

การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สารนิพนธ์
ของ
นาย วรวุฒิ เชษฐณรงค์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

625.50688

ว ๒๗๕๗

ร.๓

การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทคัดย่อ

ของ

นาย วรวิทย์ เชษฐณรงค์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม ๒๕๕๖

๒ ๒๒๓๓๐๑

วรุฒิ เชษฐณรงค์. (2546). การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. วราภรณ์ อติสรประเสริฐ.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาถึง ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่าง ๆ และการรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้รถไฟฟ้าโดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มผู้โดยสารรายวันส่วนตัว 2. กลุ่มผู้โดยสารประจำทาง และ เดินเท้า 3. กลุ่มผู้อาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน ทั้งหมดจำนวน 462 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ใช้การคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การหาค่าความแตกต่างค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การหาค่าประสิทธิสัมพันธแบบเพียร์สัน และ การทดสอบข้อมูลในรูปความถี่

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มผู้โดยสารรายวันส่วนตัว เป็นเพศชายร้อยละ 61.7 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 53.9 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.2 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 77.3 และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 36.4 เป็นผู้ไม่เคยใช้รถไฟฟ้า (BTS) 34 คน ใช้บริการในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการมากที่สุด จะใช้บริการในช่วงเวลา 12:01-16:00 มากที่สุด และใช้เส้นทางสุขุมวิท มาก มีค่าเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 1.8 ครั้ง / สัปดาห์ มีอัตราค่าโดยสารเฉลี่ย เท่ากับ 58.55 บาท / สัปดาห์ มีความคิดว่า อัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ และมีแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 42.18 เปอร์เซ็นต์
2. กลุ่มผู้โดยสารประจำทาง และ เดินเท้า เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.6 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 16-25 ปี ร้อยละ 63.6 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.1 มีอาชีพเป็นนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ร้อยละ 44.8 และมีรายได้น้อยกว่าหรือ 10,000 บาท ร้อยละ 70.1 เป็นผู้ไม่เคยใช้รถไฟฟ้า (BTS) 24 คน ใช้บริการในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการมากที่สุด ใช้บริการในช่วงชั่วโมงเร่งด่วนมากที่สุด และใช้เส้นทางสุขุมวิทมาก มีค่าเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 3.83 ครั้ง / สัปดาห์ มีอัตราค่าโดยสารเฉลี่ย เท่ากับ 88.57 บาท / สัปดาห์ มีความคิดว่า อัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ และมีแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 50.92 เปอร์เซ็นต์
3. กลุ่มผู้โดยสารโดยอาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน เป็นเพศหญิงร้อยละ 63 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 56.5 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.3 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 76.6 และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 49.4 เป็นผู้ไม่เคยใช้รถไฟฟ้า (BTS) 23 คน ใช้บริการในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการมากที่สุด ใช้บริการในช่วงชั่วโมงเร่งด่วนมากที่สุด และใช้เส้นทางสุขุมวิทมาก มีค่าเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 2.81 ครั้ง / สัปดาห์ มีอัตราค่าโดยสารเฉลี่ย เท่ากับ 79.49 บาท / สัปดาห์ มีความคิดว่า อัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร

(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรติดตามระยะทางที่ใช้บริการ และมีแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 53.95 เปอร์เซ็นต์

4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ อายุ และ อาชีพ มีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา และ รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5. พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ แนวโน้มพฤติกรรมของ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เนื่องจาก หากผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS) มีอัตราการให้บริการที่สูงก็ จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) สูงตามไปด้วย

6. ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้ บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เนื่องจาก หากประชาชนมีความคิดว่า รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เป็นทางเลือกหนึ่งที่ใช้ในการแก้ ปัญหาจราจร ก็จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) สูงตามไปด้วย ส่วนทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับแนวโน้มพฤติกรรมของ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่มีความสัมพันธ์กัน

8. การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่ต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้ บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่แตกต่างกัน

**THE STUDY OF BEHAVIOR TENDENCY TOWARD USING THE MASS RAPID
TRANSIT SYSTEM SERVICE OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA
AND VICINITIES**

**AN ABSTRACT
BY
MR. WORAWOOT CHETNARONG**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
May 2003**

Worawoot Chetnarong (2003). *The Study of Behavior Tendency toward Using The Mass Rapid Transit System Service of People in Bangkok Metropolitan Area and Vicinities*. Master Project, M.B.A. (Management) Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr. Warangkana Adisornprasert.

The objective of this research was to study the behavior tendency toward using the Mass Rapid Transit System Service of people in Bangkok metropolitan area and vicinities by examining demographic characteristics, behavior and attitudes toward the Bangkok Transit System (BTS), attitudes in solving the traffic and environment problem in Bangkok, expectations toward using the Mass Rapid Transit System Service and information awareness through personal contact and media. The sample used in this study is a group of 462 transportation consumers which are classified into 3 groups as follows: 1. people who use private transportation, 2. people who use public transportation and pedestrians, and 3. people who car-pool with others. Self-administered questionnaires were used as a method in collecting the data. Frequency distribution, percentage, average mean, standard deviation, t-test independent, One-way analysis of variance, Pearson correlation coefficients and Chi-square were utilized to analyze the data.

The research results revealed as below:

1. Of people who use private transportation, 61.7 percent are male, 53.9 percent are aged between 26-35 years, 68.2 percent hold a bachelor degree, 77.3 percent employed by private companies, and 36.4 percent have an income range between 10,001-20,000. There are 34 people who have never use the Bangkok Transit System (BTS). BTS most used period is during weekend between 12.00-16.00 and Sukumvit route is the most frequent used. On average, people in this group use BTS 1.8 times per week, and paying fare baht 58.55 per week. In addition, they think that the Mass Rapid Transit System Service fare should be charged by distance and tendency to use the Mass Rapid Transit System is about 42.18 percent.

2. Of people who use public transportation and pedestrians, 52.6 percent are female, 63.6 percent are aged between 16-25 years, 59.1 percent hold a bachelor degree, 44.8 percent are students, and 70.1 percent have an income less than or equal to 10,000. There are 24 people who have never use the Bangkok Transit System (BTS). BTS most used period is during weekend between rush hours and Sukumvit route is the most frequent used. On average, people in this group use BTS 3.83 times per week, and paying fare baht 88.57 per week. In addition, they think that the Mass Rapid Transit System Service fare should be charged by distance and tendency to use the Mass Rapid Transit System is about 50.92 percent.

3. Of people who car-pool with others, 63 percent are female, 56.5 percent are aged between 26-35 years, 62.3 percent hold a bachelor degree, 76.6 percent employed by private companies, and 49.4 percent have an income range between 10,001-20,000. There are 23 people who have never use the Bangkok Transit System (BTS). BTS most used period is during weekend

between rush hour and Sukumvit route is the most frequent used. On average, people in this group use BTS 2.81 times per week, and paying fare baht 79.49 per week. In addition, they think that the Mass Rapid Transit System Service fare should be charged by distance and tendency to use the Mass Rapid Transit System is about 53.95 percent.

4. At the significance level of 0.05, people with different demographic characteristics including age group and occupation had different tendency to use the Mass Rapid Transit System Service. However, there was no difference between those who have different gender, educational level and personal income in terms of their tendency to use the Mass Rapid Transit System Service at the significant level of 0.05.

5. There was direct relationship between behavior and attitude toward the Bangkok Transit System (BTS) and tendency to use the Mass Rapid Transit System Service of people in Bangkok metropolitan area and vicinities at the significant level of 0.05. It indicates that those who regularly use the Bangkok Transit System will have higher tendency to use the Mass Rapid Transit System Service.

6. There was direct relationship between attitudes in solving the traffic problems and tendency to use the Mass Rapid Transit System Service of people in Bangkok metropolitan area and vicinities at the significant level of 0.05. Those who think that using the Mass Rapid Transit System Service is an alternative to lessen the traffic, they will have higher tendency to use the MRT. On the other hand, the relationship between attitudes toward environment problems and tendency to use the Mass Rapid Transit System Service was not found.

7. There was no relationship between expectations toward using the Mass Rapid Transit System Service and tendency to use the Mass Rapid Transit System Service.

8. There was no statistical significant difference between information awareness through personal contact and media and tendency to use the Mass Rapid Transit System Service.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

วรางคณา อติศรประเสริฐ
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

ศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

วรางคณา อติศรประเสริฐ.....ประธาน
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ศุพาดา สิริกุตตา.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ดร. กวี วรรณ.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรรณ)

วันที่.....9.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลือ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ประสิทธิ์ประสาทแง่คิดและหลักการในการทำงานวิจัยนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

และ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ รองศาสตราจารย์ สุพาดาสีริกุตตา กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ที่เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือวัดของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ บริษัท กิจการร่วมค้า ไอ โอ เอ็น ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนในการศึกษา และสนับสนุนข้อมูลต่าง ๆ ทั้งนี้รวมถึงเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการติดต่อประสานงาน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่า และ ประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึง คุณทวี และ คุณทุเรียน เชษฐณรงค์ บิดามารดา และพี่น้องน้องๆ ที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจอยู่เบื้องหลังในการทำงานวิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอดเสมอมา รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัย จนกระทั่งประสบความสำเร็จในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับ องค์การรถไฟฟ้ามหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงแก้ไข สิ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมส่วนรวม

วรวิทย์ เชษฐณรงค์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	4
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวความคิด.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวความคิดเกี่ยวกับการกลายเป็นเมืองกับการคมนาคม.....	10
แนวความรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการจราจร.....	11
แนวความคิดเกี่ยวกับระบบขนส่งมวลชนในเมือง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์.....	19
พฤติกรรมของผู้บริโภค.....	21
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	28
แนวความคิดเกี่ยวกับการคาดหวัง.....	30
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ.....	35
ความเป็นมาของโครงการรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	42
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
✓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	101
สังเขป ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	101
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	104

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ) อภิปรายผล.....	110
ข้อเสนอแนะ.....	112
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	113
บรรณานุกรม.....	114
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก.....	117
ภาคผนวก ข.....	126
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	129

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 สถิติจำนวนรถแยกตามประเภทในเขตกรุงเทพมหานคร.....	1
2 สารมลพิษจากรถยนต์และผลกระทบต่อสุขภาพ.....	11
3 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	53
4 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของพฤติกรรมที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	56
5 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมที่มีต่อการใช้ รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	58
6 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
7 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพ มหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	62
8 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพ มหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
9 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของ ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	67
10 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
11 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
12 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	74
13 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	75
14 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรม การใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	78
15 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนก ตามความแตกต่างของเพศ.....	80
16 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนก ตามความแตกต่างของอายุ.....	81
17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จำแนกตามความแตกต่างของอายุ.....	82
18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตาม ความแตกต่างของอายุ.....	83

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของระดับการศึกษา.....	84
20	ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอาชีพ.....	85
21	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอาชีพ.....	86
22	ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน.....	87
23	ผลการทดสอบการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	89
24	ผลการทดสอบค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	90
25	ผลการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	91
26	ผลการทดสอบทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	92
27	ผลการทดสอบทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	93
28	ผลการทดสอบความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	94
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร กับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	96
30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุด กับ แนวโน้มพฤติกรรมใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน).....	99

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ.....	23
2 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	25
3 ขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการรับรู้ปัญหา.....	26
4 ทฤษฎีความคาดหวังของวูม.....	32
5 แสดงกระบวนการในการเลือกรับสื่อ.....	37
6 แผนที่เส้นทางโครงการรถไฟฟ้ามหานครและสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน.....	120

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบัน กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่สำคัญของประเทศไทย และเป็นศูนย์กลางของความเจริญต่างๆ ประชากรในทุกภูมิภาคต่างๆ อพยพเข้ามาทำงาน และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทำให้ระบบการคมนาคมในกรุงเทพมหานคร เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเมืองที่มีความเจริญ และเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ จากการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นและมีความหนาแน่นขึ้นได้ส่งผลให้เกิดปัญหาที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร และปัญหาหนึ่งคือ ปัญหาการจราจรติดขัด ซึ่งสิ่งที่ตามมาคือ มลพิษทางอากาศในบริเวณถนนจะมีปัญหามลพิษทางอากาศสูงกว่าพื้นที่ทั่วไป

ปัญหาการจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพมหานคร สาเหตุหนึ่งมาจากการที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกัน เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเดินทางสัญจรไปมากก็ต้องเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ตามตัว เพื่อรองรับความต้องการของประชากร โดยพิจารณาได้จาก

ตาราง 1 สถิติจำนวนรถแยกตามประเภทในเขตกรุงเทพมหานครที่จดทะเบียน ณ. วันที่ 31 ธันวาคม ของปี 2542 - 2544 มีดังนี้

ประเภทรถ	พ.ศ. 2542 (คัน)	พ.ศ. 2543 (คัน)	พ.ศ. 2544 (คัน)
รถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์			
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	1,317,062	1,240,985	1,322,643
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	289,116	295,527	356,685
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล	664,080	737,476	671,470
รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล	885	1,276	530
รถยนต์รับจ้างระหว่างจังหวัด	249	247	326
รถยนต์รับจ้างบรรทุกโดยสารไม่เกิน 7 คน	61,950	64,321	67,019
รถยนต์สี่ล้อเล็กรับจ้าง	8,229	8,187	8,416
รถยนต์รับจ้างสามล้อ	7,405	7,403	7,406
รถยนต์บริการธุรกิจ	960	859	1,705
รถยนต์บริการทัศนาจร	317	321	395
รถยนต์บริการให้เช่า	106	96	209
รถจักรยานยนต์	1,660,119	1,964,850	1,853,788

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเภทรถ	พ.ศ. 2542 (คัน)	พ.ศ. 2543 (คัน)	พ.ศ. 2544 (คัน)
รถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก			
แยกเป็นรถโดยสาร			
- ประจำทาง	13,785	15,379	18,543
- ไม่ประจำทาง	7,361	6,961	8,067
- ส่วนบุคคล	3,782	3,788	4,135
รวมทั้งสิ้น	4,035,406	4,347,676	4,321,337

ที่มา : ฝ่ายสถิติ การขนส่ง กองวิชาการและวางแผน กรมการขนส่งทางบก

จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้น ปัญหาการจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพมหานครส่วนหนึ่งมาจากจำนวนรถยนต์ต่างๆ ที่ใช้วิ่งโดยสารในกรุงเทพมหานครอย่างหนาแน่น การแก้ปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานครที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนคือ การดำเนินการระบบขนส่งมวลชนอันได้แก่ การบริการรถประจำทาง หรือ ขสมก, การจัดการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย วิ่งรับส่งระหว่างในเมืองถึงชานเมือง, การให้สัมปทานเอกชนในการเดินรถประจำทางปรับอากาศ รถเมล์เอกชน และถึงแม้ว่าจะมีการตัดถนนเพิ่มขึ้น แต่ก็มิได้สามารถแก้ปัญหาให้ทุเลาเบาบางลงได้ แต่ก็มีทดลองโดยใช้วิธีต่างๆ เช่น การปรับปรุงระบบการจราจรเดินรถทางเดียว (One Way) สร้างทางด่วน (Express Way) สายต่างๆ พร้อมทั้งมีการจำกัดเส้นทางเดินรถประจำทาง (Bus Lane) และรถไฟฟ้า (BTS) โดยจะคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร แต่การแก้ปัญหาโดยวิธีการเหล่านี้ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าใดนัก ดังนั้นจึงมีการเสนอแนวทางแก้ปัญหาการจราจรของกรุงเทพมหานครด้วยการนำระบบขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (Mass Rapid Transit System) มาใช้ โดยคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมในกรุงเทพมหานครอย่างจริงจัง

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เดิมทีเรียกว่า โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง-บางซื่อ (สายสีน้ำเงิน) เป็นรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดินแห่งแรกของประเทศไทย

โครงการรถไฟฟ้ามหานครถือกำเนิดมาจากมติคณะรัฐมนตรีสมัยนายกรัฐมนตรีอินทพร บัณยารชุน เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2535 ให้จัดตั้งองค์การรถไฟฟ้ามหานคร (รฟม.) ขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่เดิมโครงการนี้ได้ออกแบบให้มีสายทางเดินรถในลักษณะยกระดับเหนือดินทั้งหมด โดยรัฐเป็นผู้ลงทุนโครงการเองทั้งหมด แต่ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุน โดยให้เอกชนเป็นผู้ลงทุนโครงการทั้งหมด และได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโครงสร้างประมาณครึ่งหนึ่งของสายทางให้เป็นระบบใต้ดิน ท้ายสุดคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2538 ให้ก่อสร้างโครงการฯ นี้เป็นระบบใต้ดินตลอดสาย โดยให้ รฟม. ลงทุนก่อสร้างงานโยธา และเอกชนลงทุนระบบไฟฟ้า โดยให้เอกชนรับผิดชอบระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร โดยมีสถานีทั้งสิ้น 18 สถานี

การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนี้ นอกจากจะศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) แล้ว ยังศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม โดยแยกพิจารณาออกเป็นลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ทัศนคติในการแก้ไขปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อม ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ การรับรู้ข่าวสาร จาก สื่อบุคคล และสื่อมวลชน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้อาจจะเป็นแนวทางเพื่อประกอบการพิจารณา วางแผนพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข สิ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมส่วนรวมโดยทั่วไป เพราะการสร้างโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง-บางซื่อ (สายสีน้ำเงิน) นี้ ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก และ ระยะเวลาในการก่อสร้างที่ยาวนาน เพราะฉะนั้นโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครโครงการนี้จึงควรที่จะเกิดประโยชน์ที่สูงสุดแก่สังคมส่วนรวมโดยทั่วไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และ รายได้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับ แนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการแก้ไขปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมใน กรุงเทพมหานคร กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
6. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญในการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ และเป็นแนวทางให้แก่ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย(รฟม.) ในการวางแผนพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข สิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมไปถึงแนวโน้มในการใช้บริการโครงการรถไฟฟ้าโครงการสายใหม่ที่จะมีขึ้นต่อไปในอนาคต และยังรวมถึงความสัมพันธ์ที่มีเส้นทางไปเกี่ยวข้องกับโครงการรถไฟฟ้าลอยฟ้า(BTS) เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการแก้ปัญหาจราจรและปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานครที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย

- 1.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้
- 1.2 พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า(BTS)
- 1.3 ทัศนคติในการแก้ไขปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
- 1.4 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านอัตราค่าโดยสาร ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก
- 1.5 การรับรู้ข่าวสาร จาก สื่อบุคคล และสื่อมวลชน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่เดินทางผ่านเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) สายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง-บางซื่อ ประกอบด้วย 18 สถานี อันได้แก่ สถานีหัวลำโพง, สามย่าน, สีลม, ลุมพินี, บ่อนไก่, ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, สุขุมวิท, เพชรบุรี, พระราม 9, เทียนร่วมมิตร, ประชาธิปไตย, สุทธิสาร, รัชดา, ลาดพร้าว, พหลโยธิน, หมอชิต, กำแพงเพชร และ บางซื่อ โดยกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาได้แก่ประชากรที่เกี่ยวข้องโดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถยนต์ส่วนตัว
2. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถโดยสารประจำทาง และ เดินเท้า
3. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยอาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน

โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา : 2545 : 26) โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 385 คน และสำรองไว้ 20% ของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 77 คน รวมเป็น 462 คน โดยกลุ่ม

- ตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มดังที่กล่าวมาแล้วในขั้นต้น และเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละเท่ากับ 154 คน โดยจะใช้การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ แบ่งเป็น

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ แบ่งเป็น

1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี

1.2.2 อายุ 16 – 25 ปี

1.2.3 อายุ 26 – 35 ปี

1.2.4 อายุ 36 – 45 ปี

1.2.5 อายุ 46 – 55 ปี

1.2.6 มากกว่า 55 ปี

1.3 ระดับการศึกษา แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ

1.3.1 มัธยมศึกษาตอนต้น

1.3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

1.3.3 อาชีวศึกษา / อนุปริญญา / ปวส.

1.3.4 ปริญญาตรี

1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ

1.4.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.4.3 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.4.5 แม่บ้าน

1.4.6 อื่นๆ.....

1.5 รายได้ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ

1.5.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.5.2 10,001 – 20,000 บาท

1.5.3 20,001 – 30,000 บาท

1.5.4 30,001 – 40,000 บาท

1.5.5 มากกว่า 40,000 บาท

2. พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS)
3. ทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดลอมในกรุงเทพมหานคร
 - 3.1 การห้ามรถยนต์ส่วนบุคคลเข้าพื้นที่เฉพาะในเขตเมืองจราจรที่คับคั่ง
 - 3.2 การสร้างรถไฟฟ้า (BTS)
 - 3.3 การสร้างรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
 - 3.4 การจัดสรรรถโดยสารประจำทางให้เพียงพอแก่ประชากรในกรุงเทพมหานคร
 - 3.5 สร้างเส้นทางลัดและมีเครื่องหมายบอกทาง
 - 3.6 ปัญหาสิ่งแวดลอมที่เกิดขึ้นจากปัญหาจราจร
4. ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
 - 4.1 อัตราค่าโดยสาร
 - 4.2 ระบบความปลอดภัย
 - 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวก
5. การรับรู้ข่าวสาร
 - 5.1 สื่อบุคคล
 - 5.2 สื่อมวลชน

3.2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ตรงกัน ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์เฉพาะต่าง ๆ ไว้ดังนี้

“รถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)” หมายถึง รถไฟฟ้าขนาดใหญ่ (Heavy Rail) ใช้ล้อเหล็กวิ่งบนรางเหล็ก เป็นรถปรับอากาศขนาดกว้าง 3.2 เมตร ยาว 20 – 24 เมตร สูงประมาณ 3.7 เมตร ความจุ 320 คน/คัน ความเร็วในการเดินทางเฉลี่ย 35 กิโลเมตร/ชั่วโมงให้บริการได้มากกว่า 40,000 คน/ชั่วโมง/ทิศทาง

“แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ” หมายถึง คะแนนที่ได้จากการวัดความพร้อมในการตัดสินใจของประชาชน ว่ามีแนวโน้มที่จะปฏิบัติในด้านบวกหรือลบต่อการเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้ และ ปัจจัยที่ตัดสินใจในการใช้บริการ

“ลักษณะด้านประชากรศาสตร์” หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

“พฤติกรรมการใช้รถไฟฟ้า(BTS)” หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยใช้เส้นทางในการให้บริการการเดินทางรถไฟฟ้า BTS มี 2 เส้นทาง คือ สายสีลม และ สายสุขุมวิท โดยมีจำนวนสถานีให้บริการรวม 23 สถานี โดยทั้ง 2 เส้นทาง มีสถานีเชื่อมเพื่อใช้ในการเปลี่ยนเส้นทาง คือ สถานีสยาม

“ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้า (BTS)” หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกของประชาชน ที่พร้อมจะตอบสนองในทางบวกหรือลบ ต่อการเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้า (BTS)

“การแก้ไขปัญหารถจักรยาน” หมายถึง การจัดให้มีโครงการต่างๆหรือนโยบายขึ้นเพื่อช่วยบรรเทาปัญหารถจักรยานที่แออัดในกรุงเทพมหานครให้ลดน้อยลงจากที่เป็นอยู่ ได้แก่ การห้ามรถยนต์ส่วนตัวขับเพียงคนเดียววิ่งในเขตเมืองจราจรที่คับคั่ง การสร้างรถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS) การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน, MRT) การจัดสรรรถโดยสารประจำทางให้เพียงพอกับประชาชนในกรุงเทพมหานคร และ การสร้างเส้นทางลัดและมีเครื่องหมายบอกทาง รวมไปถึงการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากปัญหารถจักรยาน เป็นต้น

“ความคาดหวัง” หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะเกิดจากประสบการณ์ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วหรือยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆก็ตาม โดยผู้บริโภคจะมุ่งเน้นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆมากที่สุด

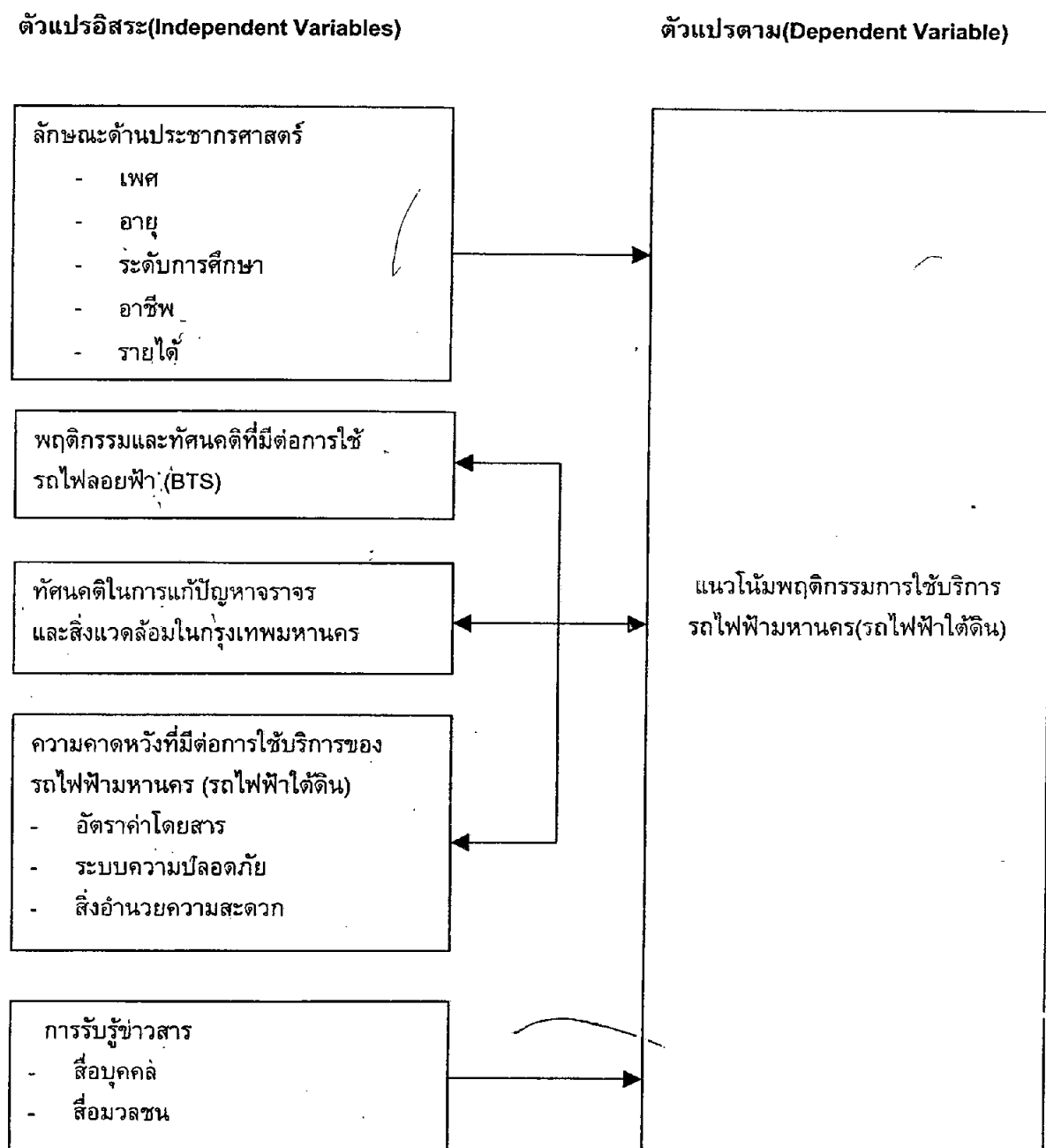
“การรับรู้ข่าวสาร” หมายถึง การได้รับฟังข่าวสาร อ่านหรือติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆจาก สื่อบุคคลหรือ สื่อมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

“ประชาชน” หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือประชาชนที่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

“สถานีรับ – ส่งผู้โดยสาร” หมายถึง สถานีรับ – ส่งผู้โดยสาร โดยสถานีแต่ละสถานีจะมีความลึกโดยเฉลี่ยจากผิวดินประมาณ 20 เมตร มีความกว้างประมาณ 23 เมตร ยาวประมาณ 200 เมตร มีประตูชานชาลา (Platform Screen Door) สภาพของพื้นที่สถานีส่วนใหญ่จะเป็นแบบชานชาลาอยู่ตรงกลาง รางรถไฟฟ้าจะอยู่ 2 ด้านของชานชาลา ยกเว้นบางสถานี จะมีอุโมงค์ซ้อนกันโดยรางรถไฟฟ้าจะอยู่คนละชั้น

กรอบแนวความคิด (Frame Work)

ในการศึกษาวิจัยเรื่องแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1.ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่แตกต่างกัน

2.พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

3.ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

4.ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา “แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ทั้งนี้ผู้วิจัยจะต้อง ศึกษาค้นคว้าข้อมูล ก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐาน จากแนวคิดทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ผู้วิจัยได้ค้นคว้า เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการกลายเป็นเมืองกับการคมนาคม
2. แนวความรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการจราจร
3. แนวความคิดเกี่ยวกับระบบขนส่งมวลชนในเมือง
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์
6. พฤติกรรมของผู้บริโภค
7. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
8. แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
9. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
10. ความเป็นมาของโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการกลายเป็นเมืองกับการคมนาคม

สุวัฒนา ชาดานิติ (2528 : 2) ให้ความเห็นว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการกลายเป็นเมืองได้ก็คือ มีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง เช่น เป็นจุดตัดของเส้นทางคมนาคมหลายสาย เป็นเมืองท่าเรือ เป็นจุด พ้นแรมของการเดินทางระยะยาว เช่น เมืองซินีเย่ ซิดาโก สิงคโปร์ เป็นต้น

ไวท์และโฟกัส (อดุลย์. 2523 : 22 ; อ้างอิงจาก White และ Foscus.) กล่าวถึงการคมนาคมใน เมืองไว้ว่า เมืองที่เกิดขึ้นนั้นส่วนหนึ่งจะต้องมีพื้นฐานมาจาก ต้องมีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง

ณรงค์ เส่งประชา (2523 : 106) ได้สรุปถึงปัจจัยที่ทำให้ชนบทกลายเป็นเมืองไว้ 8 ประการ ซึ่งมี ส่วนที่กล่าวถึงการคมนาคมในเขตเมืองว่า ความก้าวหน้าในการคมนาคมมีส่วนทำให้เมืองขยายตัวขึ้น เพราะ การติดต่อสะดวกรวดเร็ว และจะเป็นสื่อทำให้ชนบทเปลี่ยนสภาพเป็นเมืองได้รวดเร็วรวมทั้งเนื่องจากการเพิ่ม ของประชากรในเมืองทำให้เกิดความแออัด ประชากรที่มีฐานะดีจะย้ายไปอยู่นอกเมืองประกอบกับความเจริญ ด้านการขนส่งทำให้พื้นที่นั้นกลายเป็นเมืองต่อไป

สุพจน์ บุรพกุลศลศรี (2531 : 4-7) ได้กล่าวถึงการคมนาคมเป็นปัจจัยหนึ่งทางกายภาพที่ทำให้คน มาอยู่รวมกันจนเป็นเมืองได้ เพราะชุมชนต้องมีความสามารถในการขนส่ง เพราะการจัดทำปัจจัยพื้นฐานเพื่อ การยังชีพของประชากร เช่น จุดตัดที่เกิดจากถนนมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความหนาแน่นของประชากร

เมเยอร์ (กฤษ อินทรโกเศศ. 2536 : 25 ; อ้างอิงจาก Mayer.) รายงานความเจริญเติบโตของเมือง ต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา เป็นผลมาจากการสร้างทางหลวงโดยเฉพาะระบบทางด่วน ทั้งนี้จากการที่มีระบบการ

คมนาคม ที่สะดวกทำให้ตัวเมืองขยายออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอพยพของประชากรเข้าไปตั้งถิ่นฐานบริเวณใกล้เคียงเส้นทางรถยนต์ทำให้รูปแบบและลักษณะทางกายภาพของเมืองเปลี่ยนไป

2. แนวความรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการจราจร

มลภาวะทางอากาศ

ปัญหาอากาศเป็นพิษ กำลังเป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขของโลก จากสถิติขององค์การ สหประชาชาติ แสดงให้เห็นว่าคนจำนวนมากกว่าหนึ่งพันล้านคน หรือหนึ่งในห้าของประชากรโลกอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศไม่เหมาะสมต่อการหายใจ อากาศเป็นพิษ เป็นปัญหาของประเทศต่างๆ ทุกทวีปไม่ว่าจะมีการพัฒนา ระดับใด โดยมีลักษณะของปัญหาแตกต่างกันไป การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งส่วนใหญ่ คือ ถ่านหิน โดยโรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า โรงงานอุตสาหกรรมและเครื่องทำความร้อนในบ้าน

สารมลพิษจากรถยนต์ เป็นปัญหาอากาศเป็นพิษกลุ่มที่ 2 สารพิษจากรถยนต์ที่ร้ายแรงที่สุดคือ โอโซน ซึ่งกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนใหญ่ของหมอกควัน (Smog) ในเมือง การรวมตัวกันของโอโซน เกิดขึ้นเมื่อแสงอาทิตย์ทำให้ก๊าซไฮโดรคาร์บอนมีปฏิกิริยากับไนโตรเจนออกไซด์ โอโซนสามารถทำให้เกิดอาการรุนแรงทางระบบหายใจ สารมลพิษอื่นๆ จากรถยนต์ ได้แก่ ไนโตรเจนไดออกไซด์ คาร์บอนมอนอกไซด์ ตะกั่ว และสารไฮโดรคาร์บอนที่เป็นพิษ เช่น เบนซิน โทลูอิน(toluene) ไชลีน(xylene) และ อีธิลีนไดโบรไมด์(ethylene dibromide) ซึ่งแสดงในตารางดังนี้ (อีลารี เอฟเฟรนซ์ อ้างใน ปารีชาติ สุขุม 2535)

ตาราง 2 สารมลพิษจากรถยนต์และผลกระทบต่อสุขภาพ

ผลกระทบต่อสุขภาพโดยสารพิษจากรถยนต์	
ชนิดของสารพิษ	ผลกระทบต่อสุขภาพ
คาร์บอนมอนอกไซด์	- ขัดขวางการได้รับออกซิเจนเข้าสู่เลือด - ทำให้การรับรู้และการคิดไม่ปกติ - ปฏิกริยาสะท้อนอัตโนมัติช้าลง - ทำให้มีอาการง่วงซึม หงุดหงิดและถึงแก่ความตายได้ - ถ้าสูดดมเข้าไปโดยหญิงมีครรภ์อาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการทางสมองของทารกในครรภ์ได้

ตาราง 2 (ต่อ)

ผลกระทบต่อสุขภาพโดยสารพิษจากรถยนต์	
ชนิดของสารพิษ	ผลกระทบต่อสุขภาพ
ตะกั่ว	- มีผลกระทบต่อระบบหมุนเวียนโลหิต ระบบสืบพันธุ์ ระบบประสาท และระบบไต - อาจเป็นสาเหตุของความชุกชกเกินปกติ และลดสมรรถนะในการเรียนรู้ของเด็ก - เป็นอันตรายแม้กระทั่งเมื่อไม่ได้รับสารเข้าไปในร่างกาย
ไนโตรเจนไดออกไซด์	- ทำให้รับเชื้อไวรัสต่างๆ เช่น ไข้หวัดใหญ่ ได้ง่าย ทำให้ปอดระคายเคือง เป็นสาเหตุของโรคหลอดลมอักเสบ และ ปอดบวมได้
โอโซน	- รบกวนเนื้อเยื่อของระบบหายใจ ทำให้ไอ หายใจไม่ออก และ ปอดทำงานไม่ปกติ - ลดความต้านทานของโรคหวัด และ โรคปอดบวม - อาจทำให้เกิดโรคหัวใจเรื้อรัง หอบหืด หลอดลมอักเสบและถุงลมในปอดโป่ง
ละอองสารพิษอื่นๆ	- อาจเป็นสาเหตุของโรคมะเร็ง การเป็นหมัน และความบกพร่องในการเกิดเบนซินเป็นสารคาร์ซิโนเจนที่รู้จักทั่วไป

ที่มา : National Clean Air Condition and the U.S. Environmental Protection Agency.

มลภาวะทางเสียง

วรัญญา จีระพลวรรณ (ไพบูลย์ แจ่มพงษ์. 2536 ; อ้างอิงจาก Priede. 1971) ให้ความหมายของมลพิษทางเสียงไว้ว่า คือเสียงที่ดังเกินไป และเสียงรบกวนซึ่งเป็นเสียงที่ไม่พึงปรารถนาโดยจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับคนเราในด้านความรู้สึก ทัศนคติ นิสัย ความเคยชินส่วนตัว เวลา และสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

อันตรายของเสียงมีผลต่อการทำงานและการเรียนรู้ เพราะเสียงมีผลกระทบทางสรีระและทางจิตใจ แต่การศึกษาเรื่องนี้ทำได้ยากเนื่องจากว่ามลพิษทางเสียงมีลักษณะแตกต่างกันมาก ทั้งทางด้านความเข้มของเสียง ความดัง ช่วงเวลาที่อยู่ในมลพิษทางเสียงและสภาวะแวดล้อมอื่นๆ

สำหรับที่มาของเสียงจากยวดยานนั้น (ไพบูลย์ แจ่มพงษ์. 2536 ; อ้างอิงจาก Priede. 1971) กล่าวไว้ว่า เกิดจากเครื่องยนต์ระบบส่งกำลังและอุปกรณ์อื่นๆ เสียงจากการสันดาปเนื่องจากสภาพถนนและเสียงที่เกิดขึ้นจากการปะทะกันของลม แผลงกำเนิดเสียงอันแรกคือผิวนอกของตัวรถ เมื่อมีแรงจากเครื่อง

ยนต์ ถนนหรือลมจะทำให้เกิดความสั่นสะเทือนขึ้นที่ผิวด้านนอก แหล่งกำเนิดเสียงอันที่ 2 คือ การกระจายของเสียงจากเครื่องยนต์เกิดลมระบายความร้อน ระบบถ่ายทอดกำลังและเสียงจากล้อ

ปัญหาพลังงาน (ธงชัย พรรณสวัสดิ์. 2540) ได้กล่าวถึง ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์พลังงานในการเดินทาง ว่า การนั่งรถคนเดียวนั้น ใช้พลังงานมากถึง 6,500 บีทียูต่อคนต่อไมล์ (บีทียูเป็นหน่วยวัดปริมาณพลังงานซึ่งจะเป็นไฟฟ้า น้ำมัน หรือแก๊ส) เช่น ถ้าคนหนึ่งคนขับรถไปคนเดียวเป็นระยะทาง 1 ไมล์ (เท่ากับ 1.6 กิโลเมตร) จะต้องใช้น้ำมันคิดเป็นพลังงานถึง 6,500 บีทียู แต่ถ้าคนคนนั้นเดินเท้าเป็นระยะทาง 1 ไมล์ เช่นกันจะใช้พลังงาน(ได้จากอาหารที่กินเข้าไป) เพียง 400 บีทียูเท่านั้น ส่วนรถเมล์วิ่งระหว่างเมือง(วิ่งได้เร็ว) จะใช้พลังงาน 1,000 บีทียูต่อคนต่อไมล์ น้อยกว่ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพราะรถเมล์นั่งได้หลายคน ซึ่งนำมาสู่ข้อพิจารณาที่สรุปได้ว่า ถ้าจะลดปัญหาการใช้พลังงาน ซึ่งจะโยงไปถึงเรื่องมลภาวะเป็นพิษทางอากาศแล้ว เราควรเร่งสนับสนุนการขนส่งมวลชน ให้มากขึ้น แต่เนื่องจากว่าองค์การขนส่งมวลชนก็ไม่สามารถให้บริการที่เพียงพอกับประชาชนที่ในกรุงเทพมหานครอย่างเพียงพอ เพราะฉะนั้นรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) จึงเป็นทางเลือกอีกหนึ่งทางเลือกที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาการจราจร มลภาวะทางอากาศ มลภาวะทางเสียง รวมไปถึงปัญหาทางด้านพลังงานอีกด้วย

3. แนวความคิดเกี่ยวกับระบบขนส่งมวลชนในเมือง

เดวิส (Davis. : 9-11; อ้างอิงจาก Bish and Nourse. 1975) ได้กล่าวถึง ระบบขนส่งมวลชนในเมืองซึ่งเป็นโครงข่ายไฟฟ้าไว้ในเรื่องของประวัติศาสตร์โดยสังเขปของกระบวนการเกิดเมืองว่า ในศตวรรษที่ 19 โครงข่ายไฟฟ้ากลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางของคนงานจากย่านที่อยู่อาศัยไปโรงงานต่างๆที่กระจุกอยู่ในเมืองใหญ่

กอร์ดอล (กฤช อินทรโกเศศ. 2536 : 25 ; อ้างอิงจาก Goodal.) กล่าวว่า บริเวณที่มีความเหมาะสมในแง่ความเป็นศูนย์กลางของโครงข่ายการคมนาคม เป็นย่านกลางที่ง่ายต่อการเข้าถึงและกระจายออกไปสู่เขตอื่นๆ ได้สะดวกเป็นบริเวณที่มีประชากรสัญจรกันมากและหนาแน่นจะเป็นศูนย์กลางธุรกิจอันเป็นโอกาสให้แก่การใช้ที่ดินเพื่อธุรกิจเป็นการค้าได้ดี เนื่องจากเป็นประเภทการใช้ที่ดินที่สามารถเสนอราคาเช่าที่ดินในอัตราสูง เพื่อแลกกับลักษณะที่ตั้งที่เหมาะสมและสามารถให้กำไรสูงสุด

สมีท (Smeed. 1968 : 112) กล่าวว่า เนื่องจากพื้นที่ถนนเมืองใหญ่ๆ มิใช่เพียงพอสำหรับให้รถยนต์วิ่งและโดยเฉพาะความต้องการของพลเมืองที่ไม่มีรถยนต์ ซึ่งต้องอาศัยการขนส่งสาธารณะแม้แต่ผู้ที่มิรถยนต์ส่วนตัวบางครั้งก็อาจเปลี่ยนมาใช้บริการขนส่งสาธารณะเมื่อไม่มีรถ ดังนั้นการขนส่งสาธารณะจึงเป็นทางเลือกที่จำเป็นสำหรับครอบครัวที่มีรถยนต์หลายครอบครัว

ความจำเป็นที่ต้องมีการขนส่งที่ดีในเมืองได้ถูกกำหนดไว้ก่อนแล้ว โดย Geometric Design คือ จำนวนผู้สัญจรที่จะใช้ระบบถนนระหว่างชั่วโมงเร่งรัด (Rush Hour) ตามเมืองใหญ่ๆ นั้นมีจำนวนมาก ข้อจำกัดนี้เกิดขึ้นเนื่องมาจากสัดส่วนของพื้นที่ที่เป็นถนน จำนวนรถบรรทุกที่อยู่ในเส้นทางจราจร ความยาวของชั่วโมงเร่งรัด และจำนวนผู้โดยสารโดยเฉลี่ยในยานพาหนะแต่ละคัน รายงานการศึกษาของ R.J. Smeed ได้พยายามแสดงให้เห็นความเป็นไปในข้อจำกัดดังกล่าว Smeed ได้สร้างแบบจำลองโดยสมมติระยะเวลา 2 ชั่วโมงให้เป็นช่วงเวลาที่คนเดินทางไปทำงาน กำหนดพื้นที่ร้อยละ 14 ของเมืองเป็นถนน รถประจำทางคันหนึ่งกำหนดให้มีผู้โดยสารเฉลี่ย 42.5 คน และรถยนต์คันหนึ่งกำหนดว่ามีคนนั่งเฉลี่ย 1.45 คน คิดพื้นที่ที่ใช้โดยรถบรรทุกเท่ากับ 30 เปอร์เซ็นต์ของถนน และสมมติว่าเนื้อที่ถนนใช้ได้เต็มที่ เป็นร้อยละ 80 ปรากฏว่าอัตรา

ความเร็วของรถโดยเฉลี่ยลดลงเหลือเพียง 9 ไมล์ต่อชั่วโมง โดยอาศัยสมมติฐานเหล่านี้เป็นหลักถ้าจะทำให้ทุกคนที่ทำงานในใจกลางเมืองสามารถไปกลับโดยรถยนต์แล้วใจกลางเมืองนั้นก็จะมีคนทำงานได้เพียง 24,000 คนเท่านั้น ถ้าจะให้มากกว่านี้คนส่วนที่เพิ่มขึ้น จะต้องใช้บริการขนส่งสาธารณะ ถ้าคนทำงานไปกลับในใจกลางเมืองมีจำนวน 30,000 คน คนที่จะใช้รถยนต์ได้จะลดลงเหลือร้อยละ 90 สัดส่วนนี้จะลดลงไปเรื่อยๆ ถ้าใจกลางเมืองมีคนทำงานไปกลับเพิ่มขึ้นเป็น 100,000 คน คนที่จะใช้รถยนต์ได้จะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 50 ตามสมมติฐานที่กล่าวมาแล้ว

คณะผู้เชี่ยวชาญเยอรมัน (2518 : 29) ได้รายงานว่ ในนครใหญ่กำลังปรับปรุงการขนส่งสาธารณะ โดยพิจารณาใช้ระบบขนส่งมวลชนแบบต่างๆ รวมทั้งสหรัฐอเมริกาซึ่งเคยคิดมาเป็นเวลานานแล้วการขนส่งแบบอิสระ โดยการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลนั้นเป็นการแก้ไขการขนส่งในเมืองได้เพียงพอ กรุงเทพมหานครก็เช่นเดียวกัน แต่ต้องการทางด้านการขนส่งนั้นสูงมาก และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจนไม่มีทางที่การขนส่งส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวจะตอบสนองได้ แม้แต่ในประเทศที่มั่งคั่งที่สุดก็พยายามเลิกความพยายามดังกล่าว ทั้งนี้เพราะการที่จะจัดให้มีการขนส่งส่วนบุคคลอย่างเต็มที่นั้นจะต้องใช้ทุนทรัพย์ที่มีอยู่จนหมดสิ้น และแม้ว่าจะมีเงินมหาศาลก็ตาม ในแง่ของการให้บริการโดยทั่วไปแล้วรถยนต์มักจะให้บริการที่ดีเลิศกว่ารถประจำทาง เพราะพร้อมที่จะเดินทางตามใจผู้โดยสาร สามารถเลือกเส้นทางที่จะไปสู่จุดหมายปลายทางได้ตามใจชอบ และประหยัดเวลาได้มาก นอกจากนี้ยังประหยัดแรงงานไม่ต้องเดินมาก ไม่ต้องรอ และ ไม่ต้องเสียเวลาหยุดรับส่งผู้โดยสารอื่นระหว่างทางอีกด้วย รถยนต์ยังป้องกันอากาศหนาว อากาศร้อน มีความเป็นส่วนตัว และรับรองได้ว่าจะมีที่นั่งเสมอสำหรับคนหลายๆคน รถยนต์เป็นสัญลักษณ์ แสดงฐานะที่สำคัญอย่างไม่อาจปฏิเสธได้อีกทั้งยังได้เปรียบตรงที่ช่วยบรรเทาทุกข์ส่วนตัวได้มาก แต่ข้อดีทางด้านประสิทธิภาพของการขนส่งสาธารณะมีเหนือกว่าการขนส่งส่วนบุคคล คือระบบการขนส่งมวลชน สามารถส่งผู้โดยสารใน 1 ช่องทางการจราจรได้มากกว่า 8 ช่องทาง ที่ใช้คนโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และผู้เดินทางในรถยนต์ส่วนบุคคล และละคนใช้เนื้อที่ถนนต่อเที่ยวมากกว่าคนเดินทางโดยรถเมล์ แต่ละคนหลายเท่าตัว

โครงสร้างของถนนสายหลักของกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเหมาะสำหรับการขนส่งมวลชนเป็นอย่างยิ่ง ถนนแต่ละสายจะมีประชากรประมาณ 20,000 คน จะต้องเดินทางมายังบริเวณกลางเมืองในชั่วโมงเร่งด่วนตอนเช้า สภาพการณ์ดังกล่าวนี้เหมาะสมอย่างยิ่งในการจัดบริการด้านการขนส่งมวลชนและให้มีการติดตามดูปริมาณผู้โดยสารอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะคาดการณ์ได้ว่าจะเปลี่ยนเป็นรถไฟฟ้าได้เมื่อใด หากพบว่าจำนวนผู้โดยสารจะเกินความสามารถที่รถจะบริการได้ในระยะ 2 ปีข้างหน้าก็ต้องเตรียมการที่จะเปลี่ยนรถบัสเป็นรถไฟฟ้าเป็นการเปิดโอกาสให้เปลี่ยนเป็นรถไฟฟ้า เมื่อประมาณผู้โดยสารสูงขึ้น

โอเวน (กฤษ อินทรโกเศศ. 2536 : 23; อ้างอิงจาก Owen.) กล่าวว่าเมืองยังต้องการการขนส่งสาธารณะที่ดีสำหรับหนองความต้องการของผู้ที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากรายได้ อายุ สุขภาพ หรือเพราะเป็นทางเลือกเมื่อไม่มีบริการรถประจำทางหรือรถไปที่สะดวก บุคคลเหล่านี้ก็จะไม่ได้รับโอกาสเท่าเทียมกับผู้มีรถยนต์ ทั้งในด้านการงาน การศึกษา บริการสาธารณะสุข และนันทนาการ (Recreation) เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงชีวิตทุกด้านในเมืองได้ในหลายส่วนของโลก เมืองที่อยู่ในใจกลางซึ่งมีผู้อาศัยหนาแน่น มักจะอยู่ห่างไกลจากแหล่งอุตสาหกรรมซึ่งตั้งอยู่นอกเมืองและพาหนะในการเดินทางที่ไม่เพียงพอกับความต้องการก็เป็นอุปสรรคในการหางาน และการทำงานวันถึงแม้จะมีการขนส่งสาธารณะบ้างก็ตาม แต่ค่าเสียหายน้อยระยะทางที่อ้อมและวุ่นมักจะเป็อุปสรรคอย่างใหญ่หลวงต่อการเดินทาง

เอกรินทร์ อัญญุทธธน (2537 : 81) กล่าวถึงระบบการสัญจรด้วยรถขนส่งมวลชน (Mass Transit Transportation) เป็นระบบบริการมวลชนที่รัฐจัดเตรียมไว้เพื่อจะให้บริการประชาชนในชุมชนเมือง โดยเน้น

การเคลื่อนย้ายคนจำนวนมากในช่วงเวลาอันสั้น ซึ่งมีรูปแบบการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ตามแต่สภาพความพร้อมและความเหมาะสมกับพื้นที่อันได้แก่ ระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน ระบบรถไฟฟ้าลอยฟ้า ระบบรถราง ระบบขนส่งมวลชนทั่วไปในรูปของรถเมล์ รถขนส่งประจำทาง หรือแม้กระทั่งการสัญจรทางน้ำซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานดั้งเดิมของพื้นที่เมืองที่พึ่งพาอาศัยสัญจรทางสายน้ำมาแต่ดั้งเดิมนั้นเป็นปัจจัยในการสัญจรมวลชนที่รัฐจัดหาไว้ เพื่อให้บริการมวลชนเพื่อเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่พื้นที่แหล่งงานและธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่อย่างไรก็ตาม การขนส่งสาธารณะยังมีความจำเป็นมาก สำหรับการเดินทางในเมือง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครที่มีการจราจรติดขัดอยู่ในขั้นวิกฤตถึงแม้จะมีถนนกว้างๆ หลายสายก็ตาม แต่การใช้ถนนก็อยู่ในปริมาณใกล้เคียงกับที่ออกแบบไว้เดิมที่ตามทฤษฎี

4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

คำว่า “ทัศนคติ” (Attitude) ได้มีนักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความไว้ ดังนี้ ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกและการประพฤติในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง โดยเฉพาะต่อวัตถุบางอย่างอยู่เสมอๆ โดยประเด็นสำคัญ 2 ประการ คือ ทัศนคติไม่ค่อยจะมีการเปลี่ยนแปลงถ้าหากว่าไม่มีแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อวัตถุบางอย่างจะมีทั้งความรู้สึกและความเชื่อ ถ้าหากว่าคนคนหนึ่งมีทัศนคติที่ไม่ดีแล้วย่อมจะแสดงให้เห็นเป็นนัยว่าเขาจะมีความรู้สึกและความเชื่อในทางลบ (สมยศ นาวิการ. 2521 : 82-83)

ทัศนคตินั้นเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเป็นอะไรก็ได้หลายอย่างเป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การความคิด ฯลฯ ความรู้สึกเหล่านี้ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520 : 1 ; อ้างอิงจาก Thurstone. 1959)

ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น (Mun. 1971 : 77)

ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้ จะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Allport. 1935 : 810)

ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่จะแสดงตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่สนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเกิดก่อนพฤติกรรมและเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ (Fishbein. 1967 : 119)

ทัศนคติ เป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้ จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ (Rokcach. 1970 : 112)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และมีผลต่อการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ซึ่งอาจจะเป็นการสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้

หน้าที่และกลไกของทัศนคติ (The Function of Consumer Attitudes)

ทัศนคติมีหน้าที่และกลไกหลายอย่างต่อการแสดงออกของทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ ได้แก่

1. หน้าที่ในการปรับตัว (adjustment function) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่ผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร ซึ่งหน้าที่การปรับตัวนี้บุคคลจะพยายามให้ได้รับความพอใจสูงสุด หรือรางวัลตอบแทนมากที่สุดจากสิ่งแวดล้อม
2. หน้าที่ในการป้องกันตน (ego-defensive function) คือ การที่คนเราจะใช้เครื่องมือในการลดความกังวล หรือในการป้องกันตนเองจากสิ่งที่เขาไม่ยอมรับหรือจากแรงกดดันรอบๆ ตัวเขา
3. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (value-expressive function) การแสดงซึ่งค่านิยมที่มีของบุคคล คือ การแสดงออกซึ่งทัศนคติซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประเภทบุคคลที่เรามอง
4. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้ (knowledge function) ประกอบด้วยวิถีทางที่บุคคลจะให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ที่กระจายอยู่รอบตัวเรา

คุณสมบัติของทัศนคติ (Properties of Consumer Attitudes)

คุณสมบัติของทัศนคติเป็นพื้นฐานที่แสดงออกถึงกลไกการทำงานของทัศนคติหรือหน้าที่ของทัศนคติ ได้แก่

1. ความพร้อมที่จะกระทำ (readiness to act) ทัศนคติจะเป็นตัวเริ่มของการแสดงออกของผู้บริโภค และยังเป็นเครื่องมือในการแสดงออกอย่างง่ายของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทัศนคติของผู้บริโภคอย่างมีทิศทาง (consumer attitude have polarity) ทัศนคติสามารถเกิดในแง่บวกหรือลบก็ได้ ทัศนคติในแง่บวก คือ ความโน้มเอียงของบุคคลต่อการกระทำหรือตอบสนองในทางที่ดีต่อสินค้าหรือร้านค้า ทัศนคติในแง่ลบ คือ ความโน้มเอียงของบุคคลในการหลีกเลี่ยงสถานการณ์ต่อการกระทำ หรือสนองต่อสินค้าหรือร้านค้า
3. ทัศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นที่แตกต่างกัน (consumer attitude vary in intensity) ทัศนคติของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับระดับขั้นความรู้สึก ไม่ว่าทัศนคตินั้นจะมีทิศทางไปทางไหนก็ตาม บางครั้งแนวโน้มของความลึกซึ้งของการเกิดทัศนคติอาจมีสภาพเป็นกลางคือเฉยๆ (neutral) นั่นคือ ความรู้สึกที่ไม่รุนแรงหรือเข้มข้น
4. ทัศนคติดีรูปแบบในการแสดงออก (attitude display structure) ทัศนคติของผู้บริโภคจะแสดงออกในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเสมอ รูปแบบของทัศนคติจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค
5. ความสมบูรณ์ของทัศนคติไม่เหมือนกัน (completeness of attitudes varies) ทัศนคติของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงคุณสมบัติที่อาจเรียกว่าความสมบูรณ์ได้ ทัศนคติบางครั้งอาจเกิดขึ้นจากการมีข้อมูลที่สมบูรณ์ก็ได้ ซึ่งจากข้อเท็จจริงดังกล่าวผู้บริโภคถือว่าทัศนคติที่เกิดขึ้นนั้นถูกต้องแล้วและนำไปสู่การกระทำ (สุกร. 2537)

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประการ ดังนี้ (ยุพิน ลอยหา, 2538 : 9)

1. ทัศนคติ เป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมใดต่อไปนี้จะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือจะเรียกว่า เป็นสภาวะที่พร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
2. ทัศนคติ จะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา คือมีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

3. ทศนคติ เป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ทศนคติ มีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินและเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่จริงด้วย

องค์ประกอบของทศนคติ

จากความหมายและลักษณะของทศนคติดังกล่าวข้างต้น นักจิตวิทยาได้เสนอองค์ประกอบของทศนคติต่างๆไว้ 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 ทศนคติมี 3 องค์ประกอบ (รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์, 2533 : 13 ; อ้างอิงจาก Kretch, Prutchfield and Pallachey. 1962) มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง องค์ประกอบทางด้านความเชื่อ ความรู้ ความคิดและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายของทศนคติ

2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ หรือทำที่ที่ดี ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทศนคติทำให้เกิดทศนคติในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง ความพร้อมหรือแนวโน้มที่บุคคลจะปฏิบัติต่อเป้าหมายของทศนคติ

แนวทางที่ 2 ทศนคติมี 2 องค์ประกอบ (รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์, 2533 : 13 ; อ้างอิงจาก Rosenberg and Katz. 1960) มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง กลุ่มของความเชื่อที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทศนคติจะเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่างๆ ของบุคคล

2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้นโดยเป้าหมายของทศนคติ

แนวทางที่ 3 ทศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ ความรู้สึก ในทางชอบหรือไม่ชอบ ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทศนคติ (รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์ 2533 : 13 ; อ้างอิงจาก Thurstone. 1959, Insko. 1967, Bem. 1970, Fishbein and Ajzen. 1975)

จากองค์ประกอบของทศนคติ ในการวิจัยนี้ศึกษาทศนคติตามแนวที่ 1 ได้แก่ ทศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ ความคิดและความคิดเห็น ความรู้สึกชอบ-ไม่ชอบ หรือทำที่ที่ดี ไม่ดี และ ความพร้อมหรือแนวโน้มที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

แหล่งกำเนิดของทศนคติ

ทศนคติมีแหล่งกำเนิดที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520 : 64)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experiences) เป็นการเรียนรู้ทศนคติจากประสบการณ์เฉพาะอย่างที่เกี่ยวข้องกับทศนคตินั้นในทางที่ดีและไม่ดี เช่น เมื่อลูกค้าของธนาคารได้ใช้บริการกับธนาคารแล้ว ได้รับการต้อนรับที่อบอุ่นจากพนักงาน สถานที่จอดรถสะดวก ทำเลที่ตั้งของสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ฯลฯ ลูกค้าก็จะเกิดทศนคติที่ดีต่อธนาคารและมีความรู้สึกอยากใช้บริการของธนาคารต่อไป เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from others) ทศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นจากการได้ติดต่อสื่อสารข่าวสารกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เด็กได้รับโดยครอบครัว โรงเรียน เพื่อน ฯลฯ

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) ทศนคติบางอย่างถูกสร้างขึ้นมาจากการเลียนแบบคนอื่น ขบวนการเกิดทัศนคติโดยวิธีนี้เกิดได้โดยขั้นแรกจากเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะมองเห็นว่าบุคคลอื่นมีการปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของความเชื่อ ทศนคติ ซึ่งมาจากการปฏิบัติของเขา ถ้าบุคคลนั้นให้ความเคารพนับถือยกย่องบุคคลที่แสดงปฏิภิกิริยานั้นอยู่แล้วก็จะยอมรับความรู้สึก ความเชื่อจากบุคคลนั้น

4. องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional factor) ทศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากสถาบัน เช่น โรงเรียน สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา หน่วยงานต่างๆ สื่อมวลชน ฯลฯ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคลและจะแตกต่างกันตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลนั้น โดยที่บุคคลจะแสดงทัศนคติออกเป็น 3 ประเภท ด้วยกัน (ชนิษฐา เบญจาทิกุล. 2536 : 23)

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ โต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ

2. ทัศนคติเชิงลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกในทางที่ไม่ดี หรือ ในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งความเกลียดชังต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น ในเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้ง 3 ประการนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความรู้สึก ความคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคลหรือเรื่องราวนั้น

อิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติ

ปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติของบุคคล ได้แก่ (ยุพิน ลอยหา. 2538 : 13 ; อ้างอิงจาก เพ็ญแข ศรีสุทธิกุล.)

1. บิดามารดาและการอบรมเลี้ยงดู การประพฤติปฏิบัติตน และลักษณะของความเชื่อ ความคิดต่างๆ ของพ่อแม่เป็นสิ่งที่มอิทธิพลสำคัญเป็นอันดับแรกต่อการสร้างทัศนคติให้แก่ลูก

2. ครูและการอบรมสั่งสอน ครูไม่เพียงแต่จะมีอิทธิพลในด้านการถ่ายทอดความรู้ให้กับเด็กเท่านั้น ยังมีอิทธิพลในการเสริมสร้างทัศนคติหรือความคิดต่างๆ ให้กับเด็กอีกด้วย

3. การศึกษา ระดับการศึกษามีผลต่อทัศนคติ เนื่องจากปัจจุบันวิทยาการก้าวหน้าไปมาก และการศึกษาหาความรู้ของประชาชนก็กว้างขวางมากขึ้น

4. วัฒนธรรมในสังคม สังคมที่ต่างกันย่อมมีศาสนา ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต่างกัน ความแตกต่างเหล่านี้ย่อมมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย

5. ความก้าวหน้าทางวิชาการและเครื่องมือสื่อสารใหม่ๆ ความรู้ทางวิชาการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในทุกแขนงวิชา และความก้าวหน้าของเครื่องมือสื่อสาร เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทำให้ทัศนคติของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม

การกระทำใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ มักเกิดจากทัศนคติของคนผู้นั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนทางเสือของพฤติกรรม คือ เป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ถ้าเราต้องการพยากรณ์และควบคุมพฤติกรรมของคน เราต้องศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ” อย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง อย่างไรก็ตาม การศึกษาในอดีตพบว่า ความ

สัมพันธระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมนั้น เฟสติงเกอร์(Festinger) ได้อธิบายว่า เหตุผลหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทันทีทันใด เป็นเพราะปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลให้ทัศนคติเดิมอาจจะยังคงอยู่ภายหลังจากทัศนคติได้เปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคติมีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากที่ได้รับข่าวสารแล้ว (มนัส ปูอินหลง. 2534 : 42)

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคตินี้ สามารถนำไปวิเคราะห์ถึงทัศนคติในด้านต่างๆของประชาชนที่มีต่อรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)ว่าก่อนการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)ของประชาชนมีความรู้สึกอย่างไรต่อรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกในเชิงบวก เชิงลบ หรือเฉยๆ ต่อ การบริการของพนักงาน ตัวบริการ ความสะดวกในการใช้บริการ อาคารสถานที่ องค์การ ฯลฯ และสามารถวิเคราะห์ให้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้บริการของประชาชนว่าเป็นอย่างไร

5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์

ความหมายของพฤติกรรม พฤติกรรมเป็นการประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นการประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นกิจวัตรประจำวันและเป็นพฤติกรรมภายนอก ใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกายและสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้ปฏิบัติทันทีแต่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป ดังนั้น พฤติกรรมในที่นี้จึงเน้นเฉพาะการปฏิบัติ (Practices) เป็นสำคัญ มีนักการศึกษาและนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ ดังนี้

การปฏิบัติ หมายถึง ความสามารถที่จะนำเอาวิธีการ ทฤษฎี กฎเกณฑ์ และแนวคิดต่างๆ ไปใช้แก้ปัญหาในสถานการณ์จริง หรือสถานการณ์จำลองได้อย่างถูกต้องโดยตนเอง (เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ และ เอนกกุล กริแสง. 2522 : 42-43)

การปฏิบัติ หมายถึง การที่สามารถนำความรู้ ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริง หรือสถานการณ์จำลองที่คล้ายคลึงกัน หรือสามารถนำทฤษฎี กฎเกณฑ์และวิธีดำเนินการต่างๆ ของเรื่องนั้นไปใช้แก้ปัญหาในทำนองเดียวกันได้ (ยัง พิทยานิคม. 2523 : 162)

การปฏิบัติ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจที่มีในเรื่องราว ข้อเท็จจริง วิธีการต่างๆ ไปใช้ในสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวัน หรือในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน

สำหรับในต่างประเทศมีผู้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ ดังนี้

การปฏิบัติ หมายถึง ความตั้งใจในการปฏิบัติมีพื้นฐานมาจากความรู้ (ข้อมูล) ทัศนคติหรือความเชื่อ (Attitude or Belief)

การปฏิบัติ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจที่มีอยู่เดิมไปใช้อย่างเหมาะสมถูกต้อง ในการแก้ปัญหาต่างๆ ในสถานการณ์ใหม่ๆ

จากความหมายของพฤติกรรมดังกล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรม คือ การปฏิบัติซึ่งหมายถึง การที่บุคคลนำความรู้ ความเข้าใจที่มีอยู่ไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันในการวิจัยนี้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง การปฏิบัติ (Practice) ในการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

องค์ประกอบของพฤติกรรม กล่าวว่า พฤติกรรมของคนเรามีก่อประกอบ 7 ประการ คือ (ปกิจ พรหมายน. 2530 : 29 ; อ้างอิงจาก Cronbach.)

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือ

วัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเรามีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการอื่นๆ ภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของบุคคล

3.สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4.การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่บุคคลจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาเสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คิดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5.การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6.ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้อาจตรงตามที่คาดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7.ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวังในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์ใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

จากองค์ประกอบของพฤติกรรมดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ประชาชนย่อมมีจุดมุ่งหมาย (Goal) ก่อนที่จะเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ความหมายของพฤติกรรม (สมนึก ชัชวาล. 2530 ; อ้างอิงจาก W.E.Vinacke.) ซึ่งให้เห็นว่าพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลนั้น จะเป็นผลโดยตรงจากการที่คนเราได้รับรู้ เกี่ยวกับงานหรือกิจกรรมที่กระทำตลอดจนความยากง่าย และความถูกต้องของงาน รวมทั้งรางวัลที่จะได้รับจากการทำงานนั้นหลังจากนั้นก็จะสร้างแรงจูงใจ และเจตคติ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ใช้สำหรับบ่งชี้แนวของการปฏิบัติต่อไป

สิ่งกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล. 2529) ได้กล่าวถึงทัศนะต่างๆ ที่มีต่อกำเนิดพฤติกรรมว่าแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทที่ 1 มีความเชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์นั้นเกิดมาจากภายในตัวของมนุษย์เอง (mind) โดยมิได้ตกอยู่ในอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ประเภทที่ 2 ทัศนะว่ามนุษย์เกิดมาแล้วตกอยู่ภายใต้การควบคุมของสิ่งแวดล้อม เชื่อว่าประสบการณ์ของมนุษย์ ทำให้คนเราเกิดการเรียนรู้ที่จะกระทำพฤติกรรม

ประเภทที่ 3 มีแนวความคิดประสมประสานระหว่าง ประเภทที่ 1 และ 2 คือ ให้ความสำคัญแก่ลักษณะภายในตัวมนุษย์และสิ่งแวดล้อมว่าก่อให้เกิดพฤติกรรม โดยองค์ประกอบในตัวมนุษย์เองและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ก็มีอิทธิพลต่อกันและกันในลักษณะที่สัมพันธ์กันอย่างถ้อยที่ถ้อยอาศัย

วิลเลียม (สมนึก ชัชวาล. 2530 ; อ้างอิงจาก William W. Reeder.) ได้รวบรวมกลุ่มของปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำของมนุษย์ และได้แยกรูปแบบของการแสดงออก ซึ่งการกระทำทางสังคมของมนุษย์แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงทัศนคติให้ปรากฏ เช่น การพูดและการเขียน ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และความรู้ที่เขาได้รับ

2. อารมณ์ หรือความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึก หรืออารมณ์ที่บุคคลมีต่อบางสิ่งบางอย่างที่อยู่รอบๆ ตัวเอง ซึ่งมีทั้งความรู้สึกที่ดีและไม่ดี

3. การคาดคะเนพฤติกรรม คือ แนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรม เขาจะพิจารณาถึงผลเสียของการที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นก่อน ถ้าพฤติกรรมที่จะแสดงออกไปได้ผลเสียเขาก็จะไม่ทำ

4. พฤติกรรมที่แสดงออก หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกจริงๆ หลังจากผ่านขั้นตอนการคาดคะเนพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ แล้ว

พฤติกรรมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม (ประเวศ วะสี. 2536) กล่าวว่า เมื่อมนุษย์อุบัติขึ้นในโลก ก็ได้ใช้ชีวิตอยู่เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติเช่นเดียวกับสรรพชีวิตอื่นๆ ที่อยู่อย่างสมดุล ต่อมา มนุษย์เริ่มทำลายธรรมชาติอย่างรุนแรง จนกระทั่งโลกก้าวเข้าสู่วิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้น วิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นเนื่องจากมนุษย์ โดยมีสมการดังนี้

$$E = NB$$

โดยที่ E = ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Load)

N = จำนวนมนุษย์ (Number)

B = พฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรมมนุษย์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเจตจำนงของบุคคลเท่านั้น แต่โครงสร้างทางสังคมมีส่วนกำหนดพฤติกรรมของบุคคลด้วยและโครงสร้างทางสังคมก็มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา พฤติกรรมของมนุษย์ที่เปลี่ยนไปตามโครงสร้างของสังคม จึงพร้อมที่จะทำร้ายสิ่งแวดล้อมได้ทุกขณะและแม้ว่าจะอยู่ในมุมโลกหนึ่งก็สามารถทำลายสิ่งแวดล้อมในอีกส่วนหนึ่งของโลกได้ เนื่องจากโครงสร้างสังคมที่เน้นเศรษฐกิจและการตลาดมีการเชื่อมโยงกันทั่วโลก และบงการพฤติกรรมของบุคคลและสังคม เช่น เกษตรกรเคยทำการเกษตรแบบหลากหลายซึ่งเป็นเกษตรกรรมที่คำนึงถึงความสมดุลของธรรมชาติ แต่เมื่อระบบเศรษฐกิจเปลี่ยน ทำให้มาทำเกษตรกรรมแบบพืชเชิงเดี่ยว มีการทำลายป่า ต้องซื้อปุ๋ย ซื้อสารฆ่าแมลง ระบบที่ผูกพันเชื่อมโยงกัน ทำให้มีผลกระทบถึงกันเป็นทอดๆ หรือเกิดสภาวะวิกฤตจากความเชื่อมโยง และเนื่องจากการทำลายสภาพแวดล้อม (E) ขึ้นกับพฤติกรรมมนุษย์ (B) เป็นสำคัญ พฤติกรรมของมนุษย์ที่จะลดการทำลายสิ่งแวดล้อมลงได้คือ ผู้ที่บริโภควัสดุและพลังงานมาก จะต้องลดการบริโภคให้น้อยลง แต่มีคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น

ในขณะที่พฤติกรรมของมนุษย์ ถูกจัดอยู่ในกระบวนการสุดท้าย (Output) ของปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคล ในขณะเดียวกันนั้น พฤติกรรมก็จัดได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งที่มนุษย์กระทำเช่นกัน สังคมจะเป็นอย่างไร ก็ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นๆ ด้วยความสำคัญอย่างยิ่งนี้เอง จึงทำให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ขึ้นอย่างหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุผลที่ว่า ถึงแม้เราจะสามารถสร้างเครื่องมือที่ดีที่สุดในการจัดมลภาวะ แต่หากมนุษย์ยังมีพฤติกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมอยู่เช่นเดิม ปัญหาสิ่งแวดล้อมจะไม่มีวันหมดไปอย่างแน่นอน

6. พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการใช้จ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกระบวนการดังกล่าวด้วย (ศุภร. 2537)

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

สามารถแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้เป็น 2 ประการคือ

1. ปัจจัยที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล (Internal Variables) จะเป็นตัวควบคุมกระบวนการความคิดภายในทั้งหมดของผู้บริโภค ประกอบด้วย

1.1 ความต้องการของผู้บริโภค (consumer's needs) หมายถึง สิ่งที่เป็นใจๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ

1.2 แรงจูงใจ (motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำหรือพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน

1.3 บุคลิกภาพ (personality) หมายถึง ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่สร้างขึ้นภายในตัวของบุคคล ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลแตกต่างไปจากคนอื่น

1.4 การเรียนรู้ (awareness) หมายถึง การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้ง 5 ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย คือ

1.4.1 การรับรู้ (perception) หมายถึง การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านประสาททั้ง 5

1.4.2 ทศนคติ (attitudes) หมายถึง กลุ่มกว้างๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคล

1.4.3 การเรียนรู้ (learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ

2. ปัจจัยที่อยู่ภายนอกของบุคคล (External Variables) บุคคลจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมอยู่เรื่อยๆ ตลอดเวลา ปัจจัยภายนอกของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกได้กว้างๆ ได้ 5 ปัจจัยคือ

2.1 อิทธิพลของครอบครัว (family influences) อิทธิพลอันเกิดจากสมาชิกภายในครอบครัว

2.2 อิทธิพลของสังคม (social influences) อิทธิพลที่เกิดจากการติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับบุคคลอื่นๆ นอกเหนือไปจากครอบครัวและธุรกิจ

2.3 อิทธิพลของธุรกิจ (business influences) หมายถึง การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น ณ. สถานที่ของร้านค้า หรือโดยผ่านทางกรขายโดยใช้ตัวบุคคล และการโฆษณาก็ตาม

2.4 อิทธิพลของวัฒนธรรม (cultural influences) หมายถึง ความเชื่อที่มีอยู่ในตัวของบุคคลและการลงโทษในสังคมที่ได้มีการพัฒนาขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคมนั้นๆ

2.5 อิทธิพลทางเศรษฐกิจและอิทธิพลของรายได้ (economic or income influences) หมายถึง ข้อกำหนดหรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปแบบของตัวเงินและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

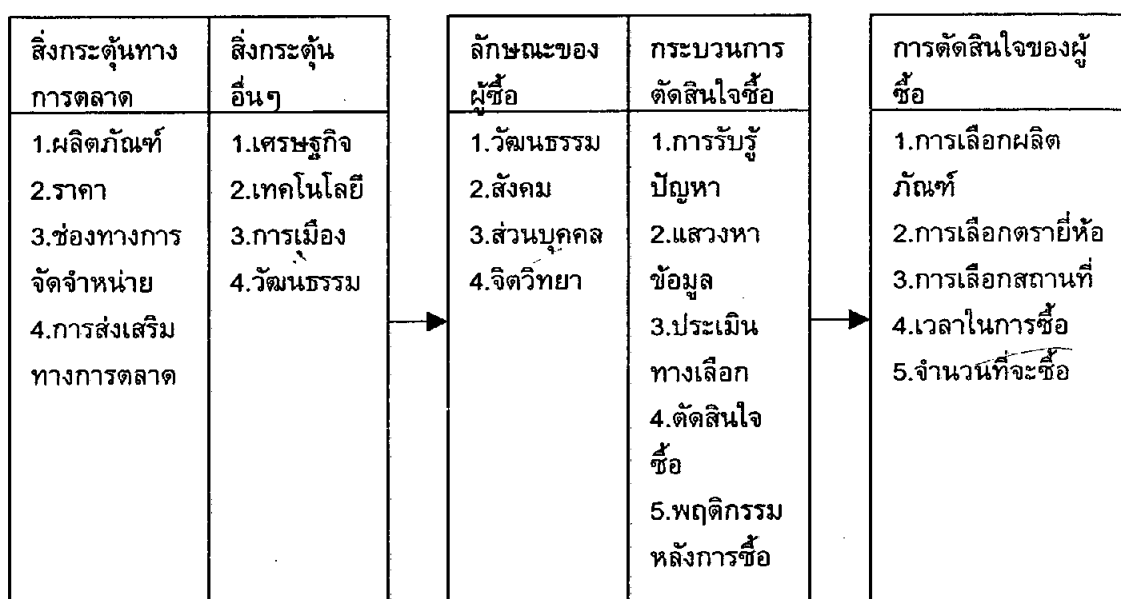
โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)

การแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ การค้นหาวาปัจจัยใดเป็นปัจจัยซึ่งมีความสำคัญที่มีต่ออิทธิพลพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภคนับว่าเป็นงานที่มีความสำคัญยิ่งของนักการตลาด(ในที่นี้การซื้อ จะหมายถึง การเลือกซื้อบริการ) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภค ซึ่งสามารถจัดส่วนประสมการตลาดต่างๆ กระตุ้น และสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ โดยนักการตลาดจะต้องพยายามค้นหาความรู้สึกภายในของผู้บริโภค ว่าได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภคดังกล่าว จะต้องศึกษา

ถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ลักษณะของผู้ซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้ซื้อ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการศึกษาเหตุจูงใจของผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยจะเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristic) เช่น ลักษณะทางวัฒนธรรมสังคม ส่วนบุคคล และจิตวิทยาของผู้ซื้อ แล้วก็จะเกิดกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจของผู้ซื้อต่อไป (Buyer's Decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ (Model of Consumer Behavior)

ที่มา : ศิริวรรณและคณะ. (2540).

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) หมายถึง สิ่งที่มีลักษณะให้บุคคลเกิดการตอบสนอง หรือตัดสินใจ สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimulus) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมาก ที่นักการตลาดจะต้องจัดให้มีขึ้น เพราะจะสร้างให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place)

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร บริษัทความคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)

1.2.2 สิ่งกระตุ้นด้านเทคโนโลยี (Technology)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นด้านการเมือง (Political)

1.2.4 สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม (Cultural)

ซึ่งจากทฤษฎีนี้ผู้ศึกษา ได้ออกแบบสอบถาม เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นทางด้านราคา สิ่งกระตุ้นทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สิ่งกระตุ้นทางการส่งเสริมทางการตลาด ไว้ในส่วนที่ 4 ของแบบสอบถาม ซึ่งก็ได้สอบถามถึงปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด

2. ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics)

ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factor)

วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย

1.3 ชนชั้นของสังคม

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง

2.2 ครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่

3.1 อายุ

3.2 อาชีพ

3.3 รายได้

3.4 ระดับการศึกษา

3.5 รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิดส่วนบุคคล

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics)

4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์

ประสงค์ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจ(Motive) การจูงใจมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Needs) โดยอาศัยสิ่งจูงใจทางการตลาด นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์

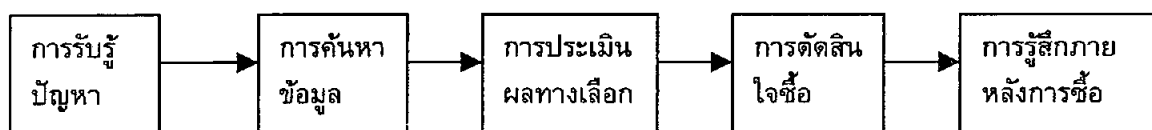
4.2 การรับรู้ (Perception) หมายถึง การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรือ อะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านประสาททั้ง 5

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนอง หรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์ หรือการเกิดขึ้นของสัญญาณหรือความรู้สึกที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนนั่นเอง

4.4 ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs and Attitudes) หมายถึง ความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคล

3.กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ(Buyer's Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ
ที่มา : ศิริวรรณและคณะ. (2540).

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Assael Henry. 1994 : 80)

การตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)

การรับรู้ปัญหา หมายถึง ผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็น และความต้องการในสินค้า กระบวนการในการรับรู้ปัญหา ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

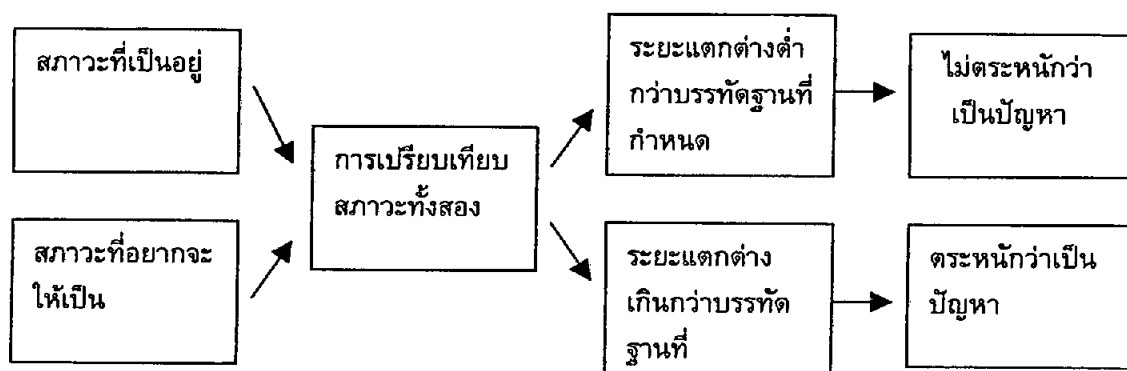
1. การเกิดสภาวะที่อยากให้เป็น (Ideal State or Desired State) หมายถึง การเรียนรู้และเข้าใจถึงสภาวะอันหนึ่ง และผู้บริโภคเห็นด้วยว่า สภาวะนั้นเป็นสิ่งที่ดี จนเกิดความอยากที่จะอยู่ในสภาวะนั้น

2. การทราบถึงสภาวะที่เป็นอยู่ (Actual State) ผู้บริโภคจะทราบหรือรับรู้สภาวะที่เป็นอยู่ด้วยตนเอง เนื่องจากตนเป็นผู้ที่อยู่กับสภาวะนั้นในขณะนั้น

3. การเปรียบเทียบสภาวะที่อยากให้เป็นกับสภาวะที่เป็นอยู่ โดยผู้บริโภคจะนำสภาวะทั้งสองที่ตนรับรู้และเข้าใจแล้วนั้น มาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะได้ระยะของความแตกต่าง (Degree of Discrepancy) ออกมา

4.การรับรู้ปัญหา หรือ การตระหนักว่ามีปัญหาเกิดขึ้น (Problem Recognition) ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา เมื่อเห็นว่า ระยะของความแตกต่าง ระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่และสภาวะที่อยากให้เป็นมีอยู่มากอย่างเห็นได้ชัด ผู้บริโภคอาจกำหนดระยะห่างระดับหนึ่งขึ้นมาเป็นบรรทัดฐานเพื่อบอกตนเองว่า

ปัญหานั้นมีความสำคัญมากหรือไม่ ดังภาพประกอบ 3 อย่างไรก็ตาม ระยะห่างเหล่านี้ไม่ใช่ขนาดตายตัว หากจะเปลี่ยนแปลงไปตามเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคแต่ละคน ณ ขณะใดขณะหนึ่ง



ภาพประกอบ 3 ขั้นตอนต่างๆในกระบวนการรับรู้ปัญหา
ที่มา : Assael Henry. (1994).

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

หลังจากที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงปัญหา หรือความจำเป็น ก็จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่สามารถแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการที่เกิดขึ้น จากแหล่งข้อมูลภายในตัวผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เมื่อพบว่าข้อมูลที่มีอยู่ (ในความทรงจำ) ไม่เพียงพอ ก็จะแสวงหาเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นที่อยู่ภายนอกตัว

1. การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายใน (Internal Search) หมายถึง การที่ผู้บริโภคดึงเอาความรู้ที่มีอยู่ซึ่งเป็นข้อมูลที่เก็บไว้ในความทรงจำ ออกมาใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ องค์ประกอบสำคัญของการตัดสินใจจากแหล่งภายในที่มีอยู่ 2 ประการคือ

- 1.1 ปริมาณและคุณภาพของความรู้ที่มีอยู่
- 1.2 ความสามารถในการดึงข้อมูล

ผู้บริโภคที่มีข้อมูลเก็บไว้ในความทรงจำในปริมาณที่มากพอ และมีคุณภาพดีพอ ตลอดสามารถที่จะดึงข้อมูลเหล่านั้นออกมาใช้ได้ตามที่ต้องการก็ไม่ต้องไปแสวงหาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆอีก

2. การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอก (External Search) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเก็บรวบรวมข้อมูลที่ตนสนใจจากแหล่งต่างๆ เช่น สื่อ คำบอกเล่าของผู้เชี่ยวชาญ ญาติมิตร หรือผู้ใกล้ชิด เป็นต้น การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอก นอกจากจะเกิดขึ้นเนื่องจากข้อมูลภายในตัวผู้บริโภคไม่เพียงพอแล้ว ยังมีสาเหตุมาจากสินค้าที่จะซื้อเป็น High Involvement Product ซึ่งผู้บริโภครู้สึกที่มีความเสี่ยง (Perceived Risk) เกิดขึ้นค่อนข้างสูงในการซื้อสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น การซื้อสินค้าที่มีราคาค่อนข้างแพง หรือสินค้าที่ต้องใช้ไปเป็นเวลานานๆ การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอก อาจแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1 การแสวงหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Prepurchase Search) ซึ่งหมายถึงการที่ผู้บริโภคเสาะหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าในระหว่างที่กำลังตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าตัวใดตัวหนึ่ง

2.2 การแสวงหาข้อมูลเป็นกิจวัตร (Ongoing Search) เป็นการเสาะหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเข้าไปเสริมปริมาณและคุณภาพของข้อมูล ที่เก็บไว้ในความทรงจำอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อในอนาคตต่อไป

แหล่งข้อมูลภายนอก สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- (1) แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก
- (2) แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative)

หลังจากที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลจนกระทั่งเพียงพอต่อการตัดสินใจแล้ว จึงพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากข้อมูลที่รวบรวมได้ ผู้บริโภคจะกำหนดทางเลือกจำนวนหนึ่งขึ้นมาก่อนที่จะนำไปเปรียบเทียบเพื่อเลือกเอาทางเลือกที่คิดว่าดีที่สุด ทางเลือกที่ผู้บริโภคกำหนดขึ้นเพื่อใช้ในการพิจารณาเรียกว่า เซตพิจารณา (Consideration Set or Evoked Set) ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีวิธีการกำหนดทางเลือกที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความรู้ หรือข้อมูลที่มี ผู้ที่มีความรู้หรือมีข้อมูลมากย่อมมีทางเลือกมากกว่าผู้ที่มีข้อมูลน้อย หรือไม่มีเลย

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลทางเลือก (Evaluation Criteria) มักจะเป็นคุณลักษณะ (Attribute) ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ คุณลักษณะที่ผู้บริโภคนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินจะต้องมีความสำคัญ (Salient Attribute) กล่าวคือเป็นคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการประเมินอย่างแท้จริง เช่น ราคา ตราสินค้า อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งคุณลักษณะที่สำคัญก็อาจไม่มีผลกระทบต่อกระบวนการประเมินแม้แต่น้อย ตัวอย่างเช่น ในกรณีที่ทุกตรามีราคาเท่ากัน ถึงแม้ราคาจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ แต่ก็ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นต้น

การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกแต่ละทางเลือกด้วยการเปรียบเทียบทางเลือกเหล่านั้นตามเกณฑ์พิจารณา หากผู้บริโภคเชื่อว่าทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นอย่างดี ก็จะทำให้คะแนนสำหรับทางเลือกนั้นสูง ซึ่งจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้านั้น

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

การตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนสำคัญที่สำคัญยิ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคลงมือกระทำซื้อ ภายหลังจากที่ได้ผ่านขั้นตอนอื่นๆ ก่อนหน้านี้มาแล้วตามลำดับ การตัดสินใจซื้อที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การตั้งใจซื้อและการลงมือซื้อ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของสภาวะแวดล้อมและความแตกต่างในตัวผู้บริโภค เช่นเดียวกับพฤติกรรมในขั้นตอนอื่นๆ

การตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภควางแผนว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการอันหนึ่ง ที่ไหน อย่างไร และเมื่อใด อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคจะวางแผนซื้ออย่างละเอียดหรือไม่ขึ้นอยู่กับขนาดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการซื้อสินค้านั้นว่ามากหรือน้อยเพียงใดหากตัดสินใจซื้อผิด ในกรณีที่ความเสี่ยงมีมาก ผู้บริโภคจะวางแผนการซื้ออย่างละเอียด (Fully Planned Purchase) โดยจะกำหนดล่วงหน้าถึงชนิดและตราของสินค้าที่จะซื้อ ซึ่งได้จากขั้นตอนการประเมินทางเลือกดังที่ได้กล่าวไปแล้ว การตั้งใจซื้ออีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งมักเกิดขึ้นอยู่เสมออีกคือ การซื้อโดยไม่ได้ตั้งใจ หรือ การซื้อที่ไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า (Unplanned Purchase) ผู้บริโภคอาจทำการซื้อโดยไม่ได้ตั้งใจอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดหมายเกิดขึ้น เช่น มีการจัดรายการลดราคา ขนานใหญ่ภายในร้าน เป็นต้น

ในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อนี้ ปัจจัยแวดล้อมภายในร้าน ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบด้วย บรรยากาศของร้าน (Store Atmosphere) การวางแผนภายในร้าน (Layout) และการจัดแสดงสินค้าในร้าน (Display) ซึ่งจะต้องจัดให้เหมาะสมกับเป้าหมายของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ผู้

บริโภคที่มีรายได้และการศึกษาสูง หรือผู้ที่จัดอยู่ในชั้นสังคมที่ค่อนข้างสูง จะชอบบรรยากาศของร้านที่หรูหรา สะอาด เป็นระเบียบ มีรสนิยม และมีการต้อนรับที่ดี ขณะที่ผู้มีรายได้และการศึกษาที่ต่ำกว่าหรือผู้ที่จัดอยู่ในชั้นของสังคมระดับรองลงมามากจะชอบร้านเล็กๆ ที่รู้จักมักคุ้นกันอยู่ เพื่อจะได้บรรยากาศของความอบอุ่น เป็นพวกเดียวกัน เป็นต้น

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior)

พฤติกรรมภายหลังการซื้อเป็นความรู้สึกพอใจ หรือไม่พอใจหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตามที่คาดหวัง ก็จะทำให้เกิดผลในทางบวก คือ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติไม่ตรงไปตามความต้องการหรือต่ำกว่าความคาดหวังย่อมเกิดผลในทางลบ นั่นคือ ผู้บริโภคไม่พอใจและมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำค่อนข้างสูง

4. การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision)

การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ประกอบด้วย การตัดสินใจด้านต่างๆ ดังนี้

4.1 การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product Decision) การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติต่อผู้ประกอบการธุรกิจและยี่ห้อ ราคา การลดราคา การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ จะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

4.1.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับยี่ห้อ (Brand Decision)

4.1.2 การตัดสินใจด้านราคาและการลดราคา (Price and Deal Decision)

4.1.3 การตัดสินใจซื้อโดยฉับพลัน (Impulse Decision)

4.2 การตัดสินใจด้านร้านค้า (Store Decision) การตัดสินใจเกี่ยวกับร้านค้าและผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความรู้สึกต่อร้านนั้นๆ การเลือกร้านค้า (Choice of Store) การเลือกร้านค้าขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ราคา และการบริการ

4.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการซื้อ (Method of Purchase Decision) ลักษณะหรือวิธีการซื้อของผู้บริโภค ใช้เกณฑ์ที่พิจารณา คือ

4.3.1 ทัศนคติต่อเวลาและระยะทาง (Attitude Toward Time and Distance) ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างระยะทางกับสินค้าที่จำหน่าย

4.3.2 การตัดสินใจจ่ายหลายประเภท (Multiple Shopping Decision) ผู้บริโภคมักนิยมไปร้านค้าที่สามารถหาซื้อของที่ต้องการได้ครบทุกอย่างภายในร้านเดียว

7. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed Theory)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งองค์การใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค (ศิริวรรณ และคณะ. 2541) ประกอบไปด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ต้องการเสนอขายต่อผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย สินค้า การบริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า

(Value) ในสายตาผู้บริโภค จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- 1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ พิจารณา จากองค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ
- 1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ขององค์กร เพื่อแสดงความแตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
- 1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้นซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น
- 1.4 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือสิ่งที่เกิดขึ้นมาเป็นลำดับที่สองต่อจากผลิตภัณฑ์ ราคาถือเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ ถ้ามีคุณค่ามากกว่าราคา ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

- 2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาผู้บริโภค ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของผู้บริโภคในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น
- 2.2 ต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 การแข่งขัน

3.การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบไปด้วย สถาบันและกิจกรรม เพื่อการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ จากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายก็ คือ สถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวของสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง, การคลังสินค้า, การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าออกสู่ตลาด (Market Logistic) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญคือ การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และการบริหารสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือหรือใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกันโดยพิจารณาความเหมาะสมกับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง เครื่องมือเสริมที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ/หรือผลิตภัณฑ์ บริการและความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินให้กับผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา และกลยุทธ์สื่อ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานและการจัดหน่วยงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้หรือการซื้อ โดยผู้บริโภคขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ การส่งเสริมที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การส่งเสริมที่มุ่งสู่คนกลาง และการส่งเสริมที่มุ่งสู่พนักงานขาย

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีกรวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เพื่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

8. แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

พจนานุกรมของเว็บสเตอร์โดยคอลลิน (Colin. 1975 : 268) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นความมุ่งหวัง คาดหวังสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรจะเกิดขึ้น โดยพิจารณาจากความเหมาะสม ตามความจำเป็น ตามสมควรแห่งฐานะหรือสถานภาพ

สวรงค์ จันทน์อม (2524 : 44) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า หมายถึง ความเชื่อว่าสิ่งใดน่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดไม่น่าจะเกิดขึ้น การคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

สวริ สุวรรณ (2529 : 29) ให้ความหมายของความคาดหวังว่า คือ ความสัมพันธ์ของความพยายามที่มีต่อการดำเนินงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับการรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์ ไม่ใช่ความเป็นจริง

เคลย์ (Clay. 1988 : 252) ได้กล่าวถึงความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

มสธ. (2540 : 18) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อบริการหรือธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือ อาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่า ผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจมีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความคาดหวังของคนไข้ที่ขอให้แพทย์มาตรวจเช็คอการป่วยย่อมแตกต่างจากการคาดหวังของวัยรุ่นที่ยื่นรอเข้าแถวเพื่อขึ้นเรือเหาะในสวนสนุกเพราะคนไข้รู้สึกไม่สบายก็จะคาดหวังให้ได้รับการบริการที่รวดเร็วและเอาใจใส่อย่างดีเป็นพิเศษ

ทฤษฎีความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังเป็นทฤษฎีรูปแบบของการรับรู้จากการประมวลผลความคิดของการจูงใจ อีกกระบวนการคิดจากจิตสำนึกของคนด้วยการประเมินสถานการณ์ ทฤษฎีนี้จึงกลายเป็นทฤษฎีการตัดสินใจ

ด้วย ซึ่งอธิบายว่าคนตัดสินใจว่าจะทำอะไรด้วยการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมา และความน่าจะเป็นไปได้กับตัวของเขา

ทฤษฎีความคาดหวังนี้ ได้รับความคิดและการวิจัยมาจากหลายคน จากนักปราชญ์ นักเศรษฐศาสตร์ นักจิตวิทยา และผู้รับบริการ จุดเริ่มต้นของทฤษฎีนี้มาจากลัทธิ "The English Utilitarians and Principle of Hedonism" เป็นลัทธิถือเอาผลประโยชน์เป็นสำคัญ โดยตั้งข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับจำนวนความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อสิ่งเร้าที่จะต้องตัดสินใจ บุคคลสำคัญที่เป็นนักคิดในยุคนั้น (ศตวรรษที่ 18,19) เกี่ยวกับทฤษฎีนี้ได้แก่ เบเนทัม และมิลล์ (Jeremy Bentem and John Stuart Mill)

ในระหว่าง ค.ศ. 1930 – 1940 เกรท เลวิน และโทลแมน (Kurt Lewin and Edward Tolman) ได้ทุ่มเทการศึกษาและพัฒนาเกี่ยวกับการศึกษาทฤษฎีความคาดหวัง โดยวิเคราะห์จากธรรมชาติของผู้กระทำความเป็นไปได้ และบันทึกว่า "พฤติกรรมนั้นถูกตัดสินใจโดยผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ" ซึ่งดูเหมือนว่า เกรท เลวิน จะเป็นนักจิตวิทยาคนแรกของทฤษฎีความคาดหวังที่เอาหลักวิชาการมาใส่ใจตามทฤษฎีนี้ไม่ใช้กับคน ซึ่งต่างจากนักจิตวิทยาคนอื่น ๆ ที่ทดลองกับสัตว์เป็นส่วนใหญ่ จากการทดลองของเขาจะเกี่ยวกับการจูงใจคน เกี่ยวกับการบริหารบุคคล จนปัจจุบันเลวินยังเน้นอีกว่า ความต้องการของคนนี้จะก่อให้เกิดความเครียด (Tension) เมื่อใดความเครียดเกิดขึ้นเมื่อนั้นคนก็จะพยายามขจัดความเครียดหรือปลดปล่อยความเครียดนี้คือความสามารถในการแก้ปัญหาของคน และความเป็นคนก็จะเห็นได้จากความแตกต่างกันในด้านความสามารถตรงนี้

เลวิน (Lewin. 1940) ได้ศึกษาความคาดหวังของคนซึ่งเป็นตัวนำในการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมตลอดมาจนในที่สุดเขากล่าวว่า คนมีความคาดหวังในความคิดไว้ก่อนเสมอ ไม่ว่าคนจะนึกอะไร จากการศึกษานี้ของเขาย่างน้อยได้ก่อให้เกิดประโยชน์หลักๆ 3 ประการ คือ

1. กระบวนการตัดสินใจของคนควรสร้างเสริมอะไรบ้างจึงก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูง
2. ทฤษฎีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement)
3. ทฤษฎีการจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่ง วรูม (Victor H. Vroom) ได้ศึกษาต่อมาเกี่ยวกับ Expectancy - Valence

วรูม (Vroom. 1964) ได้กล่าวถึง Expectancy Theory ในหนังสือของเขา ชื่อ "Work and Motivation" โดยได้กล่าวถึงขั้นแรกของระบบและความเข้าใจสูตรของทฤษฎีความคาดหวัง จากการกล่าวของเขานี้มีนักทฤษฎีหลายคนพยายามอธิบายและขัดเกลาทฤษฎีให้เข้าใจยิ่งขึ้น จึงทำให้รูปแบบแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพื้นฐานขององค์ประกอบแต่ละรูปแบบจะเหมือนกัน ทฤษฎีความคาดหวังนี้บางทีถูกเรียกว่า Expectancy Theory / Valence Theory / Instrumentality Theory และ Valence – Instrumentality - Expectancy Theory (VIE) รายละเอียดของความคาดหวังมีดังนี้ คือ

1. การกำหนดความพยายาม (The determinants of effort) พื้นฐานความคิดทฤษฎีความคาดหวังนี้กล่าวถึงแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่เกิดโดยผลที่ได้จากความคาดหวังของคนในเหตุการณ์ตามเหตุผลของการกระทำนั้นๆ

2. ความคาดหวัง (Expectancy = Exp.) หมายถึง ความเป็นไปได้ถึงความพยายามที่ทำให้เกิดการกระทำที่บรรลุผล เช่น "ถ้าฉันมีความพยายามอย่างจริงจัง ก็สามารถทำงานนี้สำเร็จ" ความคาดหวังจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของความพยายามและการกระทำ เช่น งานบริการซึ่งต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการมากกว่าความพยายามของผู้ให้บริการ

3. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ (Instrumentality = I) หมายถึง ความ

สัมพันธะระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น "ถ้าฉันทำดี ก็จะได้รับชมเชย" ในสถานการณ์หนึ่งจะได้รับผลตอบแทนหลายอย่าง ผลลัพธ์บางอย่างชอบมากกว่าผลลัพธ์อื่น และถ้าเป็นผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ บุคคลจะสามารถคำนวณและตัดสินใจด้วยค่า I เพื่อตัดสินใจว่าจะทำอะไรในแต่ละผลลัพธ์นั้น ค่า I จึงเป็นค่าสัมประสิทธิ์แห่งความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ซึ่งจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ถ้ามีความสัมพันธ์โดยตรง ค่าที่ได้จะเป็นบวก หรือ ลบ และค่ายิ่งใกล้เคียงศูนย์ แสดงว่ายิ่งไม่มีความสัมพันธ์

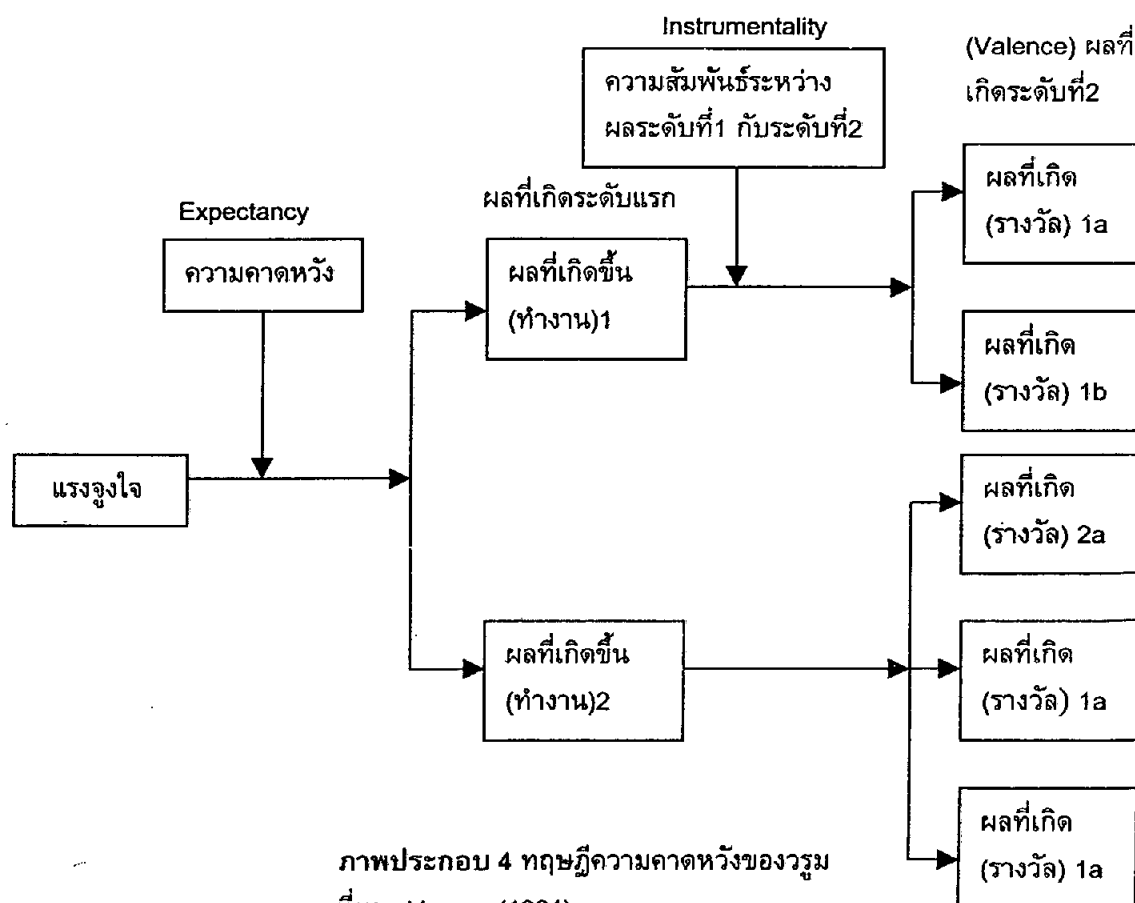
4. คุณค่า (Valence = V) หมายถึง ค่าของผลลัพธ์ซึ่งเป็นที่ดึงดูดใจหรือไม่ดึงดูดใจคน รางวัลที่มีค่ามากตามสากลนิยม คือ การยกย่อง การยอมรับ และคำสรรเสริญจากผู้อื่นซึ่งตามทฤษฎีนี้มี 2 ระดับด้วยกัน คือ ผลลัพธ์ระดับที่ 1 เป็นเรื่องของผลงานเช่น ปริมาณคุณภาพในการผลิต ผลลัพธ์ระดับที่ 2 เป็นเรื่องของผลตอบแทนต่อผลงาน ซึ่งได้แก่ การจ่ายเงิน การได้รับการสนับสนุนส่งเสริมความรู้ที่ได้รับความสำเร็จ เป็นต้น

5. ความพยายาม (Effort or force = E) เป็นผลรวมของ $Exp.$, I และ V คนคาดหวังว่าจะได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณค่าสูง ถ้าเขาทำงานดี และคนคาดหวังว่าเขาจะทำงานได้ดีถ้าเขาพยายามเต็มที่

ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจให้เกิดขึ้นในการทำงาน องค์ประกอบของทฤษฎีความคาดหวังทั้ง 3 ประการ คือ $Exp.$, I และ V ถ้าเอามาคูณกันจะได้เป็นความพยายามของบุคคลซึ่งเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$Effort = Exp. \sum (I.V)$$

และเขียนเป็นรูปแบบในแผนภูมิภาพประกอบ 4 ดังนี้



พาราสุรามาน (Parasuraman, et al 1988 : 16) ได้กล่าวว่าความคาดหวัง หมายถึง ทศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

จากการศึกษาพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการดังต่อไปนี้ (H. Lock, Vandermerwe and Lewin. 1996 : 123-125)

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการบริการให้คำปรึกษาจากบัญชีเกี่ยวกับการขอคืนภาษีจะแตกต่างจากความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ในการรักษาสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ความคาดหวังของลูกค้าต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่างกัน เช่น ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีการบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง, กลุ่มคนหนุ่มสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเทศ เช่น ผู้โดยสารรถไฟในประเทศ Greece อาจยอมรับได้หากรถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดหลายชั่วโมง แต่ใน Switzerland จะวัดเวลาที่รถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดเป็นวินาที

3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการจากผู้ให้บริการรายต่างๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกัน ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อนลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

ซีลมอล, พาราสุรามาน และ เบอริรี่ (Zeithaml, Parasuraman and Berry. 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต
4. ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ
5. ราคา

ความคาดหวังของผู้มารับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะมีใจความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2539 : 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความหวังของลูกค้าเกิดขึ้นจากปัจจัย 7 ประการดังนี้

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่างๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิต ยี่ห้อ
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผสมกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกที่ไม่พอใจได้ เช่นในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ผู้ใช้บริการมักจะคาดหวังให้ระบบสามารถที่จะใช้ติดต่อได้อย่างต่อเนื่อง สัญญาณชัดเจน มีบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการติดตามให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเมื่อระบบที่ใช้อยู่สามารถตอบสนองได้ตามความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจและบอกต่อไปยังคงใกล้ชิดให้มาใช้บริการของระบบนั้น

แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการยังทำให้ทราบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญด้วยกันคือ

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคน ผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล
2. การบอกต่อแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word – of – Mouth Communication) คือ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคคนอื่นๆ ที่เคยได้รับการบริการจากผู้ให้บริการมาแล้ว โดยอาจจะเป็นการให้คำแนะนำชักชวนให้มาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือคำบอกเล่าต่างๆเกี่ยวกับการบริการนั้น
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experiences) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่างๆเกี่ยวกับการบริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน เพราะประสบการณ์ในอดีตทำให้เกิดการเรียนรู้และจดจำประสบการณ์เหล่านั้นไว้
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External communications to customers) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี หรือเพื่อส่งเสริมการขายล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะต้องได้รับ

9. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในยุคนี้ และมีบทบาทมากขึ้นทุกวันดังจะเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละวัน ตลอดจนการวางแผนสำหรับอนาคต ความต้องการข่าวสารของมนุษย์จึงมีมากขึ้น เพราะมนุษย์ต้องการข้อมูลในการช่วยประกอบการตัดสินใจ หรือเมื่อไม่แน่ใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับสารบางส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น (พรกมล รัชนาภรณ์. 2542 : 24)

ความหมายของการเปิดรับสื่อ

แซมมวล (พรกมล รัชนาภรณ์ 2542 : 24 ; อ้างอิงจาก Samuel L. Becker. 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้ความคล้อยคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากจะได้รู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนสนใจ หรือมีผู้แนะนำ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หรือชมรายการโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวกับตนเอง ก็จะทำให้ความสนใจใฝ่อ่าน หรือเปิดดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แม็กลีด (McLeod. 1972 : 123) กล่าวว่า ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

- วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
- วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

McLeod กล่าวว่าไว้ว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อ มีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่ตนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในเชิงจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการอ่านข่าว ที่มีเนื้อหาหนักในด้านหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์ และความถี่ของการรับฟังวิทยุ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลารวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย โดยจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ หรือเลือกรับสารบางส่วนที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อตนเอง

ลักษณะของการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรทิพย์ วรกิจโกคา (2529 : 292) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยากมากๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก มักเลือกในสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับวิทยุเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระ ความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับข่าวสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมในการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสาร ทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคม ที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ มักไม่สนใจ วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนั้น เป็นความต้องการของสื่อของผู้รับสารเป็นหลักแต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อ ที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ภาควิชาและสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เราใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจในขณะที่ดูวิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย เป็นต้น

นอกจากนี้ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2529 : 292) ยังได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์กับผู้รับสารต่อข่าวสารว่า มีอยู่ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิงใจ ฟังหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่นหรืออ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักไม่ได้รับความนิยม หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารจะเป็นประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไมอาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้น พฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการรับข่าวสารนั้นมา

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อจะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน จะเปิดรับข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจ และเป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของตนโดยจะเลือกสื่อที่ใกล้ตัว จัดหาได้ง่าย เพื่อความสะดวกในการรับข่าวสาร

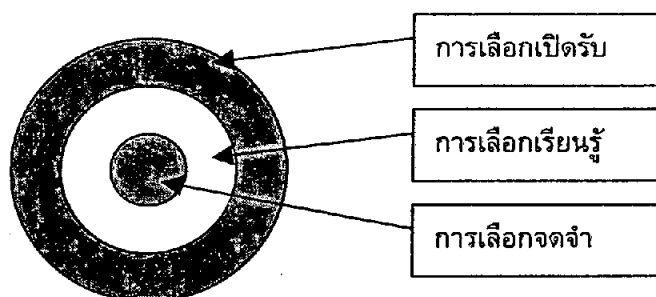
กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร

- การเลือกรับข่าวสารนั้นประกอบด้วยกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Processes) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Klapper, 1960 : 19-25)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม จะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ซึ่งบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้ โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของตน

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง แล้วผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้น ผู้รับสารจะตีความผิดพลาด หรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพึงพอใจ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้ง หรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติ หรือเสริมความเชื่อเดิมของผู้รับข่าวสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้นกล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสาร จึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเทียบบนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 แสดงกระบวนการในการเลือกรับสื่อ
ที่มา : Klapper. (1960).

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร ประกอบด้วย 1. การเลือกเปิดรับ 2. การเลือกรับรู้ 3. การเลือกจดจำ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เหตุผลในการเปิดรับสื่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลว่ามีลักษณะแนวทางการเปิดรับสื่ออย่างไร จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเรื่อง "การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

10.ความเป็นมาของโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เดิมที่เรียกว่า โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง-บางซื่อ (สายสีน้ำเงิน) เป็นรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดินแห่งแรกของประเทศไทย แต่เดิมโครงการนี้ได้ออกแบบให้มีสายทางเดินรถในลักษณะยกระดับเหนือดินทั้งหมด โดยรัฐเป็นผู้ลงทุนโครงการเองทั้งหมด แต่ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุน โดยให้เอกชนเป็นผู้ลงทุนโครงการทั้งหมด และได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโครงสร้างประมาณครึ่งหนึ่งของสายทางให้เป็นระบบใต้ดิน ท้ายสุดคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2538 ให้ก่อสร้างโครงการฯ นี้เป็นระบบใต้ดินตลอดสาย โดยให้ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ลงทุนก่อสร้างงานโยธา และเอกชนลงทุนระบบไฟฟ้า ทั้งนี้ให้ รฟม. ดำเนินการจ้างผู้รับเหมาดำเนินการออกแบบและก่อสร้างไปพร้อมกัน โดยในส่วนของเงินลงทุนให้กระทรวงการคลังและสำนักงานงบประมาณรับไปพิจารณาจัดหาจากแหล่งเงินกู้เงื่อนไขผ่อนปรน

มูลค่าโครงการ

โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล มีค่าใช้จ่ายในการสร้างรวมทั้งสิ้น 108,148 ล้านบาท(ไม่รวมดอกเบี้ยระหว่างก่อสร้างและภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยแบ่งออกเป็น

1. ค่าจัดกรรมสิทธิ์ที่ดิน	24,479 ล้านบาท
2. ค่าที่ปรึกษา ศึกษา ออกแบบ และควบคุมงาน	3,117 ล้านบาท
3. ค่าออกแบบรายละเอียดและก่อสร้างงานโยธา	63,632 ล้านบาท
4. ค่างานระบบไฟฟ้า (งานไฟฟ้าเครื่องกล)	17,418* ล้านบาท
รวม	108,646 ล้านบาท

หมายเหตุ : * มูลค่าตามข้อเสนอของเอกชน

รูปแบบการลงทุน

มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2538 ได้กำหนดให้รัฐเป็นผู้ลงทุนงานโยธาและเอกชนลงทุนงานระบบรถไฟฟ้าและดำเนินการ โดยในส่วนของเงินลงทุนของภาครัฐให้ใช้เงินกู้ทั้งหมด โดยงานโยธาและงานระบบไฟฟ้าประกอบด้วยงานต่างๆ ดังนี้

งานโยธา ประกอบด้วย งานออกแบบก่อสร้างอุโมงค์ สถานี และศูนย์ซ่อมบำรุง งานจัดหา ผลิต และติดตั้ง ลิฟต์ บันไดเลื่อน ป้าย และเครื่องหมายจราจรต่างๆ

งานระบบรถไฟฟ้า ประกอบด้วย งานจัดหา ผลิต ติดตั้ง และทดสอบตัวรถ ระบบอาณัติสัญญาณ ระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้า ระบบจำหน่ายและตรวจวัด

แหล่งเงินทุน

ในส่วนของงานโยธาที่รับผิดชอบโดยภาครัฐ กระทรวงการคลัง สำนักงานงบประมาณ และ รฟม. ได้ปรึกษากัน และตกลงใช้เงินกู้จากกองทุนร่วมมือทางเศรษฐกิจโพ้นทะเลแห่งญี่ปุ่น (OECF) เป็นแหล่งเงินสำหรับค่าก่อสร้างในส่วนที่เป็นเงินตราต่างประเทศ (Foreign Current) โดย รฟม. ได้ทำสัญญากู้เงินจาก JBIC โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ค้ำประกัน เพื่อนำเงินมาใช้ในการออกแบบและก่อสร้าง โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล รวมเป็นวงเงินกู้ทั้งสิ้น 222,426 ล้านบาท และแหล่งเงินทุนในประเทศสำหรับค่าก่อสร้างที่เป็นเงินตราในประเทศ (Local Currency) ทั้งนี้แหล่งเงินทุนสำหรับค่าใช้จ่ายด้านๆ ของโครงการสรุปได้ดังนี้

- ค่าจัดกรรมสิทธิ์ที่ดิน : งบประมาณแผ่นดิน และเงินกู้ในประเทศ
- ค่าที่ปรึกษาบริหารและควบคุมงาน : เงินกู้ในประเทศ

- ค่าก่อสร้างงานโยธา : 60% เงินกู้ OECF, 40% เงินกู้ในประเทศ
- ค่างานระบบรถไฟฟ้า : เอกชน

ผลตอบแทนของโครงการ

จำนวนผู้โดยสาร

การศึกษาของกลุ่มที่ปรึกษานำโดย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) พบว่าจำนวนผู้โดยสารที่จะใช้โครงการฯ สรุปได้ดังนี้

- ปี พ.ศ. 2546 (เปิดบริการเต็มสาย) 404,880 คน/วัน
- ปี พ.ศ. 2570 949,800 คน/วัน

ผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจ

การศึกษาวិเคราะห์ผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจของโครงการโดยกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินนำโดย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) พบว่าโครงการนี้จะให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในรูปของการประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางตลอดอายุสัมปทาน 25 ปี คิดเป็นเงินประมาณ 428,457 ล้านบาท ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนการลงทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Internal Rate of Return : EIRR) ร้อยละ 11.32 โดยผลประโยชน์ในแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

1. การประหยัดเวลาในการเดินทาง

ปี พ.ศ. 2546	4,397 ล้านบาท/ปี
ปี พ.ศ. 2570	27,772 ล้านบาท/ปี
รวมตลอดอายุสัมปทาน (25ปี)	336,766 ล้านบาท
2. การประหยัดค่าใช้จ่ายของยานยนต์

ปี พ.ศ. 2546	824 ล้านบาท/ปี
ปี พ.ศ. 2570	2,174 ล้านบาท/ปี
รวมตลอดอายุสัมปทาน (25ปี)	41,691 ล้านบาท

ผลตอบแทนด้านการเงิน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินพบว่า กรณีที่ให้เอกชนรับสัมปทานจัดหาระบบรถไฟฟ้าและเดินรถเป็นระยะเวลา 25 ปี โดยให้เอกชนได้รับผลตอบแทนการลงทุนประมาณร้อยละ 15 รพม. จะได้ผลตอบแทนการลงทุนด้านการเงินอยู่ที่ระดับประมาณร้อยละ 5.4

การสัมปทานของโครงการ

งานสัมปทาน ออกแบบ จัดหา และติดตั้งระบบรถไฟฟ้า และเดินรถ คณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2543 ได้มีมติเห็นชอบร่างสัญญาสัมปทานตามที่สำนักงานอัยการสูงสุดเสนอ รพม. จึงได้ลงนามในสัญญาสัมปทานกับบริษัท BMCL เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2543 และได้สั่งให้บริษัท BMCL เริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันลงนามในสัญญาดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัท BMCL ได้คัดเลือกกลุ่มบริษัท Melco-Alstom ซึ่งประกอบด้วยบริษัท Mitsubishi Corporation บริษัท Mitsubishi Electric และบริษัท Alstom Transport S.A. เป็นผู้ผลิตอุปกรณ์งานระบบรถไฟฟ้า แต่เนื่องจากมีปัญหาภายในทางการเงิน จึงเปลี่ยนกลุ่มบริษัท Melco-Alstom มาเป็น SIEMENS-LIMITED

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุณิภา งามสันติกุล (2543) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร” การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ความคิดเห็นของประชาชน ต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) รวมถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นดังกล่าว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตาและการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 720 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ การวิเคราะห์แบบผันแปร (ANOVA) การวิเคราะห์แบบการจำแนกหมู่ (MCA)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชายในอัตราที่ใกล้เคียงกันส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 34 ปี ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและบริการ มีรายได้ 5,001 – 11,000 บาทต่อเดือน รับรู้เรื่องระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถโดยสารประจำทางและมีความต้องการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครอันเนื่องมาจากความสะดวก กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าการห้ามรถยนต์ส่วนบุคคลขับเพียงคนเดียววิ่งในเขตเมืองที่มีการจราจรคับคั่ง จะสามารถแก้ปัญหาการจราจรได้ทางหนึ่ง สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครเห็นว่าการทำให้การจราจรและการเดินทางในกรุงเทพมหานครสะดวกขึ้น ใช้เวลาในการเดินทางน้อยลงซึ่งทำให้สภาพจิตใจของประชาชนดีขึ้น เพราะไม่ต้องหงุดหงิดและเครียด และถึงแม้ว่าขณะทำการก่อสร้างจะก่อให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดบ้างแต่ก็เป็นเพียงชั่วคราวเท่านั้น ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครนั้นพบว่า อายุ การศึกษา การรับรู้ สื่อในการรับรู้ อาชีพ รายได้ เพศ ความคิดเห็นในการแก้ปัญหาจราจร ความต้องการใช้บริการและประเภทยานพาหนะ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชุตีวรรณ สบายฤทัย (2543) ศึกษาเรื่อง “แนวโน้มพฤติกรรม การใช้จักรยานของเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการณ์การเดินทางประจำวัน ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยานของเด็กนักเรียน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคม กับแนวโน้มพฤติกรรมของเด็กนักเรียน และการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยานของเด็กนักเรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบตัดขวาง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเด็กนักเรียน จากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 375 คน จาก 8 โรงเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ประกอบด้วย ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว สถิติการทดสอบ T การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. เพศและรายได้ของเด็กนักเรียนที่แตกต่างกันไม่ทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยานแตกต่างกัน
2. ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยาน อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ทัศนคติต่อการใช้จักรยาน การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และค่านิยมทางสังคมในการใช้จักรยาน
3. ตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างสำคัญกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยานมีทั้งหมด 2 ตัวแปร ได้แก่ ค่านิยมทางสังคมในการใช้จักรยาน และการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมในการใช้จักรยาน

สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2541) ศึกษาเรื่อง “แบบจำลองวิเคราะห์การเลือกใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ สำหรับทำนายการเลือกใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาทัศนคติและค่านิยมซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง ดำเนินการวิจัยบนพื้นฐานของทฤษฎีอรรถประโยชน์ การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาแบบจำลองดำเนินการด้วยวิธีสัมภาษณ์ผู้เดินทางตัวต่อตัว โดยอาศัยเทคนิค Stated Preference การวิจัยแบ่งผู้เดินทางออกเป็น 4 กลุ่มเป้าหมาย คือ 1) กลุ่มผู้เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยรถยนต์ส่วนตัว 2) กลุ่มผู้เดินทางไปทำงานด้วยรถยนต์ส่วนตัว 3) กลุ่มผู้เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยรถโดยสารประจำทาง และ 4) กลุ่มผู้เดินทางไปทำงานด้วยรถโดยสารประจำทาง แบบจำลองเป็นแบบโลจิสต์สำหรับวิเคราะห์สถานการณ์ทางเลือกเพียง 2 ทางเลือก (Binary Logit Model)

การตรวจสอบแบบจำลองที่ผ่านการพิจารณาพบว่า อิทธิพลของเวลาในการเดินทางที่มีต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางมีมูลค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 32 – 100 ของอัตราค่าจ้างทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้า ผู้ใช้รถประจำทางจะให้ความสำคัญกับเวลาที่อยู่บนรถประจำทางมากกว่าที่อยู่บนรถไฟฟ้า และผู้ใช้รถยนต์ที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ส่วนการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางเพื่อไปทำงานนั้น ผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวให้ความสำคัญกับเวลาในการเดินทางช่วงรองมากกว่าเวลาในการเดินทางในช่วงหลักอย่างเด่นชัด และผู้ชายและผู้หญิงมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ต่างกัน

แบบจำลองได้คำนึงปัจจัยด้านการบริการที่ได้รับรูปแบบการเดินทางและพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้เดินทาง แบบจำลองจึงเป็นประโยชน์อย่างมากในการวางแผนโครงการและจัดทำรายละเอียดของบริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน รวมถึงกลุ่มเป้าหมายสำหรับบริการเหล่านั้น

อรรถพร ม่วงไหม (2539) ศึกษาเรื่อง “การขยายตัวของกรุงเทพมหานครกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้า บีทีเอส)” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการขยายตัวของกรุงเทพมหานครกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้า บีทีเอส) และปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

การขยายตัวของกรุงเทพมหานครทำการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ แผนที่ ประวัติความเป็นมา จำนวนประชากรของกรุงเทพมหานคร ส่วนการศึกษาความคิดเห็นของประชากร และ ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันเป็นการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาและสุ่มแบบหลายขั้นตอนมีหน่วยในการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 3,202 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างลักษณะปลายปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ t-test และ F-test

ผลจากการศึกษาพบว่า 1) กรุงเทพมหานครมีการขยายตัวจากจำนวนประชากรและการใช้ประโยชน์ของที่ดินอย่างต่อเนื่องมาตลอด โดยที่ปัจจุบันการขยายตัวมีลักษณะแบบหลายจุดศูนย์กลาง ผลจากการขยายตัวของเมืองนี้ก่อให้เกิดปัญหาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมตามมา ซึ่งปัญหาการจราจรก็เป็นปัญหาที่สำคัญและรุนแรงเพิ่มมากขึ้น และแนวทางใหม่ที่นำมาแก้ไขในปัญหานี้คือ ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน 2) ประชาชนมีความคิดเห็นที่ยอมรับระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและโครงการ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาการจราจร 3) ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ได้แก่ เพศ การรับรู้ข่าวสาร ความต้องการใช้บริการ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อโครงการ คือ เพศ อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร และความต้องการใช้บริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยมีสาระสำคัญถึงวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและจะนำไปวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร(p)
(กัลยา วาณิชย์บัญชา 2545 : 26)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่มีค่าเท่ากับ 95 % โดยที่

$\alpha = .05$ ฉะนั้น $Z_{1-\alpha/2} = Z_{.975} = 1.96$

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ โดยกำหนดให้ ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05
โดยแทนค่าดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ผู้วิจัยได้สำรองเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 20 % เท่ากับ 77 ตัวอย่าง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 462 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่เกี่ยวข้องโดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถยนต์ส่วนตัว
2. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถโดยสารประจำทาง และ เดินเท้า
3. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยอาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละเท่ากับ 154 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎี แนวความคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลในลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่

1. เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

3. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

4. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

5. รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 9 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 และ 3 แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4-5 และแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6-9 และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเฉยๆ

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การอภิปรายผลการวิจัยของส่วนที่ 2 จะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามระดับความคิดเห็น

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	เฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1-8 และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังที่กล่าวมาแล้วในส่วนที่ 2 ในการวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) จำนวน 10 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 แบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2-10 และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของส่วนที่ 4 จะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามระดับความคาดหวัง

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง
4.21 – 5.00	คาดหวังมากที่สุด
3.41 – 4.20	คาดหวังมาก
2.61 – 3.40	คาดหวังปานกลาง
1.81 – 2.60	คาดหวังน้อย
1.00 – 1.80	คาดหวังน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร จำนวน 3 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) จำนวน 4 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 และ 3 แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 และ 4 และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Questions) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5-7

เกณฑ์การประเมินของแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้การคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน 68-100 หมายถึง ระดับการมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) สูง

ระดับคะแนน 35-67 หมายถึง ระดับการมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ปานกลาง

ระดับคะแนน 1-34 หมายถึง ระดับการมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ต่ำ

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ระดับคะแนนสูงสุด} - \text{ระดับคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{100 - 1}{3}$$

$$= 33$$

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร วิทยุ แนวคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบและขอคำแนะนำในการนำมาปรับปรุงแก้ไข ให้เหมาะสมกับความมุ่งหมายของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงใหม่ให้มีความถูกต้องก่อนการนำไปใช้
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อถือ โดยนำไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (ศิริวรรณ เสรวิรัตน์ และคณะ, 2541: 215) เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach หรือ Cronbach's Alpha Coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538:125-126) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

โดยที่ α แทน ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

โดยการหารรวมเฉพาะในส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ข้อที่ 6-9, ส่วนที่ 3 ทศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร และ ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ข้อที่ 2-10 ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8343

จากการศึกษาของ Sekaram, Uma ปี ค.ศ. 1992 กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.60 ขึ้นไปสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (Sekaran, Uma. 1992 : 287)

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของประชาชนที่เดินทางโดยอาศัยยานพาหนะต่างๆในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็น

1.1 กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นจำนวน 154 ตัวอย่าง

1.2 กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถโดยสารประจำทาง และ เดินเท้า เป็นจำนวน 154 ตัวอย่าง

1.3 กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยอาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน เป็นจำนวน 154 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบของการทำวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร ทฤษฎี แนวคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pretest) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ ครอนบัค (Cronbach หรือ Cronbach's Alpha Coefficient) α ของ Cronbach แล้วนำข้อมูลจากในแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูลและเข้ารหัส (Coding) เพื่อทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (เดือนจิตต์ จิตต์อารี. 1999 : 236)

$$P = \left(\frac{fX}{n} \right) \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ
 f แทน ความถี่ในการปรากฏของข้อมูล
 X แทน ค่าของข้อมูลหรือคะแนน
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $S.D.$ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 สถิติสำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สูตร t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 113)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
 $\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
 $\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
 S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
 S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
 n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
 n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
 df แทน ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระ (n_1+n_2-2)

2.2 สถิติสำหรับที่ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 144)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	df	แทน ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)
	k	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน จำนวนคะแนนทั้งหมด

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 161)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE (1/n_i + 1/n_j)}$$

โดยที่

$$n = \sum_{i=1}^k n_i$$

$$n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

เมื่อ

LSD = ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j

MSE = ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n = จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

α = ระดับความเชื่อมั่น

2.3 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval Scale) ขึ้นไป โดยใช้สูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 72)

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนน X
	$\sum Y$	แทน ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum X^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣY^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣXY แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2454 : 280)

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลด

3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 324) มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.91-1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.71-0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง

2.4 สถิติ Chi-Square (χ^2 -test) ใช้ในการทดสอบสำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ (Tests for Frequency Data) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 182)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}, df = (r-1)(c-1)$$

กำหนดให้	χ^2	แทน ค่า Chi-Square
	O_{ij}	แทน ค่าความถี่ที่ได้จากข้อมูลแถวที่ i คอลัมน์ที่ j
	E_{ij}	แทน ค่าความถี่ที่คาดหวังของแถวที่ i คอลัมน์ที่ j
ซึ่ง	E_{ij}	$= \frac{(\text{ผลรวมของความถี่แถวที่ } i) \times (\text{ผลรวมของความถี่คอลัมน์ที่ } j)}{\text{ผลรวมของความถี่ทั้งหมด}}$
	df	แทน ชั้นความเป็นอิสระ
	r	แทน จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านแถว
	c	แทน จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านคอลัมน์

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้เป็น Test of Difference และ Test of Association การเลือกใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐานจึงได้กำหนดดังต่อไปนี้คือ

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

1.1 เพศ สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า t-test ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถาม ส่วนที่ 6 ข้อที่ 5, 6

1.2 อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และ รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า F-test ซึ่งใช้ทดสอบกับแบบสอบถามส่วนที่ 6 ข้อที่ 5, 6

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อที่ 4 ถึง 9 กับ แบบสอบถามส่วนที่ 6 ข้อที่ 5 และ 6

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อที่ 1 ถึง 8 กับ แบบสอบถามส่วนที่ 6 ข้อที่ 5 และ 6

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่างๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อที่ 2 ถึง 10 กับ แบบสอบถามส่วนที่ 6 ข้อที่ 5 และ 6

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติ Chi-Square ซึ่งใช้ในการทดสอบกับแบบสอบถามส่วนที่ 5 ข้อที่ 1 และ 3 กับ แบบสอบถามส่วนที่ 6 ข้อที่ 1 - 4

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาเปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F
MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)
MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups)
SS_b	แทน	ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between group sum of squares)
SS_w	แทน	ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Within group sum of squares)
LSD	แทน	ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j
MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
***	แทน	ข้อความเชิงลบที่ปรับให้เป็นข้อความเชิงบวก

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS)
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจร และสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร
- ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
- ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อบุคคล ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ปรากฏดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
ชาย	95	61.7	73	47.4	57	37
หญิง	59	38.3	81	52.6	97	63
รวม	154	100	154	100	154	100
2. อายุ						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	0	0	1	0.6	2	1.3
16-25 ปี	24	15.6	98	63.6	46	29.9
26-35 ปี	83	53.9	41	26.6	87	56.5
36-45 ปี	36	23.4	9	5.8	12	7.8
46-55 ปี	10	6.5	3	1.9	5	3.2
มากกว่า 55 ปี	1	0.6	2	1.3	2	1.3
รวม	154	100	154	100	154	100
3. ระดับการศึกษา						
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	3.9	15	9.7	5	3.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	2.6	19	12.3	16	10.4
อาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส.	16	10.4	25	16.2	24	15.6
ปริญญาตรี	105	68.2	91	59.1	96	62.3
สูงกว่าปริญญาตรี	23	14.9	4	2.6	13	8.4
รวม	154	100	154	100	154	100
4. อาชีพ						
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	3.9	14	9.1	8	5.2
พนักงานบริษัทเอกชน	119	77.3	45	29.2	118	76.6
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	10	6.5	69	44.8	22	14.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	17	11.0	6	3.9	3	1.9
แม่บ้าน	0	0	7	4.5	3	1.9
อื่นๆ	2	1.3	13	8.4	0	0
รวม	154	100	154	100	154	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน						
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	23	14.9	108	70.1	51	33.1
10,001-20,000 บาท	56	36.4	30	19.5	76	49.4
20,001-30,000 บาท	33	21.4	14	9.1	15	9.7
30,001-40,000 บาท	19	12.3	0	0	7	4.5
มากกว่า 40,000 บาท	23	14.9	2	1.3	5	3.2
รวม	154	100	154	100	154	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 462 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 เป็นเพศชาย มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

กลุ่มที่ 2 เป็นเพศชาย มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

กลุ่มที่ 3 เป็นเพศชาย มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 63 โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้มีอายุ 16-25 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 เป็นผู้มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 เป็นผู้มีอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 เป็นผู้มีอายุ 46-55 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และเป็นผู้มีอายุมากกว่า 55 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 เป็นผู้มีอายุ 16-25 ปี มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 เป็นผู้มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 เป็นผู้มีอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 เป็นผู้มีอายุ 46-55 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และเป็นผู้มีอายุมากกว่า 55 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 เป็นผู้มีอายุ 16-25 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 เป็นผู้มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 เป็นผู้มีอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เป็นผู้มีอายุ 46-55 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และเป็นผู้มีอายุมากกว่า 55 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส. มีจำนวน 16 คน

คิดเป็นร้อยละ 10.4 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส. มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส. มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 เป็นแม่บ้าน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และเป็นแม่บ้าน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 เป็นผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 เป็นผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 เป็นผู้ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 เป็นผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 เป็นผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 เป็นผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 เป็นผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 เป็นผู้ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)

โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ปรากฏดังตาราง 4, 5 และ 6

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วง						
วันใดมากที่สุด						
วันจันทร์-วันศุกร์	34	28.3	61	46.9	50	38.2
วันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ	86	71.7	69	53.1	81	61.8
ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	34		24		23	
รวม	154	100	154	100	154	100
2. ท่านใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วง						
เวลาใดมากที่สุด						
ชั่วโมงเร่งด่วน	31	25.8	71	54.6	55	42
9:01 – 12:00	22	18.3	11	8.5	17	13
12:01 – 16:00	51	42.5	35	26.9	39	29.8
19:01 – 22:00	13	10.8	11	8.5	17	13
22:01 – 24:00	3	2.5	2	1.5	3	2.3
ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	34		24		23	
รวม	154	100	154	100	154	100
3. เส้นทางรถไฟฟ้า (BTS) เส้นทางใดที่						
ท่านใช้บริการเดินทางมากที่สุด						
สุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว)	75	62.5	86	66.2	79	60.3
สีลม(สะพานสาร-สี่แยกเจริญผล)	45	37.5	44	33.8	52	39.7
ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	34		24		23	
รวม	154	100	154	100	154	100

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 462 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

การให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่ 1 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 34 คน

กลุ่มที่ 2 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 และในช่วงวันเสาร์ ,อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 24 คน

กลุ่มที่ 3 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และในช่วงวันเสาร์ ,อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 23 คน

การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่ 1 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ในช่วงเวลา 9:01 – 12:00 มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 ในช่วงเวลา 19:01 – 22:00 มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และในเวลา 22:01 – 24:00 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 34 คน

กลุ่มที่ 2 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 54.6 ในช่วงเวลา 9:01 – 12:00 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ในช่วงเวลา 19:01 – 22:00 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และในเวลา 22:01 – 24:00 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 24 คน

กลุ่มที่ 3 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ในช่วงเวลา 9:01 – 12:00 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ในช่วงเวลา 19:01 – 22:00 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และในเวลา 22:01 – 24:00 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 23 คน

เส้นทางรถไฟฟ้า (BTS) เส้นทางใดที่ใช้บริการเดินทางมากที่สุด พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 มีผู้ใช้เส้นทางสุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และมีผู้ใช้เส้นทางสีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 34 คน

กลุ่มที่ 2 มีผู้ใช้เส้นทางสุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 และมีผู้ใช้เส้นทางสีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 24 คน

กลุ่มที่ 3 มีผู้ใช้เส้นทางสุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และมีผู้ใช้เส้นทางสีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล) จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 โดยมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) จำนวน 23 คน

ตาราง 5 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มที่ 1				
4. การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยประมาณ(ครั้ง / สัปดาห์)	0.1	10	1.80	1.72
5. ค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS)ของท่านโดยเฉลี่ยประมาณ(บาท / สัปดาห์)	5	300	58.55	48.73
กลุ่มที่ 2				
4. การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยประมาณ(ครั้ง / สัปดาห์)	0.5	35	3.83	4.40
5. ค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS)ของท่านโดยเฉลี่ยประมาณ(บาท / สัปดาห์)	10	480	88.57	83.45
กลุ่มที่ 3				
4. การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยประมาณ(ครั้ง / สัปดาห์)	0.25	12	2.81	2.74
5. ค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS)ของท่านโดยเฉลี่ยประมาณ(บาท / สัปดาห์)	5	400	79.49	65.32

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 381 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

การให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยประมาณ(ครั้ง / สัปดาห์) พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.1 ครั้ง / สัปดาห์(หมายความว่า ใช้บริการ 1 ครั้ง / 2เดือนครั้ง) มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 10 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 1.80 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.71

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.5 ครั้ง / สัปดาห์ (หมายความว่า ใช้บริการ 2 ครั้ง / 1 เดือน) มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 35 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 3.83 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 4.40

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.25 ครั้ง / สัปดาห์ (หมายความว่า ใช้บริการ 1 ครั้ง / 1 เดือน) มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 12 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 2.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 2.74

ค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS)ของท่านโดยเฉลี่ยประมาณ(บาท / สัปดาห์)

พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 5 บาท / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 300 บาท / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 58.55 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 48.73

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 10 บาท / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 480 บาท / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 88.57 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 83.45

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 5 บาท / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 400 บาท / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 79.49 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 65.32

ตาราง 6 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	— X	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
กลุ่มที่ 1								
6. ท่านคิดว่าการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว	1	0	4	75	74	4.44	0.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. ท่านคิดว่าการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS) สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ ***	20	86	20	26	2	2.38	0.96	ไม่เห็นด้วย
8. ท่านคิดว่าเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มียรถไฟฟ้า (BTS)	2	8	25	81	38	3.94	0.86	เห็นด้วย

ตาราง 6 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
9. ท่านคิดว่ามีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	31	54	40	27	2	2.45	1.04	ไม่เห็นด้วย
รวมทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	1	9	75	66	3	3.30	0.44	เฉยๆ
กลุ่มที่ 2								
6. ท่านคิดว่าการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว	0	0	7	77	70	4.41	0.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. ท่านคิดว่าการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ ***	17	71	43	18	5	2.50	0.95	ไม่เห็นด้วย
8. ท่านคิดว่าเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มียรถไฟฟ้า (BTS)	0	6	32	63	53	4.06	0.84	เห็นด้วย
9. ท่านคิดว่ามีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	7	39	59	41	8	3.03	0.96	เฉยๆ
รวมทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	0	5	53	87	9	3.50	0.44	เห็นด้วย

ตาราง 6 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	— X	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
กลุ่มที่ 3								
6. ท่านคิดว่าการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว	0	0	3	74	77	4.48	0.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. ท่านคิดว่าการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ ***	24	69	26	25	10	2.53	1.13	ไม่เห็นด้วย
8. ท่านคิดว่าเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มีรถไฟฟ้า (BTS)	1	7	27	62	57	4.08	0.89	เห็นด้วย
9. ท่านคิดว่ามีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	15	43	60	29	7	2.81	1.00	เฉยๆ
รวมทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	2	4	60	77	11	3.48	0.51	เห็นด้วย

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 6 สามารถสรุป ทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง กับการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.44$) มีความคิดไม่เห็นด้วย กับการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ ($\bar{X} = 2.38$) มีความคิดเห็นด้วย ต่อเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มีรถไฟฟ้า (BTS) ได้ ($\bar{X} = 3.94$) และ ไม่เห็นด้วย ต่อการมีที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ($\bar{X} = 2.45$) สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วยเฉยๆ ต่อผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ($\bar{X} = 3.30$)

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง กับการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.41$) มีความคิดไม่เห็นด้วย กับการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ ($\bar{X} = 2.50$) มีความคิดเห็นด้วย ต่อเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มีรถไฟฟ้า (BTS) ได้ ($\bar{X} = 4.06$) และ มีความคิดเฉยๆ ต่อการมีที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ($\bar{X} = 3.03$) สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วย ต่อผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ($\bar{X} = 3.50$)

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง กับการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.48$) มีความคิดไม่เห็นด้วย กับการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ ($\bar{X} = 2.53$) มีความคิดเห็นด้วย ต่อเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มีรถไฟฟ้า (BTS) ได้ ($\bar{X} = 4.08$) และ มีความคิดเฉยๆ ต่อการมีที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ($\bar{X} = 2.81$) สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วย ต่อผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ($\bar{X} = 3.48$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

โดยแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ปรากฏดังตาราง 7 และ 8

ตาราง 7 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจร ในกรุงเทพมหานคร	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
กลุ่มที่ 1								
1. การห้ามรถยนต์ส่วนตัวขับ เพียงคนเดียววิ่งในเขตที่มีจราจร คับคั่ง	10	53	38	37	16	2.97	1.126	เฉยๆ
2. การมีรถไฟฟ้า(BTS)	0	3	18	80	53	4.19	0.712	เห็นด้วย
3.การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	0	4	21	73	56	4.18	0.76	เห็นด้วย
4. การจัดสรรรถโดยสารประจำ ทางให้เพียงพอกับประชาชนใน กรุงเทพมหานคร	1	9	40	65	39	3.86	0.89	เห็นด้วย

ตาราง 7 (ต่อ)

ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจร ในกรุงเทพมหานคร	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	— X	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
5. การสร้างเส้นทางลัด และมี เครื่องหมายบอกทาง	0	8	23	70	53	4.09	0.84	เห็นด้วย
รวมทัศนคติในการแก้ปัญหา จราจรในกรุงเทพมหานคร	0	3	35	85	31	3.86	0.51	เห็นด้วย
กลุ่มที่ 2								
1. การห้ามรถยนต์ส่วนตัวขับ เพียงคนเดียววิ่งในเขตที่มีจราจร คับคั่ง	3	28	26	56	41	3.68	1.11	เห็นด้วย
2. การมีรถไฟฟ้า(BTS)	1	0	10	83	60	4.31	0.65	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	1	3	22	68	60	4.19	0.80	เห็นด้วย
4. การจัดสรรรถโดยสารประจำ ทางให้เพียงพอกับประชาชนใน กรุงเทพมหานคร	1	8	21	59	65	4.16	0.90	เห็นด้วย
5. การสร้างเส้นทางลัด และมี เครื่องหมายบอกทาง	1	5	29	62	57	4.10	0.86	เห็นด้วย
รวมทัศนคติในการแก้ปัญหา จราจรในกรุงเทพมหานคร	0	0	25	68	61	4.09	0.55	เห็นด้วย
กลุ่มที่ 3								
1. การห้ามรถยนต์ส่วนตัวขับ เพียงคนเดียววิ่งในเขตที่มีจราจร คับคั่ง	5	32	39	35	43	3.51	1.20	เห็นด้วย
2. การมีรถไฟฟ้า(BTS)	0	0	8	74	72	4.42	0.59	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	1	0	12	62	79	4.42	0.69	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
4. การจัดสรรรถโดยสารประจำ ทางให้เพียงพอกับประชาชนใน กรุงเทพมหานคร	2	3	21	61	67	4.22	0.85	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

ตาราง 7 (ต่อ)

ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจร ในกรุงเทพมหานคร	ไม่เห็นด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่าง ยิ่ง	— X	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
5. การสร้างเส้นทางลัด และมี เครื่องหมายบอกทาง	0	4	21	62	67	4.25	0.79	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
รวมทัศนคติในการแก้ปัญหา จราจรในกรุงเทพมหานคร	0	1	11	79	63	4.16	0.54	เห็นด้วย

จากตาราง 7 สามารถสรุป ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 และพบว่า มีระดับความคิดที่เห็นด้วยต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานครโดยเรียงลำดับดังนี้ การมีรถไฟฟ้า(BTS) การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) การสร้างเส้นทางลัด และการมีเครื่องหมายบอกทาง และ การจัดสรรรถโดยสารประจำทางให้เพียงพอกับประชาชนในกรุงเทพมหานคร สำหรับการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.18, 4.09 และ 3.86 ตามลำดับ)

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 และพบว่า มีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การมีรถไฟฟ้า(BTS) สำหรับการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร (ค่าเฉลี่ย 4.31)

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 และพบว่า มีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานครโดยเรียงลำดับดังนี้ การมีรถไฟฟ้า(BTS) การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) การสร้างเส้นทางลัด และการมีเครื่องหมายบอกทาง และ การจัดสรรรถโดยสารประจำทางให้เพียงพอกับประชาชนในกรุงเทพมหานคร สำหรับการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร (ค่าเฉลี่ย 4.42, 4.42, 4.25 และ 4.22 ตามลำดับ)

ตาราง 8 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
กลุ่มที่ 1								
6. ท่านคิดว่าการเพิ่มของ ปริมาณรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ทำให้เป็นสาเหตุของการ จราจรที่ติดขัด, ปัญหามลภาวะ เป็นพิษและปัญหามลภาวะทาง เสียงในกรุงเทพมหานคร	0	1	7	57	89	4.52	0.62	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7. ท่านคิดว่าปัญหาจราจรเป็น สาเหตุของปัญหามลภาวะเป็น พิษและปัญหามลภาวะทางเสียง ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร	0	0	7	61	86	4.51	0.59	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะเป็นพิษ และ มล ภาวะทางเสียง จากระถยนต์และ รถจักรยานยนต์ ที่เกิดขึ้นใน กรุงเทพมหานครเป็นปัญหาที่อยู่ ในระดับที่รุนแรง	0	2	15	61	76	4.37	0.71	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
รวมทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร	0	0	9	39	106	4.47	0.53	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
กลุ่มที่ 2								
6. ท่านคิดว่าการเพิ่มของ ปริมาณรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ทำให้เป็นสาเหตุของการ จราจรที่ติดขัด, ปัญหามลภาวะ เป็นพิษและปัญหามลภาวะทาง เสียงในกรุงเทพมหานคร	0	0	5	64	85	4.52	0.56	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

ตาราง 8 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
7. ท่านคิดว่าปัญหาจราจรเป็นสาเหตุของปัญหามลภาวะเป็นพิษและปัญหามลภาวะทางเสียงที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร	0	2	5	67	80	4.46	0.63	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะเป็นพิษ และ มลภาวะทางเสียง จากระถยนต์และรถจักรยานยนต์ ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานครเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับที่รุนแรง	0	1	14	61	78	4.40	0.68	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
รวมทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร	0	0	6	44	104	4.46	0.53	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
กลุ่มที่ 3								
6. ท่านคิดว่าการเพิ่มของปริมาณรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ทำให้เป็นสาเหตุของการจราจรที่ติดขัด, ปัญหามลภาวะเป็นพิษและปัญหามลภาวะทางเสียงในกรุงเทพมหานคร	0	3	3	60	88	4.51	0.64	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7. ท่านคิดว่าปัญหาจราจรเป็นสาเหตุของปัญหามลภาวะเป็นพิษและปัญหามลภาวะทางเสียงที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร	0	1	5	67	81	4.48	0.60	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะเป็นพิษ และ มลภาวะทางเสียง จากระถยนต์และรถจักรยานยนต์ ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานครเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับที่รุนแรง	0	0	8	63	83	4.49	0.60	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
รวมทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร	0	0	4	44	106	4.49	0.49	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

จากตาราง 8 สามารถสรุป ทักษะที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

โดยแจกแจงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ปรากฏดังตาราง 9 และ 10

ตาราง 9 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของ ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านคิดว่าอัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรคิดในลักษณะใด						
ควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ	122	79.2	99	64.3	120	77.9
ควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย	32	20.8	55	35.7	34	22.1
รวม	154	100	154	100	154	100

จากตาราง 9 สามารถสรุป อัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรคิดในลักษณะใด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 และมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8

กลุ่มที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

กลุ่มที่ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 77.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตาราง 10 แสดง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	คาดหวังน้อยที่สุด	คาดหวังน้อย	คาดหวังปานกลาง	คาดหวังมาก	คาดหวังมากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
กลุ่มที่ 1								
2. อัตราค่าโดยสารการอยู่ที่ราคา 10 – 35 บาท/ตลอดสาย	3	5	33	41	72	4.13	0.99	คาดหวังมาก
3. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีทั้งเวลากลางวันและกลางคืน	1	2	10	43	98	4.53	0.73	คาดหวังมากที่สุด
4. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัยในการให้บริการ	1	1	23	58	71	4.28	0.79	คาดหวังมากที่สุด
5. ทำให้มลภาวะที่เป็นพิษในกรุงเทพมหานครน้อยลง	1	8	24	53	68	4.16	0.92	คาดหวังมาก
6. ภายในสถานีมีระบบป้องกันอัคคีภัยที่ดี	0	0	11	41	102	4.59	0.62	คาดหวังมากที่สุด
7. ภายในสถานีมีระบบปรับอากาศที่รักษาสภาพแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร	0	5	20	49	80	4.32	0.82	คาดหวังมากที่สุด
8. มีความสะดวกและรวดเร็ว ในการเลือกใช้บริการ	0	1	10	49	94	4.53	0.65	คาดหวังมากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	คาดหวังน้อยที่สุด	คาดหวังน้อย	คาดหวังปานกลาง	คาดหวังมาก	คาดหวังมากที่สุด	— X	S.D.	ระดับความคาดหวัง
9. ภายในสถานีมีสิ่งอำนวยความสะดวก	0	3	20	51	80	4.35	0.78	คาดหวังมากที่สุด
10. มีอาคารจอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ	3	2	22	35	92	4.37	0.91	คาดหวังมากที่สุด
รวมความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	0	2	8	37	107	4.36	0.57	คาดหวังมากที่สุด
กลุ่มที่ 2								
2. อัตราค่าโดยสารควรอยู่ที่ราคา 10 – 35 บาท/ตลอดสาย	1	2	20	52	79	4.34	0.80	คาดหวังมากที่สุด
3. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีทั้งเวลากลางวันและกลางคืน	1	3	9	41	100	4.53	0.75	คาดหวังมากที่สุด
4. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัยในการให้บริการ	0	1	14	50	89	4.47	0.69	คาดหวังมากที่สุด
5. ทำให้มลภาวะที่เป็นพิษในกรุงเทพมหานครน้อยลง	1	5	24	53	71	4.22	0.87	คาดหวังมากที่สุด
6. ภายในสถานีมีระบบป้องกันอัคคีภัยที่ดี	0	1	11	44	98	4.55	0.66	คาดหวังมากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	คาดหวังน้อยที่สุด	คาดหวังน้อย	คาดหวังปานกลาง	คาดหวังมาก	คาดหวังมากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
7. ภายในสถานีมีระบบปรับอากาศที่รักษาสภาพแวดล้อมในกรุงเทพฯ	0	1	20	62	71	4.32	0.72	คาดหวังมากที่สุด
8. มีความสะดวกและรวดเร็วในการเลือกใช้บริการ	0	0	8	49	97	4.58	0.59	คาดหวังมากที่สุด
9. ภายในสถานีมีสิ่งอำนวยความสะดวก	2	3	22	51	76	4.27	0.87	คาดหวังมากที่สุด
10. มีอาคารจอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ	2	11	38	49	54	3.92	1.00	คาดหวังมาก
รวมความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	0	0	10	46	98	4.36	0.52	คาดหวังมากที่สุด
กลุ่มที่ 3								
2. อัตราค่าโดยสารควรอยู่ที่ราคา 10 – 35 บาท/ตลอดสาย	0	2	16	48	88	4.44	0.73	คาดหวังมากที่สุด
3. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีทั้งเวลากลางวันและกลางคืน	0	1	6	34	113	4.68	0.58	คาดหวังมากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	คาดหวังน้อยที่สุด	คาดหวังน้อย	คาดหวังปานกลาง	คาดหวังมาก	คาดหวังมากที่สุด	— X	S.D.	ระดับความคาดหวัง
4. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัยในการให้บริการ	1	1	15	42	95	4.49	0.75	คาดหวังมากที่สุด
5. ทำให้มลภาวะที่เป็นพิษในกรุงเทพฯ น้อยลง	1	5	21	44	83	4.32	0.88	คาดหวังมากที่สุด
6. ภายในสถานีมีระบบป้องกันอัคคีภัยที่ดี	0	2	2	45	105	4.64	0.58	คาดหวังมากที่สุด
7. ภายในสถานีมีระบบปรับอากาศที่รักษาภาพแวดล้อมในกรุงเทพฯ	0	2	14	37	101	4.54	0.72	คาดหวังมากที่สุด
8. มีความสะดวกและรวดเร็ว ในการเลือกใช้บริการ	0	1	5	46	102	4.62	0.59	คาดหวังมากที่สุด
9. ภายในสถานีมีสิ่งอำนวยความสะดวก	0	1	18	48	87	4.44	0.72	คาดหวังมากที่สุด
10. มีอาคารจอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ	2	3	27	44	78	4.25	0.90	คาดหวังมากที่สุด
รวมความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	0	0	4	43	107	4.49	0.51	คาดหวังมากที่สุด

จากตาราง 10 สามารถสรุป ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรวม มีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรวม มีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรวม มีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การรับรู้ข่าวสาร

โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ปรากฏดังตาราง 11 และ 12

ตาราง 11 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การรับรู้ข่าวสาร	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านเคยได้ยิน / รู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครหรือไม่						
เคย	149	96.7	154	100	153	99.4
ไม่เคย	5	3.3	0	0	1	0.6
รวม	154	100	154	100	154	100
2. ท่านเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ “รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)” ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อใดบ้าง						
เพื่อน	61	40.9	66	42.9	76	49.7
บุคคลในครอบครัว	27	18.1	34	22.1	22	14.4
วิทยุ	49	32.9	60	39	41	26.8
หนังสือพิมพ์	74	49.7	76	49.4	61	39.9
แผ่นปลิว/แผ่นพับ	20	13.4	23	14.9	21	13.7
โทรทัศน์	89	59.7	119	77.3	88	57.5
นิตยสาร/วารสาร	33	22.1	43	27.9	27	17.6
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	72	48.3	73	47.4	73	47.7
อินเทอร์เน็ต	25	16.8	31	20.1	36	23.5
อื่นๆ	19	12.8	16	10.4	16	10.5

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 462 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

การเคยได้ยิน / รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้เคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และเป็นผู้ไม่เคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้เคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 100

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้เคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 99.4 และเป็นผู้ไม่เคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ท่านเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ “รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)” ในกรุงเทพมหานคร มาจาก สื่อใดบ้าง พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 มีจำนวน 149 คน เป็นผู้เคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆ ดังนี้ ได้รับสื่อจากเพื่อน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากบุคคลในครอบครัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากวิทยุ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากแผ่นปลิว/แผ่นพับ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากโทรทัศน์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 จาก 149 คน ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 จาก 149 คน และได้รับสื่อจากอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 จาก 149 คน

กลุ่มที่ 2 มีจำนวน 154 คน เป็นผู้เคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆ ดังนี้ ได้รับสื่อจากเพื่อน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากบุคคลในครอบครัว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากวิทยุ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 39 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากแผ่นปลิว/แผ่นพับ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากโทรทัศน์ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 จาก 154 คน ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 จาก 154 คน และได้รับสื่อจากอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 จาก 154 คน

กลุ่มที่ 3 มีจำนวน 153 คน เป็นผู้เคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆ ดังนี้ ได้รับสื่อจากเพื่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากบุคคลในครอบครัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากวิทยุ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากแผ่นปลิว/แผ่นพับ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากโทรทัศน์

ทัศน์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 จาก 153 คน ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 จาก 154 คน และได้รับสื่อจากอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 จาก 153 คน

ตาราง 12 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การรับรู้ข่าวสาร	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. ท่านเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ “รถไฟฟ้า มหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)” ใน กรุงเทพมหานคร มาจากสื่อใดบ่อยที่สุด						
เพื่อน	14	9.4	12	7.8	25	16.3
บุคคลในครอบครัว	9	6	7	4.5	4	2.6
วิทยุ	2	1.3	1	0.6	2	1.3
หนังสือพิมพ์	5	3.4	7	4.5	3	2
แผ่นปลิว/แผ่นพับ	7	4.7	4	2.6	13	8.5
โทรทัศน์	2	1.3	0	0	1	0.7
นิตยสาร/วารสาร	17	11.4	18	11.7	12	7.8
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	43	28.9	78	50.6	48	31.4
อินเทอร์เน็ต	44	29.5	22	14.3	39	25.5
อื่นๆ	6	4	5	3.2	6	3.9
รวม	149	100	154	100	153	100

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารที่บ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 462 คน มีผล ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มีจำนวน 149 คน เป็นผู้เคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆที่บ่อยที่สุดโดยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1. ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 2. ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 3. ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

กลุ่มที่ 2 มีจำนวน 154 คน เป็นผู้เคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆที่บ่อยที่สุดโดยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ ดังนี้ 1. ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 2. ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 3. ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

กลุ่มที่ 3 มีจำนวน 153 คน เป็นผู้เคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆที่บ่อยที่สุดโดยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1. ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้าย

โฆษณา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 2. ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 3. ได้รับสื่อจากเพื่อน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ปรากฏดังตาราง 13 และ 14

ตาราง 13 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านคิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน						
ใช่	124	80.5	130	84.4	138	89.6
ไม่ใช่	30	19.5	24	15.6	16	10.4
รวม	154	100	154	100	154	100
2. เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด						
สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ	63	40.9	45	29.2	51	33.1
สายสีน้ำเงิน หัวลำโพง-บางแค	23	14.9	21	13.6	19	12.3
สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-พระนั่งเกล้า	19	12.3	18	11.7	19	12.3
สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราษฎร์บูรณะ	49	31.8	70	45.5	65	42.2
รวม	154	100	154	100	154	100
3. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในช่วงวันใดมากที่สุด						
วันจันทร์ – วันศุกร์	70	45.5	76	49.4	80	51.9
วันเสาร์, อาทิตย์ และ วันหยุดราชการ	84	54.5	78	50.6	74	48.1
รวม	154	100	154	100	154	100

ตาราง 13 (ต่อ)

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ท่านคิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด						
ชั่วโมงเร่งด่วน	73	47.4	94	61	92	59.7
9:01 – 12:00	23	14.9	17	11	19	12.3
12:01 – 16:00	44	28.6	32	20.8	31	20.1
19:01 – 22:00	12	7.8	10	6.5	10	6.5
22:01 – 24:00	2	1.3	1	0.6	2	1.3
รวม	154	100	154	100	154	100

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 462 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

การใช้เส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 และ ไม่คิดว่าเส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

กลุ่มที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 และ ไม่คิดว่าเส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6

กลุ่มที่ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 89.6 และ ไม่คิดว่าเส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4

เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 มีผู้คิดว่าจะใช้สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 สายสีน้ำเงิน หัวลำโพง-บางแค จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-พระนั่งเกล้า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

กลุ่มที่ 2 มีผู้คิดว่าจะใช้สายเคเบิลระฆังฆนท หั่วลำโพง-บางซื่อ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 สายสีน้ำเงิน หั่วลำโพง-บางแค จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-พระนั่งเกล้า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และ สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราษฎร์บูรณะ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

กลุ่มที่ 3 มีผู้คิดว่าจะใช้สายเคเบิลระฆังฆนท หั่วลำโพง-บางซื่อ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 สายสีน้ำเงิน หั่วลำโพง-บางแค จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-พระนั่งเกล้า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราษฎร์บูรณะ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2

ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

กลุ่มที่ 2 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6

กลุ่มที่ 3 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1

ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 ในช่วงเวลา 9:01 – 12:00 มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ในช่วงเวลา 19:01 – 22:00 มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และในเวลา 22:01 – 24:00 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มที่ 2 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ในช่วงเวลา 9:01 – 12:00 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ในช่วงเวลา 19:01 – 22:00 มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และในเวลา 22:01 – 24:00 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

กลุ่มที่ 3 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 ในช่วงเวลา 9:01 – 12:00 มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 ในช่วงเวลา 19:01 – 22:00 มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และในเวลา 22:01 – 24:00 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตาราง 14 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
กลุ่มที่ 1				
5. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยประมาณ(ครั้ง/ สัปดาห์)	0	16	2.79	2.99
6. ท่านคิดว่าแนวโน้มที่ท่านจะใช้ บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟ ฟ้าใต้ดิน) (%)	0	100	42.18	30.93
กลุ่มที่ 2				
5. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยประมาณ(ครั้ง/ สัปดาห์)	0.25	25	3.35	3.12
6. ท่านคิดว่าแนวโน้มที่ท่านจะใช้ บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟ ฟ้าใต้ดิน) (%)	2	100	50.92	26.97
กลุ่มที่ 3				
5. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยประมาณ(ครั้ง/ สัปดาห์)	0.5	14	3.22	2.62
6. ท่านคิดว่าแนวโน้มที่ท่านจะใช้ บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟ ฟ้าใต้ดิน) (%)	5	100	53.95	26.48

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 462 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้
ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ(ครั้ง/ สัปดาห์)

พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีค่าต่ำสุด อยู่ที่ 0 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 16 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 2.79 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 2.99

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีค่าต่ำสุด อยู่ที่ 0.25 ครั้ง / สัปดาห์(หมายความว่า ใช้บริการ 2 ครั้ง / เดือน) มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 25 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวน

เฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 3.36 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 3.12

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.5 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 14 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 3.22 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 2.62

ท่านคิดว่าแนวโน้มที่ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) (%) พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0 เปอร์เซนต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 42.18 ซึ่งหมายความว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 30.93

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 2 เปอร์เซนต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 50.92 ซึ่งหมายความว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 26.97

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 5 เปอร์เซนต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 53.95 ซึ่งหมายความว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 26.48

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีทั้งหมด 5 ข้อ

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 10 สมมติฐานดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของเพศ

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน	เพศ	n	Mean	S.D.	t	P
1.1 แนวโน้มการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน(ครั้ง/ สัปดาห์)	ชาย	225	3.44	3.08	2.24*	0.03
	หญิง	237	2.83	2.75		
	รวม	462				
1.2 แนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (%)	ชาย	225	49.53	28.83	0.38	0.71
	หญิง	237	48.53	28.38		
	รวม	462				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ t-test พบว่า

ความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า t ที่ได้เท่ากับ 2.24 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีแนวโน้ม 3.44 ครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ เพศหญิง มีแนวโน้ม 2.83 ครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ส่วนความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า t ที่ได้เท่ากับ 0.38 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.71 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอายุ

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1.3 แนวโน้มการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน(ครั้ง/ สัปดาห์)	ระหว่างกลุ่ม	129.36	5	25.87	3.09*	0.01
	ภายในกลุ่ม	3,819.73	456	8.38		
	รวม	3,949.09	461			
1.4 แนวโน้มที่จะใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน (%)	ระหว่างกลุ่ม	13,423.24	5	2,684.65	3.37*	0.01
	ภายในกลุ่ม	363,054.12	456	796.17		
	รวม	376,477.36	461			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า

ความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 3.09 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ส่วนความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 3.37 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบ ว่า อายุที่ต่างกันต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอายุ

อายุ		ต่ำกว่า หรือเท่า กับ15	16 – 25	26 – 35	36 – 45	46 -55	มากกว่า 55
	ค่าเฉลี่ย	5.33	3.19	2.95	2.77	4.11	7.20
ต่ำกว่า หรือเท่า กับ15	5.33	-	2.14 (0.21)	2.38 (0.16)	2.56 (0.14)	1.22 (0.50)	-1.87 (0.38)
16 – 25	3.19	-	-	0.24 (0.42)	0.42 (0.34)	-0.92 (0.20)	-4.01* (0.00)
26 – 35	2.95	-	-	-	0.18 (0.68)	-1.16 (0.10)	-4.25* (0.00)
36 – 45	2.77	-	-	-	-	-1.34 (0.09)	-4.43* (0.00)
46 -55	4.11	-	-	-	-	-	-3.09* (0.04)
มากกว่า 55	7.20	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 17 แสดงว่า ผู้ที่มีอายุ 16-25, 26-35, 36-45 และ 46-55 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ น้อยกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4.01, -4.25, -4.43 และ -3.09 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.00, 0.00, 0.00 และ 0.04 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่ จำนวนครั้ง/สัปดาห์ มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 16-25, 26-35, 36-45 และ 46-55 ปี แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอายุ

อายุ		ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15	16 – 25	26 – 35	36 – 45	46 -55	มากกว่า 55
	ค่าเฉลี่ย	73.33	51.26	48.35	38.98	55.56	78.00
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15	73.33	-	22.07 (0.18)	24.98 (0.13)	34.35* (0.04)	17.78 (0.31)	-4.67 (0.82)
16 – 25	51.26	-	-	2.91 (0.32)	12.28* (0.01)	-4.29 (0.54)	-26.74* (0.04)
26 – 35	48.35	-	-	-	9.37* (0.03)	-7.20 (0.30)	-29.65* (0.02)
36 – 45	38.98	-	-	-	-	-16.57* (0.03)	-39.02* (0.00)
46 -55	55.56	-	-	-	-	-	-22.44 (0.12)
มากกว่า 55	78.00	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 18 แสดงว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15, 16-25 และ 26-35 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 34.35, 12.28 และ 9.37 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04, 0.01 และ 0.03 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15, 16-25 และ 26-35 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) มากกว่า ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า ผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -16.57 จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า ผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุ 16-25, 26-35 และ 36-45 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -26.74, -29.65 และ -39.02 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04, 0.02 และ 0.00 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอายุ 16-25, 26-35 และ 36-45 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้าน

จำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.5 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.6 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของระดับการศึกษา

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1.5 แนวโน้มการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน(ครั้ง/ สัปดาห์)	ระหว่างกลุ่ม	4.20	4	1.05	0.12	0.98
	ภายในกลุ่ม	3,944.89	457	8.63		
	รวม	3,949.09	461			
1.6 แนวโน้มที่จะใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน (%)	ระหว่างกลุ่ม	6,249.92	4	1,562.48	1.93	0.11
	ภายในกลุ่ม	370,227.44	457	810.13		
	รวม	376,477.36	461			

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า

ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 0.12 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 1.93 และมีค่า

Probability เท่ากับ 0.11 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.7 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.8 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอาชีพ

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1.7 แนวโน้มการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน(ครั้ง/ สัปดาห์)	ระหว่างกลุ่ม	34.66	5	6.93	0.81	0.55
	ภายในกลุ่ม	3,914.43	456	8.58		
	รวม	3,949.09	461			
1.8 แนวโน้มที่จะใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน (%)	ระหว่างกลุ่ม	9,553.32	5	1,910.66	2.38*	0.04
	ภายในกลุ่ม	366,924.04	456	804.66		
	รวม	376,477.36	461			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า

ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านความถี่ จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 0.81 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.545 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 2.38 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อาชีพที่ต่างกันต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของอาชีพ

อาชีพ		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นิสิต/นัก ศึกษา	ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ
ค่าเฉลี่ย		2.95	3.27	3.06	2.44	3.55	2.17
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.95	-	-8.71 (0.12)	-12.62* (0.04)	-13.21 (0.09)	-32.71* (0.00)	-6.38 (0.48)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.27	-	-	-3.91 (0.24)	-4.51 (0.44)	-24.01* (0.00)	2.33 (0.76)
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.06	-	-	-	0.66 (0.92)	-20.10* (0.03)	6.23 (0.43)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	2.44	-	-	-	-	-19.50 (0.07)	6.83 (0.46)
แม่บ้าน	3.55	-	-	-	-	-	26.33* (0.02)
อื่นๆ	2.17	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 21 แสดงว่า ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมี แนวโน้ม พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และ แม่บ้าน ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -12.62 และ -32.71 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 และ 0.00 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และ แม่บ้าน แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้ม พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า แม่บ้าน ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -24.01 และ -20.10 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 และ 0.03 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) น้อยกว่า แม่บ้าน แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน มีแนวโน้ม พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 26.33 จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%) มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ แตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.9 รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.10 รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่แตกต่างกัน

ตาราง 22 ผลการทดสอบความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามความแตกต่างของรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1.9 แนวโน้มการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน(ครั้ง/ สัปดาห์)	ระหว่างกลุ่ม	65.49	4	16.37	1.93	0.11
	ภายในกลุ่ม	3,883.61	457	8.50		
	รวม	3,949.09	461			
1.10 แนวโน้มที่จะใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน (%)	ระหว่างกลุ่ม	4,297.38	4	1,074.35	1.32	0.26
	ภายในกลุ่ม	372,179.98	457	814.40		
	รวม	376,477.36	461			

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า

ความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในด้านความถี่จำนวนครั้ง/สัปดาห์ที่จะมีแนวโน้มต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 1.93 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.11 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในด้านจำนวนโอกาส(%)ที่จะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 1.32 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.26 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรม และ ทักษะที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 6 สมมติฐานดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1 การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2 การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : การใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ตาราง 23 ผลการทดสอบการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	2.1 จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)		2.2 จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	
	r	P	r	P
การให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์	0.38*	0.00	0.12*	0.02

N = 381; ผู้ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) = 81

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.38 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์มากขึ้นจะทำให้ จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มากขึ้นด้วย และมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.38

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.12 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์มากขึ้นจะทำให้ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มากขึ้นด้วย แต่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.12

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.3 ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.4 ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ตาราง 24 ผลการทดสอบค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวน ครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	2.3 จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้ บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)		2.4 จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่ จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	
	r	P	r	P
ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้ บริการรถไฟฟ้า (BTS)	0.34*	0.00	0.14*	0.01

N = 381; ผู้ไม่เคยใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) = 81

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.34 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)มากขึ้นจะทำให้ จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่ จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)มากขึ้นด้วย และมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.34

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.14 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)มากขึ้นจะทำให้ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้

บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มากขึ้นด้วย แต่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.14

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.5 ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.6 ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ตาราง 25 ผลการทดสอบทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	2.5 จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)		2.6 จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	
	r	P	r	P
ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)	0.08	0.08	0.11*	0.02

N = 462

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.08 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.11

แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS) มากขึ้นจะทำให้ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มากขึ้นด้วย แต่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.11

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 4 สมมติฐานดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.1 ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.2 ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ตาราง 26 ผลการทดสอบทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	3.1 จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)		3.2 จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	
	r	P	r	P
ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร	0.08	0.09	0.10*	0.03

N = 462

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.09 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติในการแก้

ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.10 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มากขึ้นจะทำให้ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)มากขึ้นด้วย แต่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.10

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.3 ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.4 ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ตาราง 27 ผลการทดสอบทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	3.3 จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)		3.4 จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	
	r	P	r	P
ทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร	0.02	0.67	-0.01	0.77

N = 462

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบ

ว่า ค่า P เท่ากับ 0.67 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศณคดีที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างทศณคดีที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.77 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศณคดีที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่างๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 2 สมมติฐานดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.1 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.2 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_0 : ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

H_1 : ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ตาราง 28 ผลการทดสอบความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	4.1 จำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)		4.2 จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	
	r	P	r	P
ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)	0.07	0.16	0.04	0.36

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า
มหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้า
ใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.16 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความ
คาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ
้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.36 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 8 สมมติฐานดังนี้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5.1 การเคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความ สะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน ที่แตกต่างกัน

H₀ : การเคยได้ยืมรัฐจักรดไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน มีผลต่อเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบันไม่แตกต่างกัน

H₁ : การเคยได้ยิน/รู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบันที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5.2 การเคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้ บริการเดินทางมากที่สุด ที่แตกต่างกัน

H₀ : การเคยได้ยินรู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน

H₁ : การเคยได้ยืมวีลแชร์ไฟฟ้าผานนคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทาง
รถไฟฟ้าผานนคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5.3 การเคยได้อินพุตกริดไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด ที่แตกต่างกัน

H₀ : การเคยได้ยินรู้จักกรไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน

H₁ : การเคยได้อินพุตจากรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5.4 การเคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุดที่แตกต่างกัน

H_0 : การเคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุดที่แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร กับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	การเคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร				
	เคย	ไม่เคย	รวม	χ^2	P
5.1.เส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน					
- ใช่					
- ไม่ใช่	388	4	392	1.56	0.21
รวม	68	2	70		
	456	6	462		
5.2.เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด					
- สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ	156	3	159	3.71	0.29
- สายสีน้ำเงิน หัวลำโพง-บางแค	61	2	63		
- สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-พระนั่งเกล้า	56	0	56		
- สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราษฎร์บูรณะ	183	1	184		
รวม	456	6	462		
5.3.ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด					
- วันจันทร์ – วันศุกร์	224	2	226	0.59	0.44
- วันเสาร์,อาทิตย์ และวันหยุดราชการ	232	4	236		
รวม	456	6	462		

ตาราง 29 (ต่อ)

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า ฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	การเคยได้ยืมจักรยานไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร				
	เคย	ไม่เคย	รวม	χ^2	P
5.4. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้า ฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วง เวลาใดมากที่สุด					
- ชั่วโมงเร่งด่วน	256	3	259	14.29*	0.01
- 9:01 – 12:00	58	1	59		
- 12:01 – 16:00	106	1	107		
- 19:01 – 22:00	32	0	32		
- 22:01 – 24:00	4	1	5		
รวม	456	6	462		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) พบว่า เส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีค่า Probability เท่ากับ 0.21 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคยได้ยืมจักรยานไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่จะใช้บริการเดินทางมากที่สุด มีค่า Probability เท่ากับ 0.29 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคยได้ยืมจักรยานไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่จะใช้บริการเดินทางมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด มีค่า Probability เท่ากับ 0.44 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคยได้ยืมจักรยานไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด มีค่า Probability เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเคยได้ยืมจักรยานไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยได้ยืมจักรยานไฟฟ้าฟ้ามหานคร

H₁ : การเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุด ที่ต่างกันมีผลต่อการที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุดที่แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุด กับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยการเรียงลำดับที่ 1 และ 2 จากการการเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อมากที่สุด

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	การเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุด				
	โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	อินเตอร์เน็ต	รวม	χ^2	P
5.5.เส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน					
- ใช่					
- ไม่ใช่	143	97	240	11.67	0.23
รวม	26	8	34		
	169	105	274		
5.6.เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด					
- สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ	49	35	84	34.22	0.16
- สายสีน้ำเงิน หัวลำโพง-บางแค	25	19	44		
- สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-พระนั่งเกล้า	22	15	37		
- สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราษฎร์บูรณะ	73	36	109		
รวม	169	105	274		
5.7.ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด					
- วันจันทร์ – วันศุกร์	75	54	129	10.97	0.28
- วันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ	94	51	145		
รวม	169	105	274		

ตาราง 30 (ต่อ)

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า ฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	การเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุด				
	โปสเตอร์/ ป้าย โฆษณา	อินเทอร์เน็ต	รวม	χ^2	P
5.8. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้า ฟ้ามหานคร ในช่วงเวลาใดมากที่สุด					
- ชั่วโมงเร่งด่วน	92	53	145	40.36	0.28
- 9:01 – 12:00	19	14	33		
- 12:01 – 16:00	43	28	71		
- 19:01 – 22:00	13	9	22		
- 22:01 – 24:00	2	1	3		
รวม	169	105	274		

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) พบว่า เส้นทาง
การเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีค่า
Probability เท่ากับ 0.23 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคยได้ยิน
ข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมีผลต่อ
เส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด
มีค่า Probability เท่ากับ 0.16 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคย
ได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมี
ผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด ที่แตกต่างกัน
มีค่า Probability เท่ากับ 0.28 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคย
ได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมี
ผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด
ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุดที่แตกต่างกัน
มีค่า Probability เท่ากับ 0.28 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเคย
ได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมี
ผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

สังเขป ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และ รายได้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับ แนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมใน กรุงเทพมหานคร กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่างๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

6. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

3.ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

4.ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่างๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร(p) และ ได้สำรองเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 462 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่เกี่ยวข้องโดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถยนต์ส่วนตัว
2. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรถโดยสารประจำทาง และ เดินเท้า

3. กลุ่มผู้ใช้รถ-ใช้ถนน ผ่านบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยอาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละเท่ากับ 154 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาระหว่างเดือน ธันวาคม 2545 ถึง กุมภาพันธ์ 2546

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลในลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) จำนวน 9 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 และ 3 แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions)

จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4-5 และแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6-9

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1-8

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) จำนวน 10 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 แบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2-10

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร จำนวน 3 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) จำนวน 4 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-Dichotomy Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 และ 3 แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 และ 4 และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Questions) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5-7

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยใช้สถิติที่ทดสอบ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ t-test และ F-test

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Correlation

ส่วนที่ 3 ทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Correlation

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในด้านต่างๆ ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร, ระบบความปลอดภัย และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson Correlation

ส่วนที่ 5 การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติ Chi-Square

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 เป็นเพศชาย มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 เป็นผู้มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมา เป็นผู้มีอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมาเป็น ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามลำดับ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาเป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11 เป็นผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 เป็นเพศชาย มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 เป็นผู้มีอายุ 16-25 ปี มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาเป็นผู้มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 เป็นผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเป็นระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส. มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 เป็นเพศชาย มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ผู้มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 เป็นผู้มีอายุ 16-25 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมาเป็น เป็นผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเป็นระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส. มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS)

สามารถสรุปพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และมีผู้ใช้เส้นทางสุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และมีผู้ใช้เส้นทางสีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.1 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 10 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 1.80 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.71 ในส่วนค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 5 บาท / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 300 บาท / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 58.55 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 48.73

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วยเฉยๆ ต่อผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.30

กลุ่มที่ 2 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 54.6 มากเป็นอันดับ 1 รองลงมา ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และมีผู้ใช้เส้นทางสุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 และมีผู้ใช้เส้นทางสีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.5 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 35 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 3.83 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 4.40 ในส่วนค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 10 บาท / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 480 บาท / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 88.57 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 83.45

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วย ต่อผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50

กลุ่มที่ 3 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และในช่วงวันเสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 มีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 42 มากเป็นอันดับ 1 รองลงมา ในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 มีผู้ใช้เส้นทางสุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และมีผู้ใช้เส้นทางสีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล) จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.25 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 12 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 2.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 2.74 ในส่วนค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 5 บาท / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 400 บาท / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เท่ากับ 79.49 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 65.32

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วย ต่อผลรวมของทัศนคติที่มีต่อการการใช้รถไฟฟ้า (BTS) โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.48

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

สามารถสรุปทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 และ มีทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 และ มีทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46

กลุ่มที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 และ มีทัศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

สามารถสรุปความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรติดตามระยะทางที่ใช้บริการ มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 และมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และมีผลรวมของความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรวมมีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36

กลุ่มที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรติดตามระยะทางที่ใช้บริการ มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และมีผลรวมของความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรวมมีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36

กลุ่มที่ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรติดตามระยะทางที่ใช้บริการ มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 77.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และมีผลรวมของความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยรวมมีระดับความคาดหวังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การรับรู้ข่าวสาร

สามารถสรุปการรับรู้ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้เคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และเป็นผู้ไม่เคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 โดยได้รับสื่อจากโทรทัศน์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 จาก 149 คน มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้เคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆที่บ่อยที่สุดโดยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1. ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 2. ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 3. ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11

กลุ่มที่ 2 เป็นผู้เคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยได้รับ/ได้รับสื่อจากโทรทัศน์ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 จาก 154 คน มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้เคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆที่บ่อยที่สุดโดยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ ดังนี้ 1. ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 2. ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 3. ได้รับสื่อจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้เคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 99.4 และเป็นผู้ไม่เคยได้ยืม/รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ได้รับสื่อจากโทรทัศน์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 จาก 153 คน มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้เคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ใน กรุงเทพมหานคร มาจากสื่อต่างๆที่บ่อยที่สุดโดยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1. ได้รับสื่อจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 2. ได้รับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 3. ได้รับสื่อจากเพื่อน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

สามารถสรุปแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 และ ไม่คิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีผู้คิดว่าจะใช้สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 มากที่สุด และมีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และในวันเสาร์ ,อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 16 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 2.79 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 2.99

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0 เปอร์เซนต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 42.18 ซึ่งหมายความว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 30.93

กลุ่มที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 และ ไม่คิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 มีผู้คิดว่าจะใช้ สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

มากที่สุด และมีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 และในช่วงวันเสาร์ ,อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 และมีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.25 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 25 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 3.36 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 3.12

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 2 เปอร์เซ็นต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซ็นต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 50.92 ซึ่งหมายความว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 26.97

กลุ่มที่ 3 มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 89.6 และ ไม่คิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน มีจำนวน 16คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และมีผู้คิดจะใช้สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และมีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และในช่วงวันเสาร์ ,อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 มีผู้คิดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วน มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.5 ครั้ง / สัปดาห์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 14 ครั้ง / สัปดาห์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 3.22 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 2.62

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 5 เปอร์เซ็นต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซ็นต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เท่ากับ 53.95 ซึ่งหมายความว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 26.48

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีทั้งหมด 5 ข้อ

สมมติฐานข้อที่ 1

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.2 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.3 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.4 ทศณคดีที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้
บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 4

4.1 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.2 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับจำนวนเปอร์เซ็นต์ แนวนอน ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 5

5.1 การเคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 การเคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่จะใช้บริการเดินทางมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 การเคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4 การเคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.5 การเคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อ ใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวก มากกว่าการเดินทางในปัจจุบันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.6 การเคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อ ใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการ เดินทางมากที่สุดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.7 การเคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อ ใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการ เดินทางมากที่สุดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.8 การเคยได้ยืมข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครจากสื่อ ใดบ่อยที่สุดที่ต่างกันมีผลต่อ เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการ เดินทางมากที่สุดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึง ตัวแปรต่างๆที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) และมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยการศึกษาตัวแปรต่างๆดังต่อไปนี้ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์, พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการ ใช้รถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS),ทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร, ความคาดหวัง ที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ การรับรู้ข่าวสาร โดยพิจารณาว่าตัวแปรต่างๆมี

ผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) และมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) หรือไม่ จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผล ดังนี้

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้มที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ สอดคล้องกับของ สุณีภา งามสันติกุล (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร” พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครนั้นพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เพศ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS)มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่บวก คือ ถ้าพฤติกรรมที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) ได้แก่ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS)โดยเฉลี่ยจำนวนครั้ง/สัปดาห์ ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) กับจำนวนครั้ง/สัปดาห์ และค่าโดยสารโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) และ ทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (BTS) มากขึ้นก็จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)มากขึ้นตามไปด้วยและสอดคล้อง

กับของ ชุตีวรรณ สบายฤทัย (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวโน้มพฤติกรรม การใช้จักรยานของเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยาน อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ทัศนคติต่อการใช้จักรยาน การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และค่านิยมทางสังคมในการใช้จักรยาน

ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร กับจำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่บวก คือ ถ้าทัศนคติในการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร มากขึ้นจะทำให้ จำนวนเปอร์เซ็นต์แนวโน้ม ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)มากขึ้นด้วย และสอดคล้องกับของ สุณีภา งามสันติกุล (2543) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร” พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับ โครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร นั้นพบว่า ความคิดเห็นในการแก้ปัญหาจราจร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครเห็นว่าการทำให้การจราจรและการเดินทางในกรุงเทพมหานครสะดวกขึ้น ใช้เวลาในการเดินทางน้อยลงซึ่งทำให้สภาพจิตใจของประชาชนดีขึ้น เพราะไม่ต้องหงุดหงิดและเครียด และถึงแม้ว่าขณะทำการก่อสร้างจะก่อให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดบ้างแต่ก็เป็นเพียงชั่วคราวเท่านั้น และสอดคล้องกับของ อรพรรณ ม่วงไหม (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “การขยายตัวของกรุงเทพมหานครกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้า บีทีเอส)” นั้นพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นที่ยอมรับระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและโครงการเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาการจราจร

การรับรู้ข่าวสาร ในทางสื่อบุคคล และ สื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน นั่นคือ การเคยได้ยืมรู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีผลต่อ การใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับของ สุณิภา งามสันติกุล (2543) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร” นั้นพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครนั้นพบว่า การรับรู้สื่อในการรับรู้ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับของ อรรพรรณ ม่วงไหม (2539) ศึกษาเรื่อง “การขยายตัวของกรุงเทพมหานครกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้า บีทีเอส)” นั้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร

ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยข้างต้นทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยแยกพิจารณาออกเป็นลักษณะด้านประชากร ศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และ การรับรู้ข่าวสาร จาก สื่อบุคคล และสื่อมวลชน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้อาจจะเป็นแนวทางเพื่อประกอบการพิจารณา วางแผนพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข สิ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ให้ดียิ่งขึ้น

จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และพบว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยไม่มีความแตกต่างของระดับการศึกษา โดยมีกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่เป็น แม่บ้าน และจากการวิจัยในด้าน พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(BTS) จะมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยในอนาคตที่จะมีโครงการใหม่ที่จะเกิดขึ้นของทั้งรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(BTS) และ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรจะคำนึงถึงเส้นทางที่ควรจะมาสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และจากการวิจัยในด้าน ทัศนคติในการแก้ไขปัญหาจราจรและสิ่งแวดล้อม โดยในการแก้ไขปัญหาจราจร จะมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยควรจะมีเส้นทางเดินรถให้ทั่วถึง และ ครอบคลุมไปทุกเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อที่จะสามารถรองรับการเดินทางของประชาชนทั่วกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และในส่วนด้านความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) นั้น แม้ว่าผลการวิจัยที่ออกมาจะไม่มีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แต่เนื่องจากประชาชนทั่วไปย่อมคาดหวังในสิ่งอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย เหมือนๆกัน เพราะฉะนั้นโดยพื้นฐานควรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ไว้ในรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) เพื่อรองรับความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชนทั่วไป และในส่วนของการรับรู้ข่าวสาร จาก สื่อบุคคล และสื่อมวลชน จากผลการวิจัย แม้จากผลการวิจัยจะเห็นว่า การรับรู้ข่าวสาร จาก สื่อบุคคล และสื่อมวลชน ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ที่ไม่แตกต่างกัน แต่เนื่องจาก

ในปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารจาก สื่อบุคคล และสื่อมวลชน เป็นสิ่งที่จำเป็นในปัจจุบัน เพราะฉะนั้น ในการโฆษณาผ่านทางสื่อควรจะมุ่งเน้นไปทางสื่อให้ครบทุกด้าน เพื่อมุ่งเน้นให้การรับรู้ข่าวสารได้ลงไปถึงประชาชนทุกระดับชั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรทดสอบสมมติฐานในการวิจัยโดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างดังที่กล่าวมาแล้วในขั้นต้น
2. ควรทดสอบหาแนวโน้มในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของเส้นทางใหม่ก่อนที่จะลงมือดำเนินการโครงการดังกล่าวอีก 3 สาย
3. ควรสำรวจความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) โดยแบ่งตามกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม
4. ควรมีการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า(BTS) ทัศนคติในการแก้ไขปัญหาจราจร และสิ่งแวดล้อม ความคาดหวัง ที่มีต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) กับ แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545ก). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนส์ เอส โฟโตสตูดิโอ.
- , (2545ข). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย. (2544). รายงาน 2542-2543 ประจำปี. กรุงเทพฯ : องค์การรถไฟฟ้ามหานคร
- ชูติวรรณ สบายฤทัย. (2543). แนวโน้มพฤติกรรม การใช้จักรยานของเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศบ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- เดือนจิตต์ จิตต์อารี. (1999). วิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง จำกัด (มหาชน).
- ภาคภูมิ ทัดตินาพานิช. (2543). ทศนคติของผู้โดยสารรถไฟที่มีต่อการบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: เพื่อฟ้าพริ้นติ้ง จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุนิภา งามสันติกุล. (2543). ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สวณีย์ คงเพชรทิพย์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ของผู้บริโภคย่านฝั่งธนบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อนุรักษ์ ศรีแสง. (2540). การศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการชดเชยทรัพย์สินโครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อรรวรรณ ม่วงไหม. (2539). การขยายตัวเมืองกรุงเทพมหานคร กับความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้า บีทีเอส). วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

องค์การรถไฟฟ้ามหานคร. (2543). สารสำคัญโครงการรถไฟฟ้ามหานคร. กรุงเทพฯ : องค์การ
รถไฟฟ้ามหานคร

www.dlt.motc.go.th (web สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก). ค้นหา วันที่ 10
มกราคม 2546

www.ocmlt.go.th (web สำนักงานการจัดระบบการจราจรทางบก , สจร.). ค้นหา วันที่ 5 มกราคม 2546

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เดิมที่เรียกว่า โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง-บางซื่อ (สายสีน้ำเงิน) เป็นรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดินแห่งแรกของประเทศไทย

โครงการรถไฟฟ้ามหานครถือกำเนิดมาจากมติคณะรัฐมนตรีสมัยนายกรัฐมนตรีอินทรี ปันยารชุน เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2535 ให้จัดตั้งองค์การรถไฟฟ้ามหานคร (รฟม.) ขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่เดิมโครงการนี้ได้ออกแบบให้มีสายทางเดินรถในลักษณะยกระดับเหนือดินทั้งหมด โดยรัฐเป็นผู้ลงทุนโครงการเองทั้งหมด แต่ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุน โดยให้เอกชนเป็นผู้ลงทุนโครงการทั้งหมด และได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโครงสร้างประมาณครึ่งหนึ่งของสายทางให้เป็นระบบใต้ดิน ท้ายสุดคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2538 ให้ก่อสร้างโครงการฯ นี้เป็นระบบใต้ดินตลอดสาย โดยให้ รฟม. ลงทุนก่อสร้างงานโยธา และเอกชนลงทุนระบบไฟฟ้า โดยให้เอกชนรับสัมปทานระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร โดยมีสถานีทั้งสิ้น 18 สถานีดังนี้

เริ่มต้นที่

สถานีหัวลำโพง อยู่ที่หัวถนนพระรามที่ 4 บริเวณจุดตัดหัวถนนรองเมืองและถนนมหาพฤฒารามหน้าสถานีรถไฟหัวลำโพง มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 206 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 14 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 3 จุด อาคารระบายอากาศและทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 1 อยู่บนถนนพระราม 4 บริเวณระหว่างสถานีหัวลำโพง และสถานีสามย่าน

สถานีสามย่าน อยู่ถนนพระรามที่ 4 ตรงข้ามโครงการจุฬาไฮเทคสแควร์ บริเวณทางแยกถนนพญาไท และถนนสีพระยากับถนนพระรามที่ 4 หน้าวัดหัวลำโพง มีขนาดสถานีกว้าง 22 เมตร ยาว 174 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 25.6 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบต่างระดับ มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 2 จุด

สถานีสีลม อยู่ตามแนวถนนพระรามที่ 4 ใต้สะพานลอยไทย-ญี่ปุ่น ปากทางแยกถนนสีลมหน้าโรงแรมดุสิตธานี มีขนาดสถานีกว้าง 30 เมตร ยาว 156 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 30 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบต่างระดับ มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 2 จุด

สถานีลุมพินี อยู่บริเวณปากทางแยกถนนพระรามที่ 4 กับถนนสาทร ตรงข้ามโรงเรียนเตรียมทหารเดิม บริเวณตรงข้ามสะพานลอยไทย-เบลเยียม มีขนาดสถานีกว้าง 20 เมตร ยาว 172 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 26 เมตร จากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบต่างระดับ มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 3 จุด

สถานีบ่อนไก่ อยู่ในแนวถนนพระรามที่ 4 ใกล้ทางด่วนชั้นที่ 1 และทางรถไฟสายแม่น้ำ บริเวณด้านหน้าสำนักงานการไฟฟ้านครหลวงคลองเตย มีขนาดสถานีกว้าง 28 เมตร ยาว 202 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 18 เมตร จากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบข้าง มีจุดขึ้น-ลง ทั้งหมด 2 จุด

สถานีศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ อยู่บริเวณถนนรัชดาภิเษก ตรงข้ามศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และอาคารตลาดหลักทรัพย์ใหม่ ช้างชอยไฟลิ่งไฮโด มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 196 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 20 เมตร จากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด อาคารระบายอากาศ และทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 2 อยู่บนถนนรัชดาภิเษกช่วงระหว่างสถานีศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และสถานีสุขุมวิท

สถานีสุขุมวิท อยู่ในแนวถนนอโศก ใกล้กับสี่แยกอโศก-สุขุมวิท บริเวณด้านหน้าตลาดอโศก มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 199 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 17 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 3 จุด อาคารระบายอากาศและทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 3 อยู่บนถนนอโศกช่วงระหว่างสถานีสุขุมวิทและสถานีเพชรบุรี

สถานีเพชรบุรี อยู่บนถนนอโศก กลางสี่แยกอโศก-เพชรบุรี ใกล้สถานทูตญี่ปุ่น มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 200 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 20 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลง ทั้งหมด 3 จุด สถานีพระราม 9 อยู่บริเวณถนนรัชดาภิเษกหน้าอาคารฟอร์จูนทาวน์ มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 199 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 18 เมตร จากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 3 จุด อาคารระบายอากาศและทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 4 อยู่ถนนรัชดาภิเษกช่วงระหว่าง สถานีพระราม 9 และ สถานีเทียมร่วมมิตร

สถานีเทียมร่วมมิตร อยู่บริเวณถนนรัชดาภิเษกตรงอาคารไทยประกันชีวิต มีขนาดสถานีกว้าง 27 เมตร ยาว 340 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 20 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด อาคารระบายอากาศ และทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 5 อยู่บนถนนรัชดาภิเษกบริเวณระหว่างสถานีเทียมร่วมมิตรและสถานีประชากรศาสตร์บำเพ็ญ

สถานีประชากรศาสตร์บำเพ็ญ อยู่บริเวณกลางสี่แยกห้วยขวาง มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 226 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 19 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด อาคารระบายอากาศ และทางออกฉุกเฉินแห่งที่ 6 อยู่บนถนนรัชดาภิเษก ช่วงระหว่างสถานีประชากรศาสตร์บำเพ็ญและ สถานีสุทธิสาร

สถานีสุทธิสาร อยู่บริเวณกลางสี่แยกสุทธิสาร มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 226 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 19 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด

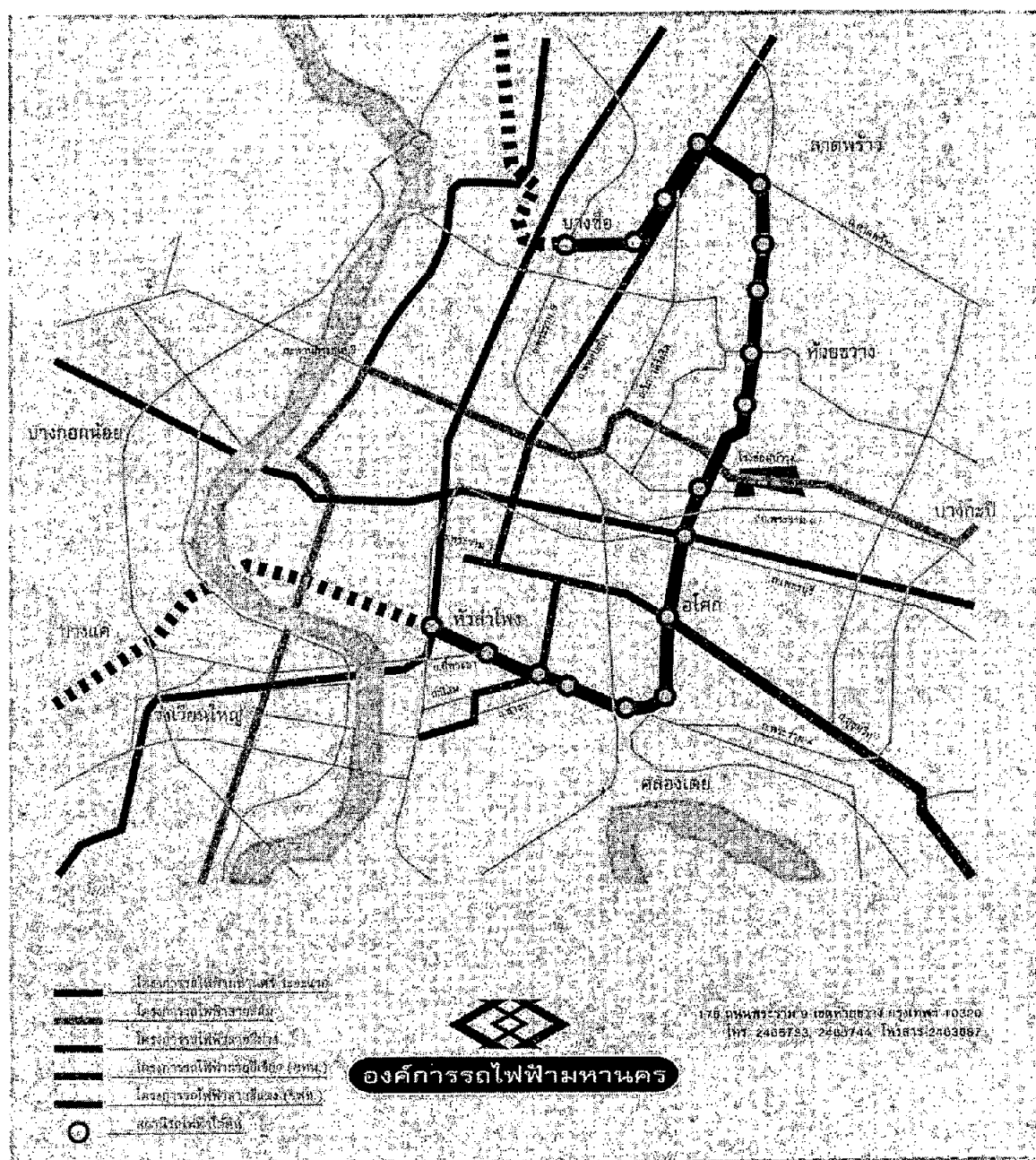
สถานีรัชดา อยู่บริเวณหน้าอาคาร พี. กระรัต มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 226 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 19 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด

สถานีลาดพร้าว อยู่บริเวณถนนลาดพร้าว ซอย 21 เชื่อมต่อกับอาคารจอดแล้วจร มีขนาดสถานีกว้าง 22 เมตร ยาว 258 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 19 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด อาคารจอดแล้วจร ตั้งอยู่บริเวณสถานีลาดพร้าวเป็นอาคารสูง 9 ชั้น จอดรถได้ 2,200 คัน และมีตลาด (Super Market) อยู่ชั้นใต้ดิน โดยจะมีทางเชื่อมใต้ดินกับห้องโถงผู้โดยสาร(Concourse)ของสถานีลาดพร้าว อาคารระบายอากาศ และทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 7 อยู่บนถนนลาดพร้าว บริเวณข้างโรงเรียนปทุมพันธ์

สถานีพหลโยธิน อยู่บริเวณแยกถนนพหลโยธินตัดถนนลาดพร้าว มีขนาดสถานีกว้าง 22 เมตร ยาว 226 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 18 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 5 จุด อาคารระบายอากาศ และทางออกฉุกเฉินเพิ่มเติมแห่งที่ 8 อยู่ในสวนจตุจักรระหว่างพหลโยธินและสถานีหมอชิต สถานีหมอชิต อยู่ในบริเวณสวนจตุจักร สามารถเชื่อมต่อกับสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส ที่บริเวณสถานีหมอชิต มีขนาดสถานีกว้าง 30 เมตร ยาว 336 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 17 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 4 จุด

สถานีกำแพงเพชร อยู่ตรงข้ามองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) มีขนาดสถานีกว้าง 23 เมตร ยาว 226 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 17 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบกลาง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 3 จุด

สถานีบางซื่อ อยู่บริเวณใกล้สถานีรถไฟบางซื่อ มีขนาดสถานีกว้าง 30 เมตร ยาว 226 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 12 เมตรจากผิวดิน เป็นชานชาลาแบบข้าง มีจุดขึ้น-ลงทั้งหมด 2 จุด



ภาพประกอบ 6 แผนที่เส้นทางโครงการรถไฟฟ้ามหานครและสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
ที่มา : สรุปสาระสำคัญโครงการรถไฟฟ้ามหานคร. (2543).

แบบสอบถาม

เรื่อง

**การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สำหรับผู้บริหาร) สาขาวิชาการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการนำเสนอผลการวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS)
- ส่วนที่ 3 ทัศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)
- ส่วนที่ 5 การรับรู้ข่าวสาร
- ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

ในชีวิตประจำวันของท่าน ท่านเดินทางโดยอาศัยยานพาหนะประเภทใดมากที่สุด
(โปรดเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)

- () โดยรถยนต์ส่วนตัว
- () โดยรถโดยสารประจำทาง และ เดินเท้า
- () โดยอาศัยพาหนะของผู้อื่น หรือ ยานพาหนะของที่ทำงาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี

() 16 – 25 ปี

() 26 – 35 ปี

() 36 – 45 ปี

() 46 – 55 ปี

() มากกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

() อาชีวศึกษา/อนุปริญญาตรี/ปวส.

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา () ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 () แม่บ้าน () อื่นๆ

5. รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

- () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
 () 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
 () มากกว่า 40,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรม และทัศนคติที่มีต่อการใช้รถไฟฟ้า BTS

(ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ กรุณาข้ามไปตอบข้อที่ 6)

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือ เติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

- ท่านใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงวันใดมากที่สุด
 () วันจันทร์ – วันศุกร์ () วันเสาร์ ,อาทิตย์ และ วันหยุดราชการ
- ท่านใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด
 () ชั่วโมงเร่งด่วน(6:00 – 9:00 และ 16:01 – 19:00)
 () 9:01 – 12:00 () 12:01 – 16:00
 () 19:01 – 22:00 () 22:01 – 24:00
- เส้นทางรถไฟฟ้า (BTS) เส้นทางใดที่ท่านใช้บริการเดินทางมากที่สุด
 () สุขุมวิท(สุขุมวิท81-ห้าแยกลาดพร้าว) () สีลม(สะพานสารสิน-สี่แยกเจริญผล)
- ท่านใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) โดยเฉลี่ยประมาณ.....ครั้ง / สัปดาห์
- ค่าโดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS)ของท่านโดยเฉลี่ยประมาณ.....บาท / สัปดาห์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
6. ท่านคิดว่าการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) มีความสะดวกและรวดเร็ว					
7. ท่านคิดว่าการใช้บริการรถไฟฟ้า(BTS) ยังไม่สามารถช่วยแก้ไขปัญหการจราจรที่ติดขัดได้					
8. ท่านคิดว่าเส้นทางการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ตัวท่านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่ไม่มีรถไฟฟ้า (BTS)					
9. ท่านคิดว่ามีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS)					

ส่วนที่ 3 ทศนคติในการแก้ปัญหาการจราจรและสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าโครงการต่างๆเหล่านี้ สามารถช่วยแก้ปัญหาจราจรใน กรุงเทพมหานคร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
1. การห้ามรถยนต์ส่วนตัวขับเพียงคนเดียววิ่ง ในเขตที่มีจราจรคับคั่ง					
2. การมีรถไฟฟ้า(BTS)					
3. การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)					
4. การจัดสรรรถโดยสารประจำทางให้เพียงพอ กับประชาชนในกรุงเทพมหานคร					
5. การสร้างเส้นทางลัด และมีเครื่องหมายบอก ทาง					

ทศนคติที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมใน กรุงเทพมหานคร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
6.ท่านคิดว่าการเพิ่มของปริมาณรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ทำให้เป็นสาเหตุของการ จราจรที่ติดขัด, ปัญหามลภาวะเป็นพิษและ ปัญหามลภาวะทางเสียงในกรุงเทพมหานคร					
7.ท่านคิดว่าปัญหาจราจรเป็นสาเหตุของ ปัญหามลภาวะเป็นพิษและปัญหามลภาวะทาง เสียงที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร					
8.ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะ เป็นพิษ และ มลภาวะทางเสียง จากระถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ที่เกิดขึ้นใน กรุงเทพมหานครเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับที่รุนแรง					

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคาดหวังของท่าน

1. ท่านคิดว่าอัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ควรคิดในลักษณะใด

() ควรคิดตามระยะทางที่ใช้บริการ () ควรคิดแบบเหมาจ่าย/ราคาเดียวตลอดสาย

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)	คาดหวังมากที่สุด (5)	คาดหวังมาก (4)	คาดหวังปานกลาง (3)	คาดหวังน้อย (2)	คาดหวังน้อยที่สุด (1)
2. อัตราค่าโดยสารควรอยู่ที่ราคา 10 – 35 บาท/ตลอดสาย					
3. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีทั้งเวลากลางวันและกลางคืน					
4. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัยในการให้บริการ					
5. ทำให้มลภาวะที่เป็นพิษในกรุงเทพมหานครน้อยลง					
6. ภายในสถานีมีระบบป้องกันอัคคีภัยที่ดี					
7. ภายในสถานีมีระบบปรับอากาศที่รักษาสภาพแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร					
8. มีความสะดวกและรวดเร็ว ในการเลือกใช้บริการ					
9. ภายในสถานีมีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ บันไดเลื่อน, ลิฟต์ , ร้านค้าย่อย และ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ					
10. มีอาคารจอดรถที่เพียงพอ สำหรับผู้มาใช้บริการ					

ส่วนที่ 5 การรับรู้ข่าวสาร

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด

1. ท่านเคยได้ยิน / รู้จักรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครหรือไม่

() เคย

() ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 6)

2. ท่านเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ “รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)” ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

() เพื่อน

() บุคคลในครอบครัว

() วิทยุ

() หนังสือพิมพ์

() แผ่นปลิว/แผ่นพับ

() โทรทัศน์

() นิตยสาร/วารสาร

() ไปสเตอร์/ป้ายโฆษณา

() อินเทอร์เน็ต

() อื่นๆ(ระบุ).....

3. ท่านเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับ “รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)” ในกรุงเทพมหานคร มาจากสื่อใดบ่อยที่สุด (ใช้คำตอบจากข้อ 2 ตอบได้ 1 คำตอบ).....

ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ท่านคิดว่าเส้นทางการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) มีความสะดวกมากกว่าการเดินทางในปัจจุบัน

() ใช่

() ไม่ใช่

2. เส้นทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เส้นทางใดที่ท่านคิดว่าจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด

() สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ

() สายสีน้ำเงิน หัวลำโพง-บางแค

() สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-สะพานพระนั่งเกล้า

() สายสีน้ำเงิน บางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ

3. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงวันใดมากที่สุด

() วันจันทร์ – วันศุกร์

() วันเสาร์, อาทิตย์ และ วันหยุดราชการ

4. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

() ช่วงโมงเร่งด่วน(6:00 – 9:00 และ 16:01 – 19:00)

() 9:01 – 12:00

() 12:01 – 16:00

() 19:01 – 22:00

() 22:01 – 24:00

5. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)โดยประมาณ.....ครั้ง/ สัปดาห์

6. ท่านคิดว่าแนวโน้มที่ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) = ...%

7. ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นอื่นๆ ในสิ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียเวลาอันมีค่าให้ความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถามฉบับนี้

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์	กรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา	กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบริหาร หลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/๔๗๔๔

วันที่ // มีนาคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายวรวุฒิ เชษฐณรงค์ นิติระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" โดยมี อาจารย์วรังกา อศิรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบการศึกษานโยบายพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบให้ นายวรวุฒิ เชษฐณรงค์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นายวรวุฒิ เชษฐณรงค์
วันเดือนปีเกิด	6 กรกฎาคม 2514
สถานที่เกิด	จังหวัดพิจิตร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	236 หมู่บ้านชื้อตรง ซอยพหลโยธิน52 ต.คลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2532	โรงเรียน ลาซาล โซติรวิ จังหวัดนครสวรรค์
พ.ศ. 2536	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาเครื่องกล มหาวิทยาลัยรังสิต
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ