

ชวัลณัฐ หงส์วานิชวงศ์: รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิด
บางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร (THE FORMS OF PUBLIC
RELATION OF THE ACT ON CERTAIN OFFENCES AGAINST AIR NAVIGATION
(B.E. 2558) FOR PASSENGERS)

อาจารย์ที่ปรึกษา: อ. ดร.อภิรดา นามแสง, 142 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพระราชบัญญัติ (พรบ.) ว่าด้วยความผิด
บางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 2) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้
และความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์ พรบ.ว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ
พ.ศ. 2558 และ 3) นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ พรบ.ว่าด้วยความผิดบางประการต่อ
การเดินอากาศ พ.ศ. 2558 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารสัญชาติไทยที่เคยเดินทางโดย
เครื่องบิน จำนวน 400 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม “รูปแบบการประชาสัมพันธ์
พรบ. ว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร” ทำการวิเคราะห์
ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า พรบ. ว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 มีผลบังคับ
ใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2558 เนื้อหาสำคัญของ พรบ. คือ การควบคุมพฤติกรรมของผู้โดยสาร
ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง หมวดที่ 1 คือ ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน มาตราที่ 7-25
ผลจากการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ พรบ.ฉบับนี้ระดับน้อยที่สุด โดยมีพฤติกรรมชอบใช้
สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นส่วนที่นำมาพัฒนาเป็นรูปแบบประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริม
และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) ผู้โดยสาร จะต้องเป็น
หน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับ พรบ. และนำไปเผยแพร่ ได้แก่ สายการบิน รัฐบาล
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย และ
กรมท่าอากาศยาน 2) สื่อ ซึ่งควรมีการออกแบบใช้รูปภาพร่วมกับข้อความ ที่เข้าใจง่าย กระชับ
ตรงประเด็น 3) ช่องทาง สำหรับการนำสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย คือ สื่อสังคมออนไลน์ และ
4) ผู้รับสาร ประกอบด้วย ผู้โดยสารและประชาชนทั่วไป ทั้งนี้จะต้องส่งเสริมกิจกรรมสนับสนุน
การประชาสัมพันธ์ พรบ.ฉบับนี้อย่างต่อเนื่อง และมีระบบการตรวจสอบผลสะท้อนความเข้าใจจาก
ผู้รับสาร

สาขาวิชาการจัดการการบิน

ลายมือชื่อนักศึกษา _____

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

CHAWANNUT HONGWANITCHAWONG: THE FORMS OF PUBLIC RELATION OF
THE ACT ON CERTAIN OFFENCES AGAINST AIR NAVIGATION (B.E. 2558) FOR
PASSENGERS

THESIS ADVISOR: APIRADA NAMSANG, Ph.D., 142 PP

The objectives of this research are 1) to study the Act on Certain Offences Against Air Navigation (B.E. 2558) 2) to study the behaviors related to information accessibility, perception, and expectation towards promulgation of the Act on Certain Offences Against Air Navigation (B.E. 2558) 3) to propose the forms of Public Relation of The Act on Certain Offences Against Air Navigation (B.E. 2558). The samples for this research were 400 Thai passengers who had previously traveled by air transportation. “The forms of public relation of the Act on Certain Offences Against Air Navigation (B.E. 2558) for passengers” questionnaire was used as the research instrument. The data were analyzed by the frequency, percentage, mean and Standard Deviation.

Researcher found that the Act was effective on 14th February 2015. The main content of the Act aims to govern passengers’ behaviors. The content related to governance of passengers’ behaviors stated in the first part of the Act, section 7-25. As a result, the samples in this research acknowledged the detail of the Act at the lowest level. Furthermore, the finding also showed the behavior of the samples that they liked to use social media. Therefore, in order to develop the appropriate forms of public relations activities for the target groups, the guidelines to promulgate the Act were; 1) a promoter should be the stakeholders of the Act such as Airlines, Government, Airports of Thailand Public Company Limited, the Civil Aviation Authority of Thailand and Department of Airports. 2) content should consist of pictures with easy, relevant and precise text. 3) the most effective channel that reaches target audience to understand is social media. 4) the audience consists of passengers and the general public. Public relations activities relating to the Act must be carried on continuously and there should be a system to measure the results and monitor the understanding of the audience.

Aviation Management

Student’s Signature _____

Academic Year 2017

Advisor’s Signature _____

Co-Advisor’s Signature _____