



รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ
ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร
**THE FORMS OF PUBLIC RELATION OF THE ACT ON CERTAIN
OFFENCES AGAINST AIR NAVIGATION (B.E. 2558) FOR
PASSENGERS**

ชวัลณัฐ หงส์วาณิชวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการบิน
สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2560

รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ
ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการบิน
สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2560

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



**THIS THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT
AVIATION MANAGEMENT
CIVIL AVIATION TRAINING CENTER THAILAND
ACADEMIC YEAR 2017**



รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ
ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นับ
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อ. ดร.คงศักดิ์ ชมชุม)

ประธานกรรมการ

(อ. ดร.อภิรดา นามแสง)

กรรมการ

(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

(อ. ดร.วราภรณ์ เต็มแก้ว)

กรรมการ

(อ. ดร.อรรถพล ม่วงสวัสดิ์)

กรรมการ

(อ. ดร.ไอย์รชรรษา อมรพิพัฒน์)

กรรมการ

(อ. ดร.กนก สารสิทธิ์ธรรม)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

สถาบันการบินพลเรือน

(อ. ดร.คงศักดิ์ ชมชุม)

ผู้อำนวยการ

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

ชวัดณัฐ 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 ซึ่งควรมีการออกแบบใช้รูปภาพพร้อมกับข้อความ ที่เข้าใจง่าย กระชับ
ตรงประเด็น 3) ช่องทาง สำหรับการนำสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย คือ สื่อสังคมออนไลน์ และ
4) ผู้รับสาร ประกอบด้วย ผู้โดยสารและประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ต้องส่งเสริมกิจกรรมสนับสนุน
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 _____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากข้าพเจ้าได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อ. ดร.อภิรดา นามแสง อ. ดร.วราภรณ์ เต็มแก้ว และ อ. ดร.อรรถพล ม่วงสวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ที่ให้คำปรึกษา และคำแนะนำตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง อีกทั้งยังปลูกฝังให้ศิษย์รู้จักใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และยังให้กำลังใจข้าพเจ้าให้มีความอดทนอดสาหัส ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อ. ดร.คงศักดิ์ ชมชุม ที่รับเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ อ. ดร.ไอย์รัชชา อมรพิพัฒน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ในการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นประโยชน์ และทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ คุณเกียรติพล ดันติกุล บริษัท เอเอ็มพี คอนซัลแตนท์ จำกัด บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด คุณภัทรพร คงวิจิตร กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และ อ. ดร.วสวัสดิ์ สุตินุญามณี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่อการทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้า

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา คุณพ่อวิโรจน์ คุณแม่จิรพร ครอบครัว หงส์วานิชวงศ์ และครอบครัวลี้มโยธิน ที่ให้การเลี้ยงดูอบรม ให้แก่เกิดที่ดี ส่งเสริมสนับสนุน ด้านการศึกษาเป็นอย่างดี และเป็นกำลังใจ จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในชีวิต นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ สถาบันการบินพลเรือน และคณาจารย์สาขาวิชาการจัดการการบินทุกท่าน ที่มอบความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้า คุณนดา รักยมณี เพื่อนร่วมเรียน ระดับปริญญาโท และเพื่อนร่วมงาน ผู้ซึ่งคอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา แนะนำสิ่งดี ๆ โดยเฉพาะด้านการเรียน และคอยเป็นกำลังใจซึ่งกันและกันตลอดมา ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ดีไปด้วยความทรงจำ และ ประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า

ชวัลณัฐ หงส์วานิชวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย)	ง
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ)	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ฎ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 คำอธิบายศัพท์	4
2. ทัศนวิสัยวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับ ผู้โดยสาร	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง	17
2.5 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์	18
2.6 แนวคิดและทฤษฎีสื่อสังคมออนไลน์	30
2.7 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร	32
2.8 แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการประชาสัมพันธ์	38
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย	46
3. วิธีการดำเนินการวิจัย	47
3.1 วิธีการวิจัย	47
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49
3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย	49
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	52
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	54
5. สรุปผลและอภิปรายผล	69
5.1 สรุปผลการวิจัย	69
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	80
5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย	85
5.4 ข้อเสนอแนะ	86
5.5 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	87
5.6 การประยุกต์ผลการวิจัย	87
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	95
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	106
ภาคผนวก ค แบบประเมินค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ	110
ภาคผนวก ง ผลการตรวจสอบยืนยันค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสารจากผู้เชี่ยวชาญ	128
ประวัติผู้จัดทำวิทยานิพนธ์	142

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สถิติจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง ปี พ.ศ. 2559	2
4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	55
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง	58
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร	59
4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558	60
4.5 จำนวนร้อยละของความคาดหวังการเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง	65
4.6 จำนวนร้อยละของความคาดหวังรูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไรของกลุ่มตัวอย่าง	66
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง	67

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	15
2.2	33
2.3	34
2.4	35
2.5	36
2.6	36
2.7	37
2.8	45
2.9	46
5.1	74
5.2	75
5.3	77
5.4	79

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

กพท.	สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย
ทอท.	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
พรบ.	พระราชบัญญัติ
พรบ. ฉบับนี้	พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558
สสช.	สำนักงานสถิติแห่งชาติ
CG	คอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphics)
IOC	ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ (Index of item-Objective Congruence)
IPRA	International Public Relations Association
IRC	สนทนาแบบออนไลน์ (Internet Relay Chat)
N	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
n	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
PR	ประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
PRSA	Public Relations Society of America
RPK	รายได้ผู้โดยสารต่อกิโลเมตร (Revenue Passenger Kilometers)
S.D.	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
the Act	THE ACT ON CERTAIN OFFENCES AGAINST AIR NAVIGATION (B.E. 2558)
3D	สามมิติ (Three Dimension)
Σ	ผลรวม (Summation)
ΣR	ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
\bar{X}	ค่าเฉลี่ย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการบิน เป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีขนาดใหญ่ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ปริมาณการขนส่งผู้โดยสารในทุกภูมิภาคทั่วโลกมีการเติบโตขึ้น และตลาดของสายการบิน เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันที่สูงขึ้น สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พบว่า จากสถิติที่ผ่านมา มีการคาดการณ์รายได้ที่เกิดจากสายการบินทั่วโลกดังนี้ จากปี พ.ศ. 2555-2575 รายได้ผู้โดยสารต่อกิโลเมตร (Revenue Passenger Kilometers; RPK) มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.7 ต่อปี และคาดการณ์ว่า จำนวนผู้โดยสารต่อปีของสายการบินที่มีเส้นทางการบินแบบประจำทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2554 จะเพิ่มขึ้นเป็น 2.7 พันล้านคน และภายในปี พ.ศ. 2573 จะเพิ่มขึ้นเป็น 6 พันล้านคน โดยประเมินภายในอีกประมาณ 20 ปี จำนวนเที่ยวบินจะเพิ่มขึ้นจาก 30 ล้านเที่ยวบิน เป็น 60 ล้านเที่ยวบิน (บริษัท วิฑูการบินแห่งประเทศไทย จำกัด, 2559)

สำหรับอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยนั้น มีปริมาณการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เห็นได้จากจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 ท่าอากาศยาน 6 แห่งในสังกัด บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีจำนวนผู้โดยสารรวมทั้งสิ้น 86,134,962 คน และในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนผู้โดยสารรวมทั้งสิ้น 87,572,416 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 1.67 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556 และในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้โดยสารรวมทั้งสิ้น 106,789,914 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 21.94 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 และในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนผู้โดยสารรวมทั้งสิ้น 119,923,998 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12.30 ดังแสดงในตารางที่ 1.1 (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด มหาชน, 2559)

ปัจจัยหลักที่เป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทย ได้แก่ การเติบโตแบบก้าวกระโดดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา การเปิดกว้างของการค้าเสรี การขยายตัวของเส้นทางการบิน และปรากฏการณ์การเติบโตอย่างต่อเนื่องของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชีย ทำให้การเดินทางด้วยเครื่องบินเป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน จึงมีจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางด้วยเครื่องบินมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การให้ความสำคัญในข้อกฎหมาย กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ จึงจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้อง

กับสภาพสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ เหมาะสมกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงาน ด้านการขนส่งทางอากาศเป็นไปด้วยความมีระเบียบเรียบร้อย และปลอดภัยต่อผู้โดยสาร อากาศยาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงมีความจำเป็นต้องมีกฎระเบียบ ข้อกำหนด กฎเกณฑ์ และข้อบังคับ เพื่อใช้กับผู้โดยสาร ผู้ประกอบการธุรกิจการบิน ในการควบคุม ความประพฤติของผู้ที่มีการกระทำอันเป็นการแทรกแซงโดยมิชอบด้วยกฎหมาย ให้ปฏิบัติอยู่ใน กรอบเป็นไปในทำนองเดียวกัน และเพื่อมิให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งมีการกำหนดบทลงโทษ แก่ผู้ที่ฝ่าฝืนไว้ ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องมีการประชาสัมพันธ์สื่อสารกฎหมาย กฎเกณฑ์ และข้อบังคับที่ได้รับการปรับปรุงแล้วแก่ผู้โดยสาร เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้โดยสาร เพื่อให้รับทราบโดยทั่วกันว่าการกระทำใดที่ไม่ควรปฏิบัติ หรือ หากกระทำแล้วมีความผิด และต้องถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิด บางประการต่อการเดินอากาศ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2521 จนถึงปัจจุบัน พระราชบัญญัติดังกล่าวมีจำนวน 3 ฉบับ ได้แก่ ฉบับปี พ.ศ. 2521 ฉบับปี พ.ศ. 2538 และฉบับล่าสุด คือ ฉบับปี พ.ศ. 2558 ว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ ครอบคลุมต่อการกระทำความผิดอาญาต่อการเดินอากาศใน ลักษณะต่าง ๆ โดยระบุไว้ด้วยเรื่องของการกำหนดการกระทำใดที่เป็นความผิดในอากาศยาน และ บทกำหนดโทษหลายประการ ตั้งแต่โทษปรับ จำคุก รวมถึงประหารชีวิต พระราชบัญญัตินี้ ช่วยควบคุมให้เกิดความปลอดภัยในการเดินทางทางอากาศ และเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย กับสายการบินในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร

ตารางที่ 1.1 สถิติจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่าง ปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2559

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้โดยสารรวม (คน)	% Change
2556	86,134,962	
2557	87,572,416	1.67
2558	106,789,914	21.94
2559	119,923,998	12.30

ที่มา รายงานประจำปี บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2557-2559

จากเหตุการณ์ที่ผ่านมา มีผู้โดยสาร อ้างว่าตนเองมีบัตรระเบิดไว้ในครอบครอง อาจเนื่องด้วยความเข้าใจผิด หรือเพื่อหยอกล้อพนักงาน ซึ่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจำเป็นต้องแจ้งผู้ควบคุมอากาศยานถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ต้องยกเลิกเที่ยวบินเพื่อดำเนินการตรวจสอบบัตรระเบิด ผลจากการสอบสวน ผู้ก่อเหตุกล่าวว่าเป็นเพราะความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และไม่ได้มีเจตนาก่อเหตุแต่อย่างใด ซึ่งตามหลักกฎหมายบุคคลใด ๆ ไม่อาจปฏิเสธว่า ไม่รู้กฎหมาย (ประมวลกฎหมายอาญา, ภาค 1 บทบัญญัติทั่วไป หมวด 4 ความรับผิดชอบในทางอาญา, มาตราที่ 64, 2559) จึงอาจสันนิษฐานได้ว่าผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศ ส่วนใหญ่ไม่ตระหนักว่าการกระทำความผิดของตนอาจขัดต่อข้อกำหนด เมื่อเกิดสถานการณ์ที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกฎหมายการบิน ก็ไม่อาจแก้ตัวได้ว่า ไม่รู้กฎหมาย และจากที่ผ่านมาพบว่าผู้โดยสารกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลายราย ผู้กระทำความผิดส่วนใหญ่จะให้เหตุผลว่ารู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือไม่รู้ว่ามีพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ระบุไว้อยู่

จากปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และความคาดหวังของผู้โดยสารเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เพื่อการวิเคราะห์ วางแผน และพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้โดยสารได้มากขึ้น ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดในการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ และความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร
- 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารสัญชาติไทยที่เคยเดินทางโดยเครื่องบินระหว่างปี พ.ศ. 2558 ถึง 2560

2) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการ โดยไม่มีหลักเกณฑ์ และผู้วิจัยใช้ตารางสำเร็จรูปยามาเน่ ทาโร (Yamane Taro, 1973) หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ผู้วิจัยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1) ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของผู้โดยสาร
- การรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับกฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิด

บางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558

• ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558

2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

- รูปแบบการประชาสัมพันธ์กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิด

บางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของผู้โดยสาร และการรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558

2) ได้รูปแบบการประชาสัมพันธ์กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

1.5 คำอธิบายศัพท์

1) การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การเลือกสรร และเลือกรับข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งของแต่ละบุคคล เกี่ยวกับ ข้อมูลพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

2) การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยสาร ที่ได้จากการสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

3) สื่อสารมวลชน หมายถึง สื่อที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยอาศัยเครื่องมือ หรือสื่อกลางต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ เพื่อการติดต่อไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเดียวกันในเวลาพร้อม ๆ กัน หรือใกล้เคียงกัน

4) สื่อบุคคล หมายถึง การพูดสนทนา เช่น ผู้ที่ให้บริการในท่าอากาศยานในประเทศไทย หรือ พนักงานสายการบิน และผู้ที่มีชื่อเสียง พิธีเซนต์เตอร์ รวมถึงบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน

5) ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้ใช้โดยสารมีต่อสื่อที่จะให้ความรู้ ประโยชน์และความพึงพอใจ ตรงต่อความสนใจของตนเอง ซึ่งในที่นี้ คือ ความคาดหวังที่มีต่อสื่อที่จะใช้ประชาสัมพันธ์กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยสาร

6) สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อใช้ส่งข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือ ในการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่จะนำไปสู่ความตระหนักและรับรู้ในพระราชบัญญัติดังกล่าว

7) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการการสื่อสารที่ได้กระทำโดยมีการวางแผนอย่างต่อเนื่อง และมีการปฏิบัติตามแผน เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารอันก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุนจากประชาชนได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ทำให้การเดินทางทางอากาศเป็นไปอย่างมีระเบียบเรียบร้อย และปลอดภัย

8) พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมายถึง ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการเดินอากาศ และผู้ใช้โดยสาร เพื่อการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับที่กำหนด ออกโดยสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย บังคับใช้เมื่อ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

9) ผู้โดยสาร หมายถึง ผู้โดยสารที่เดินทางไปกับอากาศยาน เพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทาง

10) รายได้ผู้โดยสารต่อกิโลเมตร (Revenue Passenger Kilometers; RPK) หมายถึง จำนวนผู้โดยสารของเที่ยวบินแบบประจำคุณระยะทางบินเป็นกิโลเมตร

11) รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่สร้าง หรือพัฒนาขึ้นไว้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยมีกระบวนการการประชาสัมพันธ์ ตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร

12) สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว หรือมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบระหว่างกันได้ โดยสามารถเขียน อธิบาย แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน ได้แก่ Line Webblog Facebook Twitter Youtube Instagram และ Slideshare เป็นต้น

13) สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) หมายถึง หน่วยงานกำกับดูแลด้านการบินพลเรือนของประเทศไทย ภายหลังจากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของกรมการบินพลเรือน

14) เจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หมายถึง บุคคลที่ผู้ดำเนินการเดินอากาศ หรือบุคคลที่เจ้าของอากาศยานกำหนดให้มีหน้าที่ในอากาศยานสำหรับการบินแต่ละเที่ยวบิน

15) ใช้กำลังทำร้าย หมายถึง ใช้กำลังทำร้ายผู้อื่นโดยไม่ถึงกับเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่กาย หรือจิตใจ

16) อากาศยานในระหว่างบริการ หมายถึง อากาศยานซึ่งอยู่ในระหว่างเวลาตั้งแต่ผู้ประจำหน้าที่ภาคพื้น หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน เริ่มเตรียมการก่อนการบินสำหรับเที่ยวบินใดโดยเฉพาะ จนถึงเวลาครบยี่สิบสี่ชั่วโมงหลังจากอากาศยานลงสู่พื้น ทั้งนี้ ให้รวมถึงระยะเวลาของอากาศยานในระหว่างการบินด้วย

17) อากาศยานในระหว่างการบิน หมายถึง อากาศยานซึ่งอยู่ในระหว่างเวลาตั้งแต่ประตูด้านนอกทุกบานของอากาศยานได้ปิด ภายหลังจากที่ผู้โดยสารและเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานขึ้น จนถึงขณะที่ประตูด้านนอกบานใดบานหนึ่งของอากาศยานนั้นได้เปิดออก เพื่อให้ผู้โดยสาร และเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานลงจากอากาศยานตามปกติ และในกรณีที่อากาศยานต้องลงสู่พื้นโดยเหตุจำเป็นบังคับ ให้หมายความรวมถึงขณะที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับความผิดในอากาศยานได้เข้าคุ้มครองความปลอดภัยของอากาศยาน บุคคลและทรัพย์สินในอากาศยานนั้น

บทที่ 2

ปรัทัศน์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้และนำเสนอดังต่อไปนี้

- 1) พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร
- 2) แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
- 3) แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้
- 4) แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง
- 5) แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์
- 6) แนวคิดและทฤษฎีสื่อสังคมออนไลน์
- 7) แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
- 8) แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการประชาสัมพันธ์
- 9) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 10) กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ เป็นข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการเดินอากาศและผู้โดยสารเพื่อการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับที่กำหนด ประกาศใช้ขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีแห่งอนุสัญญาว่าด้วยความผิดและการกระทำอื่น ๆ บางประการที่กระทำบนอากาศยาน ทำขึ้น ณ กรุงโตเกียว เมื่อวันที่ 14 กันยายน ค.ศ. 1963 (พ.ศ. 2506) และเข้าเป็นภาคีแห่งอนุสัญญาเพื่อการปราบปรามการขีดอากาศยานโดยมิชอบด้วยกฎหมาย ทำขึ้น ณ กรุงเฮก เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม ค.ศ. 1970 (พ.ศ. 2513) และอนุสัญญาเพื่อการปราบปรามการกระทำอันมิชอบด้วยกฎหมายต่อความปลอดภัยของการบินพลเรือน ซึ่งทำ ณ นครมอนทรีออล เมื่อวันที่ 23 กันยายน ค.ศ. 1971 (พ.ศ. 2514) และรัฐภาคีแห่งอนุสัญญากำหนด

ไว้ว่าจะต้องตรากฎหมายขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามอนุสัญญาดังกล่าว โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศมีขึ้นมาจนถึงปัจจุบันจำนวน 3 ฉบับ มีการเริ่มต้นใช้ฉบับที่ 1 คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2521 และต่อมาพบว่าได้มีการกำหนดความผิดเพิ่มขึ้นตามอนุสัญญาฯ โดยกำหนดให้การกระทำความผิดในอากาศยานซึ่งให้บริการการบินพลเรือนภายในประเทศเป็นความผิดด้วย จึงจำเป็นต้องประกาศเพิ่มเติมพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2538 สืบเนื่องจากในปัจจุบันพบว่าการกระทำความผิดอาญาต่อการเดินอากาศหลายลักษณะ และมีจำนวนมากขึ้น ประกอบกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2521 ยังมีบทบัญญัติไม่ชัดเจนเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของผู้ควบคุมอากาศยานไทย และของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับความผิดในอากาศยานในเรื่องการรับแจ้ง และการรับตัวบุคคลผู้กระทำความผิดในอากาศยานในระหว่างการบิน และยังมีบทบัญญัติไม่ครอบคลุมถึงการกระทำความผิดที่กำหนดในอนุสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคี ตลอดจนยังไม่มียกเว้นบทบัญญัติเกี่ยวกับความผิดบางประการที่ผู้โดยสารได้กระทำในอากาศยานในระหว่างการบินต่อผู้ควบคุมอากาศยาน เจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานหรือผู้โดยสาร และต่อทรัพย์สินในอากาศยาน ที่สมควรกำหนดให้เป็นความผิดด้วย รวมทั้งยังไม่มียกเว้นบทบัญญัติว่าด้วยเจ้าหน้าที่ผู้รักษาความปลอดภัยในอากาศยานในระหว่างการบิน ดังนั้น จึงทำการยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศทั้ง 2 ฉบับก่อนหน้านี้นี้ และตราพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ครอบคลุมต่อการกระทำความผิดอาญาต่อการเดินอากาศในลักษณะต่าง ๆ โดยทั่วไปด้วยเรื่องของการกำหนดการกระทำใดที่เป็นความผิดในอากาศยานและบทกำหนดโทษหลายประการ ตั้งแต่โทษปรับ จำคุก รวมถึงประหารชีวิต ซึ่งพระราชบัญญัติฉบับนี้จะช่วยทำให้เกิดความปลอดภัยในการเดินทางทางอากาศ และช่วยทำให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการให้บริการ

การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีบทบาทสำคัญในการเดินทางอย่างมาก เพราะการขนส่งทางอากาศมีความรวดเร็ว สะดวกสบาย เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และสามารถเดินทางได้ในระยะไกลแต่ประหยัดเวลาในการเดินทาง ซึ่งมีความเร็วสูงกว่าการขนส่งผู้โดยสารประเภทอื่น ทั้งนี้ในการเดินทางทางอากาศ จำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เพื่อให้ครอบคลุมต่อการกระทำความผิดอาญาต่อการเดินอากาศในลักษณะต่าง ๆ โดยทั่วไปด้วยเรื่องของการกำหนดการกระทำใดที่เป็นความผิดในอากาศยาน และบทกำหนดโทษหลายประการ ตั้งแต่โทษปรับ จำคุก รวมถึงประหารชีวิต ซึ่งพระราชบัญญัติฉบับนี้จะช่วยทำให้เกิดความปลอดภัยในการเดินทางทางอากาศ และช่วยทำให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการให้บริการ

โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร มีดังนี้

หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน

มาตรา 7 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน ซึ่งสั่งในนามผู้ควบคุมอากาศยาน ที่เป็นคำสั่งเพื่อรักษากฎ ระเบียบ และความเรียบร้อยในอากาศยาน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่ง เป็นการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งที่สั่ง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่อากาศยานหรือแก่บุคคลหรือทรัพย์สินในอากาศยาน ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 8 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบิน ผู้ใดกระทำการหรือมีสิ่งอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 20,000 บาท

- 1) สูบบุหรี่ในห้องน้ำหรือที่อื่นใดที่มีใช้สถานที่ที่จัดไว้ให้สูบบุหรี่เป็นการเฉพาะ
- 2) ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่ยกห้ามใช้
- 3) มีสิ่งที่มีประกาสห้ามมิให้นำขึ้นไปในอากาศยานไว้ในการครอบครอง

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่ง เป็นการกระทำเพื่อให้เกิดการขัดข้องแก่อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอากาศยาน ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ความผิดตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ควบคุมอากาศยานมีอำนาจปรับชำระค่าปรับในอัตราขั้นสูงจากผู้กระทำความผิดได้ และเมื่อผู้กระทำความผิดได้ชำระค่าปรับแล้วให้คดีเลิกกัน

มาตรา 9 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดทำให้เครื่องตรวจจับควันหรืออุปกรณ์อื่นใด ในอากาศยานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 10 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 80,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 11 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 120,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

- 1) กระทำต่อร่างกายผู้อื่นอันเป็นการมุ่งหมายในทางเพศ
- 2) กระทำการอันควรขายหน้าต่อหน้าธารกำนัล โดยเปลือย หรือเปิดเผยส่วนของร่างกาย

3) ใช้วาจาชวนลามหรือแสดงกิริยาทำทางอันเป็นการลามกอย่างอื่น

มาตรา 12 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ถ้าการกระทำนั้นน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยาน หรือบุคคลในอากาศยาน หรือเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎ ระเบียบ และความเรียบร้อยในอากาศยาน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

- 1) ใช้กำลังทำร้ายผู้อื่น
- 2) ทำให้เสียทรัพย์
- 3) ค่อมเครื่องค่อมที่มีแอลกอฮอล์หรือใช้สารที่มีฤทธิ์ต่อจิตประสาท
- 4) กระทำด้วยประการใด ๆ ที่ก่อให้เกิดความวุ่นวายในอากาศยาน

มาตรา 13 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ถ้าการกระทำนั้นเป็นการรบกวนการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานลดลง ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 7 ปี หรือปรับไม่เกิน 280,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

- 1) ใช้กำลังทำร้ายผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน
- 2) ทำให้ผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานเกิดความกลัว หรือความตกใจ โดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำด้วยใช้แรงกายภาพหรือด้วยวิธีอื่นใด

มาตรา 14 ผู้ใดโดยไม่มีเหตุอันสมควรเข้าไปหรือซ่อนตัวอยู่ในอากาศยานในระหว่างบริการ หรือไม่ยอมออกไปเมื่อผู้ควบคุมอากาศยานได้สั่งให้ออกไปจากอากาศยาน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 15 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดทำร้ายร่างกายผู้อื่น ถ้าการกระทำนั้นน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยาน ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่ 5-10 ปี หรือปรับตั้งแต่ 200,000 - 400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 16 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดฆ่าผู้อื่น ถ้าการกระทำนั้นน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยาน ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต

มาตรา 17 ผู้อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินผู้ใดยัด หรือเข้าควบคุมอากาศยานโดยใช้กำลัง ประทุษร้ายหรือขู่เข็ญว่าจะใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น หรือขู่ว่าจะกระทำอันตรายต่ออากาศยานนั้น ต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 10-20 ปี

มาตรา 18 ผู้ใดกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 - 800,000 บาท

- 1) ทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ
- 2) ทำให้อากาศยานในระหว่างบริการเสียหายจนเป็นเหตุให้อากาศยานนั้นไม่สามารถทำการบินได้ หรือเป็นเหตุ หรือน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน
- 3) วางหรือกระทำด้วยประการใด ๆ เพื่อให้มีการวางในอากาศยานในระหว่างบริการซึ่งวัสดุ หรือสิ่งใด ๆ ที่น่าจะทำลายอากาศยานนั้น หรือน่าจะก่อให้เกิดความเสียหายจนเป็นเหตุให้อากาศยานนั้น ไม่สามารถทำการบินได้ หรือน่าจะก่อให้เกิดความเสียหายจนน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน

มาตรา 19 ผู้ใดใช้อาวุธ หรือวัตถุอื่นใดกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ถ้าการกระทำนั้น เป็นอันตรายหรือน่าจะเป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของทำอากาศยาน ผู้กระทำต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 - 800,000 บาท

- 1) ทำร้ายร่างกายผู้อื่นในทำอากาศยานจนเป็นเหตุให้ หรือน่าจะเป็นเหตุให้ผู้อื่นรับอันตรายสาหัส หรือถึงแก่ความตาย
- 2) ทำลาย หรือทำให้เสียหายอย่างร้ายแรงต่อทำอากาศยาน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของทำอากาศยาน หรือต่ออากาศยานที่จอดอยู่ในทำอากาศยานซึ่งไม่ใช่อากาศยานในระหว่างบริการ
- 3) ทำให้การให้บริการของทำอากาศยานหยุดชะงัก

มาตรา 20 ผู้ใดใช้อาวุธหรือวัตถุอื่นใดฆ่าผู้อื่นในทำอากาศยาน ถ้าการกระทำนั้นเป็นอันตราย หรือน่าจะเป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของทำอากาศยาน ผู้กระทำต้องระวางโทษประหารชีวิต

มาตรา 21 ผู้ใดทำลาย หรือทำให้เสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ ตามกฎหมายว่าด้วยการเดินอากาศ หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกดังกล่าวขัดข้อง ถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุ หรือน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน ผู้กระทำต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 - 800,000 บาท

มาตรา 22 ผู้ใดแจ้งข้อความหรือส่งข่าวสารซึ่งรู้อยู่แล้วว่าเป็นเท็จ และการนั้นเป็นเหตุ หรือน่าจะเป็นเหตุให้ผู้ที่อยู่ในทำอากาศยาน หรือผู้ที่อยู่ในอากาศยานในระหว่างการบินตื่นตกใจ ผู้กระทำ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่าง

การบิน ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 5-15 ปี หรือปรับตั้งแต่ 200,000 - 600,000 บาท หรือ ทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 23 ผู้ใดเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15 มาตรา 16 มาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 มาตรา 20 มาตรา 21 หรือมาตรา 22 ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับตัวการ

มาตรา 24 ผู้ใดพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15 มาตรา 16 มาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 มาตรา 20 มาตรา 21 หรือมาตรา 22 ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดสำเร็จ

มาตรา 25 ผู้ใดเตรียมการกระทำความผิดตามมาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 หรือ มาตรา 20 ต้องระวางโทษกึ่งหนึ่งของโทษที่กำหนดไว้ในมาตรานั้น

ซึ่งผู้โดยสารจึงต้องทราบถึงข้อกำหนดดังกล่าว และตระหนักถึงข้อกำหนดทางการบิน และประพฤติปฏิบัติตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เพื่อให้ การเดินทางทางอากาศเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และปลอดภัย จะขึ้นอยู่กับผู้โดยสารจะให้ความสำคัญ และคำนึงถึงข้อกำหนดทางการบินมากขึ้นเพียงใด อันเป็นประเด็นที่ผู้ดำเนินการเดินอากาศ และผู้ดำเนินงานสนามบินต้องร่วมมือกันสนับสนุนในการเผยแพร่ข้อมูลอันเป็น ประโยชน์นี้ให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงได้สะดวก และเข้าใจง่ายเพื่อนำไปปฏิบัติตาม และเพื่อ ความปลอดภัยในการเดินทางทางอากาศอื่นอีกด้วย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ปัจจุบันข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการดำเนินชีวิตในสังคมของมนุษย์ เพื่อใช้ข้อมูล สำหรับการมีกิจกรรมร่วมใด ๆ ของสังคม ตลอดจนการตัดสินใจกระทำ หรือไม่กระทำสิ่งใด ความต้องการข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ต้องมีปัจจัยมาจากหลาย ๆ ด้าน

John C. Merrill และ Ralph L. Lowenitein (1971 อ้างถึงใน กมลทิพย์ ศรีชะฎา, 2550) กล่าวว่า ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Information exposure theory) นี้พัฒนามาจากหลักคิด พื้นฐานที่ว่า มนุษย์ต้องอยู่รวมกันเป็นสังคม และต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ดังนั้น มนุษย์ จึงจำเป็นต้องพึ่งพาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และการรับรู้ ข่าวสารทำให้คนรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้น การเปิดรับข่าวสารจะมาก หรือน้อย ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล โดยบุคคลจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่ คิดว่าเป็นประโยชน์ ต่อตนเองตามความรู้สึกนึกคิด ความสนใจ ความต้องการ ความเชื่อหรือทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง เป็นหลัก

แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ มีการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้นเกิดจาก ปัจจัย

พื้นฐานด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติบุคคลไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าระวังจากสังคม บุคคลจะมีการรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง บุคคลก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วย เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับสาร

2) ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ และเมื่อเป็นเช่นนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสารซึ่งปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น เริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างไกลมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้ มิใช่เป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรง และทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเอง หรือผู้อื่น

3) ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ ด้านไหนจะหาได้จากสื่อมวลชน

4) ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะคิด ความคาดหวัง ความกลัว เป็นต้น ของผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และได้ประโยชน์ที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองตอบต่อความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

Mc Combs และ Becker (1979 อ้างถึงใน กมลทิพย์ ศรีชะฎา, 2550) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคล เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองตอบความต้องการ 6 ประการ คือ

1) เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2) เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้

3) เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสาร ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไป

ใช้พูดคุยกับผู้อื่นได้

4) เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วม ในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว

5) ต้องการเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำ ไปแล้ว (Reinforcement)

6) ต้องการความบันเทิง (Relaxing and entertaining) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อ คือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อต่าง ๆ ของ ผู้รับสาร เพื่อสนองความต้องการ 6 ประการดังกล่าว จะเห็นว่า แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อนี้ สอดคล้องในแง่ของการเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจสื่อที่มองว่าผู้รับสารสนใจ หรือเปิดรับข่าวสาร จากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ อาทิเช่น ทักษะคิดเดิม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ ซึ่งบุคคลเลือกเปิดรับสื่อ หรือเลือกสนใจสารจากสื่อต่าง ๆ ตามปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น ทำให้สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมาใช้เป็นกรอบในการวิจัย ในครั้งนี้ โดยพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ในแง่ของการเลือกเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ ว่าผู้รับสารส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไป จากสื่อใด สอดคล้องกับความต้องการให้ความสนใจ และสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกให้เกิดทัศนคติที่ดี ต่อกฎหมาย ทำให้มีพฤติกรรมในการตระหนักถึงข้อกำหนดกฎหมายเพื่อให้เกิดความร่วมมือ และ ปฏิบัติตาม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามา กระแทบ กับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความ

มีผู้ให้คำอธิบายถึงความหมายของ การรับรู้ ไว้ดังนี้

สุภาพรณ จันทร์พวง (2552) กล่าวว่า ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชื่อว่า คนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับถึงความแตกต่างในเรื่องของการรับรู้ของแต่ละบุคคล จะส่งผลถึงความล้มเหลว ทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการสื่อสาร ทักษะคิด และความคาดหวัง การรับรู้ ยังเป็นกระบวนการทางจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าเป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสาร เข้าด้วยกัน และตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจ และความรู้สึกของตนเอง

สุภาพรณ จันทร์พวง (2552) กล่าวว่า หลักของการสื่อสาร ได้กล่าวถึง การรับรู้ ว่าเป็น

กระบวนการที่เกิดจากการกลั่นกรอง และการตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรส โดยทั่วไป การรับรู้ของคนเรา หรือความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ของคนเราจึงเป็นการเลือกที่จะรับรู้ ตามความสนใจ และประสบการณ์ของตนเอง

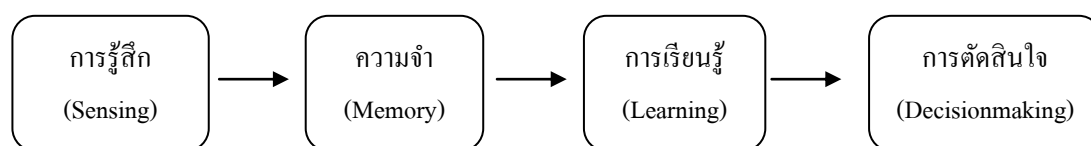
Mowen และ Minor (1998 อ้างถึงใน รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา, 2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร ตั้งใจรับข้อมูลนั้น และทำความเข้าใจความหมาย” และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ในขั้นการเปิดรับ (Exposure stage) ผู้บริโภคจะรับข้อมูลโดยผ่านทางประสาทสัมผัสในขั้นการตั้งใจรับ (Attention stage) ผู้บริโภคจะแบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้านั้น และขั้นสุดท้าย คือ ขั้นการเข้าใจความหมาย (Comprehension stage)

Assael (1998 อ้างถึงใน รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา, 2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งผู้บริโภคเลือกรับ จัดองค์ประกอบ และแปลความหมายสิ่งเร้าต่าง ๆ ออกมาเพื่อให้ความหมายเข้าใจได้” และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า สิ่งเร้าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการรับรู้มากขึ้น

สิ่งเร้าเหล่านั้นมีลักษณะดังนี้ คือ

- 1) สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภค
- 2) สอดคล้องกับความเชื่อในปัจจุบันของผู้บริโภคต่อตราสินค้า
- 3) ไม่มีความสลับซับซ้อนมากเกินไป
- 4) เชื่อถือได้
- 5) มีความสัมพันธ์กับความจำเป็นหรือความต้องการในปัจจุบัน
- 6) ไม่ก่อให้เกิดความกลัวและความกังวลใจมากเกินไป

อารีลักษณ์ อรอุรา (2553) กล่าวว่า กระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ และการคิด ตามภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กระบวนการการรับรู้

ที่มา อารีลักษณ์ อรอุรา (2553)

กระบวนการรับรู้ จะเกิดได้จะต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- 1) มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิด การรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม รอบกาย ที่เป็น คน สัตว์ และสิ่งของ
- 2) ประสาทสัมผัส (Sense organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกลสัมผัส เช่น ตาหู จมูก ได้กลิ่น ลิ้นรับรส และผิวหนังรู้ร้อนหนาว
- 3) ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส
- 4) การแปลความหมายของสิ่งที่เรสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ใน ความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้า นั้นคืออะไร

Klapper (1960) กล่าวว่า การรับรู้จะเกิดขึ้นได้หรือไม่ จะต้องผ่านกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร ซึ่ง เปรียบเสมือนตัวกรองข่าวสารในการรับรู้ของบุคคล ซึ่งนักทฤษฎี และนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายกระบวนการเลือกรับข่าวสารว่า ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอน คือ

- 1) การเลือกรับหรือสนใจ (Selective exposure หรือ Selective attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด โดยมักจะเลือกรับตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือเกิดความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive dissonance ฉะนั้นการลด หรือหลีกเลี่ยง ภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดเห็น

- 2) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective perception และ interpretation) หลังจาก การเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ในขณะนั้น ดังนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเอง

- 3) การเลือกจดจำ (Selective retention) เป็นแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะตรง ส่วนที่ตนเองสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือ เรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสาร ที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวข้างต้น การรับรู้ คือกระบวนการซึ่งสมองแปลความ หรือตีความหมายของการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็น ความรู้ ความเข้าใจของตนเองเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งในการตีความหมาย หรือแปลความ คนจะต้องใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม และความชัดเจนที่

เคยมีมาก่อนหน้านี้เป็นเครื่องช่วยในการรับรู้ โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และมักเกิดการสังสมจากประสบการณ์ โดยธรรมชาติแล้ว เนื่องจากคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมด แต่จะรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งแต่ละคนมีความสนใจ และรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวไม่เท่ากัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจ และรับรู้สารนี้ต่างกัน ดังนั้น แนวคิดนี้สามารถใช้อธิบาย และวิเคราะห์การรับรู้ เพื่อให้ผู้ใช้โดยสารสัญชาติไทยที่เดินทางโดยเครื่องบิน มีความเข้าใจ และรับทราบข้อมูลกฎระเบียบที่ถูกต้องเพื่อนำไปปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง

ความคาดหวัง คือ ความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อ การรับรู้ของคนเรา โดยใช้ประสบการณ์ การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก โดยความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังไว้

ความคาดหวังเป็นตัวบ่งชี้แห่งความสำเร็จซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคนในการเลือกการกระทำไว้ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะ และความแตกต่าง ของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ที่จะทำให้ความคาดหวังนั้นเป็นจริงขึ้นมาได้

มีผู้ให้คำอธิบายถึงความหมายของ ความคาดหวัง ไว้ดังนี้

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534 อ้างถึงใน จิตติญา เซาว์นเกษม, 2551) กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy theory) เป็น ทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายผู้รับสาร ด้วยหลักการเดียวกัน คือ เน้นว่าการใช้สื่อเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นโดยตั้งใจ ก่อนที่จะลงทำสิ่งใดจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่า นี่คือ สิ่งตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงนำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1) พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่เลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเหมือนกับคนอื่น ๆ

2) แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างภายใน แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถ

อธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3) สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นนั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมา

กาญจนา แก้วเทพ (2543 อ้างถึงใน พิมพ์วิสาข์ เทียนศรี, 2551) กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวัง ได้มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ แรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ นั้นเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่าสื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง เช่น การดูข่าวก็ได้รางวัลเป็นข้อมูลข่าวสาร การดูหนัง ดูละคร ฟังเพลง ก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนาน ความบันเทิง เป็นต้น รางวัลที่เกิดตามมาจากการใช้/การเปิดรับสื่อ นั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่าหรือเป็นความชอบส่วนตัว เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร การชมโทรทัศน์ อาจจะกดรีโมทคอนโทรลเปลี่ยนจากช่องที่กำลังมีข่าว ไปสู่ช่องที่มีละครเป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจจากสื่อ”

โดยสรุปแล้วแนวคิดความคาดหวังพยายามอธิบายว่า การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใด ๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจหรือมีความคาดหวังต่อสิ่งนั้น ๆ ก่อน นั่นย่อมหมายถึง ผู้รับสารมีจุดมุ่งหมาย หรือความต้องการอยู่ในใจอยู่แล้ว และเกิดมีความคาดหวังจากสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่ถูกส่งมายังผู้โดยสารที่เดินทางโดยเครื่องบิน เมื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ จึงนำไปสู่ การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ จนได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งผู้วิจัยจะเน้นศึกษาว่าความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร สามารถตอบสนองต่อความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างเหมาะสมหรือไม่

2.5 แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

2.5.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์

มีผู้ให้คำอธิบายถึงความหมายของ การประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public relations” ศัพท์ของคำนี้ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

John E. Marston (1979) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่มี

การวางแผน มีการใช้สื่อเพื่อโน้มน้าวใจ โดยจัดวางรูปแบบเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือกลุ่มประชาชนที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานนั้น

Scott M. Cutlip และ Allen H. Center (1978) ได้ให้ความหมายในแง่มุมของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า “เป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยให้ยอมรับการดำเนินงานของสถาบันด้วยวิธีการสื่อสารสองทางเพื่อสร้างความเข้าใจกันและกัน”

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations Association; IPRA) (อ้างถึงใน สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนประเมินผล, 2555) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการ (Management function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์ และธำรงรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจดี มีความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์กรสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชาคติ หรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์กร และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relations Society of America; PRSA) (อ้างถึงใน สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนประเมินผล, 2555) ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย แก่บรรดาลูกค้า และผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความเข้าใจร่วมกัน และความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ของสถาบันสังคม

จากความหมายที่นักการศึกษาได้อธิบายไว้ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสาร การส่งข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อหวังผลให้เกิดความร่วมมือ การสนับสนุนจากประชาชน รวมถึงเป็นการช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส ศรัทธา ต่อหน่วยงาน ตลอดจนป้องกันการเข้าใจผิด ช่วยแก้ไขปัญหา และสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงาน

2.5.2 หลักการประชาสัมพันธ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2538 อ้างถึงใน พิมพ์วิสาข์ เทียนศรี, 2551) กล่าวว่า หลักการของการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ประกอบด้วย 3 ประการ ดังนี้

- 1) การบอกกล่าว หรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ โดยการบอกกล่าวให้ประชาชนทราบถึง

นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าว ความเคลื่อนไหวขององค์กร สถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และ รู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ จึงมุ่งไปในด้านการแจ้งให้ทราบ และ ให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดความร่วมมือ และการสนับสนุนจากประชาชน

2) การป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิด การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive public relations) มีความสำคัญมาก การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำ ที่ป้องกันมิให้ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน องค์กรจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ เมื่อมีสิ่งบอกเหตุว่าอาจทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดต่อองค์กร โดยผู้ที่ทำงานด้าน ประชาสัมพันธ์ทุกคน ควรยึดหลัก “ป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อน ดีกว่าจะต้องตามแก้ ทีหลัง”

3) การสำรวจประชามติ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะจะทำให้สถาบัน รู้ถึงความคิดของประชาชน หรือ ที่เรียกว่าประชามติ (Public opinion) จะต้องรู้ว่าประชาชน ต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบสิ่งไหน ไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อ องค์กรสถาบันนั้นในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน

2.5.3 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถประสบผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ได้ ก็คือ การดำเนินงานตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นขั้นเป็นตอนแยกเป็น 4 ขั้นตอน ตามที่ ลดาวัลย์ ยมจินดา (อ้างใน ศิริวรรณ คำโต, 2558) ได้เสนอแนะไว้ดังนี้

1) การรวบรวมข้อมูลในขั้นนี้เป็นการรวบรวมข้อเท็จจริง และข่าวสารเกี่ยวกับ ทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับนโยบาย และการดำเนินงานของ องค์กรรวมทั้งการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และ โอกาสที่องค์กรส่วนใหญ่ หรือธุรกิจนั้น ๆ กำลังประสบอยู่ซึ่งเป็นการเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ทางด้านการประชาสัมพันธ์จากองค์กรอื่น ๆ จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว และข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรมาศึกษาเปรียบเทียบ ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ จะช่วยให้ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ มองเห็นปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ หรือเกิดแนวความคิดที่จะทำโครงการประชาสัมพันธ์ของ องค์กร

การรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 3 วิธี คือ

- การศึกษาค้นคว้าจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น เอกสารวิชาการ ตาราง รายงานการวิจัยที่มีผู้จัดทำไว้ ตลอดจนเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่องค์กรจัดทำขึ้น

- การสำรวจทางอ้อม คือ การรวบรวมความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ อาจทำได้โดยการติดต่อเป็นส่วนตัว จดหมายที่มีมาถึงองค์การการตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อรวบรวมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องรายงานของพนักงานที่ไปติดต่อกับประธาน เช่น รายงานของพนักงาน เป็นต้น บทความ หรือบทปาฐกถา และคำปราศรัยของผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ หรือผู้นำความคิดเห็น รวมทั้งการจัดตั้งระบบเพื่อที่จะให้ได้รับข้อเสนอแนะจากบุคคลต่าง ๆ

- การวิจัยอย่างเป็นทางการเป็นการสำรวจความคิดเห็นของบุคคลผู้ที่มีลักษณะตรงตามที่กำหนดไว้โดยองค์การอาจจะมอบหมายให้ฝ่ายวิจัยขององค์การ หรือธุรกิจที่ให้บริการทางด้านนี้เป็นผู้จัดทำก็ได้ในการสำรวจความคิดเห็นอย่างเป็นทางการนี้ จะต้องมีการวางแผนการวิจัยซึ่งเป็นการกำหนดสิ่งต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า เช่น จุดประสงค์ของการวิจัย ผู้รับผิดชอบในการทำวิจัย งบประมาณในการทำวิจัย ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสำรวจความคิดเห็นลักษณะของคำถามที่ต้องการถามวิธีการสอบถาม เป็นต้น

2) การวางแผนเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้เกิดการดำเนินการประชาสัมพันธ์ขึ้น การวางแผนเป็นสิ่งที่ทำให้แน่ใจว่าจะมีการกระทำที่เหมาะสมในเวลาที่เหมาะสม ในขั้นตอนการวางแผนนี้ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากขั้นแรกเพื่อหาสาเหตุของปัญหา หรือสาเหตุที่จำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์แล้วจึงทำการศึกษาว่าสถานการณ์เช่นนี้เคยเกิดขึ้นในองค์การของเรา หรือองค์การอื่น ๆ บ้างหรือไม่ และองค์การนั้นมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไรประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลวเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น โดยที่ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์อาจจะขอคำปรึกษาหารือ หรือศึกษาจากรายงานของผู้ที่มีประสบการณ์ในสถานการณ์จะช่วยให้องค์การไม่ต้องเสียเงิน และเวลามากเกินไป

3) การติดต่อสื่อสารขึ้นตอนการติดต่อสื่อสารเป็นการนำแผนการที่ได้วางไว้มาใช้ในการดำเนินงานโดยการติดต่อสื่อสารหรือการแจ้งข่าวสารนี้ จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลหนึ่งส่งหรือนำความคิดไปยังอีกคนหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำได้โดยใช้ช่องทางต่าง ๆ ตั้งแต่ง่ายที่สุด เช่น การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายจนถึงสื่อที่เข้าถึงเป้าหมายได้ทีละมาก ๆ พร้อม ๆ กัน ได้แก่ สื่อมวลชนการติดต่อสื่อสารทางด้านประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ได้เป็นเพียงการให้ข่าวสารหรือการแจ้งให้ทราบเท่านั้น แต่จะต้องเป็นการแจ้งข่าวสารโดยวิธีที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาด้านบวกของผู้รับสาร คือ เป็นการสร้าง หรือเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนให้เป็นที่ไปในทางที่เป็นผลดีต่อองค์การ โดยการเลือกใช้เครื่องมือของการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นช่องทางในการสื่อสาร

4) การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายซึ่งจะแสดงในรูปของผลที่คาดหวังไว้ และต้องมีการตรวจวัดประเมินผลด้วยว่ากิจกรรมเหล่านั้นก่อให้เกิดผลตามที่หวัง หรือวางแผนไว้หรือไม่ หากบรรลุผลตามที่กำหนดไว้ก็สรุปได้ว่า

กิจกรรมนั้นประสบความสำเร็จ แต่หากไม่บรรลุผลกิจกรรมนั้นก็ล้มเหลวแต่ในทางปฏิบัติแล้วผลของกิจกรรมหนึ่งอาจไม่อยู่ในลักษณะที่ประสบผลสำเร็จ หรือล้มเหลวบางส่วนแต่เราก็จำเป็นต้องวัดความสัมฤทธิ์ผลของกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประเมินว่ากิจกรรมนั้น ๆ บรรลุผลตามจุดมุ่งหมายหรือไม่เวลา และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการทำกิจกรรมนั้น ๆ เหมาะสมหรือไม่ทั้งนี้ เพื่อจะสามารถตัดสินใจได้ว่าควรจะทำ หรือไม่ทำกิจกรรมใดในอนาคต

จากความเห็นของนักการศึกษาข้างต้น จึงพอสรุปได้ว่า กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการสำรวจ และกำหนดปัญหา 2) ขั้นตอนการวางแผน 3) ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามแผน และ 4) ขั้นตอนการประเมินผลการปฏิบัติงาน

2.5.4 ประเภทของสื่อการประชาสัมพันธ์

เสรี วงษ์มณฑา (2546 อ้างถึงใน พิมพิวิสาข์ เทียนศรี, 2551) ให้ความหมายของสื่อในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพพจน์ที่ดี สิ่งสำคัญที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือสถาบัน คือ นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อชี้แจง ให้ความรู้ และความเข้าใจกับประชาชนให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์กรนั้น ๆ และสื่อสารไปยังประชาชน วิธีที่จะได้มาซึ่งความสำเร็จมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมใช้กันมาก คือ การเลือกใช้สื่อช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2526 อ้างถึงใน พิมพิวิสาข์ เทียนศรี, 2551) กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์มีสื่อซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controlled media) คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเอง ทั้งด้านเนื้อหา วิธีการ รูปแบบการผลิต รวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อประเภทนี้ นักประชาสัมพันธ์สามารถเจาะจงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นกลุ่ม ๆ สื่อเหล่านี้ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media) สื่อบุคคล (Personal media) สื่อโสตทัศน (Audio-visual media) และสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity media) เช่น การจัดกิจกรรม (Staged events) การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations advertising) เป็นต้น 2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable media) ได้แก่ สื่อมวลชน (Mass media) คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมาก ๆ หรือที่เรียกว่ามวลชน (Mass audience) ประชาชนเหล่านั้นอยู่กันอย่าง

การจัดกระจายในที่ต่าง ๆ กัน แต่ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อเหล่านี้ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม นักประชาสัมพันธ์จะต้องระลึกอยู่เสมอว่าองค์กร หรือสถาบัน ไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อเหล่านี้ และในขณะเดียวกันองค์กร หรือนักประชาสัมพันธ์ไม่มีอำนาจในการควบคุม หรือไม่มีอำนาจในการบังคับให้สื่อเหล่านี้เสนอข่าวสารให้แก่องค์กรได้ การที่สื่อมวลชนจะเสนอข่าวให้หรือไม่ สั้นหรือยาว มากหรือน้อย องค์กรไม่สามารถไปบังคับสื่อได้ ขึ้นอยู่กับสื่อมวลชนจะเป็นพิจารณาคัดเลือก และการเผยแพร่ก็เป็นการมุ่งไปสู่มวลชนทั่วไป จะไม่มุ่งเผยแพร่เฉพาะเจาะจงประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น เพราะฉะนั้น การเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องใดก็ตามที่มุ่งถึงประชาชนเฉพาะกลุ่มจึงไม่เหมาะที่จะเลือกใช้สื่อประเภทนี้ จะใช้ได้เฉพาะเรื่องที่มีวัตถุประสงค์ต้องการมุ่งเผยแพร่ให้ประชาชนเพื่อได้ทราบ

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (2551) ได้แบ่งลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ และให้ความหมายของสื่อแต่ละประเภท ได้ 5 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อกิจกรรมต่าง ๆ สื่อมวลชน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House หรือ Home journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน เพื่อให้รับรู้ เข้าใจ และแจกจ่ายกันเฉพาะภายในหน่วยงาน นอกจากนี้เพื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงาน โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม ประณีต มีการระมัดระวังใช้ถ้อยคำ สำนวน และใช้ภาษาเป็นแบบทางการ มีการระมัดระวังมากกว่าหนังสือประชาสัมพันธ์ภายใน หรือแบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ลักษณะผสม ซึ่งใช้สำหรับภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for publication) ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อย การวางแผนที่ดีต้องคำนึง และพิจารณาถึงปัจจัยทั้ง 3 ประการร่วมกัน คือ วัตถุประสงค์ (Purpose) ควรจะวางวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบ และทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้อ่าน (Reader) จะเป็นผู้ตัดสินผลงาน ดังนั้น ต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก และรูปแบบ (Format) ควรคำนึงถึงงบประมาณและเนื้อหา

สื่อสิ่งพิมพ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 12 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี หนังสือรายงานประจำงวด จดหมาย ป้ายประกาศและโปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสารแจก จุลสาร ใบปลิว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกสื่อประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ต่างกับสื่อชนิดอื่น ๆ ตรงที่หนังสือพิมพ์อาจจะเป็นเครื่องเร่งเร้าก่อให้เกิดประชาคมติขึ้นในหมู่ประชาชนได้ และขณะเดียวกันก็จะสื่อประชาคมติของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วย จึงสามารถกล่าวได้ว่าหนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ หลายด้านผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน มีทั้งข่าวสาร เรื่องราวที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม หรือประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อในการติดต่อสองทาง คือ เป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็น นโยบายการดำเนินงานของกิจการ แล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์การปฏิบัติงาน หรือนโยบายของรัฐบาล เพื่อองค์กรที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้น หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยใช้เป็นสื่อแถลงนโยบาย ข้อคิดเห็นทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่าง ๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อดีของหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่มีความน่าสนใจสม่ำเสมอ และรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่ มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านบททวนใหม่ได้ สามารถเสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และประชาชนทั่วไปสนใจ สามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ เสนอข่าว หรือเรื่องราวต่าง ๆ ครั้งละมาก ๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้ อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจ และเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่าน นอกจากภาพข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่ กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว มีอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน เพราะข่าวต่าง ๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่อง หรือบางคอลัมน์ที่เกี่ยวข้อง หรือสนใจเท่านั้น

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรรู้จักผูกพันกับหนังสือพิมพ์ และการใช้หนังสือพิมพ์ประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ ต้องศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวงการหนังสือพิมพ์ เช่น นโยบาย จุดมุ่งหมาย ความต้องการของ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ซึ่งแตกต่างกันไป และต้องศึกษาบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์เพื่อทำความรู้จักสร้าง ความสนิทสนมคุ้นเคย ให้ข่าวกับบริษัทหนังสือพิมพ์ เช่น ข่าวเกี่ยวกับนโยบาย ความมุ่งหมาย โครงการ ผลงาน และเหตุการณ์ เพื่อให้หนังสือพิมพ์นำไปลงเผยแพร่ ทำให้ประชาชนผู้อ่านเกิดความสนใจ ความรู้ ความเข้าใจ และนิยมเลื่อมใสในสถาบัน อำนวยความสะดวกแก่นักข่าว หรือนักเขียนที่มาติดต่อ ผูกสัมพันธ์ และตั้งสรรค์กับบรรดานักข่าว และนักเขียนให้ใกล้ชิดสนิทสนม คอยตัดข่าว บทวิจารณ์ และสารคดีที่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ลง เพื่อติดตามผลงานการเผยแพร่ข่าว ตรวจสอบกระแสข่าว ตรวจสอบข่าว และความคิดเห็นที่เป็นความเข้าใจผิด

- วารสาร (Journal) จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

ข้อดีของวารสารรูปเล่มแข็งแรง และสวยงาม สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจง หรือมีผลทางด้านช่วยย้าเตือนความทรงจำ เพราะออกเผยแพร่ติดต่อกันเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มีเนื้อที่เพียงพอ มีความยืดหยุ่นที่สามารถสื่อสาร หรือชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์ หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นไปตามความต้องการ และงบประมาณขององค์กรสถาบันได้ง่าย

ข้อจำกัดของวารสาร คุณภาพของวารสารมักไม่ค่อยดี และขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่ งบประมาณจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดทำสามารถ เลิกทำได้ง่ายเมื่อผู้บริหาร ไม่เห็นด้วย ถ้าหากผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะมีงานภาระอื่น ๆ ภายในองค์กรอีกมากมาย ดังนั้น วารสารที่ออกนั้น มีวัตถุประสงค์ที่ไม่ชัดเจน หรือขาดความรู้ที่ น่าสนใจ และสาระประโยชน์ที่แท้จริง วารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

- นิตยสาร (Magazines) เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงาม ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ข้อดีของนิตยสาร การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยทีมงานขององค์กร โดยมีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปเล่มที่สวยงาม และเนื้อหาแปลกใหม่ ไม่ซ้ำ หรือน่าเบื่อ สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้จำนวนมากการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเสียเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

ข้อจำกัดของนิตยสาร ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์ การจัดจำหน่าย และเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจ ออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์ มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจับจ่ายได้ มีจำนวนจำหน่าย และเผยแพร่ค่อนข้างน้อย

- หนังสือรายงานประจำปี มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและ น่าสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report
- หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report) ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับ หนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือนต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว
- จดหมาย (News Letter) มีเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้า ที่เป็นเป้าหมาย หรือคาดคะเนว่าจะเป็นลูกค้าได้ในอนาคตมีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร
- ป้ายประกาศ และโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของ ประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำด้วยสีอันสวยงาม มีภาพ และตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย
- แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการขององค์กร
- เอกสารแจก มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือให้อ่าน
- จุลสาร (Booklet และ Bulletin) เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ
- ใบปลิว (Leaflet) มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

2) สื่อบุคคล เป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป โดยเครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นการแสดงออกทางอากัปกิริยา คำพูด กริยาท่าทาง การสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันคืออยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ ในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้น พูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบ และเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะ ทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การสื่อสารด้วยคำพูดนั้น มี 2 แบบ คือ

แบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา ในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดศรัทธา แล้วยังอาจจะมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการ หรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง และแบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) คือ การพูดจา สนทนา ปราศรัยต่าง ๆ

ประเภทของคำพูดที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การพบปะ การสนทนา การจัดตั้งหน่วยติดต่อสอบถาม การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การแสดงปาฐกถา เป็นต้น โดยลักษณะของสื่อบุคคล ได้แก่ การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา และการพูดในที่ชุมชน

ข้อดีของสื่อบุคคล เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่น ๆ ทำให้ผู้พูดและฟังเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูง และเร้าความสนใจได้มากกว่า เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกัน ได้ทันที ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ทันที ทั้งที่ เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อน หรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

ข้อจำกัดของสื่อบุคคล ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านไป ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมาก ๆ ได้ หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้ เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากสลับซับซ้อนเกินไป ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ ต้องมีอุปกรณ์ประกอบการพูด เช่น ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน

3) สื่อโสตทัศน์ (Audio visual media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ภาพยนตร์ (Films) วิทยุ (Radio) และโทรทัศน์ (Television)

- ภาพยนตร์ (Films) หรือวิดีโอ (Video) มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปร่งแสง ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่าง ๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ ความประทับใจ และทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดู และได้ฟัง คำบรรยายไปพร้อม ๆ กัน

ข้อดีของภาพยนตร์ มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจ และจดจำ สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉาย สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย

สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์ ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ ชมในจำนวนจำกัด เพราะผู้ชมอยู่ในห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์ และห้องฉายภาพยนตร์

- วิทยุ (Radio) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกล และยังมีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการเพลง รายการละคร

ข้อดีของวิทยุ มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานี เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวาง ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด สามารถพกดติดตัวได้ตลอดเวลา ให้ความรู้ เสริมอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะลีลาที่ใสอารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย สามารถฟังไปด้วย และทำงานอื่นไปด้วยได้

ข้อจำกัดของวิทยุไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้องพูดให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ไม่มีความคงทนถาวร ถ้าผู้ฟังพลาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

- โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อที่เจริญมาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ ภาพนิ่ง ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ซึ่งเป็นสื่อถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และยังสามารถส่งภาพในระยะทางไกลได้ โดยรายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุตรงที่มีความหลากหลาย จึงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาท และมีผู้นิยมอย่างแพร่หลาย

ข้อดีของโทรทัศน์ ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์ ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุ และหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่าง ๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์ มีราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น มีค่าใช้จ่ายสูงมาก ทั้งค่าการผลิต และค่าซื้อสื่อ เมื่อพลาดรายการไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป สื่อมีอายุสั้นมาก และเป็นการสื่อสารทางเดียว

4) สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระ หรือโอกาสต่าง ๆ ส่วนมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน งานสถาปนาองค์การ หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น คือ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากเข้าร่วมงาน มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงาน เพื่อประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ และองค์การให้เป็นที่รู้จักของประชาชน ได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมด้านวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นแรงเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์ และเพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

หลักในการจัดกิจกรรมหรือนิทรรศการ มีดังนี้ การจัดแต่ละครั้งควรมีศูนย์รวมแนวความคิดเพียงอย่างเดียว ควรเลือกสถานที่ที่เหมาะสมและสะดวกในการเข้าชม ต้องให้ผู้ชมเข้าใจง่าย และเสียเวลาน้อยที่สุด คือ จะต้องใช้ทัศนวัสดุประเภท ภาพ ของจริง ของจำลอง และวัสดุสามมิติอื่น ๆ ให้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ เพราะเป็นการดูมากกว่าการอ่าน ใช้คำอธิบายสั้น ๆ ข้อความโต ๆ มองเห็นชัดแต่ไกล แสงก็มีบทบาทในการจัดนิทรรศการ สีที่สะดุดตาจะช่วยเร้าความสนใจและน่าติดตาม ควรพยายามให้ผู้ที่ยเข้าชมได้มีส่วนร่วมตามความเหมาะสม ควรจัดเรื่องราว หรือกลุ่มวัสดุที่แสดงให้เห็นหมวดหมู่ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน

5) สื่อมวลชน สามารถแบ่งลักษณะของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ รายปักษ์ สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เคเบิลทีวี ดาวเทียม วิดีโอเท็กซ์

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน เพื่อแจ้งข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวของกิจการ หรือหน่วยงานต่าง ๆ ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อย่างกว้างขวาง โดยสิ่ง queเผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนล่วงหน้า สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และพยายามรักษามาตรฐาน หรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อภาพพจน์ที่ดีงาม และความเชื่อถือของประชาชน

การศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้สื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสาร และเข้าถึงผู้โดยสารได้ง่าย เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

2.6 แนวคิดและทฤษฎีสื่อสังคมออนไลน์

มีผู้ให้คำอธิบายถึงความหมายของ “สื่อสังคมออนไลน์” (Social media) ไว้ดังนี้

ธัญวัฒน์ กาบคำ (2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

ศภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย (2553) ได้ให้ความหมายของ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และ โปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถสื่อสารเนื้อหา อาทิเช่น twitter facebook youtube webblog เป็นต้น

Mayfield (2008) ให้ความหมายของ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มของสื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ ก่อเกิดการมีส่วนร่วม (Participation) เปิดใจกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็น คำวิจารณ์ การแบ่งปันสารสนเทศ (Openness) การสนทนาแบบสองทาง (Conversation) ก่อเกิดชุมชนออนไลน์ (Community) และก่อเกิดการเชื่อมโยงกันทั้งเว็บไซต์อื่น ๆ แหล่งข้อมูล และบุคคล (Connectedness)

Search Engine Optimization Company Limited (2011) ได้อธิบายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อปัจจุบันนิยมใช้งานกันมาก และมีการใช้งานในรูปแบบการสื่อสารสองทาง ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง Social media ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระ และสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อย่างทันทีทันใด

Connie M. White (2012) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social media ว่าหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ใช้สร้างขึ้นบนสังคมออนไลน์ เพื่อใช้ในการแชร์ข้อมูลความคิดเห็น ข่าวสาร และเนื้อหาอื่น ๆ สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางให้ผู้ใช้ได้ติดต่อกับคนอื่น ๆ โดยใช้อินเทอร์เน็ต และบริการต่าง ๆ ข้อมูลต่าง ๆ สามารถนำมาแลกเปลี่ยน รวบรวม และเผยแพร่ในเวลาไม่กี่วินาที และสื่อสังคมออนไลน์ยังคงพัฒนาต่อไปเรื่อย ๆ พื้นที่ที่ได้รับความนิยมที่เกี่ยวข้องกับวิกฤติการสื่อสาร เป็นหนึ่งในรายการขนาดใหญ่ที่บ่งบอกการรับรู้ ซึ่งพื้นที่นั้นเป็นประโยชน์ เพื่อนำไปพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์มีดังต่อไปนี้

- 1) มีผู้คนจำนวนมากใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2) ง่ายต่อการกระจายข่าวสาร
- 3) สามารถหาข้อมูล หรือเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น
- 4) สามารถตอบสนองผู้คนจำนวนมากได้
- 5) สามารถแจกจ่ายแบบสำรวจได้ตลอดเวลาเพื่อให้ได้รับความเห็นอย่างรวดเร็ว
- 6) หากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินผู้เกี่ยวข้องสามารถใช้ทรัพยากรทั้งหมดซึ่งรวมถึงอินเทอร์เน็ต ในการสร้างวิธีการติดต่อสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัด ซึ่งวิธีการนี้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการส่งต่อของข้อมูลที่ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองผ่าน

สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งดีสำหรับการเผยแพร่ แบ่งปันข้อมูล การเปรียบเทียบผลของแผนการดำเนินงาน การพัฒนาโปรแกรมที่ดีขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มของการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน และการลดระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวเพื่อให้ข้อมูลสื่อและอาจได้รับสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลบางอย่าง จะสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องได้ และจะช่วยลดเวลาได้

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) กล่าวว่า มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน ซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ จากนั้น เมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Web board) จนถึงปัจจุบัน มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จุฑารัตน์ สรวาณะวงศ์ (2558) สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึงรูปแบบของการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อแบ่งปันสารสนเทศ ความคิด ข้อความ ส่วนบุคคล และเนื้อหาอื่น ๆ โดยเป็นช่องทางที่ช่วยให้คนสามารถเชื่อมโยงกับคนอื่น ๆ ได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเป็นช่องทางที่ทำให้สารสนเทศเกิดการแลกเปลี่ยน การรวบรวม และแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blog) ทวิตเตอร์ และไมโครบล็อก (Twitter and microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media sharing)

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าปัจจุบัน ผู้คนเริ่มหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์แทนสื่อแบบเดิม ๆ กันมากขึ้นในการสื่อสารข้อมูลถึงกัน ซึ่งช่วงเริ่มแรกการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มักใช้ในลักษณะของงานอดิเรกสื่อสารกันระหว่างตนเองกับคนรู้จักใกล้ชิด จากนั้นได้มีการขยายการประยุกต์ใช้สู่ภาคธุรกิจ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้คนอย่างกว้างขวาง

สาเหตุสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อย ๆ มาจากการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะหลากหลาย รวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่า สื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่างแท้จริง

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในปัจจุบันมีหลากหลายประเภทขึ้นอยู่กับการใช้งาน และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ซึ่งทุกคนบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบหรือมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน สามารถเขียน อธิบาย แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน ได้แก่ Line Webblog Facebook Twitter Youtube และ Slideshare เป็นต้น

2.7 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์ (2542) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร (Communications) ว่ามีที่มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Communis หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกัน การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึกความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูดการเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมหรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน และมีปฏิริยาตอบสนองต่อกัน การสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

2.7.1 รูปแบบของการสื่อสาร

รูปแบบของการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การสื่อสารทางเดียว (One-way communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถมี การตอบสนองในทันที (Immediate response) ให้ผู้ส่งทราบได้ แต่อาจจะมีปฏิริยาสนองกลับ (Feedback) ไปยังผู้ส่งภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงเป็นการที่ผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทันที จึงมักเป็นการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชน เช่น การฟังวิทยุ หรือการชมโทรทัศน์ เหล่านี้เป็นต้น

2) การสื่อสารสองทาง (Two-way communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันที โดยที่ผู้ส่ง และผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากัน หรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่ง และผู้รับในเวลาเดียวกัน เช่น การพูดโทรศัพท์ การประชุม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต การสื่อสารสองทางสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องเกิดระหว่างบุคคลเท่านั้น แต่อาจเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็ได้ และการตอบสนองก็ไม่จำเป็นต้องกระทำในทันที เช่น การเขียนคำถามทิ้งไว้บนเว็บบอร์ดหรือกระดานข่าว อาจต้องรอเวลาที่จะมีคนมาตอบหรือให้ความเห็น ซึ่งก็จัดว่าเป็นการสื่อสารสองทางเช่นกัน

2.7.2 ประเภทของการสื่อสาร

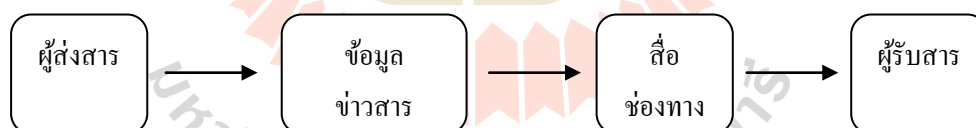
ประเภทของการสื่อสาร แบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้ 1) การสื่อสารในตนเอง (Intrapersonal หรือ Self-communication) เป็นการสื่อสารภายในตัวเอง หมายถึงบุคคลผู้นั้นเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในขณะเดียวกัน เช่น การเขียนและอ่านหนังสือ เป็นต้น

2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคน 2 คน เช่น การสนทนาหรือการโต้ตอบจดหมายระหว่างกัน เป็นต้น

3) การสื่อสารแบบกลุ่มชน (Group communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มชน ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมาก เช่น การสอนในห้องเรียนระหว่างครูเพียงคนเดียวกับนักเรียนทั้งห้องหรือระหว่างกลุ่มชนกับบุคคล เช่น กลุ่มชนมาร่วมกันฟังคำปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นต้น

4) การสื่อสารมวลชน (Mass communication) เป็นการสื่อสารโดยการอาศัยสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ แผ่นโปสเตอร์ ฯลฯ เพื่อการติดต่อไปยังผู้รับสารจำนวนมากซึ่งเป็นมวลชนให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเดียวกันในเวลาพร้อม ๆ กัน หรือไล่เลี่ยกัน

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือบุคคลต่อกันโดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีรูปแบบจำลองการสื่อสาร ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสาร

ที่มา สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์ (2542)

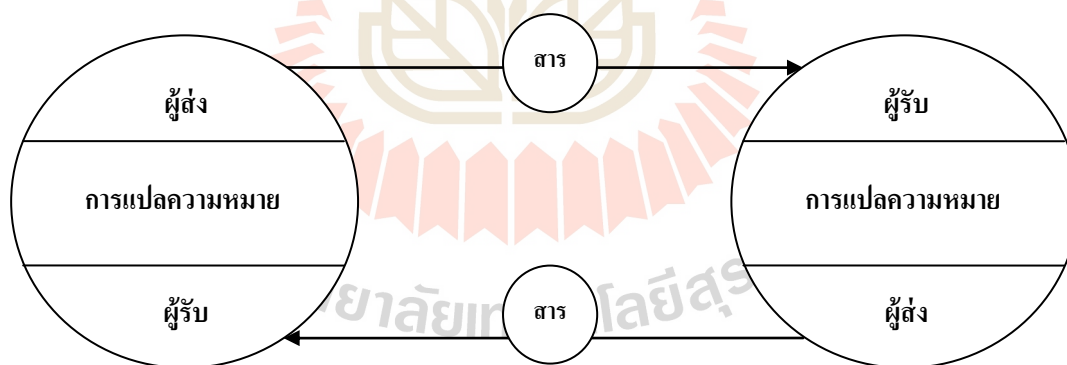
จากภาพที่ 2.2 สามารถอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองการสื่อสารว่าประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้ 1) ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางที่เรียกว่า สื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียว แต่ถ้าเป็นการสื่อสารสองทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสารมีเจตคติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่งต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่ง และอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ 2) ข้อมูลข่าวสารในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสาร

ที่ต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่งการรับ และตีความเนื้อหาของสาร และการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น 3) สื่อหรือช่องทางในการรับสาร คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส และตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสังคมออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ สื่อมวลชน เป็นต้น 4) ผู้รับสาร คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสารต่อผู้ส่งสาร และต่อตนเอง

2.7.3 แบบจำลองการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสารเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการ และองค์ประกอบของการสื่อสาร แบบจำลองของการสื่อสารที่มีการอ้างถึงอย่างแพร่หลาย ในการศึกษาด้านการสื่อสาร มีหลายรูปแบบ ตามการศึกษาของนักวิชาการผู้มีชื่อเสียงในอดีต แบบจำลองแต่ละแบบมีความคล้ายคลึงกัน แต่อาจมีความซับซ้อนที่แตกต่างกันบ้าง ตามลักษณะของการสื่อสารแต่ละประเภท และมุมมองของนักวิชาการแต่ละท่าน แบบจำลองของการสื่อสารที่แพร่หลายในแวดวงการสื่อสาร มีดังนี้

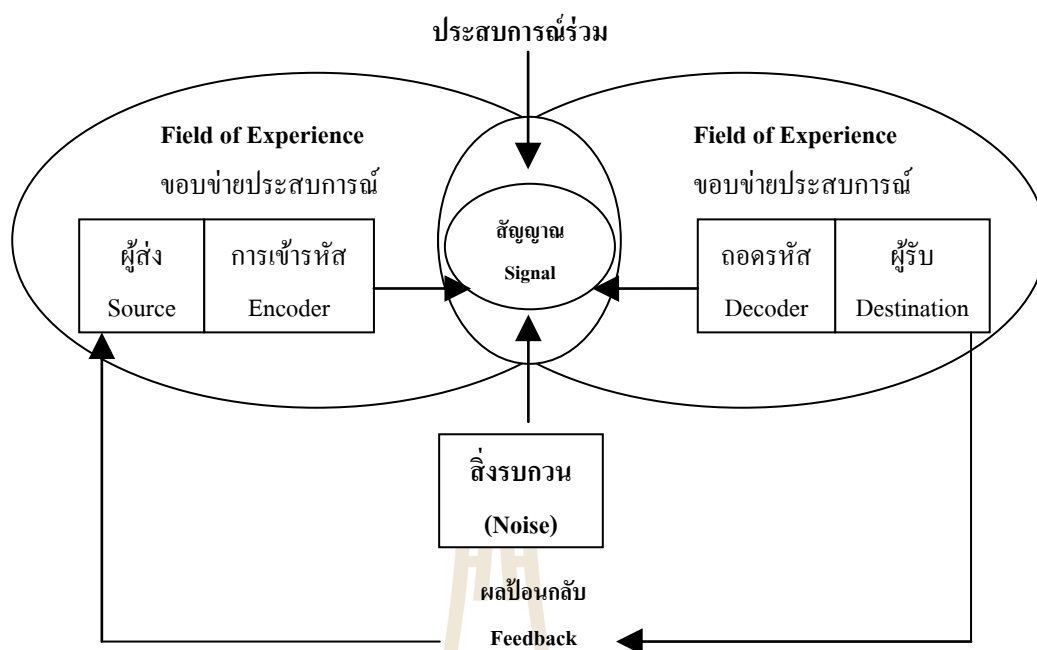
1) แบบจำลองเชิงวงกลมการสื่อสารของ Schramm Wilbur (1954) เป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองเชิงวงกลมการสื่อสารของ Schramm Wilbur

ที่มา Schramm Wilbur (1954)

2) แบบจำลองการสื่อสารของ Schramm Wilbur (2006) อธิบายพื้นฐานประสบการณ์ร่วม (Field of Experience) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารว่าจะต้องมีประสบการณ์ร่วมกันเพื่อสื่อสารให้เข้าใจตรงกัน ดังแสดงในภาพที่ 2.4



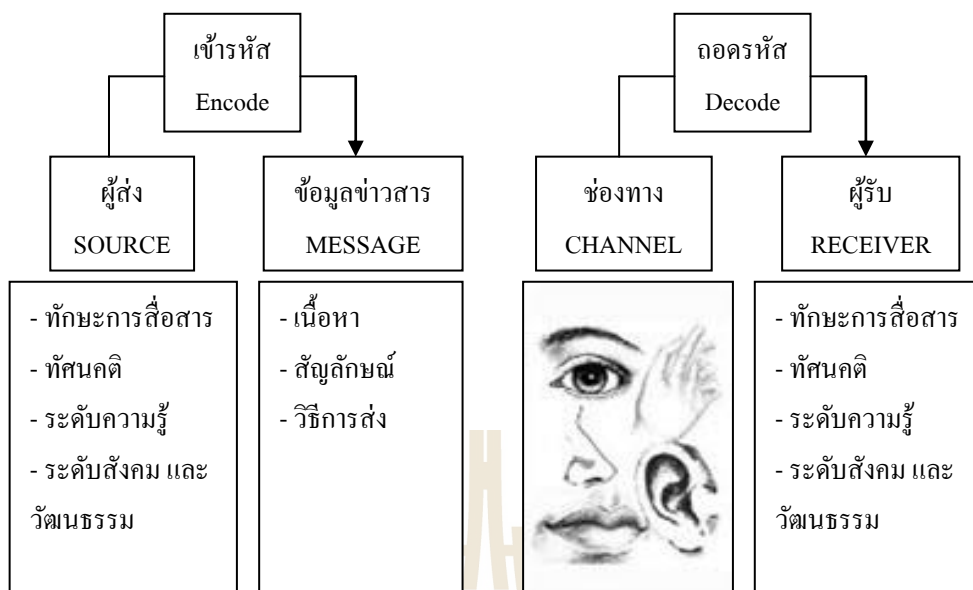
ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสื่อสารของ Schramm Wilbur

ที่มา Schramm Wilbur (2006)

3) แบบจำลองการสื่อสารของ Berlo (1960) เป็นรูปแบบจำลอง SMCR ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งต่าง ๆ 4 ประการ ได้แก่

- ผู้ส่งสาร (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสารได้มีความรู้ที่ดีในข้อมูลที่จะส่งสามารถปรับระดับให้เหมาะสมสอดคล้องกับผู้รับ
- ข่าวสาร (Message) คือเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่ง
- ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ให้ผู้รับได้รับด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5
- ผู้รับสาร (Receiver) ผู้ที่มีความสามารถในการถอดรหัส (Decode)

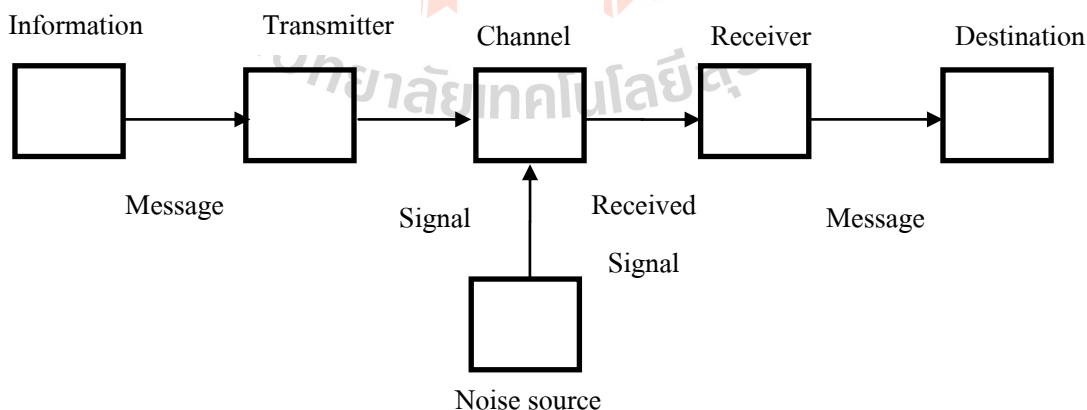
สารที่รับมาได้ถูกต้องแบบจำลอง SMCR ของ Berlo จะให้ความสำคัญในปัจจุบันต่าง ๆ ที่มีผลทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะการคิด ระดับความรู้ระบบสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งผู้รับ และผู้ส่งต้องมีตรงกันเสมอ ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการสื่อสารของ Berlo

ที่มา Berlo (1960)

4) แบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ C.E. Shannon (1948) อธิบายถึงการสื่อสารที่มองถึงองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารเช่นเดียวกับเบอร์โลแล้วยังให้ความสำคัญกับ “สิ่งรบกวน” (Noise) ด้วย เพราะในการสื่อสารหากมีสิ่งรบกวนเกิดขึ้น หมายถึง การเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เช่น หากอาจารย์ใช้ภาพเป็นสื่อการสอนแต่ภาพนั้นไม่ชัดเจน หรือเล็กเกินไป ก็จะทำให้ผู้เรียนเห็นไม่ชัดเจนทำให้เกิดการไม่เข้าใจ ดังแสดงในภาพที่ 2.6



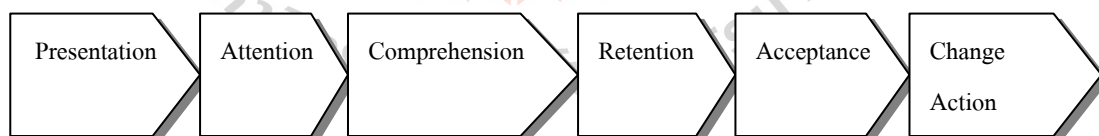
ภาพที่ 2.6 แบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ C.E. Shannon

ที่มา C.E. Shannon (1948)

5) แบบจำลองการโน้มน้าวใจของ William J McGuire (2011) เป็นหนึ่งในรูปแบบการพัฒนารูปแบบของการโน้มน้าวใจ อย่างเป็นขั้นตอน นั่นคือ รูปแบบนี้แสดงให้เห็นว่าการชักชวน/ชักจูง/โน้มน้าว นั้นเป็นผลสำเร็จที่เกิดจากการส่งผ่านหลายขั้นตอน หรือเรียกว่าเป็นขั้นตอนก่อนที่จะเกิดการชักชวน/ชักจูง/โน้มน้าว มีองค์ประกอบ 6 ประการ ดังนี้

- Presentation ผู้รับสารจะได้รับการนำเสนอผ่านข้อความ/โฆษณาผ่านช่องทางการรับฟัง และภาพ เป็นขั้นตอนที่ง่ายที่สุดนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย
- Attention ผู้รับสารจะเห็นและรับรู้ โดยจดจำข้อความ/โฆษณาที่มีจัดทำอย่างสร้างสรรค์ หรือมีการเปิดรับซ้ำ ๆ บ่อยครั้งมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป
- Comprehension ผู้รับสารจะทำความเข้าใจและเห็นคุณค่าความสำคัญ หรือประเด็นสำคัญของสื่อข้อความ/โฆษณา
- Acceptance ผู้รับสารจะเชื่อในสื่อข้อความ/โฆษณา
- Retention ผู้รับสารจำสามารถจดจำข้อความ/โฆษณา และสามารถระบุถึงผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ถูกกล่าวถึงผ่านข้อความ/สื่อโฆษณา
- Change/Action ผู้รับสารเปลี่ยนพฤติกรรมในสิ่งที่ต้องการ โดยตัดสินใจทำอะไรบางอย่าง เช่น หากถ้าเป็นสินค้าก็ตัดสินใจ ซื้อ หรือ หากเป็นกฎระเบียบที่ต้องปฏิบัติตาม ก็จะทำตามระเบียบที่กำหนดไว้ ไม่ฝ่าฝืนกฎระเบียบ ดังแสดงในภาพที่ 2.7

William J McGuire (2012) ผู้บุกเบิกคนสำคัญคนหนึ่งที่พยายามทำความเข้าใจว่า การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (mass media messages) รวมถึงการโฆษณา ว่าสามารถโน้มน้าว/ชักจูงให้คนเชื่อได้อย่างไร หรือ คนสามารถถูกชักจูง/โน้มน้าว จากสื่อข้อความเนื้อหาโฆษณาผ่านทางสื่อมวลชนได้



ภาพที่ 2.7 แบบจำลองการโน้มน้าวใจของ William J McGuire

ที่มา William J McGuire (2011)

จากรูปแบบจำลองของการสื่อสาร ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ในการสื่อสารนั้น การที่ผู้ส่งและผู้รับ จะสามารถเข้าใจกันได้ดีเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับทักษะ ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่าย ถ้าหากผู้ส่ง และผู้รับ มีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สอดคล้องกัน มีประสบการณ์คล้ายคลึงกัน ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นได้ผลดียิ่งขึ้น ต่างฝ่ายก็มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และ

สามารถจัดอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างผู้ส่ง และผู้รับออกไปได้ ซึ่งการสื่อสารสองทางนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในการสื่อสารยุคปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว ถูกต้อง และตรวจสอบได้ ทั้งยังเป็นประโยชน์ในการบริหารงานขององค์การที่ต้องการตรวจสอบ และการทำความเข้าใจระหว่างสมาชิกในสังคมด้วย

2.8 แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการประชาสัมพันธ์

รูปแบบ หมายถึง เป็นสิ่งที่สร้าง และพัฒนาขึ้นมา เป็นแนวทางในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่สามารถยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งมีนักวิชาการให้ความหมายไว้ดังนี้

คัมภีร์ สูดแท้ (2553 อ้างถึงใน บุญเชิด ชานิศาสตร์, 2556) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่สร้าง หรือพัฒนาขึ้น แสดงให้เห็น ถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรื่องให้เข้าใจง่ายขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

ปัญญา ทองนิล (2553 อ้างถึงใน บุญเชิด ชานิศาสตร์, 2556) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง โครงสร้างที่เกิดจากทฤษฎี ประสบการณ์ การคาดการณ์ นำเสนอในรูปของข้อความหรือแผนผัง

มาลี สืบกระแสด (2552 อ้างถึงใน บุญเชิด ชานิศาสตร์, 2556) ได้กล่าวว่า รูปแบบมีสองลักษณะ คือ รูปแบบจำลองของสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่นระบบการปฏิบัติงาน และรูปแบบที่เป็นแบบจำลองของสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รูปแบบอาจแสดงความสัมพันธ์ด้วยเส้นโยงแสดงในรูปแผนภาพหรือเขียนในรูปสมการคณิตศาสตร์ หรือสมการพยากรณ์ หรือเขียนเป็นข้อความ จำนวน หรือ ภาพ หรือแผนภูมิหรือรูปสามมิติ

ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์ (2559) กล่าวว่าในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยวิธีการ กระบวนการต่าง ๆ อาจเป็นวิธีการเดียว หรือหลาย ๆ วิธีรวมกัน ซึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์อาจมีรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การออกข่าวประชาสัมพันธ์ (Publicity) วัตถุประสงค์พื้นฐานของการออกข่าวที่มุ่งตลาด เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักในตราสินค้า ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อบริษัท และตราสินค้าของบริษัท และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของลูกค้า การออกข่าวอาจอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การให้ข่าว (News releases) เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม และหัวข้อข่าวที่มีคุณค่าอื่น ๆ จะถูกส่งไปยังบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออื่นๆ อีกรูปแบบหนึ่งคือการประชุมนักหนังสือพิมพ์เพื่อให้ข่าว (Press conference) เป็นการประกาศข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เป็นที่สนใจของสาธารณชนแก่ผู้สื่อข่าวต่าง ๆ เป็นต้น นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการจัดเตรียมรูปถ่าย เทป และฟิล์ม เพื่อแสดงถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคนิคการผลิต

สมัยใหม่ และวัสดุอื่น ๆ อย่างเหมาะสมกับความจำเป็นของสื่อ เพื่อใช้ประกอบในการออกข่าวประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

2) การโฆษณา (Advertising) คือ การเชิญชวน หรือชักจูงให้สาธารณชนเกิดความอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์หรือซื้อบริการของบริษัท การโฆษณามีลักษณะของการมุ่งแต่จะชักจูง ปลุกฝังความนิยมไปสู่สาธารณชนทางเดียว จะไม่มีการฟังความคิดเห็นของสาธารณชน ซึ่งผู้ที่ดู หรือฟังการโฆษณาควรต้องพิจารณาเนื้อหาของโฆษณาอย่างระมัดระวังเนื่องจากการโฆษณามักจะสื่อสารแต่ข้อมูลข่าวสารในแง่ดีเท่านั้น

3) การบริการข่าวสาร (Information service) คือ การให้ข่าวสาร การแจ้งแฉงความจริงให้รู้ข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นสาระประโยชน์ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจมิให้หลงเข้าใจผิด

4) การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นการโฆษณาที่มุ่งประโยชน์ของตนฝ่ายเดียว มีจุดประสงค์ เพื่อโน้มน้าวความคิด และจงใจด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้เห็นด้วยกับผู้โฆษณา หรือให้เป็นปฏิปักษ์กับสิ่งที่ต้องการ โดยปิดบังข้อเท็จจริง หรือเปลี่ยนร้ายให้กลายเป็นดี หรือปรักปรำให้ร้ายฝ่ายตรงข้ามเพื่อประโยชน์ของตน

5) สงครามจิตวิทยา (Psychology warfare) เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกแยก เกิดความไม่สบายใจ เกิดความระแวงสงสัย ความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน ความเจ็บแค้น ความโกรธ ความเกลียด และความกลัว เป็นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งที่ใช้หันเหความสนใจเพื่อเปลี่ยนความคิด อารมณ์ ความเชื่อของประชาชน ให้ทำการอย่างใดอย่างหนึ่งตามความประสงค์ของฝ่ายที่ดำเนินสงครามจิตวิทยา นอกจากนี้ยังใช้ในการเปลี่ยนจากสิ่งที่ไม่ชอบมาเป็นชอบก็ได้

6) ข่าวลือ (Rumor) มักจะกระจายไปอย่างรวดเร็วจากปากต่อปาก และมักจะเปลี่ยนแปลงเรื่องราวไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งบางทีข้อมูลหรือเรื่องราวผิดเพี้ยนไปหรือเปลี่ยนแปลงไปจากหน้ามือเป็นหลังมือ ข่าวลือมักจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริษัท หรือเป้าหมายทางธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งข่าวลือถือว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุดที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเผชิญหน้า เนื่องจากข่าวลือมักจะกระจายไปอย่างรวดเร็วและมักจะเป็นเรื่องราวในแง่ลบกับบริษัท ในการจัดการกับข่าวลือที่เกิดขึ้นนั้น บางคนอาจคิดว่าทางแก้ไขที่ดีที่สุด คือ การปล่อยให้ข่าวลือหายไปเองตามกาลเวลา แต่ในความเป็นจริงการปล่อยผ่านไปเป็นสิ่งที่อันตรายยิ่งสำหรับบริษัท ดังนั้น ทางที่ดีที่สุดคือ การกำจัดข่าวลือเหล่านั้นไปให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

7) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ และบริการ (Product and service promotion) เป็นวิธีการของบริษัทในการสนับสนุนให้เกิดการขายสินค้าหรือบริการให้มากขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยการออกข่าว หรือเหตุการณ์เพื่อกระตุ้นการซื้อของลูกค้าให้เกิดขึ้นหรือเปลี่ยนทัศนคติของลูกค้าตาม

วัตถุประสงค์ของบริษัท รวมถึงเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ในลักษณะต่าง ๆ

8) การจูงใจ (Persuasion) เป็นลักษณะของการชักจูงลูกค้าให้มีพฤติกรรมตามที่บริษัทต้องการ ซึ่งลักษณะของการจูงใจจะต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกเห็นด้วยกับข้อความหรือข่าวสารที่ใช้จูงใจลูกค้า โดยต้องระวังมิให้ลูกค้ารู้สึกถึงความไม่จริงใจ ดังนั้น การจูงใจต้องมีการใช้เหตุผลเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าเห็นด้วยตามแนวคิดที่นำเสนอ

9) การกระตุ้นเตือน (Motivation) จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับการจูงใจ แต่การกระตุ้นนี้สามารถใช้เพื่อให้ลูกค้ามีพฤติกรรมตามที่ต้องการ โดยที่ผู้ถูกกระตุ้นอาจมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวนั้นแล้วแต่ยังไม่มีพฤติกรรมอย่างที่ต้องการ ดังนั้น จึงต้องมีการกระตุ้นเตือนในขณะที่การจูงใจอาจใช้สำหรับผู้ถูกจูงใจที่ยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวนั้น ๆ

วิภาณี แม้นอินทร์ (2557) ได้กล่าวว่า แบบจำลองการประชาสัมพันธ์ (Models of public relations) แสดงให้เห็นถึงคุณค่า เป้าหมาย และพฤติกรรมการสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เมื่อองค์การนั้น ๆ นำเอาการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) แบบจำลองตัวแทนเผยแพร่ (Press agency)/การเผยแพร่ (publicity) เป็นแบบจำลองที่อธิบายถึงการประชาสัมพันธ์เชิงโฆษณาชวนเชื่อ (Propagandistic public relations) ซึ่งใช้วิธีการแสวงหาความสนใจจากสื่อมวลชนในทุกวิถีทางเท่าที่จะทำได้ จัดอยู่ในลักษณะแบบจำลองการสื่อสารทางเดียว

2) แบบจำลองประชนาณเทศ (Public information) เป็นลักษณะการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการเผยแพร่กระจายข่าวทั่วไปที่ถูกต้องขององค์การ แต่ไม่สมัครใจที่จะให้ข่าวเชิงลบขององค์การ แบบจำลองนี้จัดเป็นแบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเช่นกัน โดยผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารขององค์การไปสู่ประชาชนแต่ไม่แสวงหาข่าวสารจากประชาชนโดยผ่านทางกรวิจัยหรือวิธีการประเมินแบบไม่เป็นทางการ

3) แบบจำลองการสื่อสารสองทางที่ไม่สมดุล เป็นแบบจำลองที่อธิบายการปฏิบัติงานที่มีการใช้การวิจัยและใช้การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง แต่เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่สามารถชักจูงใจประชาชนได้โดยใช้การวิจัยที่ให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนสนับสนุน โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขององค์การจึงเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ไม่มีคุณภาพ

4) แบบจำลองการสื่อสารสองทางที่มีคุณภาพ เป็นแบบจำลองที่ให้ประโยชน์แก่ประชาชนและองค์การ โดยองค์การมุ่งใช้การประชาสัมพันธ์แบบการต่อรอง การเจรจา และการใช้ยุทธวิธีแก้ปัญหาขัดแย้งเพื่อนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมทั้งขององค์การ และประชาชน

ปัจจุบันองค์การต่าง ๆ ใช้การประชาสัมพันธ์ในลักษณะ 4 แบบจำลองดังกล่าวข้างต้นร่วมกัน

โดยแบบจำลองที่ 1 เป็นแบบที่นิยมมากที่สุดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แบบที่ 2 เป็นแบบที่นิยมสำหรับองค์กรภาครัฐ และแบบที่ 3 เป็นที่นิยมสำหรับบริษัทต่าง ๆ อย่างไรก็ตามองค์กรต่าง ๆ จำนวนมากเริ่มใช้แบบที่ 4 ร่วมกับแบบที่ 3 ด้วยกัน

จากการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์จากเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจนแน่นอนว่าต้องเป็นแบบใด หรือมีหลักเกณฑ์ใด ที่เป็นเกณฑ์กำหนดว่า รูปแบบนั้นต้องมีองค์ประกอบอะไรบ้าง ดังนั้น การเลือกรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายของวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ในเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร นั้นยังไม่ปรากฏ มีเพียงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และความคาดหวังของสื่อประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

พิมพ์วิสาข์ เทียนศรี (2551) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การรับรู้และความคาดหวังต่อการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจที่ปรึกษาฯ ระดับ "บิ๊กโพร์" ในประเทศไทยของสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์แนวเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า นักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจทั้งหมดระบุว่าสิ่งที่คาดหวัง และต้องการในการปฏิบัติงานจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ "บิ๊กโพร์" เพื่อความสะดวก และประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือเผยแพร่ข้อมูลให้กับองค์กร คือ ต้องการให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วรวมทั้งตอบสนองความต้องการของสื่ออย่างรวดเร็ว นอกจากนั้น ข้อมูลที่สื่อต้องการ คือ ข้อมูลที่มีความสด ใหม่ เป็นปัจจุบันที่สามารถนำมาเผยแพร่ได้

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้ทำการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ปีขึ้นไปมากที่สุด ประชาชนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook บ่อยที่สุด ช่องทางที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดคือ Smartphone ประชาชนส่วนใหญ่เปิดบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดทั้งวัน

วันวิสาข์ จตุรวรรณ (2556) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับ พรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

แนวทางปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น ได้แก่ ควรมี การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือมีข้อมูลมาสนับสนุนให้ประชาชนเห็นถึง ผลประโยชน์ที่แท้จริงของการออกกฎหมายมาบังคับใช้ เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับ พรบ.นี้ ต้องมีการเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบจริง เพื่อให้ประชาชนรู้ และปฏิบัติตาม สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับค่านิยมที่ผิดในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เอกรินทร์ จงเสรีเจริญ (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การรับรู้ของข้าราชการทหารต่อ พระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ. 2457 กรณีศึกษา กองพันทหารราบในกองพลทหารราบที่ 9 ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้พระราชบัญญัติกฎอัยการศึกฯ ของข้าราชการทหารฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นไปได้ว่าข้าราชการทหารสังกัดกองพันทหารราบใน กองพลทหารราบที่ 9 ซึ่งส่วนใหญ่โดยเฉพาะข้าราชการทหารชั้นประทวนขาดความรู้ความเข้าใจที่ แท้จริงในการปฏิบัติ เนื่องจากกองพันทหารราบนั้นเป็นหน่วยในระดับปฏิบัติ ต้องประจำอยู่ใน พื้นที่รับผิดชอบและต้องบังคับใช้กฎหมายและเข้าไปแก้ไขปัญหาในพื้นที่รับผิดชอบโดยตรง อีกทั้ง ยังขาดการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติกฎอัยการศึก รวมทั้ง การจัดการประชุม เสวนาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ทำให้กำลังพลขาดความตื่นตัวและความสนใจใน เรื่องกฎอัยการศึกฯ

ประอร ศรีจันทร์ (2559) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความคาดหวัง ของลูกค้าที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ บริษัท สหการประมูล จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท จากสื่อออนไลน์มากที่สุด และ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทในด้านการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อ ลูกค้ามากที่สุด เน้นการนำเสนอและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ รองลงมาคาดหวังให้เน้น การนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจ และ เน้นการสร้างสรรค์การตลาดที่น่าติดตาม ความคาดหวังอื่น ๆ พบว่า มีความคาดหวังมากที่สุด ในด้านให้เพิ่มเนื้อหาสาระประโยชน์ และพัฒนารูปแบบ เนื้อหาให้ ชัดเจน และสั้นกระชับมากขึ้น รองลงมา เพิ่มเวลาในการนำเสนอ และเพิ่มให้มีรายละเอียดที่สำคัญ ต่าง ๆ มากขึ้น

จุฑารัตน์ สรวณะวงศ์ (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงาน ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มี การรับรู้และความเข้าใจในการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากและมากที่สุด ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ใช้ Facebook และไม่ใช่ Twitter เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรมากกว่าใช้เพื่อ การทำงานร่วมกัน มีปัญหาด้านการขาดนโยบายและแนวทางการใช้งานที่ชัดเจน และความเข้าใจ ในการใช้เครื่องมือบนสื่อสังคมออนไลน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ควรมีการบริหารจัดการการนำ

สื่อสังคมออนไลน์มาใช้กับงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ โดยประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะ Facebook และ Twitter กำหนดนโยบายการใช้งาน สร้างแนวปฏิบัติการใช้งานร่วมกัน มีระบบตรวจสอบและควบคุมเนื้อหาสาระที่โพสต์หรือแชร์ ฝึกอบรมการใช้งาน สร้างเครื่องมือประเมินผลที่กำหนดตัวชี้วัดอย่างชัดเจน แต่งตั้งทีมงานขับเคลื่อนการใช้งาน และส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการออกแบบเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ส่วนใหญ่มีความต้องการในระดับมากที่สุด สูงสุด คือ ต้องการให้มีการออกแบบเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการตอบสนองผู้ใช้งานทุกคน โดยยึดหลักให้เว็บมีความเรียบง่ายในการใช้งาน มีความชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบรูปภาพ กราฟิก และการใช้สี

เมธิยา ญาณจินดา (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์บ่อยครั้ง มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook เป็นประจำ และมีเหตุผลในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารทั่วไปมากที่สุด การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับบ่อยครั้ง

สุภักดิ์ ฉาววรนิติกุล (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ แบนเนอร์บนเว็บเพจ ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ และโปสเตอร์ โดยองค์ประกอบในการออกแบบ ใช้สีโทนเย็น ใช้ภาพถ่าย ใช้ตัวอักษรแบบมีหัว จัดองค์ประกอบกราฟิกแบบเรียบง่าย สบายตา สื่อความหมาย สอดคล้องกับรสนิยม มีลูกเล่นที่แปลกตา ซึ่งจัดวางในสัดส่วนที่เหมาะสม มีจุดสนใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ มีเอกลักษณ์ ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตร์ระจุก (2556) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ในปัจจุบัน

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์ และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคตมีขอบเขตขยายออกไปกว้างขวางมากขึ้น ทั้งการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง เนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ ดังนั้น องค์กรใดสามารถบริหารจัดการและดำเนินธุรกิจผ่านกลไกการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี สมาชิกในองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ย่อมเข้าใจ ยอมรับและให้ความร่วมมือสนับสนุน นำมาซึ่งความสำเร็จ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และได้รับการยอมรับจากสาธารณชน องค์กรนั้น ๆ ย่อมสามารถอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างยั่งยืน

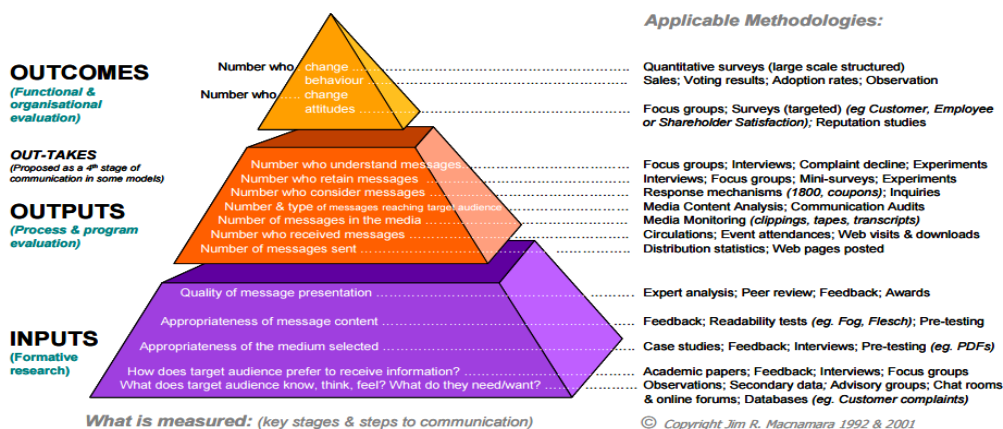
Jim Macnamara และ Ansgar Zerfass (2012) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การสื่อสารด้านสื่อสังคมออนไลน์ในองค์กร: ความท้าทายในการสร้างความสมดุลระหว่างการเปิดกว้าง กลยุทธ์ และการจัดการ ผลการวิจัยพบว่า นักประชาสัมพันธ์ในออสเตรเลียและยุโรปใช้ Facebook มากที่สุด

Donald K. Wright และ Michelle Drifka Hinson (2009) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์และสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์ระหว่างปี พ.ศ. 2549-2557 ผลการวิจัย พบว่า นักประชาสัมพันธ์ในออสเตรเลียและยุโรปใช้ Facebook มากที่สุด

Kalthom Husaina, et al. (2014) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ในภาวะวิกฤตจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์จากมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันนี้ สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นส่วนประกอบสำคัญหนึ่งของพฤติกรรมการสื่อสาร (Communication behavior) และนอกจากนี้องค์กรต่าง ๆ ไม่สามารถมองข้าม สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้อีกต่อไป เนื่องจากเป็นเครื่องมือหลักที่สำคัญหากเกิดภาวะวิกฤตของการสื่อสาร (Crisis communication) สื่อสังคมออนไลน์ กลายเป็นส่วนสำคัญที่เกือบจะเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคนไปแล้ว ซึ่งการสื่อสารทุกด้าน เช่น การสื่อสารภายใน และภายนอกองค์กรก็ต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับภาวะสังคม และพฤติกรรมของคนในปัจจุบันด้วยเช่นกัน ถือได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ นั้นมีอิทธิพลอย่างมากกว่าสื่อประเภทสิ่งพิมพ์

Jim R. Macnamara (2001) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การวิจัยตัวชี้วัดการประชาสัมพันธ์ เพื่อวางแผนและประเมินผลของการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร โดยได้ออกแบบวิจัยรูปแบบปิรามิดด้านประชาสัมพันธ์ ดังภาพที่ 2.8

'Pyramid Model' of PR Research



ภาพที่ 2.8 รูปแบบพีระมิดการประชาสัมพันธ์ของ Jim R. Macnamara

ที่มา Jim R. Macnamara (2001)

จากภาพที่ 2.8 อธิบายถึง วิจัยรูปแบบพีระมิดของการประชาสัมพันธ์ เป็นรูปแบบที่ปรับปรุงมาจากรูปแบบจำลองขนาดใหญ่ของการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ เป็นรูปแบบที่ต้องอ่านจากล่างขึ้นบน ฐานของพีระมิดแสดงถึง การเริ่มจากศูนย์ เป็นกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายด้านทัศนคติ หรือพฤติกรรม การใช้พีระมิดเปรียบเทียบกับสื่อสารฐานของพีระมิดเปรียบเหมือนจังหวะที่การสื่อสารเริ่มต้นขึ้น ผู้ปฏิบัติงานมีการรวบรวมข้อมูลจำนวนมากมาจากหลายช่องทางในเชิงของสื่อ และกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การเลือก และการตัดสินใจเพื่อนำข้อความส่งไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายผ่านทางสื่อแต่ละประเภทจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ซึ่งอยู่จุดสูงสุดของแผนการ หรือโครงการ

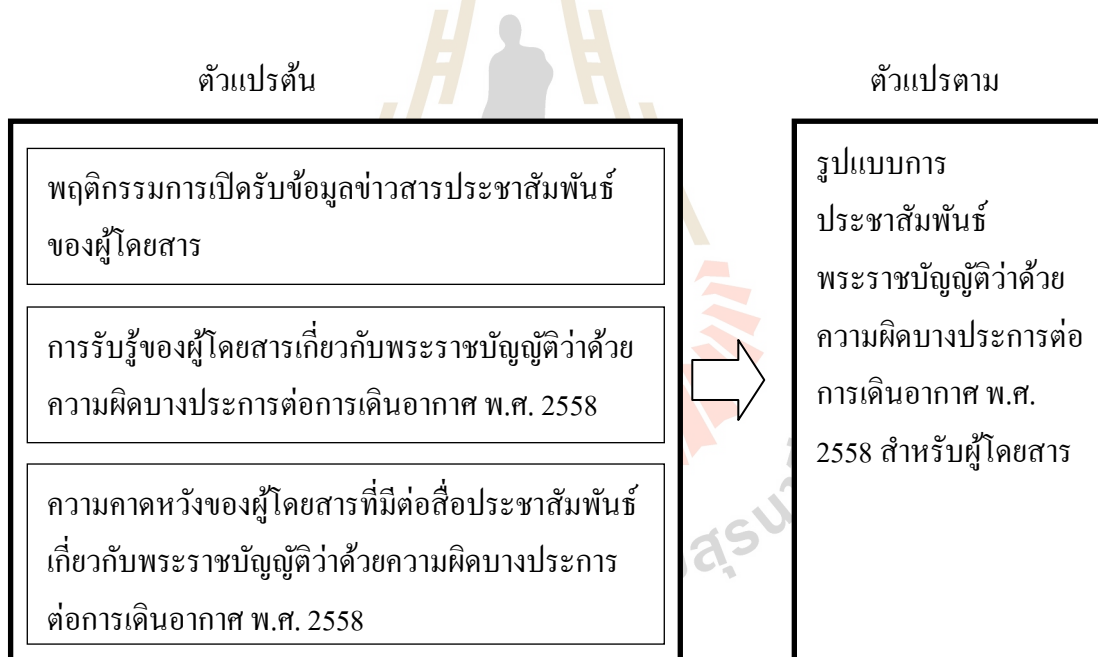
สำหรับรูปแบบพีระมิดมีขั้นตอนสำคัญของกระบวนการสื่อสารแสดงอยู่ เริ่มจากฐานพีระมิด Inputs คือ กลยุทธ์การสื่อสารของแผนการหรือโครงการ การเลือกใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และส่วนเนื้อหา เช่น ข้อความ รูปภาพ การจัดรูปแบบต่าง ๆ ส่วน Outputs คือ วัตถุประสงค์ และกิจกรรมเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และกระบวนการการประชาสัมพันธ์ เช่น การเขียนการออกแบบ เป็นต้น ส่วนบนสุดของพีระมิด คือ Outcomes หมายถึง ผลจากการสื่อสาร ทั้งในทางทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผ่านสื่อแต่ละประเภท

สรุป คือ รูปแบบพีระมิดนี้แสดงถึงระเบียบวิธีวิจัยที่สอดคล้องกับจุดประสงค์ที่เหมาะสม ซึ่งจะแนะนำผู้ปฏิบัติว่าควรจะใช้อะไร และใช้เมื่อไหร่ โดยการเลือกวิธีการที่เหมาะสมนั้นเป็น

สิ่งสำคัญมาก สำหรับการวัดจำนวนข้อความที่ส่งให้ผู้รับสาร ไม่สามารถใช้เพื่อสรุปเกี่ยวกับจำนวนข้อความที่ได้รับ เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังอาจจะไม่สามารถพิจารณา เก็บรักษาข้อความ หรือเข้าใจในข้อความนั้นได้ ถึงจะไม่ใช่ทุกขั้นตอนหรือวิธีการทั้งหมดที่แสดงในภาพ อย่างไรก็ตามรูปแบบนี้แสดงให้เห็นถึงรายละเอียด และภาพรวมการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร” ได้มีการกำหนดตัวแปรต้น และตัวแปรตาม เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย และเป็นแนวทางในการดำเนินการหาคำตอบในทิศทางที่ถูกต้อง ดังแสดงในภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร” ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยดำเนินการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) วิธีการวิจัย
- 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3) ตัวแปรที่ทำการวิจัย
- 4) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 5) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 6) การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิจัย และระเบียบการวิจัยตามกระบวนการ ดังนี้

3.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร หนังสือ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ประกอบด้วยพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ แนวคิดและทฤษฎีสื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และความคาดหวังของสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงเอกสารรายงานประจำปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2559 ของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) วารสารหรือบทความ จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างร่วมตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-administered questionnaire)

3.1.2 การสร้างเครื่องมือวิจัยและหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการวิจัย ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) และคำถามปลายปิด (Close-ended questionnaire)

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือตั้งขึ้นตอนต่อไปนี

1) ออกแบบเครื่องมือในการวิจัยโดยกำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม แจกแจงประเด็นเนื้อหาออกเป็นประเด็นย่อย กำหนดประเด็นคำถาม ตรวจสอบความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และจัดทำแบบสอบถามฉบับร่างโดยมีลักษณะคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเนื้อหาให้มีความถูกต้อง

2) นำแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item-Objective Congruence; IOC) และนำมาปรับแก้ไขให้เหมาะสมในด้านการใช้ภาษา ความถูกต้อง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ ได้แก่ ดร.วสวัตดี สุดิญญามณี คุณเกียรติพล ตันติกุล และคุณภัทรพร คงวิจิตร

โดยที่ ค่าความสอดคล้องของเนื้อหา IOC ประกอบด้วย

- +1 เป็นคำถามที่ตรงกับเนื้อหา
- 0 เป็นคำถามที่ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นตรงกับเนื้อหา
- 1 เป็นคำถามที่แน่ใจว่าคำถามนั้นตรงกับเนื้อหา

ในการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาสามารถดำเนินการได้โดยให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหา พิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ โดยพิจารณาเป็นรายข้อ แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์หรือเนื้อหา โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3.1)$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ทั้งนี้ค่า IOC ที่ยอมรับไว้ว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงคือมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถ้าหากมีค่าน้อยกว่า 0.5 ถือว่าแบบสอบถามข้อนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จะต้องตัดแบบสอบถามข้อนั้นออกไปหรือทำการปรับปรุงใหม่ (แสดงดังภาคผนวก ง)

3) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2560 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างทางอินเทอร์เน็ต

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทำการวิเคราะห์จากค่าสถิติ นำเสนอรายละเอียด การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยใช้ค่าสถิติในการแปลผล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.1.5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

นำข้อมูลที่ได้จากโปรแกรมสำเร็จรูปมาวิเคราะห์ ตามค่าสถิติ และบรรยายสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารสัญชาติไทยที่เคยเดินทางโดยเครื่องบินระหว่างปี พ.ศ. 2558 ถึง 2560

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการ โดยไม่มีหลักเกณฑ์ และผู้วิจัยใช้ตารางสำเร็จรูปยามาเน่ ทาโร (Yamane Taro, 1973) หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย

การวิจัย เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยไว้ดังนี้

3.3.1 ตัวแปรต้น แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) การรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558
- 2) ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558
- 3) พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของผู้โดยสาร

3.3.2 ตัวแปรตาม คือ รูปแบบการประชาสัมพันธ์กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเป็นแบบสอบถาม “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร” ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมี 5 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และความถี่ในการเดินทางด้วยอากาศยาน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งสิ้น 6 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบ Likert's Scale (1932) ซึ่งคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 6 ระดับ ได้แก่

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง เป็นประจำ

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง บ่อยครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง บางครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง นาน ๆ ครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง ไม่ค่อยมีการเปิดรับ

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่เคยมีการเปิดรับ

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร จำนวน 2 หัวข้อหลัก ได้แก่

- 1) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร จำนวน 7 ข้อ ซึ่งคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 6 ระดับ ได้แก่

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มีการรับรู้มากที่สุด
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มีการรับรู้มาก
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง มีการรับรู้ปานกลาง
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง มีการรับรู้น้อย
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง มีการรับรู้ที่น้อยที่สุด
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่มีการรับรู้

2) ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศ และอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 จำนวน 20 ข้อ ซึ่งคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ ทราบ และไม่ทราบ

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 จำนวน 3 หัวข้อหลัก ได้แก่

- 1) ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุด จำนวน 1 ข้อ
- 2) รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร จำนวน 1 ข้อ
- 3) รูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง จำนวน 7 ข้อซึ่งคำถามแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 โดยเป็นคำถามปลายเปิด

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ตำราวิชาการ วิทยานิพนธ์ วารสาร บทความ และการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแบบสอบถาม “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร” โดยมีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างร่วมตอบแบบสอบถาม ใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูล

400 ชุด ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2560 ถึงเดือนมีนาคม 2560 รวมระยะเวลา 2 เดือน และนำแบบสอบถามออนไลน์มาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละชุด เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และแปลผล เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สถิติบรรยายลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร วิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยนำค่าประมวลผลมาสรุปในรูปแบบของการพรรณนาโดยแปลงความหมายจากค่าเฉลี่ยและความกว้างอันตภาคชั้น ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้ดังนี้

- ระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับเป็นประจำ
- ระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ระดับบ่อยครั้ง
- ระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับบางครั้ง
- ระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับนาน ๆ ครั้ง
- ระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับไม่ค่อยมีการเปิดรับ
- ระหว่าง 0.00-0.99 หมายถึง ระดับไม่เคยมีการเปิดรับ

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร วิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีลักษณะคำถามดังนี้

1) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร โดยผู้วิจัยนำค่าประมวลผลมาสรุปในรูปแบบของการพรรณนาโดยแปลงความหมายจากค่าเฉลี่ย และความกว้างอันตภาคชั้น ได้ดังนี้

ระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับการรับรู้มากที่สุด
 ระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ระดับการรับรู้มาก
 ระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับการรับรู้ปานกลาง
 ระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับการรับรู้น้อย
 ระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด
 ระหว่าง 0.00-0.99 หมายถึง ระดับไม่มีการรับรู้

2) ทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยานที่บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 โดยผู้วิจัยนำค่าประมวลผลมาสรุปในรูปแบบค่าความถี่ และค่าร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูล

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 วิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีลักษณะคำถามดังนี้

- 1) ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุด โดยผู้วิจัยนำค่าประมวลผลมาสรุปในรูปแบบค่าความถี่ และค่าร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูล
- 2) รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร โดยผู้วิจัยนำค่าประมวลผลมาสรุปในรูปแบบค่าความถี่ และค่าร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูล
- 3) เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง โดยผู้วิจัยนำค่าประมวลผลมาสรุปในรูปแบบของการพรรณนา โดยแปลงความหมายจากค่าเฉลี่ย และความกว้างอันตรภาคชั้น ได้ดังนี้

ระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
 ระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
 ระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
 ระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
 ระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร โดยผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการสังเคราะห์เรียบเรียงข้อมูลที่ได้ในรูปแบบเชิงวิเคราะห์พรรณนา (Analytical description) มาวิเคราะห์เนื้อหา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ และความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร
- 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยมีสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1 การรายงานผลการวิจัย

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 400)

รายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
เพศ		
ชาย	168	42
หญิง	232	58
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	6	1.50
ระหว่าง 20-30 ปี	321	80.25
ระหว่าง 31-40 ปี	48	12
ระหว่าง 41-50 ปี	15	3.75
มากกว่า 50 ปี	10	2.50
ภูมิลำเนา		
ภาคเหนือ	29	7.25
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)	32	8
ภาคตะวันออก	15	3.75
ภาคกลาง	172	43
ภาคใต้	142	35.50
ภาคตะวันตก	10	2.50
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	87	21.75
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	173	43.25
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	53	13.25
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	18.25
อื่น ๆ	14	3.50

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

(n = 400)

รายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	2.75
ปริญญาตรี	269	67.25
ปริญญาโท	108	27
ปริญญาเอก	12	3
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	45	11.25
10,001 - 20,000 บาท	91	22.75
20,001 - 30,000 บาท	124	31
30,001 - 40,000 บาท	47	11.75
40,001 - 50,000 บาท	33	8.25
มากกว่า 50,000 บาท	60	15
ความถี่ในการเดินทางด้วยอากาศยาน		
1 ครั้ง/สัปดาห์	3	0.75
2-5 ครั้ง/เดือน	40	10
1 ครั้ง/เดือน	36	9
2-3 เดือน/ครั้ง	88	22
1-3 ครั้ง/ปี	224	56
อื่นๆ	9	2.25

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า

1) ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42

2) ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 มีอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

3) ด้านภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหญ่มีภูมิลำเนาภาคกลาง จำนวน 172 คน คิดเป็น

ร้อยละ 43 รองลงมา คือ ภาคใต้ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ภาคเหนือ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ภาคตะวันออก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และภาคตะวันตก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

4) ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

5) ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ระดับปริญญาเอก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และการศึกษาค้นคว้าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

6) ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา คือ รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 รายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

7) ด้านความถี่ในการเดินทางด้วยอากาศยาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทาง 1-3 ครั้งต่อปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา คือ ความถี่ในการเดินทาง 2-3 เดือนต่อครั้ง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ความถี่ในการเดินทาง 2-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ความถี่ในการเดินทาง 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ความถี่ในการเดินทางในแบบอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และความถี่ในการเดินทาง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

4.1.2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 400)

พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร โบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)	2.40	1.44	นาน ๆ ครั้ง
เปิดรับข้อมูลผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)	2.63	1.40	บางครั้ง
เปิดรับข้อมูลผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)	2.10	1.21	นาน ๆ ครั้ง
เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ (ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)	3.44	1.25	บ่อยครั้ง
เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)	3.14	1.22	บางครั้ง
เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)	4.38	0.99	เป็นประจำ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับพฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ดังนี้ 1) ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 2.40 อยู่ในระดับการเปิดรับนาน ๆ ครั้ง 2) ผ่านสื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ย 2.63 อยู่ในระดับการเปิดรับบางครั้ง 3) ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.10 อยู่ในระดับการเปิดรับนาน ๆ ครั้ง 4) ผ่านสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.44 อยู่ในระดับการเปิดรับบ่อยครั้ง 5) ผ่านสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ย 3.14 อยู่ในระดับการรับรู้มาก 6) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในระดับการเปิดรับเป็นประจำ

4.1.3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการรับรู้ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เป็น 2 หัวข้อ ได้แก่

- 1) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อ

การเดินทางอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินทางอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับ ผู้โดยสาร ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินทางอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินทางอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

(n = 400)

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินทางอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินทางอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ	1.61	1.39	น้อยที่สุด
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร โบปถิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)	1.36	1.31	น้อยที่สุด
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)	1.57	1.34	น้อยที่สุด
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)	1.34	1.30	น้อยที่สุด
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อโทรทัศน์ (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)	1.79	1.45	น้อยที่สุด
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)	1.94	1.45	น้อย
รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)	2.52	1.68	น้อย

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินทางอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินทางอากาศและอากาศยานที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้ 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 1.61 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด 2) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 1.36 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด 3) ผ่านสื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ย 1.57 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด 4) ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 1.34 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด 5) ผ่านสื่อโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ย 1.79 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด 6) ผ่านสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ย 1.94 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อย

7) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 2.52 อยู่ในระดับการรับรู้ต่ำ

2) ทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

(n = 400)

ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558	จำนวน (คน) ทราบ	ค่า ร้อยละ	จำนวน (คน) ไม่ทราบ	ค่า ร้อยละ
พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 บัญญัติถึงเรื่องอะไร	102	25.50	298	74.50
มาตรา 7 การฝ่าฝืนคำสั่งผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน	101	25.25	299	74.75
มาตรา 8 การสูบบุหรี่ หรือใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่ห้ามใช้ หรือนำสิ่งของต้องห้ามขึ้นเครื่องบิน	198	49.50	202	50.50
มาตรา 9 การทำให้เครื่องตรวจจับควัน (Smoke detector) หรืออุปกรณ์อื่นใดในอากาศยานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน	118	29.50	282	70.50
มาตรา 10 การใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น ในระหว่างการบิน	145	36.25	255	63.75
มาตรา 11 การพุดจาฉนวนลาม หรือแสดงกิริยาทำทางลามกอนาจาร หรือกระทำต่อร่างกายผู้อื่นอันเป็นการมุ่งหมายในทางเพศ ในระหว่างการบิน	131	32.75	269	67.25
มาตรา 12 การดัดเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์หรือทำให้เกิดความวุ่นวาย ในระหว่างการบิน	147	36.75	253	63.25
มาตรา 13 การใช้กำลังทำร้าย ผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้เกิดความกลัว ตกใจ โดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำด้วยใช้แรงกายภาพหรือด้วยวิธีอื่นใด	127	31.75	273	68.25

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 (ต่อ)

(n = 400)

ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558	จำนวน (คน) ทราบ	ค่า ร้อยละ	จำนวน (คน) ไม่ทราบ	ค่า ร้อยละ
มาตรา 14 การเข้าไปซ่อนตัวอยู่ในอากาศยาน	85	21.25	315	78.75
มาตรา 15 การทำร้ายร่างกายผู้อื่นในระหว่างการบิน	127	31.75	273	68.25
มาตรา 16 การฆ่าผู้อื่นในระหว่างการบิน	155	38.75	245	61.25
มาตรา 17 การขีด หรือเข้าควบคุมอากาศยาน โดยใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่เจิญว่าจะใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น หรือขู่ว่าจะกระทำอันตรายต่ออากาศยาน	129	32.25	271	67.75
มาตรา 18 การทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ หรือทำให้อากาศยานในระหว่างบริการเสียหายจนไม่สามารถทำการบินได้	116	29	284	71
มาตรา 19 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอื่นใดทำร้ายร่างกายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จนได้รับอันตรายสาหัสหรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อท่าอากาศยานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรืออากาศยานที่จอดอยู่ในท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการของท่าอากาศยานหยุดชะงัก	122	30.50	278	69.50
มาตรา 20 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอื่นใดฆ่าผู้อื่นในท่าอากาศยาน	150	37.50	250	62.50
มาตรา 21 การทำลาย หรือทำความเสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) ชัดข้อง หรือถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน	100	25	300	75

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 (ต่อ)

(n = 400)

ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558	จำนวน (คน) ทราบ	ค่า ร้อยละ	จำนวน (คน) ไม่ทราบ	ค่า ร้อยละ
มาตรา 22 การแจ้งข้อความ หรือส่งข่าวเป็นเหตุให้ผู้อยู่ในอากาศยานตื่นตกใจ	163	40.75	237	59.25
มาตรา 23 การเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15-22	115	28.75	285	71.25
มาตรา 24 การพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15-22	114	28.50	286	71.50
มาตรา 25 การเตรียมการกระทำความผิดตามมาตรา 17-20	117	29.25	283	70.75

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามทราบหรือไม่ทราบของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 บัญญัติถึงเรื่องอะไร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 และ ทราบ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50

มาตรา 7 การฝ่าฝืนคำสั่งผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.75 และทราบ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25

มาตรา 8 การสูบบุหรี่ หรือใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่ห้ามใช้ หรือนำสิ่งของต้องห้ามขึ้นเครื่องบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และทราบ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

มาตรา 9 การทำให้เครื่องตรวจจับควัน (Smoke detector) หรืออุปกรณ์อื่นใดในอากาศยานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 และทราบ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50

มาตรา 10 การใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น ในระหว่างการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 และทราบ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25

มาตรา 11 การพุดจาถวณลาม หรือแสดงกิริยาท่าทางลามกอนาจาร หรือกระท่อมร่างกายผู้อื่นอันเป็นการมุงหมายในทางเพศ ในระหว่างการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 และทราบ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75

มาตรา 12 การค่อมเครื่องค่อมที่มีแอลกอฮอล์หรือทำให้เกิดความวุ่นวาย ในระหว่างการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 และทราบ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75

มาตรา 13 การใช้กำลังทำร้าย ผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้เกิดความกลัว ตกใจโดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำด้วยใช้แรงกายภาพหรือด้วยวิธีอื่นใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 และทราบ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75

มาตรา 14 การเข้าไปช้อนตัวอยู่ในอากาศยาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 และทราบ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25

มาตรา 15 การทำร้ายร่างกายผู้อื่นในระหว่างการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 และทราบ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75

มาตรา 16 การฆ่าผู้อื่นในระหว่างการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 และทราบ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

มาตรา 17 การยึด หรือเข้าควบคุมอากาศยานโดยใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่เข็ญว่าจะใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น หรือขู่ว่าจะกระท่อมอันตรายต่ออากาศยาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และทราบ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25

มาตรา 18 การทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ หรือทำให้อากาศยานในระหว่างบริการเสียหายจนไม่สามารถทำการบินได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71 และทราบ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29

มาตรา 19 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอื่นใดทำร้ายร่างกายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จนได้รับอันตรายสาหัสหรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อท่าอากาศยานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรืออากาศยานที่จอดอยู่ในท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการ

ของท่าอากาศยานหยุดชะงัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 และทราบ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50

มาตรา 20 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอื่นใดฆ่าผู้อื่นในท่าอากาศยาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และทราบ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50

มาตรา 21 การทำลาย หรือทำความเสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศขัดข้อง หรือถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และทราบ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25

มาตรา 22 การแจ้งข้อความ หรือส่งข่าวเป็นเหตุให้ผู้อยู่ในอากาศยานตื่นตกใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 และทราบ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75

มาตรา 23 การเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15-22 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.25 และทราบ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75

มาตรา 24 การพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15-22 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และทราบ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50

มาตรา 25 การเตรียมการกระทำความผิดตามมาตรา 17-20 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้คำตอบไม่ทราบ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 และทราบ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25

4.1.4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งความคาดหวังที่มีต่อการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่

1) ความคาดหวังที่ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงข้อมูล ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใดได้ดีที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังการเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงข้อมูลผ่าน

สื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram) จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 รองลงมาคือ สื่อมวลชน (รายการข่าว) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 สื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ผ่านสื่อโสตทัศน (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของความคาดหวังการเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 400)

ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุด	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)	12	3
สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)	17	4.25
สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)	2	0.50
สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโสตทัศน (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)	17	4.25
สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)	22	5.50
สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram)	330	82.50

2) รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร ดังแสดงในตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังรูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังรูปแบบ ใช้รูปภาพร่วมกับข้อความ จำนวน

283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 รองลงมาคือ วิดีโอ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 รูปภาพ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และข้อความ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของความคาดหวังรูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะ
อย่างไรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 400)

รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
ข้อความ	8	2
รูปภาพร่วมกับข้อความ	283	70.75
รูปภาพ	31	7.75
เสียงตามสาย	0	0
วิดีโอ	78	19.50

3) เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง ดังแสดงในตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะเนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ระดับความสำคัญของลักษณะรูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ดังนี้ 1) การใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 มีระดับความสำคัญมากที่สุด 2) การมีความน่าสนใจ และดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีระดับความสำคัญมาก 3) การมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.56 มีระดับความสำคัญมากที่สุด 4) การมีเนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.43 มีระดับความสำคัญมาก 5) การมีความสวยงาม และสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีระดับความสำคัญมาก 6) การนำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีระดับความสำคัญมาก 7) การใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) มีค่าเฉลี่ย 4.14 มีระดับความสำคัญมาก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ควรมี
คุณลักษณะใดบ้าง

(n = 400)

คุณลักษณะเนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
ใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด	4.54	0.76	มากที่สุด
มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจ	4.36	0.83	มาก
มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง	4.56	0.78	มากที่สุด
เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	4.43	0.86	มาก
มีความสวยงาม และสร้างสรรค์	4.03	0.88	มาก
นำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ	4.03	0.98	มาก
การใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics)	4.14	1.01	มาก

4.1.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยสรุปการให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ดังนี้

1) ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ยังคงไม่หลากหลายมากนัก เนื่องจากข้อมูลและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นในสื่อสาธารณะค่อนข้างน้อย จึงควรมีการนำเสนอและให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่ชัดเจนให้แก่ผู้โดยสาร เพื่อที่จะเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยควรเผยแพร่ข้อมูลที่ผู้โดยสารเข้าถึงได้ง่าย เช่น การคิดป้ายประกาศให้ผู้โดยสารสามารถอ่านระหว่างการเช็คอิน หรือมีเอกสารข้อบังคับ หรือกฎหมายเกี่ยวกับการบิน ไว้ประจำที่นั่งของผู้โดยสารเพื่อจะได้อ่านระหว่างการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์นั้น ควรทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้โดยสารทราบว่าการใช้อากาศยานมีกฎหมายพิเศษเพิ่มเติมจากกฎหมายปกติทั่วไป

2) ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่าควรเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด และใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มาเป็นสื่อที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเฟซบุ๊ก มีเพจต่าง ๆ

ที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจและติดตาม เช่น เพจอีเจ็บบลิบบดาวน์ เพจอีจัน หรือเพจ Ar-pae.com ที่มีจำนวนคนติดตามมาก เมื่อเพจดังกล่าวให้ข้อมูลอะไร ผู้ที่ติดตามเพจ จะให้ความสนใจและอ่านเนื้อหาข้อมูลอย่างตั้งใจ เป็นต้น และช่องทางการประชาสัมพันธ์ อีกทางหนึ่งคือ ขอความร่วมมือจากสายการบินต่าง ๆ และท่าอากาศยาน ให้ช่วยประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญ เมื่อมีการกระทำความผิดต่าง ๆ จะมีบทลงโทษใดบ้างที่จะได้รับ

3) ด้านเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่า หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำสื่อประชาสัมพันธ์นั้น สามารถทำเป็นภาพ Computer graphic หรือ Animation 3D จะมีความน่าสนใจ ดึงดูดใจ และสามารถนำมาใช้แทนการถ่ายทำจริง โดยบุคคลจริง เนื่องจากเหตุการณ์บางอย่าง การนำเสนอภาพจริงมากเกินไป อาจเป็นดาบ 2 คม ทำให้คนเห็นภาพ แล้วเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ซึ่งการเลี่ยงไปใช้เป็น Computer graphic หรือ Animation 3D ที่เป็นสากล จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ควรใช้ในการนำเสนอ ประกอบกับชาวต่างชาติที่ไม่เข้าใจภาษาไทย สามารถดูภาพแล้วเข้าใจได้ทันที

การทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญ ในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ควรมีการออกแบบที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากในยุคสมัยปัจจุบันนี้ หากมีการนำเสนอข้อมูลที่มีความกระชับ ครบถ้วน ดึงดูด และมีการให้ข้อมูลที่สร้างสรรค์ เป็นรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย จะทำให้ผู้คนมีความสนใจมากขึ้น และได้รับการตอบสนองที่ดี อีกทั้งควรมีรูปแบบสำหรับชาวต่างชาติ เพื่อให้ชาวต่างชาติไม่กระทำความผิดพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เช่น มีภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาอื่น ๆ เป็นต้น

พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วน ทราบว่ามีกฎหมายควบคุมการกระทำความผิด และทราบว่าการกระทำความผิดดังกล่าว ควร หรือไม่ควรทำ แต่ไม่ทราบเรื่องบทลงโทษที่จะได้รับ หากมีการกระทำความผิดเกิดขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ที่สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary research) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558
 - 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ และความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร
 - 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร
- กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารสัญชาติไทยที่เคยเดินทางโดยเครื่องบินจำนวน 400 คน

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558

จากการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ เป็นข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเดินอากาศ และผู้โดยสาร เพื่อการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับที่กำหนดประกาศใช้ขึ้นในประเทศไทย โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ มีขึ้นมาจนถึงปัจจุบันจำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

ฉบับที่ 1 คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ

พ.ศ. 2521 และต่อมาพบว่าได้มีการกำหนดความผิดเพิ่มขึ้นตามอนุสัญญาฯ โดยกำหนดให้ การกระทำความผิดดังกล่าว ณ ท่าอากาศยาน ซึ่งให้บริการการบินพลเรือนภายในประเทศเป็นความผิดด้วย จึงจำเป็นต้องประกาศฉบับใหม่เพิ่มเติม

ฉบับที่ 2 คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2538 สืบเนื่องจากในปัจจุบันพบว่า มีการกระทำความผิดอาญาต่อการเดินอากาศหลายลักษณะ และมีจำนวนมากขึ้น ประกอบกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2521 ยังมีบทบัญญัติไม่ชัดเจน เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของผู้ควบคุมอากาศยานไทย และของเจ้าหน้าที่ เกี่ยวกับความผิดในอากาศยานในเรื่องการรับแจ้ง และการรับตัวบุคคลผู้กระทำความผิดในอากาศยานในระหว่างการบิน และยังมีบทบัญญัติไม่ครอบคลุมถึงการกระทำความผิดที่กำหนดในอนุสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคี ตลอดจนยังไม่มียกเว้นบทบัญญัติเกี่ยวกับความผิดบางประการที่ผู้โดยสารได้กระทำความผิดในอากาศยานในระหว่างการบินต่อผู้ควบคุมอากาศยาน เจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือผู้โดยสาร และต่อทรัพย์สินในอากาศยาน ที่สมควรกำหนดให้เป็นความผิด รวมทั้งยังไม่มียกเว้นบทบัญญัติว่าด้วยเจ้าหน้าที่ผู้รักษาความปลอดภัยในอากาศยานในระหว่างการบิน ดังนั้น จึงทำการยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ ทั้ง 2 ฉบับ

ฉบับที่ 3 คือ ฉบับปัจจุบัน ให้ไว้ ณ วันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 โดยตราพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ขึ้นมาใหม่ เพื่อปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ ให้ครอบคลุมถึงการกระทำความผิดที่กำหนดในอนุสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคี

2) พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2558 เนื้อหาสำคัญของพระราชบัญญัตินี้ คือ ควบคุมพฤติกรรมของผู้โดยสาร เพื่อให้การเดินทางทางอากาศเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และปลอดภัย โดยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารอยู่ในหมวดที่ 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน มาตราที่ 7-25 โดยมีข้อห้าม ดังนี้

มาตราที่ 7 ห้ามผู้โดยสารฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ควบคุมอากาศยาน โทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 8 ห้ามผู้โดยสารสูบบุหรี่ หรือใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ในเวลาที่ห้ามใช้ หรือนำสิ่งของต้องห้ามขึ้นอากาศยาน โทษปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 9 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบิน ทำให้เครื่องตรวจจับควัน

หรืออุปกรณ์อื่นใด ในอากาศยานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน โทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 10 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบิน ใช้กำลังทำร้ายผู้อื่น โทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 80,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 11 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบิน ลวนลามผู้อื่น เปลือย ลวนลามด้วยวาจา หรือแสดงท่าทางลามกต่าง ๆ โทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 120,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 12 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบิน ใช้กำลังทำร้ายผู้อื่น ทำให้เสียหาย ค้างเครื่องคัมที่มีแอลกอฮอล์ หรือใช้สารที่มีฤทธิ์ต่อจิตประสาท หรือก่อให้เกิด ความวุ่นวายในอากาศยาน ซึ่งอาจจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยาน หรือ บุคคลในอากาศยาน หรือเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎ ระเบียบ และความเรียบร้อยในอากาศยาน โทษจำคุก ไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 13 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบิน ใช้กำลังทำร้าย หรือ ทำให้ผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานเกิดความกลัวหรือความตกใจ โดย การขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำด้วยใช้แรงกายภาพ หรือด้วยวิธีอื่นใด ซึ่งอาจจะเป็นการรบกวนการปฏิบัติ หน้าที่ของผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้ประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยานลดลง โทษจำคุก ไม่เกิน 7 ปี หรือปรับไม่เกิน 280,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 14 ห้ามผู้โดยสารเข้าไป หรือซ่อนตัวในเครื่องบินระหว่าง การบริการโดยไม่มีเหตุสมควร หรือไม่ยอมออกไปเมื่อผู้ควบคุมอากาศยานได้สั่งให้ออกไปจาก อากาศยาน โทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 15 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบินทำร้ายร่างกายผู้อื่น ถ้าการกระทำนั้น น่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยาน โทษจำคุก ตั้งแต่ 5-10 ปี หรือปรับตั้งแต่ 200,000 - 400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตราที่ 16 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบินฆ่าผู้อื่น ถ้าการกระทำนั้น น่าจะเป็นเหตุ ให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยาน โทษประหารชีวิต

มาตราที่ 17 ห้ามผู้โดยสารที่อยู่ในระหว่างการบิน ยึด หรือเข้าควบคุมอากาศ ยาน โดยใช้กำลัง ประทุษร้าย หรือขู่เข็ญว่าจะใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่ว่าจะกระทำอันตรายต่อ อากาศยานนั้น โทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 10-20 ปี

มาตราที่ 18 ห้ามผู้โดยสารทำลายอากาศยานระหว่างบริการ ทำให้อากาศยาน

ในระหว่างการบินบริการเสียหายจนไม่สามารถบินได้ หรือเป็นเหตุให้เกิดอันตราย โทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 - 800,000 บาท

มาตราที่ 19 ห้ามผู้โดยสารทำร้ายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จนเป็นเหตุให้รับอันตรายสาหัส หรือเสียชีวิต และห้ามทำลาย หรือทำให้ท่าอากาศยานเสียหายร้ายแรง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการของท่าอากาศยานหยุดชะงัก ซึ่งอาจจะเป็นอันตราย หรือน่าจะเป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของท่าอากาศยาน โทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 - 800,000 บาท

มาตราที่ 20 ห้ามผู้โดยสารใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายใด ๆ ในท่าอากาศยาน ถ้าการกระทำนั้นเป็นอันตราย หรือน่าจะเป็นอันตรายต่อความปลอดภัยของท่าอากาศยาน โทษประหารชีวิต

มาตราที่ 21 ห้ามผู้โดยสารทำลาย หรือทำให้เสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกดังกล่าวขัดข้อง อาจจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน โทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 - 800,000 บาท

มาตราที่ 22 ห้ามผู้โดยสารแจ้งข้อความเท็จทำให้ จนเป็นเหตุให้ผู้ที่อยู่ในท่าอากาศยาน หรือผู้ที่อยู่ในเครื่องบินตกใจ โทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และหากเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน โทษจำคุกตั้งแต่ 5-15 ปี หรือปรับตั้งแต่ 200,000 - 600,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ

มาตราที่ 23 ห้ามผู้โดยสารสนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15 มาตรา 16 มาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 มาตรา 20 มาตรา 21 หรือมาตรา 22 โทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิด

มาตราที่ 24 ห้ามผู้โดยสารพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15 มาตรา 16 มาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 มาตรา 20 มาตรา 21 หรือมาตรา 22 โทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิด

มาตราที่ 25 ห้ามผู้โดยสารเตรียมการกระทำความผิดตามมาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 หรือมาตรา 20 โทษกึ่งหนึ่งของโทษที่กำหนดไว้ในมาตรานั้น ๆ

แม้ว่าจะมีกฎหมายที่ควบคุมเกี่ยวกับการเดินทางโดยเครื่องบิน ทำให้ผู้ใช้บริการอุ่นใจขึ้นบ้าง แต่กฎหมายนี้จะใช้ได้ผลมากน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับการบังคับใช้กฎหมายที่เอาผิดกับผู้กระทำความผิดอย่างจริงจัง และขึ้นอยู่กับผู้โดยสารจะให้ความสำคัญและคำนึงถึงข้อกำหนดทางการบินมากน้อยเพียงใด

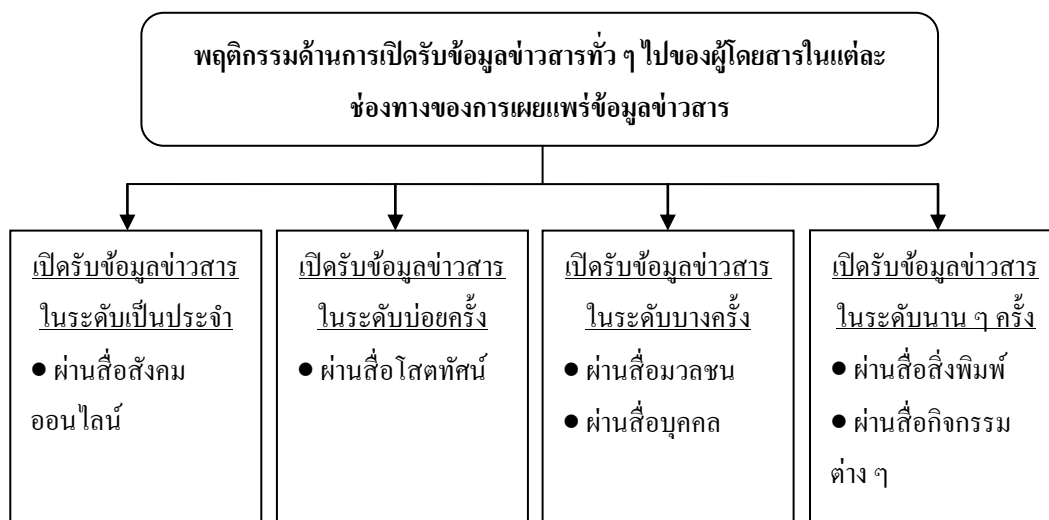
5.1.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ และ ความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อ การเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสาร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารสัญชาติไทยที่เคยเดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้าน การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูล ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อ การเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป นำค่าสถิติมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งสถิติที่ได้ใช้ในการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีภูมิลำเนาภาคกลาง ประกอบอาชีพ พนักงาน บริษัทเอกชน/รับจ้าง สำหรับระดับการศึกษา ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีความถี่ในการเดินทางด้วยอากาศยาน 1-3 ครั้ง/ปี

สำหรับพฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละ ช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ดังแสดงในภาพที่ 5.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรม ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ และมีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับบ่อยครั้ง และการรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรมต่าง ๆ มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารลดน้อยลง ตามลำดับ

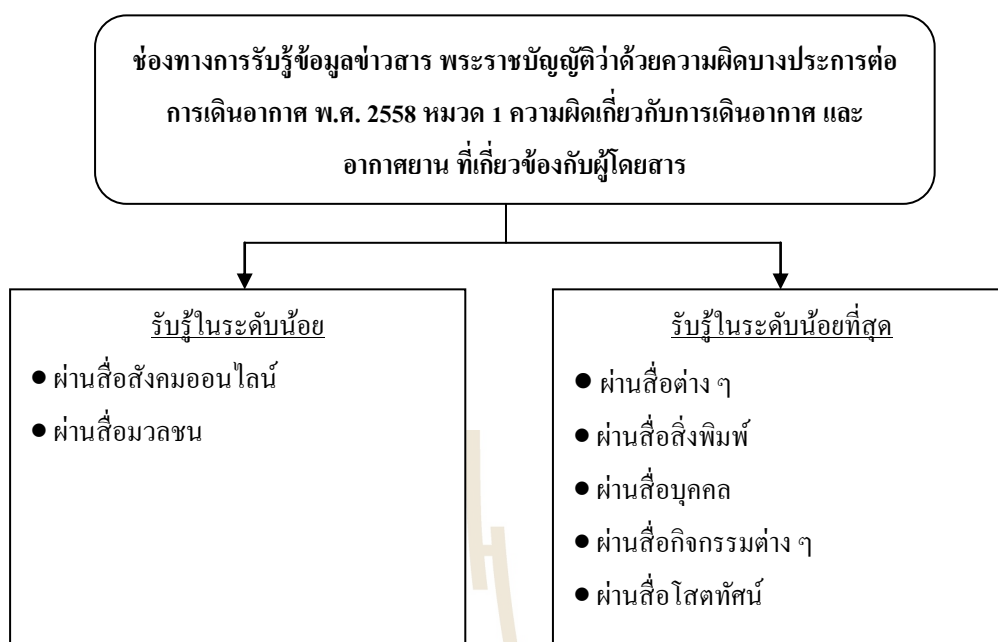


ภาพที่ 5.1 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละ
ช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผู้วิจัยสรุปการรับรู้ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เป็น 3 ประเด็น ดังนี้

- ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยานที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร โดยผู้วิจัยแบ่งแยกระดับการรับรู้ ดังแสดงในภาพที่ 5.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชนอยู่ในระดับน้อย และผ่านสื่อต่าง ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

- พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยานที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ทราบว่า บัญญัติถึงเรื่องอะไร



ภาพที่ 5.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อ
การเดินทางอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินทางอากาศและอากาศยาน
ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

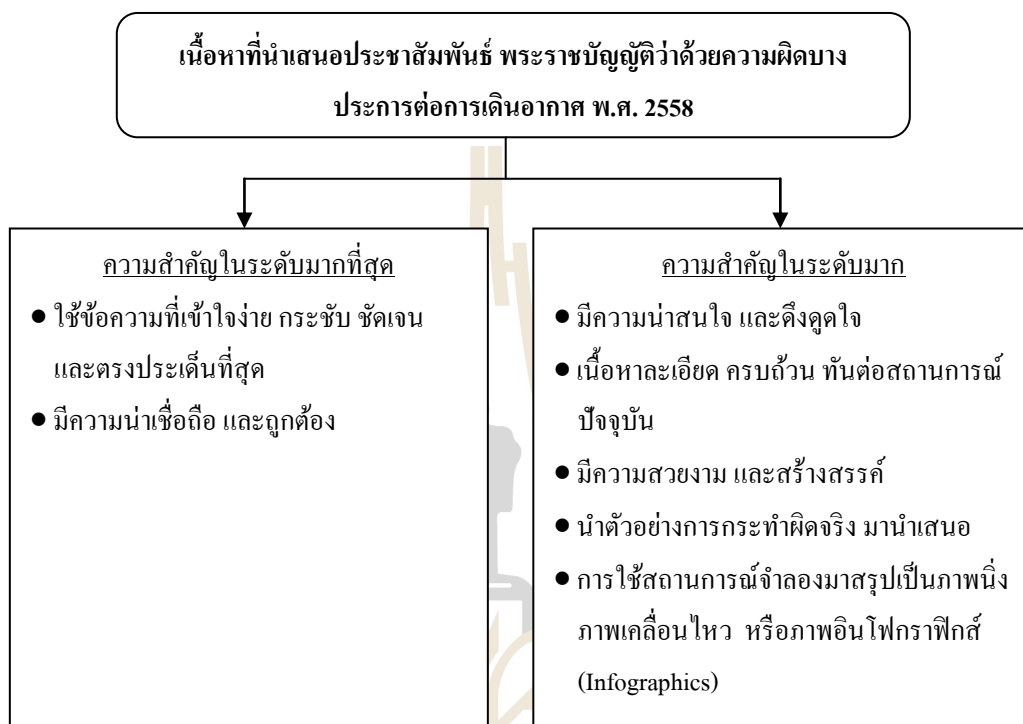
- พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินทางอากาศ พ.ศ. 2558
หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินทางอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร ประกอบด้วย
มาตราที่ 7 ถึงมาตราที่ 25 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบว่ มาตราที่ 7 ถึงมาตราที่ 25 เป็น
ความผิด โดยเรียงลำดับการรับรู้มาตราจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด ดังนี้ การสูบบุหรี่ หรือ
ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาห้ามใช้ หรือนำสิ่งของต้องห้ามขึ้นเครื่องบิน ตามมาตรา 9
จำนวน 198 คน เป็นความผิดมากที่สุด การแจ้งข้อความ หรือส่งข่าวเป็นเหตุให้ผู้อยู่ในอากาศยาน
ตื่นตกใจตามมาตรา 22 จำนวน 163 คน การฆ่าผู้อื่นในระหว่างการบิน ตามมาตรา 16 จำนวน 155
คน การใช้อาวุธ หรือวัสดุอื่นใดฆ่าผู้อื่นในท่าอากาศยาน ตามมาตรา 20 จำนวน 150 คน การดื่ม
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือทำให้เกิดความวุ่นวาย ในระหว่างการบิน ตามมาตรา 12 จำนวน 147
คน การใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น ในระหว่างการบิน ตามมาตรา 10 จำนวน 145 คน การพุดจา
ลวนลาม หรือแสดงกิริยาท่าทางลามกอนาจาร หรือกระทำต่อร่างกายผู้อื่นอันเป็นการมุ่งหมาย
ในทางเพศในระหว่างการบิน ตามมาตรา 11 จำนวน 131 คน การยึด หรือเข้าควบคุมอากาศยานโดย
ใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่เข็ญว่าจะใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น หรือขู่ว่าจะกระทำอันตรายต่ออากาศ
ยาน ตามมาตรา 17 จำนวน 129 คน การใช้กำลังทำร้าย ผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำ

อากาศยาน หรือทำให้เกิดความกลัว ตกใจโดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำด้วยใช้แรงกายภาพ หรือด้วยวิธีอื่นใด ตามมาตรา 13 จำนวน 127 คน การทำร้ายร่างกายผู้อื่นในระหว่างการบิน ตามมาตรา 15 จำนวน 127 คน การใช้อาวุธ หรือวัตถุอื่นใดทำร้ายร่างกายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จนได้รับอันตรายสาหัส หรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อท่าอากาศยาน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรืออากาศยานที่จอดอยู่ในท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการของท่าอากาศยานหยุดชะงัก ตามมาตรา 19 จำนวน 122 คน การทำให้เครื่องตรวจจับควัน (Smoke detector) หรืออุปกรณ์อื่นใดในอากาศยานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน ตามมาตรา 9 จำนวน 118 คน การเตรียมการกระทำความผิดตามมาตรา 17-20 ในมาตรา 25 จำนวน 117 คน การทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ หรือทำให้อากาศยานในระหว่างบริการเสียหายจนไม่สามารถทำการบินได้ ตามมาตรา 18 จำนวน 116 คน การเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15-22 ในมาตรา 23 จำนวน 115 คน การพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15-22 ในมาตรา 24 จำนวน 114 คน การฝ่าฝืนคำสั่งผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน ตามมาตรา 7 จำนวน 101 คน การทำลาย หรือทำ ความเสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศขัดข้อง หรือถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน ตามมาตรา 21 จำนวน 100 คน การเข้าไปซ่อนตัวอยู่ในอากาศยาน ตามมาตรา 14 เป็นความผิดน้อยที่สุด จำนวน 85 คน

ด้านความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศ และอากาศยาน โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เป็น 3 ด้าน ดังนี้

- ความคาดหวังที่ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram) ได้ดีที่สุด
- ความคาดหวังรูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คาดหวังรูปแบบที่นำเสนอในการประชาสัมพันธ์โดยใช้รูปภาพร่วมกับข้อความมากที่สุด
- ความคาดหวังเนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญของลักษณะแนวทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้แก่ผู้โดยสาร โดยควรใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด ควรมี

ความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง ควรมีความน่าสนใจ และดึงดูดใจ ควรเนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ควรมีความสวยงาม และสร้างสรรค์ ควรนำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ และควรมีการใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือ ภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) โดยผู้วิจัยแบ่งแยกระดับความสำคัญ ดังแสดงในภาพที่ 5.3

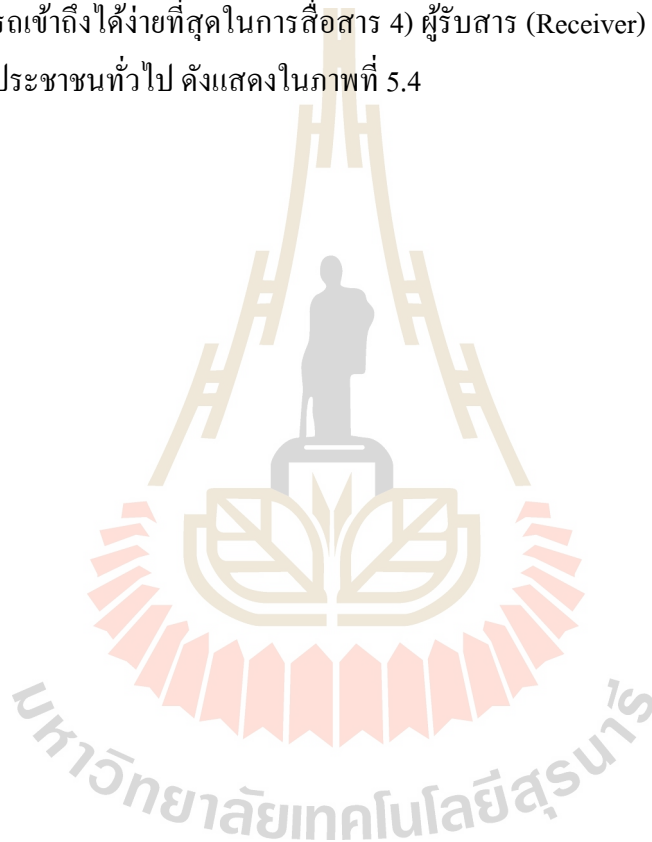


ภาพที่ 5.3 เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบาง
ประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558

5.1.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

จากผลการวิจัย พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ และความคาดหวังที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ของผู้โดยสารนั้น ผู้วิจัยนำมาสรุปเป็น รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น สายการบิน รัฐบาล กรมท่าอากาศยาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เป็นต้น

2) สื่อและเนื้อหา (Message) ควรใช้เป็นรูปภาพพร้อมกับข้อความ ที่มีเนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ตรงประเด็นที่สุด จะสามารถช่วยให้สื่อสารกันอย่างเข้าใจ รวมทั้ง การนำเสนอให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจ มีความสวยงาม และสร้างสรรค์จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้โดยสารติดตามเนื้อหานั้น ๆ ได้ และการนำตัวอย่างการกระทำผิดจริงมานำเสนอ หรือการใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) 3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิเช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ บล็อก ยูทูป อินสตาแกรม เป็นต้น ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้คนส่วนมากสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุดในการสื่อสาร 4) ผู้รับสาร (Receiver) ผู้โดยสารที่เดินทางโดยเครื่องบิน และประชาชนทั่วไป ดังแสดงในภาพที่ 5.4





ภาพที่ 5.4 รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร
ที่มา: ชวัลฉัฐ หงส์วณิชวงศ์ (2560)

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำผลมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) ซึ่งมีสถิติจำนวนประชากรไทยข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 ที่ได้ระบุว่าประเทศไทยมีจำนวนประชากรหญิง 33,573,742 คน และจำนวนประชากรชาย 32,357,808 คน (สสช., 2559) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างวัยรุ่นจนถึงวัยเริ่มทำงานนิยมการใช้สื่อออนไลน์มากในการแสดงความคิดเห็น หรือสืบค้นหาข้อมูล ให้ทันต่อเหตุการณ์ โดยมีปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Line Facebook Twitter Instagram) และจะเลือกสนใจเฉพาะข่าวสารที่สนใจเท่านั้น อีกทั้งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จึงมีความสัมพันธ์กับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีสถิติจำนวนประชากรไทยข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 ระบุว่าประเทศไทยมีประชากรอยู่ในภาคกลางมากที่สุด ในด้านอาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง และด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท โดยระดับการศึกษาสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือน เนื่องจากระดับปริญญาตรีจบใหม่ เมื่อเริ่มทำงาน พื้นฐานรายได้ต่อเดือนขั้นต่ำ 15,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ความถี่ในการเดินทาง 1-3 ครั้ง/ปี แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้โดยสารมีการเดินทางน้อยครั้ง ส่งผลทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากการรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งผู้บริโภคเลือกรับจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภค

5.2.2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป ของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email) เป็นประจำ พฤติกรรมนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารของ John C. Merrill และ Ralph L. Lowenitein (1971) ซึ่งการเปิดรับข่าวสารจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล โดยบุคคลจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่ คิดว่าเป็นประโยชน์ ต่อตนเองตามความรู้สึคนึกคิด ความสนใจ ความต้องการ ความเชื่อ หรือทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองเป็นหลัก และยังคงสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ของ Klapper (1960) ด้านการเลือกรับ หรือสนใจ (Selective exposure หรือ Selective attention) เนื่องจาก

ผู้โดยสารส่วนใหญ่ มีโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน (Smartphone) ที่พกพาสะดวก และใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมกับเว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) ทำให้ผู้โดยสารสามารถเปิดรับสื่อชนิดนี้ได้อย่างสะดวก ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ (เอมิกา เหมมินทร์, 2556) กล่าวว่า ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเปิดไว้ตลอดทั้งวันมากที่สุด ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุด โดยช่องทางที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุดคือ สมาร์ทโฟน (Smartphone) และสอดคล้องกับ Donald K. Wright และ Michelle Drifka Hinson (2009) และ Jim Macnamara และ Ansgar Zerfass (2012) ที่สำรวจพบว่า นักประชาสัมพันธ์ในออสเตรเลียและยุโรปใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด และสอดคล้องกับ ประอร ศรีจันทร์ (2559) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท จากสื่อออนไลน์มากที่สุด และ เมธิยา ญาณจินดา (2557) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารฯ ผ่านเว็บไซต์บ่อยครั้ง มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารฯ ผ่านเฟซบุ๊กเป็นประจำ และมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับบ่อยครั้ง

5.2.3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยานที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร

สำหรับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารนั้น พบว่า ด้านช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรมต่างๆ สื่อโทรทัศน์ สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ผ่านช่องทางดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ น้อย และไม่ต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้โดยสารมีการรับรู้ผ่านช่องทางดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ เอกรินทร์ จงเสรีเจริญ (2558) ที่พบว่า การรับรู้พระราชบัญญัติกฏอัยการศึกฯ ของข้าราชการทหารฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นไปได้ว่าข้าราชการทหารสังกัดกองพันทหารราบในกองพลทหารราบที่ 9 ซึ่งส่วนใหญ่โดยเฉพาะข้าราชการทหารชั้นประทวนขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงในการปฏิบัติ อีกทั้งยังขาดการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติกฏอัยการศึกฯ รวมทั้งการจัดการประชุม เสวนาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ทำให้กำลังพลขาดความตื่นตัวและความสนใจในเรื่องกฏอัยการศึกฯ และสอดคล้องกับ เมธิยา ญาณจินดา (2557) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการรับรู้เกี่ยวกับเนื้อหาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ซึ่งเนื้อหาสำคัญของพระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ ควบคุมพฤติกรรมของผู้โดยสาร เพื่อให้การเดินทางทางอากาศเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและปลอดภัย โดยรวมไม่ทราบว่าพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 บัญญัติถึงเรื่องอะไร และไม่ทราบว่า การกระทำผิดตามมาตราที่ 7 ถึงมาตราที่ 25 ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้โดยสารว่าเป็นความผิดเป็นไปได้อย่างไรกับผู้โดยสารส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริง ทั้งนี้ เนื่องจากยังขาดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากทฤษฎีการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และมักเกิดการสั่งสมจากประสบการณ์ โดยธรรมชาติแล้วคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้หมด แต่จะรับรู้เพียงบางส่วนที่แต่ละคนมีความสนใจ และรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวไม่เท่ากัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารอาจให้ความสนใจและรับรู้สารแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ให้มากขึ้น

ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มความถี่ และช่องทางในการการประชาสัมพันธ์ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อมวลชน และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการสื่อสารที่มีการวางแผน มีการใช้สื่อเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน เพื่อหวังผลให้เกิดความร่วมมือ การสนับสนุนจากประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสาร ที่ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึกความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน

ดังนั้น เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้ของผู้โดยสารต่อพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร ควรมีการชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และบ่อยครั้ง ดังทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ ด้านหลักการของการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ 1 การบอกกล่าวหรือชี้แจง ให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กร สถาบันให้ประชาชนและกลุ่มที่เกี่ยวข้องได้ทราบ

และรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ผ่านการบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ จึงมุ่งไปในการแจ้งให้ทราบ และให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน

5.2.4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคาดหวังโดยสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ดีที่สุด ข้างต้นนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังไว้ เมื่อได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังจนได้รับความพึงพอใจ นำไปสู่ การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจากทำให้ทราบ ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วมากที่สุด และติดตามข่าวสาร/งาน และสอดคล้องกับ ประอร ศรีจันทร์ (2559) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทในการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อลูกค้ามากที่สุด เน้นการนำเสนอและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

นอกจากนี้ ความคาดหวังรูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ มีลักษณะใช้รูปภาพร่วมกับข้อความ ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน ตรงประเด็นที่สุด ควรมีการนำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ หรือการใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ ประอร ศรีจันทร์ (2559) เน้นการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจ และเน้นการสร้างสรรคการตลาดที่น่าติดตาม เพิ่มเนื้อหาสาระประโยชน์ และพัฒนารูปแบบ เนื้อหาให้ชัดเจน และสั้นกระชับมากขึ้น รองลงมา เพิ่มเวลาในการนำเสนอ และเพิ่มให้มีรายละเอียดที่สำคัญต่าง ๆ มากขึ้น และสอดคล้องกับ พิมพิวิสาข์ เทียนศรี (2551) ต้องการให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ มีการปฏิบัติงานที่รวดเร็ว รวมทั้งตอบสนองความต้องการของสื่ออย่างรวดเร็ว นอกจากนั้น ข้อมูลที่สื่อต้องการ คือ ข้อมูลที่มีความสด ใหม่ เป็นปัจจุบัน ที่สามารถนำมาเผยแพร่ได้ และสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ สรวาณะวงศ์ (2558) ต้องการให้มีการออกแบบเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่เน้น การตอบสนองผู้ใช้งานทุกคน โดยยึดหลักให้เว็บมีความเรียบง่ายในการใช้งาน และชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบรูปภาพ กราฟิก การใช้สี

5.2.5 รูปแบบในการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร

Jim R. Macnamara (2001) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์นั้นควรเริ่มจากศูนย์ซึ่งจะเป็นกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งการเลือกวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมนั้นเป็นสิ่งสำคัญ

เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายด้านทัศนคติ หรือพฤติกรรม ดังนั้น การเลือก และการตัดสินใจ เพื่อนำข้อความส่งไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายผ่านทางสื่อแต่ละประเภท ควรเป็น การปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี และในที่สุดจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้

ผู้วิจัยได้สรุปรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) 2) สื่อและเนื้อหา (Message) 3) ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) และ 4) ผู้รับสาร (Receiver) สอดคล้องกับ สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์ (2542) กล่าวว่า องค์ประกอบการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลสาร ไปยังผู้รับสาร ข้อมูลข่าวสารในกระบวนการติดต่อสื่อสาร มีความสำคัญ เพื่อสะดวกในการส่งการรับ สื่อหรือช่องทางในการรับสารเป็นตัวกลางที่สร้างขึ้น มาเพื่อสื่อสาร ผู้รับสาร คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร และสอดคล้องกับ อภิษฐ์ พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตร์ระจิก (2556) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์เป็น รูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์ และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคตมีขอบเขตขยายออกไปกว้างขวางมากขึ้น ทั้งการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง เนื้อหา เพื่อการประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น องค์การใดสามารถบริหารจัดการ และดำเนินธุรกิจผ่านกลไกการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแส สื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี สมาชิกในองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ย่อมเข้าใจ ยอมรับ และให้ ความร่วมมือสนับสนุน และสอดคล้องกับ สุภัค ฉาวานิติกุล (2557) ที่กล่าวว่าแนวทางการพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ แบนเนอร์บนเว็บเพจ โดยใช้ สีโทนเย็น ใช้ภาพถ่าย ใช้ตัวอักษรแบบมีหัว จัดองค์ประกอบกราฟิกแบบเรียบง่าย สบายตา สื่อความหมาย สอดคล้องกับรสนิยม มีลูกเล่นที่แปลกตา มีเอกลักษณ์ ทันสมัย ดึงดูด ความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จะสามารถทำให้ผู้โดยสารมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบทาง การบิน และประพฤติ ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งจะทำให้การเดินทางทางอากาศเป็นไป ด้วย ความเป็นระเบียบ เรียบร้อยและปลอดภัย และสอดคล้องกับ วันวิสาข์ จตุรธรรม (2556) พบว่า แนวทางปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น ได้แก่ ควรมี การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือมีข้อมูลมาสนับสนุนให้ประชาชนเห็นถึง ผลประโยชน์ที่แท้จริงของการออกกฎหมายมาบังคับใช้ เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับ พรบ. ต้องมีการเฝ้าระวัง ในการบังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบจริง เพื่อให้ประชาชนรู้ และปฏิบัติตาม

สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับค่านิยมที่ผิดในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสอดคล้องกับ Kalthom Husaina, et al. (2014) สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นส่วนประกอบสำคัญหนึ่งของพฤติกรรมการสื่อสาร (Communication behavior) และกลายเป็นส่วนสำคัญที่เกือบจะเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคนไปแล้ว นอกจากนี้องค์กรต่าง ๆ ไม่สามารถมองข้าม สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้อีกต่อไป ถือได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์นั้นมีอิทธิพลอย่างมาก

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า การรับรู้พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 อยู่ในระดับที่น้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ร่วมไปถึงสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านหลากหลายช่องทางในการสื่อสารให้แก่ผู้รับสารเพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและนำไปสู่การนำมาปฏิบัติจริงซึ่งการปฏิบัติตามกฎระเบียบนั้นจะทำให้การเดินทางด้วยอากาศยานมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น อีกทั้งจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติตาม พร้อมทั้งตระหนักและเห็นความสำคัญของกฎระเบียบด้านการบินอีกด้วย

5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปข้อจำกัดของการทำการวิจัยฉบับนี้ไว้ 3 ประเด็น ประกอบด้วย

1) เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการวิจัย เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร ซึ่งการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ซึ่งใช้ภาษาทางด้านกฎหมาย และจะต้องนำมาตราที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร มาปรับเป็นคำที่อ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสอบถาม ส่งผลให้ในขณะที่ผู้วิจัยทำการออกแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการออกแบบสอบถามนานขึ้น

2) แหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัย หรือที่เกี่ยวข้องกับ พรบ. ฉบับนี้ มีเนื้อหาไม่แพร่หลาย ซึ่งผู้วิจัยจึงต้องค้นหาผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับหัวข้อการวิจัยให้ใกล้เคียงที่สุด เพื่อนำมาใช้อ้างอิงในการวิจัย จึงส่งผลให้ผู้วิจัยไม่สามารถดำเนินการวิจัยให้แล้วเสร็จได้ตามขอบเขตเวลาที่ได้กำหนดไว้

3) ข้อคำถามในแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างทราบว่าตัวอย่างที่ถามเข้าใจว่าเป็นความผิดและควรทำ หรือไม่ควรทำ แต่ไม่ทราบถึงบทลงโทษที่จะได้รับ ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความสับสนที่จะเลือกตอบว่าทราบหรือไม่ทราบ

5.4 ข้อเสนอแนะ

สายการบินต่าง ๆ ควรจะมีการแจ้ง หรือแจกคู่มือเกี่ยวกับกฎหมายความปลอดภัยบนเครื่องบินที่ผู้โดยสารควรรู้ เมื่อมีการซื้อตั๋วเครื่องบิน หรือผู้โดยสารทำการลงทะเบียน ณ เคาน์เตอร์เช็คอิน ออนไลน์เช็คอิน ควมเกี่ยวกับการประกาศประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับรู้ข้อมูล และปฏิบัติตนที่ไม่ขัดต่อความผิดของพรบ. ฉบับนี้ เนื่องจากเมื่อเหตุการณ์เกิดขึ้น ผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ สายการบิน ทั้งเรื่องของการเดินทางที่ล่าช้า ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตรวจสอบวัตถุต้องสงสัย ค่าจอดอากาศยาน หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ตามมา เป็นต้น

รัฐบาลหรือสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ออกกฎหมาย ควรมีนโยบายให้ผู้ประกอบการสายการบินต้องแจ้งให้ผู้โดยสารทราบถึงกฎระเบียบทางการบิน ในแต่ละช่องทางของการสื่อสารต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ อีเมล เอกสาร เป็นต้น และรัฐบาล ควรช่วยประชาสัมพันธ์ และควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงมากกว่านี้

การประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ควรมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังให้มากขึ้น และควรทำอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ โดยขอความร่วมมือให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐบาล ท่าอากาศยาน สายการบิน สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย กรมท่าอากาศยาน เป็นต้น ในการช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ พรบ.ฉบับนี้ ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้โดยสารมากขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสารมีการรับรู้ และตระหนักถึงความผิด เมื่อหากมีการกระทำความผิด จะมีบทลงโทษใด ๆ ที่ต้องได้รับ และหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ พรบ.ฉบับนี้ ควรใช้ข้อความร่วมกับรูปภาพ (Infographics) และควรมีการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถือเป็นช่องทางที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้คนส่วนมากสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุดในการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ด้านกฎหมายให้กับผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศ พึงปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มาเป็นสื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเฟซบุ๊ก มีเพจต่าง ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่สนใจ และติดตาม โดยแหล่งข่าวข้อมูลที่นำมาเผยแพร่ในเพจนั้น มีความน่าสนใจ และใช้ภาษาถึงทางการในการเผยแพร่ข้อมูล ทำให้ผู้ที่ติดตามเพจที่มีชื่อเสียงเหล่านี้เข้าใจได้ง่าย ทางเฟซบุ๊กผู้อ่านสามารถส่งต่อข้อมูลเฟซบุ๊กได้ง่าย และรวดเร็วด้วยการกดเผยแพร่ (Share) แต่ทั้งนี้การเผยแพร่นั้นมีความเสี่ยงในการส่งต่อข้อมูล เนื่องจากหากเป็นข่าวสารที่เป็นเท็จ ผู้ส่งต่ออาจได้รับความผิดจาก พรบ. คอมพิวเตอร์ได้ การร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้ผู้โดยสาร รวมไปถึงผู้ที่ให้ความสนใจ

ใน พรบ.ฉบับนี้ เกิดความมั่นใจต่อการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ด้านมาตรฐานความปลอดภัยการบินของประเทศไทยที่เป็นไปตามระเบียบปฏิบัติระดับสากล

5.5 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นผู้วิจัยขอเสนอแนวทางเพื่อทำการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1) การวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสารนั้น เพื่อเป็นรูปแบบหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ พรบ. ฉบับนี้ ซึ่งเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการเลือกใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการวัดระดับการรับรู้พรบ. ฉบับนี้สำหรับผู้โดยสาร เพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น และมีการรับรู้เพิ่มขึ้น

2) การวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความต้องการสื่อ และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพราะเทคโนโลยี การสื่อสารเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และพฤติกรรมของผู้โดยสารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเช่นกัน

3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ อาทิเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความถี่ในการเดินทาง กับการรับรู้พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 เพื่อนำความเชื่อมโยงไปเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.6 การประยุกต์ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำเอาข้อมูลที่ได้อไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ทั้งด้านการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานอุตสาหกรรมการบิน

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ ศรีชะฎา. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด : กรณีศึกษาโครงการพระดาบส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- คลังสารสนเทศของสถาบันนิติบัญญัติ. พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2538. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/Eh3kxA>, 2559.
- จุฑารัตน์ สรวณะวงศ์. แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดฯ. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2. เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2558: 55.
- จิตติญา เขาวนัเกษม. การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก : ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการบริหารสื่อมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.
- ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://goo.gl/KvC2cL>, 2559.
- ชนวดี บุญถือ. เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสาร เล่มที่ 1 : หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539. (อัดสำเนา).
- ชัยวัฒน์ กาบคำ (2553). สังคมออนไลน์ (Social media) คืออะไร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/krhXVL>, 2559.
- บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) 2559. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2560.
- บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) 2558. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2559.
- บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) 2557. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2559.
- บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (2551). การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/wkDEaq>, 2559.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด. อนาคตการบิน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/RZ9Cxa>, 2559.
- บุญเชิด ชานิศาสตร์. การพัฒนารูปแบบการบริหารวิชาการในการจัดการศึกษาปฐมวัยของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.
- ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์ (2559). รูปแบบของการประชาสัมพันธ์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/1sXRr9>, 2560.
- ประมวลกฎหมายอาญา, ภาค 1 บทบัญญัติทั่วไป. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://goo.gl/swfOoC>, 2559.
- ประอร ศรีจันทร์. การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทสหการประมุล จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2559.
- พิจิต วิจิตรบุญรักษ์. สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 31 ฉบับที่ 4. 2554: 99-103.
- พิมพ์วิสาข์ เทียนศรี. การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจต่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษาฯ ระดับ "บิกโฟร์" ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.
- เมษิยา ญาณจินดา. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับทัศนคติและพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2557.
- รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา (2557) ความหมายของการรับรู้. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/vso6qm>, 2560.
- วันวิสาข์ จตุรวรรณ. การนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิภาณี แม้นอินทร์ (2557). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <https://goo.gl/atjT6u>, 2560.
- ศิริวรรณ คำโต. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ของกลุ่มงานประชาสัมพันธ์ของ
สำนักงานเขตหนองแขม. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสยาม, 2558. (อัคราเนนา).
- สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. แนวปฏิบัติ เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน
พ.ศ. 2553. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/yz8Lwm>, 2559.
- สังคมออนไลน์ (Social media) คืออะไร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/NvfcrI>, 2559.
- สัญลักษณ์กรมท่าอากาศยาน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/oxB44e>, 2560.
- สัญลักษณ์บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<https://goo.gl/WJtDCH>, 2560.
- สัญลักษณ์รัฐบาลไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/N2sD71>, 2560.
- สัญลักษณ์สายการบิน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/ino8v6>, 2560.
- สัญลักษณ์สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<https://goo.gl/uhkAYs>, 2560.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการ
เดินอากาศ พ.ศ. 2558. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/YSGOqw>, 2559.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการ
เดินอากาศ พ.ศ. 2521. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/5vPZ4k>, 2559.
- สำนักงานกิจการยุติธรรม. รู้ก่อนบิน สิ่งต้องห้าม. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/FG86WM>, 2560.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2554. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<https://goo.gl/ucY2xn>, 2559.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.). สถิติจำนวนประชากรไทยข้อมูลในปี พ.ศ. 2559. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <https://goo.gl/3yftSo>, 2560.
- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนประมวลผล (2555). แนวคิดทฤษฎีต่างๆที่
เกี่ยวข้องกับประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<https://goo.gl/EoPN6F>, 2559.
- สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://goo.gl/DXovIV>, 2559.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุปรีดี สุวรรณบุรณ์ (2542). การสื่อสาร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/R3AmKr>, 2559.
- สุภักดิ์ ฉาวรนิติกุล. การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2. เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2557: 1137.
- สุภาภรณ์ จันทร์พวง. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- อภิชาติ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ. การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2. 2556: 24.
- อารีลักษณ์ อรุรา(2553) ทฤษฎีการรับรู้. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/4t1s5t>
- เอกรินทร์ จงเสรีเจริญ. การรับรู้ของข้าราชการทหารต่อพระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ. 2457 กรณีศึกษา กองพันทหารราบในกองพลทหารราบที่ 9. วารสารสารสนเทศ. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2. เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2558: 47.
- เอมิกา เหมมินทร์. พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556.
- Berlo, David (1960). Berlo's SMCR Model of Communication. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/ZKcZhp>, 2016.
- C.E. Shannon (1948). A Mathematical Theory of Communication. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/hN3naT>, 2016.
- Connie M. White (2012). Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/yspoLu>, 2016.
- Donald K. Wright Michelle Drifka Hinson. An Updated Examination of Social and Emerging Media Use in Public Relations Practice: A Longitudinal Analysis Between 2006 and 2014. Public Relations Journal Vol. 8, No. 2. ISSN 1945 - 4604. Public Relations Society of America, 2014.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Jim Macnamara, Ansgar Zerfass. Social media communication in organizations: The challenges of balancing openness, strategy, and management. International Journal of Strategic Communication. 6(4), October 2012: 287-308.
- Jim R. Macnamara (2001). PR Metrics-Research for Planning & Evaluation of PR & Corporate Communication. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/1moQtU>, 2017.
- John E. Marston. Modern Public Relations. New York: McGraw - Hill Book Company, 1979: 3.
- Kalthom Husaina, Aida Nasirah Abdullaha, Mastura Ishakb, Mohd Fauzi Kamarudina, Anidah Robania, Mohaida Mohinc, Syed Najmuddin Syed Hassana. A Preliminary Study on Effects of Social Media in Crisis Communication from Public Relations Practitioners' Views. Procedia-Social and Behavioral Sciences 155, 2014: 223-227.
- Klapper, J.T. The effect of mass communication. New York: The free press, 1960.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/Qc3tZ9>, 2016.
- Mayfield, Antony (2008). What is social media? [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/E2QGGc>, 2016.
- Schramm, Wilbur (1954). Schramm's Model of Communication. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/W74Jy4>, 2016.
- Schramm, Wilbur (2006). Handbook of Communication Models, Perspectives, Strategies. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/NnxHAe>, 2016.
- Scout M. Cutlip and Allen H. Center. Effective Public Relations. (5th ed.). New Jersey: Prentice - Hall, Inc., 1978: 4.
- Search Engine Optimization Company Limited (2011). Social media Marketing (SMM) [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/SL44yu>, 2016.
- William J McGuire (2011). William-McGuire-model-of-persuasion. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/48d4SL>, 2016.
- William J McGuire (2012). McGuire-communication-persuasion-matrix. [Online]. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/Gm8CMM>, 2016.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Yamane, Taro. Statistics: An Introductory Analysis. (3rd ed.). New York: Harper and Row
Publication, 1973.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร เพื่อใช้ประกอบการวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการการบิน หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ข้อมูลที่ได้จากการตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับไม่เปิดเผยในส่วนของบุคคลแต่จะสรุปเป็นภาพรวมของการวิจัย โดยไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อตัวท่าน ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ท่านตอบตามความเป็นจริง

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูล
- ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร
- ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายวัลลภ หงส์วานิชวงศ์

นักศึกษาปริญญาโท รุ่นที่ 3 สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () ต่ำกว่า 20 ปี () 20-30 ปี () 31-40 ปี
() 41-50 ปี () มากกว่า 50 ปี

3.ภูมิลำเนา

- () ภาคเหนือ () ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)
() ภาคตะวันออก () ภาคกลาง
() ภาคใต้ () ภาคตะวันตก

4.อาชีพ

- () นักเรียน/นักศึกษา () พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง
() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ไม่เกิน 10,000 บาท () 10,001 - 20,000 บาท
() 20,001 - 30,000 บาท () 30,001 - 40,000 บาท
() 40,001 - 50,000บาท () มากกว่า 50,000 บาท

7. ความถี่ในการเดินทางด้วยอากาศยาน

- () 1 ครั้ง/สัปดาห์ () 2-5 ครั้ง/เดือน
() 1 ครั้ง/เดือน () 2-3 เดือน/ครั้ง
() 1-3 ครั้ง/ปี () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่ว ๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของ
การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง เป็นประจำ
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง บ่อยครั้ง
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง บางครั้ง
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง นานๆ ครั้ง
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง ไม่ค่อยมีการเปิดรับ
 เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่เคยมีการเปิดรับ

รายการ	การเปิดรับ ข่าวสาร					
	5	4	3	2	1	0
2.1 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศ และโปสเตอร์)						
2.2 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อกับโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)						
2.3 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)						
2.4 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อทัศน (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เทปบันทึกวี)						
2.5 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)						
2.6 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)						

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับ ผู้โดยสาร

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มีการรับรู้มากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มีการรับรู้มาก

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง มีการรับรู้ปานกลาง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง มีการรับรู้น้อย

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง มีการรับรู้น้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่มีการรับรู้

รายการ	การรับรู้					
	5	4	3	2	1	0
3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับ ผู้โดยสาร						
3.1.1 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อต่าง ๆ						
3.1.2 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)						
3.1.3 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ การพูดติดต่องานโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)						
3.1.4 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)						

รายการ	การรับรู้					
	5	4	3	2	1	0
3.1.5 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อโซเชียล (ภาพยนตร์ วีดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)						
3.1.6 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)						
3.1.7 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)						

3.2 ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

รายการ	ทราบ	ไม่ทราบ
ท่านทราบหรือไม่ว่าพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 บัญญัติถึงเรื่องอะไร		

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน	ทราบ	ไม่ทราบ
7	การฝ่าฝืนคำสั่งผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ		

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน	ทราบ	ไม่ ทราบ
9	<p>การทำให้เครื่องตรวจจับควัน (Smoke detector) หรืออุปกรณ์อื่นใดในอากาศยานที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		
10	<p>การใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น ในระหว่างการบิน</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 80,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		
11	<p>การพุดจาฉนวนลาม หรือแสดงกิริยาทำทางลามกอนาจาร หรือกระทำต่อร่างกายผู้อื่นอันเป็นการมุ่งหมายในทางเพศ ในระหว่างการบิน</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 120,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		
12	<p>การดัดเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์หรือทำให้เกิดความวุ่นวาย ในระหว่างการบิน</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		
13	<p>การใช้กำลังทำร้าย ผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้เกิดความกลัว ตกใจโดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำด้วยใช้แรงกายภาพหรือด้วยวิธีอื่นใด</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 7 ปี หรือปรับไม่เกิน 280,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		
14	<p>การเข้าไปซ่อนตัวอยู่ในอากาศยาน</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		
15	<p>การทำร้ายร่างกายผู้อื่นในระหว่างการบิน</p> <p>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 5 ปี-10ปี หรือปรับตั้งแต่ 200,000 บาท-400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>		

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน	ทราบ	ไม่ ทราบ
16	การฆ่าผู้อื่นในระหว่างการบิน ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต		
17	การยึด หรือเข้าควบคุมอากาศยานโดยใช้กำลังประทุษร้าย หรืออยู่ เชิงว่าจะใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น หรืออยู่ว่าจะกระทำอันตรายต่อ อากาศยาน ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุก ตั้งแต่ 10 ปี-20 ปี		
18	การทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ หรือทำให้อากาศยานใน ระหว่างบริการเสียหายจนไม่สามารถทำการบินได้ ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุก ตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท		
19	การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายร้ายแรงทำร้ายร่างกายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จน ได้รับอันตรายสาหัสหรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อท่าอากาศ ยานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรืออากาศยาน ที่จอดอยู่ในท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการของท่าอากาศยาน หยุดชะงัก ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิตจำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุก ตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท		
20	การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายฆ่าผู้อื่นในท่าอากาศยาน ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต		

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน	ทราบ	ไม่ทราบ
21	<p>การทำลาย หรือทำความเสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) ชัดข้อง หรือถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท</u></p>		
22	<p>การแจ้งข้อความ หรือส่งข่าวเป็นเหตุให้ผู้อยู่ในอากาศยานตื่นตกใจ</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u></p>		
23	<p>การเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15-22</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u></p> <p>ผู้สนับสนุน หมายถึง การกระทำด้วยประการใดๆ อันเป็นการช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกกับผู้ที่ต้องการกระทำความผิด ทั้งก่อนหรือขณะกระทำความผิด แม้ผู้กระทำความผิดจะไม่ได้รู้ถึงการช่วยเหลือหรือการให้ความสะดวกนั้นก็ตาม</p>		
24	<p>การพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15-22</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u></p> <p>การพยายาม หมายถึง การกระทำนั้นไม่สำเร็จผล ที่ไม่สำเร็จผลนั้นเกิดจากเหตุสองอย่าง อย่างหนึ่งคือทำไปไม่ตลอด อีกอย่างคือทำไปตลอดแล้วแต่ไม่บรรลุผล</p>		
25	<p>การเตรียมการกระทำความผิดตามมาตรา 17-20</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u></p> <p>การเตรียม หมายถึง ผู้กระทำได้เตรียมเพื่อการทำผิด แต่ยังไม่ไ้ลงมือกระทำความผิด</p>		

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ
ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี
จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)
- () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การ
ประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดง
ปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)
- () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)
- () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโสตทัศน์ (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เทป
เทวี)
- () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)
- () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube
Slideshare Instagram)

2. รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () ข้อความ () รูปภาพพร้อมกับข้อความ
- () รูปภาพ () เสียงตามสาย
- () วิดีโอ

3. เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

- เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
- เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก
- เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
- เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย
- เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

รายการ	ความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1) ใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด					
2) มีความน่าสนใจและดึงดูดใจ					
3) มีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง					
4) เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน					
5) มีความสวยงาม และสร้างสรรค์					
6) นำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ					
7) การใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics)					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



ที่ สบพ.๔๐๑(๖)/๐๓๐

สถาบันการบินพลเรือน
๑๐๓๒/๓๕๕ ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๙ กุมภาพันธุ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณเกียรติพล ตันติกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบรายงานผลการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วย นายชวลัญช์ หงส์วานิชวงศ์ รหัสนักศึกษา ๕๘๑๓๒๐๐๐๘๐ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติ ว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับผู้โดยสาร” โดยมี ดร.อภิรดา นามแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันการบินพลเรือน ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องดังกล่าว ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับเครื่องมือการวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้วิจัยในการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยต่อไป สำหรับเครื่องมือการวิจัยและเอกสารประกอบการพิจารณา รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์และขอขอบคุณล่วงหน้า ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กนก สารสิทธิ์ธรรม)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติการแทน

ผู้อำนวยการสถาบันการบินพลเรือน

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย สังกัดสำนักวิชาการ

โทร. ๐-๒๒๗๒-๖๑๐๑, ๐-๒๒๗๒-๕๗๔๑-๔ ต่อ ๓๐๙ โทรสาร ๐-๒๒๗๒-๖๑๐๑

ที่ สปพ.๔๐๑(๖)/๐๓๐



สถาบันการบินพลเรือน
๑๐๓๒/๓๕๕ ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๓๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณภัทรพร คงวิจิตต์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบรายงานผลการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วย นายชวัลณัฐ หงส์วานิชวงศ์ รหัสนักศึกษา ๕๘๑๓๒๐๐๐๘๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ
“รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติ ว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๒๘
สำหรับผู้โดยสาร” โดยมี ดร.อภิรดา นามแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันการบินพลเรือน ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะ
ผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องดังกล่าว ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนให้คำปรึกษาและ
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับเครื่องมือการวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้วิจัยในการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย
ต่อไป สำหรับเครื่องมือการวิจัยและเอกสารประกอบการพิจารณาพร้อมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำ
เรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์และขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กนก สารสิทธิ์ธรรม)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติการแทน

ผู้อำนวยการสถาบันการบินพลเรือน

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย สังกัดสำนักวิชาการ

โทร. ๐-๒๒๗๒-๖๑๐๑, ๐-๒๒๗๒-๕๗๔๑-๔ ต่อ ๓๐๙ โทรสาร ๐-๒๒๗๒-๖๑๐๑



ที่ สปพ.๔๐๑(บ)/๐๓๐

สถาบันการบินพลเรือน
๑๐๓๒/๓๕๕ ถนนพหลโยธิน
แขวงจอมพล เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๓ กุมภาพันธุ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ วสวัตต์ สุตินุญามณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบรายงานผลการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วย นายชวลัญช์ หงส์วานิชวงศ์ รหัสนักศึกษา ๕๘๑๓๒๐๐๐๘๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ
“รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติ ว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. ๒๕๒๘
สำหรับผู้โดยสาร” โดยมี ดร.อภิรดา นามแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันการบินพลเรือน ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะ
ผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องดังกล่าว ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ตลอดทั้งให้คำปรึกษาและ
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับเครื่องมือการวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้วิจัยในการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย
ต่อไป สำหรับเครื่องมือการวิจัยและเอกสารประกอบการพิจารณา รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำ
เรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์และขอขอบคุณล่วงหน้า ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.นง สาทิทธิธรรม)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติการแทน

ผู้อำนวยการสถาบันการบินพลเรือน

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย สังกัดสำนักวิชาการ

โทร. ๐-๒๒๗๒-๖๑๐๑, ๐-๒๒๗๒-๕๗๔๑-๔ ต่อ ๓๐๙ โทรสาร ๐-๒๒๗๒-๖๑๐๑

๑๐๓๒/๓๕๕ ถนนพหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ๑๐๙๐๐ โทร. ๐-๒๒๗๒๕๗๔๑-๔ โทรสาร ๐-๒๒๗๒๕๒๘๘
1032/355 PHAHOLYOTHIN ROAD JOMPHON JATUJAK BANGKOK 10900 TEL. 0-22725741-4 FAX 0-22725288



ภาคผนวก ค

แบบประเมินค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ในงานวิจัย เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลต้องมีความเที่ยงตรงและสมบูรณ์ เครื่องมือต้องมีคุณภาพ โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อน เพื่อให้มีความเที่ยง ความตรงเชิงเนื้อหา ใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องแล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item-Objective Congruence; IOC)

การหาค่าความสอดคล้องแบบ IOC

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถาม การพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ เหมาะสม ไม่เหมาะสม และไม่แน่ใจ โดยพิจารณาข้อคำถามนั้นๆ วัตถุประสงค์หรือสอดคล้องกับนิยามหรือไม่ พร้อมกับมีช่องว่างให้กรอกข้อเสนอทั้งในรายข้อ รายด้าน และรวมทั้งฉบับ ใช้วิธีการกำหนดเป็นคะแนน

- ถ้าเห็นด้วย ให้ค่า = 1
- ไม่เห็นด้วย ให้ค่า = -1 และ
- ไม่แน่ใจ ให้ค่า = 0

คำชี้แจง ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถามนี้ โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณานำไปปรับปรุงต่อไป



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร เพื่อใช้ประกอบวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการการบิน หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ข้อมูลที่ได้จากการตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับไม่เปิดเผยในส่วนของบุคคลแต่จะสรุปเป็นภาพรวมของการวิจัยโดยไม่มีผลกระทบต่อท่าน ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ท่านตอบตามความเป็นจริง

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูล
- ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร
- ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายชวัลณัฐ หงส์วานิชวงศ์

นักศึกษาปริญญาโท รุ่นที่ 3 สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
1.เพศ () ชาย () หญิง				
2. อายุ () ต่ำกว่า 20 ปี () 20-30 ปี () 31-40 ปี () 41-50 ปี () มากกว่า 50 ปี				
3.อาชีพ () นักเรียน/นักศึกษา () พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () อื่น ๆ โปรดระบุ				
4. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก				

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ไม่เกิน 10,000 บาท () 10,001 - 20,000 บาท () 20,001 - 30,000 บาท () 30,001 - 40,000 บาท () 40,001 - 50,000 บาท () มากกว่า 50,000 บาท				

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง เป็นประจำ

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง บ่อยครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง บางครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง นานๆ ครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง ไม่ค่อยมีการเปิดรับ

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่เคยมีการเปิดรับ

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
2.1 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ รายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุล สาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)				
2.2 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูด ติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)				
2.3 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อกิจกรรม ต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชม กิจการ)				
2.4 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อโสตทัศน์ (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)				
2.5 ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)				
2.6 ท่านรับข่าวสารผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ (Line Weblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)				

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร กับผู้โดยสาร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มีการรับรู้มากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มีการรับรู้มาก

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง มีการรับรู้ปานกลาง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง มีการรับรู้น้อย

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง มีการรับรู้น้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่มีการรับรู้

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
3.1 ช่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร				
3.1.1 ท่านเคยรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อต่าง ๆ				
3.1.2 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศ และโปสเตอร์)				

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่เห็นใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
3.1.3 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ การพูดติดต่อกทาง โทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)				
3.1.4 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)				
3.1.5 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อทัศน (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เทเบิลทีวี)				
3.1.6 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)				
3.1.7 ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)				

3.2 ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิด
บางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน
บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่เห็นใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ท่านทราบหรือไม่ว่าพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 บัญญัติถึงเรื่องอะไร				
มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน			
7	การฝ่าฝืนคำสั่งผู้ควบคุมอากาศยาน หรือ เจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ			
8	การสูบบุหรี่ หรือใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ในเวลาที่ห้ามใช้ หรือนำสิ่งของต้องห้ามขึ้นเครื่องบิน ผู้กระทำความผิดระวางปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ			

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการ เดินอากาศและอากาศยาน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		เห็น ด้วย 1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
9	<p>การทำให้เครื่องตรวจจับควัน (Smoke detector) หรืออุปกรณ์อื่นใดในอากาศยาน ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอากาศยาน</p> <p>ไม่ทำงาน</p> <p>ผู้กระทำได้ระวางปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>				
10	<p>การใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น</p> <p>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 80,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>				
11	<p>การพุดจาลวนลาม หรือแสดงกิริยาทำทาง ลามกอนาจาร หรือกระทำต่อร่างกายผู้อื่น อันเป็นการมุ่งหมายในทางเพศ ในระหว่าง การบิน</p> <p>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 120,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>				
12	<p>การดัดเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์หรือทำให้ เกิดความวุ่นวาย ในระหว่างการบิน</p> <p>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>				

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการ เดินอากาศและอากาศยาน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		เห็น ด้วย 1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
13	การใช้กำลังทำร้าย ผู้ควบคุมอากาศยานหรือ เจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้เกิด ความกลัว ตกใจโดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำ ด้วยใช้แรงกายภาพหรือด้วยวิธีอื่นใด ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 7 ปี หรือปรับไม่เกิน 280,000 บาท หรือทั้งจำทั้ง ปรับ				
14	การเข้าไปซ่อนตัวอยู่ในเครื่องบิน ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้ง ปรับ				
15	การทำร้ายร่างกายผู้อื่นในระหว่างการบิน ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 5 ปี-10 ปี หรือปรับตั้งแต่ 200,000 บาท-400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ				
16	การฆ่าผู้อื่นในระหว่างการบิน ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต				
17	การยัด หรือเข้าควบคุมอากาศยานโดยใช้ กำลังประทุษร้าย หรือขู่เข็ญว่าจะใช้กำลัง ประทุษร้ายผู้อื่น หรือขู่ว่าจะกระทำ อันตรายต่ออากาศยาน ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต จำคุก ตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 10 ปี-20 ปี				

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการ เดินอากาศและอากาศยาน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		เห็น ด้วย 1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
18	การทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ หรือทำให้อากาศยานในระหว่างบริการ เสียหายจนไม่สามารถทำการบินได้ <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิต</u> <u>จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20</u> <u>ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000</u> <u>บาท</u>				
19	การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายร้ายแรง ผู้อื่นในทำอากาศยาน จนได้รับอันตราย สาหัสหรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อ ทำอากาศยานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก ของทำอากาศยาน หรืออากาศยานที่จอด อยู่ในทำอากาศยาน หรือทำให้การ ให้บริการของทำอากาศยานหยุดชะงัก <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิต</u> <u>จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20</u> <u>ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000</u> <u>บาท</u>				
20	การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายมาผู้อื่นในทำ อากาศยาน <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิต</u>				

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการ เดินอากาศและอากาศยาน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		เห็น ด้วย 1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
21	การทำลาย หรือทำความเสียหายแก่เครื่อง อำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) หรือทำให้การ ทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกใน การเดินอากาศ (Air navigation facilities) ขัดข้อง หรือถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้ เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศ ยานในระหว่างการบิน <u>ผู้กระทำความผิดระวางโทษประหารชีวิต</u> <u>จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20</u> <u>ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000</u> <u>บาท</u>				
22	การแจ้งข้อความ หรือส่งข่าวเป็นเหตุให้ผู้ อยู่ในเครื่องบินตื่นตกใจ <u>ผู้กระทำความผิดระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี</u> <u>หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำ</u> <u>ทั้งปรับ</u>				

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการ เดินอากาศและอากาศยาน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		เห็น ด้วย 1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
23	<p>การเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิด ตามมาตรา 15-22</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษเช่นเดียวกับ</u> <u>ผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u></p> <p>ผู้สนับสนุน หมายถึง การกระทำด้วย ประการใด ๆ อันเป็นการช่วยเหลือหรือให้ ความสะดวกกับผู้ที่ต้องการกระทำ ความผิด ทั้งก่อนหรือขณะกระทำ ความผิด แม้ผู้กระทำความผิดจะไม่ได้รู้ถึง การช่วยเหลือหรือการให้ความสะดวกนั้น ก็ตาม</p>				
24	<p>การพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15-22</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษเช่นเดียวกับ</u> <u>ผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u></p> <p>การพยายาม หมายถึง การกระทำนั้นไม่ สำเร็จผล ที่ไม่สำเร็จผลนั้นเกิดจากเหตุ สองอย่าง อย่างหนึ่งคือทำไปไม่ตลอด อีก อย่างคือทำไปตลอดแล้วแต่ไม่บรรลุผล</p>				

มาตรา	เนื้อความหมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการ เดินอากาศและอากาศยาน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
		เห็น ด้วย 1	ไม่ แน่ใจ 0	ไม่เห็น ด้วย -1	ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
25	<p>การเตรียมการกระทำความผิดตาม มาตรา 17-20</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษเช่นเดียวกับ</u> <u>ผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u></p> <p>การเตรียม หมายถึง ผู้กระทำได้ เตรียมเพื่อการทำผิด แต่ยังไม่ใช่ ลงมือกระทำความผิด</p>				



ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความคิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
<p>1. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)</p> <p>() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)</p> <p>() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)</p> <p>() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)</p> <p>() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโสตทัศน์ (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)</p> <p>() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)</p> <p>() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram)</p>				

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่เห็นใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
2. รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร (เลือกเพียง 1 ข้อ) () ข้อความ () รูปภาพ () รูปภาพร่วมกับข้อความ () วิดีโอ () เสียงตามสาย				

3. เนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย

เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	เห็นด้วย 1	ไม่เห็นด้วย 0	ไม่เห็นด้วย -1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1) ใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด				
2) มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจ				
3) มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง				
4) เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน				
5) มีความสวยงาม และสร้างสรรค์				
6) นำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ				
7) การใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics)				

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ที่ตรวจสอบยืนยัน



ภาคผนวก ง

ผลการตรวจสอบยืนยันค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม
เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ
ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร จากผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลการตรวจสอบยืนยันความเที่ยงตรงและสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อประกอบการวิจัย เรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 สำหรับผู้โดยสาร จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

- 1) คุณเกียรติพล ตันติกุล
ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายการขนส่งทางอากาศ
บริษัท เอเอ็มพี คอนซัลแตนท์ จำกัด/บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด
- 2) ดร. วสวัตต์ สุติญญามณี
อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจการบิน วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- 3) คุณภัทรพร คงวิจิตต์
กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อ ที่	ชื่อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	เพศ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	อายุ	1	0	1	1	0.67	ใช้ได้
3	ภูมิลำเนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	อาชีพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	ระดับการศึกษา	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
7	ความถี่ในการเดินทาง ด้วยอากาศยาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้โดยสารในแต่ละช่องทางของการ
เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ข้อ ที่	ชื่อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	ทำนรับข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้ายประกาศ และ โปสเตอร์)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อ ที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
2	ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อกับโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ (ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เทเลทัศน์)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6	ท่านรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยสาร

หัวข้อที่ 1 ช่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยสาร

ข้อ ที่	ชื่อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	ท่านเคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารพระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อต่าง ๆ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงานประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุล สาร ใบปลิว ป้ายประกาศและโปสเตอร์)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อบุคคล (การพูดสนทนา การอภิปราย การ บรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้ สัมภาษณ์ การสัมมนา การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การแสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การ พูดในที่ชุมชน)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อโสตทัศน (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ เคเบิลทีวี)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อ ที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
6	ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อมวลชน (รายการข่าว)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7	ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram Email)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

หัวข้อที่ 2 ท่านทราบหรือไม่ว่าการกระทำต่อไปนี้ เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วย
ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและ
อากาศยาน ที่บังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	ท่านทราบหรือไม่ว่าพระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดบางประการต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 บัญญัติถึงเรื่องอะไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	มาตราที่ 7 การฝ่าฝืนคำสั่งผู้ควบคุมอากาศยาน หรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
3	<p>มาตราที่ 8 การสูบบุหรี่ หรือ ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่ไม่ห้ามใช้ หรือนำสิ่งของต้องห้ามขึ้นเครื่องบิน</p> <p><u>ผู้กระทำได้ต้องระวางปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	<p>มาตราที่ 9 การทำให้เครื่องตรวจจับควัน (Smoke detector) หรืออุปกรณ์อื่นใดในอากาศยานที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอากาศยานไม่ทำงาน</p> <p><u>ผู้กระทำได้ต้องระวางปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	<p>มาตราที่ 10 การใช้กำลังประทุษร้ายผู้อื่น</p> <p><u>ผู้กระทำได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 80,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6	<p>มาตราที่ 11 การพุดจาลวนลาม หรือแสดงกิริยาท่าทางลามกอนาจาร หรือกระทำต่อร่างกายผู้อื่น อันเป็นการมุ่งหมายในทางเพศ ในระหว่างการบิน</p> <p><u>ผู้กระทำได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 120,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
7	มาตราที่ 12 การดัดเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์ หรือทำให้เกิดความวุ่นวาย ในระหว่างการบิน <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือ</u> <u>ปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8	มาตราที่ 13 การใช้กำลังทำร้าย ผู้ควบคุมอากาศยานหรือเจ้าหน้าที่ประจำอากาศยาน หรือทำให้เกิดความกลัว ตกใจโดยการขู่เข็ญ ไม่ว่าจะทำ ด้วยใช้แรงกายภาพหรือด้วยวิธีอื่นใด <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 7 ปี หรือ</u> <u>ปรับไม่เกิน 280,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9	มาตราที่ 14 การเข้าไปซ่อนตัวอยู่ในเครื่องบิน <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือ</u> <u>ปรับไม่เกิน 40,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10	มาตราที่ 15 การทำร้ายร่างกายผู้อื่นในระหว่าง การบิน <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 5 ปี-10ปี</u> <u>หรือปรับตั้งแต่ 200,000 บาท-400,000 บาท</u> <u>หรือทั้งจำทั้งปรับ</u>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
11	มาตราที่ 16 การฆ่าผู้อื่นในระหว่างการบิน <u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิต</u>	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
12	<p>มาตราที่ 17 การยึด หรือเข้าควบคุมอากาศยาน โดยใช้กำลังประทุษร้าย หรือขู่จะใช้อำนาจประทุษร้ายผู้อื่น หรือขู่ว่าจะกระทำความอันตรายต่ออากาศยาน</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 10 ปี-20 ปี</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
13	<p>มาตราที่ 18 การทำลายอากาศยานในระหว่างบริการ หรือทำให้อากาศยานในระหว่างบริการเสียหายจนไม่สามารถทำการบินได้</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
14	<p>มาตราที่ 19 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายร้ายแรงกายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จนได้รับอันตรายสาหัสหรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อท่าอากาศยานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรืออากาศยานที่จอดอยู่ในท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการของท่าอากาศยานหยุดชะงัก</p> <p><u>ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิตจำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
14	<p>มาตราที่ 19 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายร้ายแรงกายผู้อื่นในท่าอากาศยาน จนได้รับอันตรายสาหัสหรือถึงแก่ความตาย หรือทำลายต่อท่าอากาศยานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน หรืออากาศยานที่จอดอยู่ในท่าอากาศยาน หรือทำให้การให้บริการของท่าอากาศยานหยุดชะงัก</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิตจำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
15	<p>มาตราที่ 20 การใช้อาวุธ หรือวัตถุอันตรายในท่าอากาศยาน</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิต</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
16	<p>มาตราที่ 21 การทำลาย หรือทำความเสียหายแก่เครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) หรือทำให้การทำงานของเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินอากาศ (Air navigation facilities) ชัดข้อง หรือถ้าการกระทำนั้นเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อความปลอดภัยของอากาศยานในระหว่างการบิน</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกตั้งแต่ 15 ปี-20 ปี และปรับตั้งแต่ 600,000 บาท-800,000 บาท</u></p>	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
17	มาตราที่ 22 การแจ้งข้อความ หรือส่งข่าวเป็นเหตุให้ผู้อยู่ในเครื่องบินตื่นตกใจ <u>ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</u>	1	1	1	3	1	ใช้ได้
18	มาตราที่ 23 การเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำความผิดตามมาตรา 15-22 <u>ผู้กระทำต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u> ผู้สนับสนุน หมายถึง การกระทำความผิดประการใด ๆ อันเป็นการช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกกับผู้ที่ต้องการกระทำความผิด ทั้งก่อนหรือขณะกระทำความผิด แม้ผู้กระทำความผิดจะไม่ได้รู้ถึงการช่วยเหลือหรือการให้ความสะดวกนั้นก็ตาม	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
19	มาตราที่ 24 การพยายามกระทำความผิดตามมาตรา 15-22 <u>ผู้กระทำต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดสำเร็จ</u> การพยายาม หมายถึง การกระทำนั้นไม่สำเร็จ ผลที่ไม่สำเร็จผลนั้นเกิดจากเหตุสองอย่าง อย่างหนึ่งคือทำไปไม่ตลอด อีกอย่างคือทำไปตลอดแล้วแต่ไม่บรรลุผล	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
20	<p>มาตราที่ 25 การเตรียมการกระทำความผิด ตามมาตรา 17-20</p> <p><u>ผู้กระทำได้ระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำ ความผิดสำเร็จ</u></p> <p>การเตรียม หมายถึง ผู้กระทำได้เตรียม เพื่อกระทำความผิด แต่ยังไม่ใช้ลงมือกระทำ ความผิด</p>	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดบางประการ
ต่อการเดินอากาศ พ.ศ. 2558 หมวด 1 ความผิดเกี่ยวกับการเดินอากาศและอากาศยาน
หัวข้อที่ 1 ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อประเภทใดได้ดีที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	() สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือรายงาน ประจำปี จดหมาย แผ่นพับ จุลสาร ใบปลิว ป้าย ประกาศและโปสเตอร์) () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อบุคคล (การพูด สนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ การปราศรัย การ แสดงปาฐกถา การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน) () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ (นิทรรศการ การเปิดให้เข้าชมกิจการ) () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโสตทัศน์ (ภาพยนตร์ วิดีโอ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องฉาย สไลด์ เคมเบิลทีวี) () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน (รายการ ข่าว) () สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Line Webblog Facebook Twitter YouTube Slideshare Instagram)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

หัวข้อที่ 2 รูปแบบที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะอย่างไร (เลือกเพียง 1 ข้อ)

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	() ข้อความ () รูปภาพ () รูปภาพร่วมกับข้อความ () วิดีโอ () เสียงตามสาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้

หัวข้อที่ 3 รูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณลักษณะใดบ้าง

ข้อที่	ข้อรายการ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	ใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงประเด็นที่สุด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	มีความสวยงาม และสร้างสรรค์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6	นำตัวอย่างการกระทำผิดจริง มานำเสนอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7	การใช้สถานการณ์จำลองมาสรุปเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพอินโฟกราฟิกส์ (Infographics)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ประวัติผู้จัดทำวิทยานิพนธ์

นักศึกษา	ชวัลณัฐ หงส์วานิชวงศ์	รหัส	5813200080
สาขาวิชา	การจัดการการบิน		
วัน-เดือน-ปีเกิด	วันที่ 31 พฤษภาคม 2533		
จังหวัดที่เกิด	สงขลา		
ที่อยู่ปัจจุบัน	70/156 ซอยเสนานิคม1 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230		
สถานที่ทำงาน	บริษัทสยามคูโบต้า คอร์ปอเรชั่น จำกัด		
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศ		
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี การจัดการบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล 2554		

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี