และทำธุรกิจ มีลักษณะการเดินทาง 2 คน โดยเวลาบินขาออกอยู่ในช่วงเช้า (4.01-10.00 น.) มีระยะเวลาเปลี่ยนเครื่อง 2-3 ชั่วโมง นิยมเลือกซื้อสินค้า และใช้บริการร้านอาหารด้วยตนเอง โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวพักรอที่อยู่มากที่สุดคือ โถงผู้โดยสารขาออกกิจกรรมการเลือกซื้อ

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง ,นักศึกษานิพนธ์โท สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, E-mail Address:kongkoon@gmail.com, burinwarch13@gmail.com งานวิจัยนี้เป็นผลงานที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2556

สินค้าปลอดภาษีและรับประทานอาหารเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม โดยจะเดินทางมาถึงสนามบินก่อนเที่ยวบินประมาณ 2 ชั่วโมง และเลือกทำกิจกรรมในบริเวณโถงผู้โดยสารขาออก ทั้งนี้ผลลัพธ์จากการวิจัยจะทำให้สนามบินและผู้ประกอบกิจการภายในอาคารสนามบินสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการรอเที่ยวบิน, นักเดินทางระหว่างประเทศ

Abstract

This study aimed to study the international traveler's flight waiting behaviors by surveying travelers' demographic factors which are related to consumer behavior principle. This research was designed as a quantitative research by collecting the data from 400 respondents and analysis by using descriptive statistics. The results showed that most of the respondents are male, who need private area for a short break or overnight, with age between 23-30 years old, Europe nationality, monthly income of 50,001 to 100,000 baht, single, and bachelor's degree education. The travelers' behaviors are to take the holiday and business trips, with departure times in the morning (4:01 to 10:00) and the transition period of 2-3 hours, normally wait at departure hall. In addition, duty free shopping and dining are the most favorite activities of respondents at departure hall area. Two hours are the period of arrival airport before flight time. This information would be useful for Thailand airport managements and people who have related businesses that would able to provide better services for international travelers.

Key Words : Airport Hotel Consumer Behavior, International Travelers

1. บทนำ

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ที่เลื่อนเปิดจากวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 (ณ กฤษ เสวตนันท์, 2556) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มประเทศสมาชิกมีผลประโยชน์และอำนาจต่อรองต่างๆ กับคู่ค้าเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงที่จะเห็นได้ชัดเจนสำหรับประเทศไทยคือ ไทยจะกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว และการบิน เนื่องมาจากทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางระหว่างกลุ่มสมาชิกประเทศอาเซียน การลงทุนจะเสรีมากขึ้น การค้าขายจะขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 25 ในส่วนของอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น การท่องเที่ยวการคมนาคม เป็นต้น (Thai-AEC.com, 2555) ย่อมส่งผลให้จำนวนชาวต่างชาติที่จะเดินทางมาประเทศไทย และจำนวนคนไทยที่จะเดินทางออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยวหรือเพื่อเจรจาต่อรองทางธุรกิจย่อมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากการเปิดการค้าเสรีหรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทย เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในโลก จะเห็นได้จากอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิเกินอัตราที่จะรองรับได้ ซึ่งเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ (นิตินัย ศิริสมรรถการ, 2555) อันเนื่องมาจากการประเทศไทยมีการเปิดกว้างทางด้านการบินเพิ่มมากกว่าแต่เมื่อก่อน และการขยายทั้งเส้นทางการบินและจำนวนผู้โดยสารของสายการบินที่ทำการบินอยู่ในประเทศไทย เพื่อตอบสนองจุดประสงค์และพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางในแนวทางประหยัด ที่กำลังเป็นที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นกล่าวคือ พฤติกรรมการเลือกสายการบินที่เน้นเพื่อการเดินทางเป็นหลัก ไม่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกินความจำเป็นเพื่อแลกกับราคาที่ถูกลง (budget airline) ซึ่งในปัจจุบันนักเดินทางมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการในสายการบินต้นทุนต่ำ (low cost airline) ที่เกิดออกมาให้บริการเป็นจำนวนมาก จะเห็นได้จากตัวเลขการเติบโตของส่วนแบ่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ จาก 17.64 ล้านคนในปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นร้อยละ 36.9 ของจำนวนผู้โดยสารของสนามบินหลัก 6 แห่งในประเทศไทย เป็น 20.34 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2555 คิดเป็นร้อยละ 38.8 ของจำนวนผู้โดยสารของสนามบินหลัก 6 แห่งในประเทศไทย (Kositchotethana, 2555) เป็นผลมาจากเศรษฐกิจในเอเชียขยายตัวมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ รวมทั้งจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นด้วย ที่สามารถเห็นได้จากผลประกอบการในช่วงไตรมาส

แรกปี 2556 ซึ่งสายการบินของไทยส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่ดีขึ้น (สถาบันการบินพลเรือน, 2556)

เมื่อการเดินทางได้รับความนิยม ความต้องการของนักเดินทางไม่ว่าจะเป็นด้านการเดินทาง ด้านที่พักอาศัยด้านการบริโภคอุปโภค รวมถึงความปลอดภัยก็เพิ่มอย่างมีนัยสำคัญกับปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งหากผู้ประกอบการในไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักเดินทางได้ ก็จะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการบินต่อไปในอนาคต ในทางตรงกันข้ามนั้น หากปริมาณนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง หรือขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ ก็จะส่งผลทางลบเนื่องจากไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ักเดินทางได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบในระยะยาวต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเหตุผลที่ได้กล่าวไปนั้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาพฤติกรรมการณ์ร่อเที่ยวบินของักเดินทางระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นช่องว่างที่ยังไม่มีธุรกิจหรือการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของักเดินทาง ได้ ซึ่งหากสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของักท่องเที่ยวก็จะเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ ที่สามารถสร้างกำไรให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงเติมเต็มความต้องการของักเดินทางได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการณ์ร่อเที่ยวบินของักเดินทางระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของักเดินทางระหว่างประเทศ
- 2.2 เพื่อศึกษาความต้องการในขณะร่อเที่ยวบินของักเดินทางระหว่างประเทศ

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาหาพฤติกรรมการรอเที่ยวบินที่นักเดินทางระหว่างประเทศส่วนใหญ่เลือกปฏิบัติระหว่างรอเที่ยวบินภายในอาคารผู้โดยสารโดยมีตัวแปรที่ทำการศึกษาดังต่อไปนี้

1) ตัวแปรต้น: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และระดับรายได้

2) ตัวแปรตาม: พฤติกรรมผู้บริโภครวม ได้แก่ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) สิ่งที่มีผู้บริโภคร้องการ (Object) วัตถุประสงค์ในการบริโภค (Objective) อิทธิพลในการตัดสินใจ (Organization) โอกาสในการบริโภค (Occasions) ช่องทางในการบริโภค (Outlet) และการตัดสินใจบริโภค (Operations)

3.2 ขอบเขตพื้นที่การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ของการวิจัยในท่าอากาศยานนานาชาติที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลกิจการโดย บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นท่าอากาศยานหลักจำนวน 6 แห่ง และท่าอากาศยานรองที่มีอัตราความหนาแน่นในการเดินทาง 2 แห่งตามสถิติการเดินทางในปี พ.ศ. 2556 (กรมการขนส่งทางบก, 2557) รวมเป็น 8 แห่ง ได้แก่ 1) ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ 2) ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง 3) ท่าอากาศยานนานาชาติ 4) ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ 5) ท่าอากาศยานนานาชาติแม่ฟ้าหลวงเชียงราย 6) ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ 7) ท่าอากาศยานสมุย และ 8) ท่าอากาศยานกระบี่

3.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

ประชากรในการวิจัยนี้ได้แก่ นักเดินทางระหว่างประเทศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางด้วยอากาศยาน

3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดเวลาช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 จนถึงมกราคม พ.ศ. 2557

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจไม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักเดินทางระหว่างประเทศ

4.2 การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลที่สนใจ สามารถนำผลวิจัยไปต่อยอดในเชิงวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมสายการบิน

4.3 เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเนื่องจากสามารถช่วยให้มีผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ๆ ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ช่วยในการอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางระหว่างประเทศ ช่วยส่งเสริมศักยภาพและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาวของประเทศไทยต่อไป

5. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคตามทฤษฎี Kotler

Kotler and Keller (2008) ทำการวิจัยเพื่อวิเคราะห์เหตุผลจากพฤติกรรมการบริโภคและการซื้อว่าผู้บริโภคมีลักษณะพฤติกรรมในการซื้อและการบริโภคในรูปแบบใด โดยผลของการวิจัยมีจุดประสงค์เพื่อหาคำตอบที่นำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมในการตอบสนองความพึงพอใจผู้บริโภค ประกอบไปด้วยคำถาม 7 ข้อ คือ 6W 1H ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบที่ออกมาในรูปแบบที่เรียกว่าแบบจำลอง 7Os ได้แก่

ก. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who constitutes the market?) เป็นคำตอบเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)

ข. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ (objects)

ค. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)

ง. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Organization)

จ. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations)

ฉ. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบโอกาสการซื้อ (Occasions)

ช. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโครงการสร้างช่องทาง ที่ผู้บริโภคจะไปซื้อในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นๆ (Outlets)

พฤติกรรมทางทอ้งเทียว

พฤติกรรมทางทอ้งเทียว คือ พฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นความต้องการของบุคคล เนื่องจากความต้องการมักมี 2 สภาวะ คือ ความปรารถนา หรือความต้องการ (Wants) ที่อาจได้รับการตอบสนองหรือไม่ก็ได้ กับความจำเป็น คือสภาวะที่ต้องได้รับการตอบสนอง ซึ่งอาจเป็นความจำเป็นทางกายภาพ (Physical Needs) หรือความจำเป็นทาง จิตวิทยาและทางสังคม (Psychology and Social Needs) การบริการทอ้งเทียวและที่พัทที่ติจะตอ้งตอบสนองสิ่งที่ผู้บริโภคตอ้งการได้ จึงตอ้งมีการสร้างควมพึงพอใจให้ผู้บริโภค (Customer Satisfaction) และสร้างรากฐานที่ดีของการเก็บรักษาผู้บริโภคไว้ด้วย (Customer Retention) (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548)

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs theory)
ระบุว่าบุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานไปยังระดับสูงสุด ซึ่งอยู่บนสมมุติฐานสามประการ คือ

ก. บุคคล คือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้นที่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ถูกตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจ

ข. ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับขั้นจากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ)

ค. บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับต่อไป เมื่อความต้องการระดับต่ำลงมาได้ ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น เช่น บุคคลมุ่งได้รับการตอบสนองความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยก่อน ก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการทางสังคม

มาสโลว์เชื่อว่า ความต้องการจะถูกเรียงลำดับจากต่ำสุดไปยังสูงสุด เมื่อความต้องการระดับต่ำสุด ร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการระดับสูงขึ้นต่อไปตามลำดับ

กรณีศึกษา

Pawlowski A. (2013) ได้เล่าถึงกรณีที่สนามบินนานาชาติอาบูดาบี ประเทศสหรัฐเอมิเรตส์ ได้นำเสนอบริการใหม่ที่เรียกว่าเก้าอี้โกสลิป (GoSleep) เป็นเก้าอี้รูปทรงไข่ที่ประกอบไปด้วยเก้าอี้ที่สามารถปรับเอนนอนได้ พร้อมกับติดตั้งที่บังตาซึ่งสามารถกันเสียงได้ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ที่เก็บกระเป๋าสัมภาระ และที่ชาร์ตไฟอุปกรณ์ไฟฟ้าพกพา โดยมีราคาเช่าที่ 12 เหรียญสหรัฐต่อชั่วโมง การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ได้เริ่มให้บริการในช่วงแรกจำนวน 10 ตัว ในเดือนพฤษภาคม 2556 และจะติดตั้งเพิ่มเติมอีก 35 ตัวภายในปี 2556 ปัจจุบันผู้โดยสารมีความสนใจในการใช้เก้าอี้โกสลิปเป็นจำนวนมาก และสนามบินมีแผนการที่จะเพิ่มจำนวนเก้าอี้โกสลิป ให้สูงขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมา

Kelly (2013) ได้รายงานข่าว การเปิดตัวของโรงแรมสลีปบ็อกซ์ (Sleepbox) โรงแรมแคปซูลแห่งแรก ในสนามบินนานาชาติ Sheremetyevon กรุงมอสโก โดยการรายงานข่าวได้ระบุว่า โรงแรมสลีปบ็อกซ์ เกิดจากปัญหาเครื่องบินดีเลย์ และผู้โดยสารจำนวนมากต้องการที่นอนที่มีความสะดวกสบาย โรงแรมสลีปบ็อกซ์ ได้ไต่เต้ามาจากโรงแรมแคปซูลในญี่ปุ่น โดยในแต่ละห้องนั้นจะมีขนาดประมาณ 10 ตารางเมตร และมีเฟอร์นิเจอร์ในห้องอาทิ

เตียง, ชั้นวางของ, โคมไฟ และตู้เสื้อผ้าขนาดเล็ก ส่วนห้องน้ำจะใช้รวมกัน คือ ห้องอาบน้ำฝักบัว โดยสนนราคา 50 เหรียญสหรัฐ (ราว 1,500 บาท) นอกจากนี้ Daily Mail ยังระบุอีกว่า โรงแรมสลีปบุ๊กซ์ เป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง เพราะอยู่ในใจกลางกรุงในรัสเซีย และมีราคาย่อมเยา

6. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรอเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศ ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และมีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

6.1 การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

หน่วยตัวอย่าง คือ นักเดินทางระหว่างประเทศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวนหน่วยตัวอย่าง 400 ราย

6.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากนักเดินทางระหว่างประเทศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ สารสนเทศ อิเล็กทรอนิกส์ ในระบบอินเทอร์เน็ตยสาร และหนังสือที่เกี่ยวข้อง

6.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมาณผลข้อมูล ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ โดยใช้มาตรวัดแบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบบลิเคอร์ (Likert's Scale) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยทำการวิเคราะห์ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) สำหรับการวัดระดับหาความสำคัญของพฤติกรรมการรอเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศ

7. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางระหว่างประเทศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากเก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการเดินทาง

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการเดินทางจากข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงได้ดังตารางที่ 1

การศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางระหว่างประเทศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากเก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	206	51.5
	หญิง	194	48.5
	รวม	400	100.0
สัญชาติ	เอเชีย	114	28.5
	ยุโรป	197	49.2
	อเมริกาเหนือ	15	3.8
	อเมริกาใต้	1	0.2
	แอฟริกา	3	0.8
	โอเชียเนีย/ ออสเตรเลีย	70	17.5
	รวม	400	100.0

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	221	55.3
	สมรส	120	30.0
	หย่าร้าง, หม้าย	13	3.2
	ไม่ระบุ	46	11.5
	รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา		
	ตอนปลาย	114	28.5
	ปริญญาตรี	167	41.8
	ปริญญาโท	113	28.2
	ปริญญาเอก	6	1.5
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 1

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	7	1.8
	18 – 22 ปี	49	12.2
	23 – 30 ปี	169	42.2
	31 – 40 ปี	111	27.8
	41 – 50 ปี	44	11.0
	51 – 60 ปี	17	4.2
	มากกว่า 60 ปี		
	ขึ้นไป	3	0.8
รวม		400	100.0
อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	20	5.0
	พนักงาน บริษัทเอกชน	231	57.8
	เจ้าของกิจการ	28	7.0
	นักศึกษา	50	12.5
ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ (ต่อ)	ว่างงาน	8	2.0
	อาชีพอิสระ	9	2.2
	เกษียณ	6	1.5
	อื่น ๆ	48	12.0
	รวม	400	100.0
รายได้ ต่อคน ต่อเดือน 7	น้อยกว่า 15,000 บาท	30	7.5
	15,001- 30,000บาท	39	9.8
	30,001-50,000 บาท	41	10.3
	50,001-100,000 บาท	117	29.2
	100,001-150,000 บาท	61	15.2
	มากกว่า 150,000 บาท	112	28.0
	รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีอายุระหว่าง 23-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.2 สัญชาติ ยุโรป คิดเป็นร้อยละ 49.2 รายได้ต่อเดือน 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.2 สถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 55.3 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.8

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลักษณะรูปแบบนักเดินทางที่ให้ความสนใจเดินทางมาประเทศไทยหรืออาจจะกล่าวได้ว่ากลุ่มลูกค้าหลักของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากการสำรวจนี้ คือ นักเดินทางทางที่เดินทางมาจากประเทศในทวีปยุโรป ซึ่งเป็นเพศชายและเพศหญิงในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน โดยอยู่ในวัยที่เพิ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีจนถึงวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้ในระดับที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวนอกภูมิภาคของตนเอง เป็นการบ่งบอกว่าเป็นกลุ่มที่พร้อมจะใช้เงินใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของตน เพราะไม่มีการระมัดระวังในการเลี้ยงดูครอบครัว และส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีการศึกษา

7.2 ผลการวิจัยด้านความต้องการในขณะรอเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศ

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการเดินทาง ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ลักษณะการเดินทาง ช่วงเวลาของเที่ยวบินไป-กลับ ระยะเวลาการเปลี่ยนเที่ยวบิน กิจกรรมขณะรอเที่ยวบิน กิจกรรม และผู้ที่ตัดสินใจเลือกกิจกรรมมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

พฤติกรรมการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการเดินทาง		จำนวน	ร้อยละ	พฤติกรรมการเดินทาง		จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ ของการ เดินทาง (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	เพื่อพักผ่อนในวันหยุด	284	44.6	ระยะเวลา ในการ เปลี่ยน เที่ยวบิน	น้อยกว่า 2 ชั่วโมง	94	23.5
	เพื่อศาสนาและวัฒนธรรม	40	6.3		2 ชั่วโมง	178	44.5
	เพื่อการศึกษา	19	3.0		3 ชั่วโมง	118	29.5
	เพื่อการกีฬาและบันเทิง	50	7.9		4 ชั่วโมง	6	1.5
	เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	46	7.2		5 ชั่วโมง	2	0.5
	เพื่องานอดิเรก	55	8.6		มากกว่า 6 ชั่วโมง	2	0.5
	เพื่อเยี่ยมญาติมิตร	56	8.8		รวม	400	100.0
	เพื่อธุรกิจ	78	12.2	กิจกรรม ขณะรอ เที่ยวบิน (ตอบได้ มากกว่า 1 คำตอบ)	เลือกซื้อสินค้า	194	26.8
	อื่นๆ	9	1.4		ร้านอาหาร	146	20.2
	รวม	637	100.0		บาร์	77	10.6
ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่	คนเดียว	85	21.3		ห้องรับรองสายการบิน	118	16.3
	2 คน	213	53.2		สปา	109	15.0
	มากกว่า 2 คน	102	25.5		ห้องบริการธุรกิจ	42	5.8
	รวม	400	100.0		รอหน้าทางขึ้นเครื่อง	15	2.1

ช่วงเวลาของ เที่ยวบิน เที่ยวบิน ขาไป	ช่วงเช้า (4 -10 น.)	142	35.5	ผู้ตัดสินใจ เลือก กิจกรรม	อื่น ๆ	23	3.2
	ช่วงสาย-บ่าย (10-16 น.)	107	26.7		รวม	724	100.0
	ช่วงเย็น/ หัวค่ำ (16-22 น.)	83	20.8		ตัวท่านเอง	318	79.5
	ช่วงดึก (22 -4.น.)	68	17.0		เพื่อน/ ญาติ	58	14.5
	รวม	400	100.0		แฟน/ คู่ครอง	20	5.0
ช่วงเวลาของ เที่ยวบิน เที่ยวบินขา กลับ	ช่วงเช้า (4 -10 น.)	113	28.3	กิจกรรมที่ เลือกอยู่ บริเวณใด ในอาคาร สนามบิน	หัวหน้าทัวร์/ เจ้านาย	4	1.0
	ช่วงสาย-บ่าย (10-16 น.)	97	24.2		รวม	400	100.0
	ช่วงเย็น/ หัวค่ำ (16-22 น.)	126	31.5		โรงผู้โดยสารขา เข้า	54	13.5
	ช่วงดึก (22 -4.น.)	64	16.0		โรงผู้โดยสารขา ออก	230	57.5
	รวม	400	100.0		หน้าประตูเทียบ เครื่องบิน	105	26.2
					ที่ขายของปลอด ภาษี	11	2.8
					รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเดินทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ เพื่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.2 ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ เดินทาง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 ช่วงเวลาที่ใช้บริการเที่ยวบินขาไป ช่วงเช้า (4.01-10.00) คิดเป็นร้อยละ 35.5 และเที่ยวบินขากลับ ช่วง เย็น/หัวค่ำ (16.01-22.00) คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีระยะเวลาในการเปลี่ยนเที่ยวบิน 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 44.5 ซึ่งกิจกรรมขณะรอเที่ยวบินส่วนใหญ่ เลือกซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ เข้าร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 20.2 ทั้งนี้ผู้ที่ตัดสินใจเลือกกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 79.5และกิจกรรมที่เลือกทำขณะอยู่ในอาคาร สนามบิน ส่วนใหญ่อยู่บริเวณโรงผู้โดยสารขาออก คิดเป็นร้อยละ 57.5

จากผลการวิจัยข้างต้น เป็นการตอกย้ำถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลเป็นส่วนใหญ่ โดยช่วงเวลาที่มียุติกรรมการใช้บริการสนามบินมากที่สุด คือ ช่วงเวลาเช้าสำหรับบริเวณผู้โดยสารขาเข้า และช่วงเช้าและ ช่วงเย็นถึงหัวค่ำสำหรับบริเวณผู้โดยสารขาออก ดังนั้น ถ้าสนามบินสามารถเตรียมความพร้อมหรืออาจจำเป็นต้องเพิ่มเติม สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรในบริเวณและช่วงเวลาดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นกาให้บริการร้านค้ารูปแบบต่างก็สามารถเป็นตัวเพิ่มรายได้แก่สนามบิน พร้อมการบริการทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะถ้าสามารถตั้งให้อยู่ใกล้กับประตูทางออกเครื่องบินจะได้รับการตอบรับที่ดี ทั้งนี้ก็เพื่อทำให้นักเดินทางเกิดความสะดวกสบายและสร้างประทับใจต่อสนามบินในขณะรอเที่ยวบินของนักเดินทาง ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อท่าอากาศยานและประเทศไทย

8. บทสรุป

ผลวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมมารอเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศ” พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่าอากาศยานที่ต้องการพื้นที่ส่วนตัวเพื่อพักผ่อนระยะสั้น เพื่อชำระร่างกาย หรือเพื่อค้างคืน มีอายุระหว่าง 23-30 ปี สัญชาติอยู่ในทวีปยุโรป รายได้ต่อเดือน 50,001-100,000 บาท สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีพฤติกรรมการเดินทาง คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด และทำธุรกิจ มีลักษณะการเดินทาง 2 คน โดยเวลาบินขาออกอยู่ในช่วงเช้า (4.01-10.00 น.) มีระยะเวลาเปลี่ยนเครื่อง 2-3 ชั่วโมง นิยมเลือก ช้อปปิ้ง และใช้บริการร้านอาหารด้วยตนเอง โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักรอมากที่สุดคือ โถงผู้โดยสารขาออก

ผลจากการวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้เราทราบว่า นักเดินทางระหว่างประเทศส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางเป็นคู่ โดยเลือกที่จะเดินทางมาถึงสนามบินก่อนเที่ยวบินเป็นเวลา 2 ชั่วโมงเพื่อเดินเลือกซื้อสินค้าปลอดภาษีและรับประทานอาหารโดยที่ตั้งของกิจกรรมต้องอยู่บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาออกจึงจะสามารถตอบสนองความต้องการต่อพฤติกรรมมารอของนักเดินทางระหว่างประเทศได้และมีนักเดินทาง

บางส่วนที่เลือกนั่งรถเที่ยวบินที่หน้าประตูขึ้นเครื่องด้วยการอ่านหนังสือ ท่องโลกอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมในสนามบินที่มีอยู่ในปัจจุบันมีรูปแบบที่เหมือนกันทั่วโลกส่งผลให้พฤติกรรมการรอตีเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศมีรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งไม่อาจตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกได้ ผลการวิจัยนี้เป็นข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ที่สนใจนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ จากพฤติกรรมการรอตีเที่ยวบินของนักเดินทางระหว่างประเทศส่วนใหญ่นิยมเลือกทำกิจกรรมที่อยู่ใกล้กับประตูทางออกเครื่องบิน อันเนื่องมาจากสนามบินบางแห่งอาคารผู้โดยสารมีขนาดใหญ่ ต้องใช้เวลาในการเดินจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่งเป็นเวลานานพอสมควร นักเดินทางหลายคนเลือกที่จะไม่ทำกิจกรรมใดๆ นอกจากนั่งรอที่หน้าประตู เพราะเกรงว่าจะไม่ทันเที่ยวบินหรือไม่ต้องการทำให้ตัวเองต้องตกอยู่ในภาวะที่เร่งรีบส่งผลให้ทำอากาศยานสูญเสียวินัยได้จากพฤติกรรมดังกล่าว ดังนั้น ถ้าทำอากาศยานนำบริการต่างๆ ไปให้บริการแก่นักเดินทาง โดยให้อยู่ใกล้กับประตูทางออกเครื่องบินมากที่สุดจะเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นช่องทางสร้างรายได้แก่ทำอากาศยานอีกทางหนึ่งทั้งนี้ ก็เพื่อมอบประสบการณ์ความสะดวกสบาย ความประทับใจในการรอตีเที่ยวบินต่อทำอากาศยานของประเทศไทยของนักเดินทางเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการบินพลเรือน. (2557). สถิติการขนส่งทางอากาศท่าอากาศยาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2557, จาก <http://www.aviation.go.th/th/content/349.html>
- ณกฤษ เศวตนันท์. (2556). เลื่อนเปิด AEC เป็น 31 ธ.ค.2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.thai-aec.com/687>
- นิตินัย ศิริสมรรถการ. (2555). สนามบินสุวรรณภูมิกับผู้โดยสารคนที่45ล้าน+1. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.komchadluek.net/detail/20120223/123613/สนามบินสุวรรณภูมิกับผู้โดยสารคนที่45ล้าน+1.html#.USrqEB1T6H>
- สถาบันการบินพลเรือน. (พฤษภาคม 2556). สรุปข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมการบินของไทย:ฉบับย่อ ประจำเดือนพฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๖. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กันยายน 2556. จาก <http://www.catc.or.th/2013/attachments/file/year2556/0556.pdf>
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ. โอเอสดีค พับลิชชิง
- Thai-AEC.com.(5 มีนาคม 2555). AEC คืออะไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.thai-aec.com/41>
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2008). *Marketing Management (13rd ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kelly (2011). *Sleepbox is a Tiny Hotel Room For Airport Layovers*. Retrieved August 26, 2013, from <http://gizmodo.com/5840904/sleepbox-is-a-tiny-hotel-room-for-airport-layovers>
- Kositchothethana, B. (24 ตุลาคม 2555). *Low-cost airlines get larger*. Retrieved August 16, 2013, from <http://www.bangkokpost.com/learning/learning-from-news/318113/low-cost-airlines-growing-fast>
- Pawlowski A. (2013). *Abu Dhabi airport installs 'sleeping pods' for weary fliers*. Retrieved August 26, 2013, from <http://www.nbcnews.com/travel/abu-dhabi-airport-installs-sleeping-pods-weary-fliers-6C9824963>