

**พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่ส่งผลต่อ
การตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง**

Personal factors and consumer behaviors traveling by public transportation to inner Bangkok
that affect the decision to choose a transportation mode

พันธ์ทิพย์ ภูตระกูลพัฒนา¹, ปุณณะ คงสว่าง²
Punthip Putrakulpattana¹ Punna Kongsawang²

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่เลือกเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเข้าไปทำกิจกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน จำนวน 400 คน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการประมวลผลแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า 1) อาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในและเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน 2) ความตรงต่อเวลาของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ ความสะอาดของบริการขนส่งสาธารณะ ความสะดวกสบายของบริการขนส่งสาธารณะ ความแออัดของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัยเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุน้อย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารรุ่นใหม่ (YMBA) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

และ ความถี่ของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ การถึงที่หมายได้ตรงเวลา ภายในระยะเวลาที่คาดการณ์ไว้ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะมีความเหมาะสมอัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมของระบบขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะสามารถเข้าถึงได้ง่าย ระบบขนส่งสาธารณะมีความต่อเนื่องกัน (รถ, เรือ, ราง) สภาพการจราจรในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน เส้นทางของระบบขนส่งสาธารณะครอบคลุมพื้นที่ที่สำคัญหรือต้องไปทำกิจกรรม ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง

ความสำคัญ : การตัดสินใจ, พฤติกรรมผู้บริโภค, รูปแบบการเดินทาง

Abstract

This research aims to study personal factors (demographic characteristics) that affect the decision to choose a transportation mode by public transportation to inner Bangkok. To study the behavior of consumers traveling by public transportation that affects the decision to choose a transportation mode by public transportation to inner Bangkok. This research is a quantitative research. The sample group is 400 people who choose to travel by public transportation to do activities in inner Bangkok. The ready-made computer program was used to process the questionnaires.

The research results found that 1) Occupation affects the decision to choose a transportation mode by public transportation to inner Bangkok and gender, age, education level, average monthly income do not affect the decision to choose a transportation mode by public transportation to inner Bangkok. 2) Punctuality of the service schedule of the public transportation, cleanliness of the public transportation service, convenience of the public transportation service, crowding of public transportation users, and public transportation is safe and has a low risk of accidents. That affect the decision to choose the travel mode and the frequency of the public transport service. Arriving at the destination on time within the expected time. The appropriate travel time by public transport. The appropriate fare of the public transport. The public transport is easily accessible. The public transport is continuous (car, boat, rail). Traffic conditions in inner Bangkok. The public transport routes cover important areas or activities that do not affect the decision to choose the travel mode.

KEYWORDS : Decision-making, Consumer behavior, Travel patterns

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย ที่มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกมิติ พื้นที่กรุงเทพฯ โดยเฉพาะเขตชั้นใน เป็นศูนย์รวมของกิจกรรมทางธุรกิจ การศึกษา การท่องเที่ยว และแหล่งจ้างงานจำนวนมาก ส่งผลให้มีความต้องการเดินทางเข้าสู่พื้นที่ดังกล่าวจากทั้งประชาชนภายในกรุงเทพฯ เอง รวมถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บริเวณโดยรอบ เช่น นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

ความหนาแน่นของกิจกรรมในเขตเมืองก่อให้เกิดความต้องการเดินทางสูงมาก โดยมีจำนวนเที่ยวเดินทางในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลรวมกันเฉลี่ยมากกว่า 18 ล้านเที่ยวต่อวัน ระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะจึงมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีระบบขนส่งสาธารณะที่หลากหลาย ทั้งทางบก (เช่น รถโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่ รถตู้) ทางราง (เช่น รถไฟฟ้า BTS, MRT และรถไฟชานเมือง) และทางน้ำ (เช่น เรือด่วนเจ้าพระยา และเรือคลองแสนแสบ)

แม้ว่าจะมีระบบขนส่งสาธารณะครอบคลุมหลายรูปแบบ แต่สถิติและสถานการณ์จริงยังสะท้อนให้เห็นว่าผู้คนจำนวนมากยังนิยมใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่นำไปสู่ปัญหาการจราจรติดขัด มลภาวะทางอากาศ การสิ้นเปลืองพลังงาน และต้นทุนทางเศรษฐกิจในภาพรวม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากระบบขนส่งบางประเภทไม่ตอบโจทย์ด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือความปลอดภัย หรืออาจเกิดจากทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเอง

จากประเด็นดังกล่าวจึงเกิดคำถามสำคัญว่า “ปัจจัยใดบ้าง” ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน โดยเฉพาะในกลุ่มประชาชนที่ใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งต้องพิจารณาทั้งด้าน ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ รวมถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเดินทาง เช่น ความถี่ จุดประสงค์ ระยะทาง รูปแบบที่ใช้ และความพึงพอใจในบริการ

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาระบบขนส่งสาธารณะในภาพรวม แต่ยังมีข้อจำกัดในการเจาะลึกพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เดินทางเข้าสู่ “กรุงเทพฯ ชั้นใน” ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นสูงที่สุด และเป็นจุดศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเมือง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจกลไกการตัดสินใจของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาว่า ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นในหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนา ปรับปรุง หรือส่งเสริมระบบขนส่งสาธารณะให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง อันจะนำไปสู่การลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล และบรรเทาปัญหาการจราจรในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางที่ต่างกัน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

Kotler, Philip. (1999) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่ง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้านั้น ๆ ด้วย การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ช่วยให้เข้าใจว่าแต่ละบุคคลทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เช่น เวลา บุคลากรและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อการบริโภคสินค้าอย่างไร นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่า สินค้าที่จะนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย ควรตอบคำถามสำคัญ 7 ข้อ ได้แก่ ใครคือผู้บริโภค (Who?) สินค้าอะไรที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (What?) เหตุผลที่ทำให้ซื้อ (Why?) วิธีการซื้อ (How?) ช่วงเวลาที่ซื้อ (When?) สถานที่ซื้อ (Where?) และความถี่ในการซื้อหรือใช้สินค้า (How often?) นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาเรื่องอิทธิพลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคอย่างละเอียดมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making Process)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2562) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) ผู้บริโภคจะผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึง ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการและความจำเป็นในการซื้อสินค้า นักการตลาดจึงพยายามกระตุ้นให้เกิดความต้องการในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็นในการซื้อสินค้า
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาและเกิดความต้องการขั้นแรกแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น แหล่งข้อมูลภายในและภายนอก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ โดยนักการตลาดมีหน้าที่จัดเตรียมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลังจากได้รับข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะนำข้อมูลมาพิจารณาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยพิจารณาคุณสมบัติเครื่องสำอาง เช่น รูปร่าง รูปทรง และคุณสมบัติอื่น ๆ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก เช่น ราคา คุณภาพ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า โดยนักการตลาดควรสร้างความน่าสนใจและความเหมาะสมในส่วนประสมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเลือกซื้อของผู้บริโภค
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวเลือกที่ผ่านการประเมินแล้ว โดยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุด
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกของผู้บริโภคหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจในคุณสมบัติของสินค้า หากพอใจ จะมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำในอนาคต แต่ถ้าผู้บริโภคไม่พอใจ ก็อาจจะไม่ซื้อซ้ำ ส่งผลต่อความภักดีและภาพลักษณ์ของแบรนด์ในระยะยาว

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เลือกเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเข้าไปทำกิจกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability) รูปแบบตามสะดวก (Convenience) โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 384 คนเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน คณะผู้วิจัยจึงเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน

ลักษณะเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบประเมินด้วยตนเอง (Questionnaire) และมีวิธีการเก็บข้อมูลของแบบสอบถามผ่านทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Google Forms) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง โดยสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

คำถามคัดกรอง ผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะและเดินทางเพื่อเข้าไปทำกิจกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h (Who, What, When, Where, whom, How) ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h ได้แก่ Who, What, When, Where, whom, How ซึ่งเป็นข้อมูลอธิบายปัจจัยเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h (Why:ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) ซึ่งเป็นการสำรวจเหตุผลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 13 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นรูปแบบ Summated Rating Scale (Likert's scale)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา (การรับรู้ความต้องการ), การแสวงหาข้อมูล (การค้นหาข้อมูล), การประเมินทางเลือก (ทางบก, ทางน้ำ, ทางราง), การตัดสินใจซื้อ (เลือกใช้บริการรูปแบบการเดินทาง) และพฤติกรรมหลังใช้บริการรูปแบบการเดินทางนั้นๆ โดยมีแบบสอบถามจำนวน 15 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นรูปแบบ Summated Rating Scale (Likert's scale)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ทดสอบความเที่ยงตรงแบบสอบถาม (Validity) ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านซึ่งมีประสบการณ์ในการด้านการจัดการ จากการสำรวจค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามพบว่า มีค่า IOC ที่ 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามสามารถใช้ในการสำรวจได้ จึงนำมาสอบถามในกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน

หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน หลังจากนั้น นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.828 ซึ่งมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

(มากกว่า 0.75) และนำแบบสอบถามไป ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (สุวิมล ติรกา นนท์, 2557)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานคร ชั้นในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง มีการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน 2568 และทำการศึกษามีแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่เดินทางเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นการเก็บ ข้อมูลแบบสอบถามจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Google Forms) โดยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม งานวิจัยเรื่องนี้จะไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว รวมถึงแบบสอบถามงานวิจัยนี้มิได้เก็บข้อมูลส่วนบุคคล (ชื่อและนามสกุล) ที่ส่งผลให้ระบุตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามได้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารบทความ วารสารวิชาการ และข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย พร้อมได้แสดงถึงแหล่งอ้างอิงเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคำถามคัดกรอง จำนวน 2 ข้อคำถาม ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทาง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h (Who, What, When, Where, whom, How) จำนวน 13 ข้อคำถาม ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) โดยใช้การนำเสนอรูปแบบของ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h (Why) จำนวน 13 ข้อคำถาม โดยจะแสดง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Rating Scale) ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบการ เดินทางระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา (การรับรู้ความต้องการ), การ แสวงหาข้อมูล (การค้นหาข้อมูล), การประเมินทางเลือก (ทางบก, ทางน้ำ, ทางราง), การตัดสินใจซื้อ (เลือกใช้บริการรูปแบบการเดินทาง) และพฤติกรรมหลังใช้บริการรูปแบบการเดินทางนั้นๆ โดยมี แบบสอบถามจำนวน 15 ข้อคำถาม เพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่ง สาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน

4. ใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ในการหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวแปรและตัวแปรตาม 1 ตัวแปร โดยการวิเคราะห์ สมมติฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่เลือกเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเข้าไปทำกิจกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครใน โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชาย มีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 มีรูปแบบในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครใน ทางบก (รถโดยสารสาธารณะ) มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีจำนวนครั้งที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครใน 21 – 30 ครั้ง ต่อเดือน มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีช่วงวันของสัปดาห์ที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครใน วันจันทร์ – วันศุกร์ มีจำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 มีพื้นที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครใน พื้นที่กรุงเทพฯ มีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 มีบุคคลที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครใน เดินทางคนเดียว มีจำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครใน ไปทำงาน มีจำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 มีการรับมือกับการเดินทางหากเกิดเหตุฉุกเฉิน เปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง มีจำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 มีช่องทางในการชำระค่าโดยสาร เงินสด มีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาได้แก่ บัตรโดยสาร มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h (why)

พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการถึงที่หมายได้ตรงเวลา ภายในระยะเวลาที่คาดการณ์ไว้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.78) และน้อยที่สุดคิดว่าระบบขนส่งสาธารณะมีความต่อเนื่องกัน (รถ/เรือ/ราง) ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.79)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ในภาพรวม

กระบวนการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. การรับรู้ความต้องการ	4.03	0.68	มาก
2. การค้นหาข้อมูล	3.96	0.64	มาก
3. การประเมินทางเลือก	3.95	0.63	มาก
4. การตัดสินใจเลือกรูปแบบ	3.96	0.59	มาก
5. พฤติกรรมหลังการเลือกรูปแบบการเดินทาง	3.92	0.60	มาก
รวม	3.96	0.63	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการรับรู้ความต้องการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ การค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.64) และน้อยที่สุดคิดว่าพฤติกรรมหลังการเลือกรูปแบบการเดินทาง ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.60)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพชั้นในที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพชั้นใน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	3.588	0.137		26.204	0.000
1. เพศ	-0.015	0.047	-0.016	-0.330	0.742
2. อายุ	0.035	0.040	0.050	0.858	0.392

ตารางที่ 2 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
3. ระดับการศึกษา	-0.046	0.058	-0.045	-0.791	0.429
4. อาชีพ	0.102	0.036	0.144	2.825	0.005*
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.091	0.053	0.109	1.711	0.088

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญที่ <0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า อาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในและเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางที่ต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.417	0.148		9.591	0.000
1. ความตรงต่อเวลาของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ	0.136	0.035	0.236	3.863	0.000*
2. ความถี่ของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ	-0.034	0.042	-0.052	-0.815	0.416
3. การถึงที่หมายได้ตรงเวลา ภายในระยะเวลาที่คาดการณ์ไว้	-0.021	0.041	-0.033	-0.520	0.603
4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะมีความเหมาะสม	0.078	0.040	0.116	1.934	0.054
5. อัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมของระบบขนส่งสาธารณะ	0.031	0.028	0.054	1.104	0.270

ตารางที่ 3 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.417	0.148		9.591	0.000
6. ระบบขนส่งสาธารณะสามารถเข้าถึงได้ง่าย	0.022	0.034	0.033	0.653	0.514
7. ระบบขนส่งสาธารณะมีความต่อเนื่องกัน (รถ,เรือ,ราง)	0.006	0.029	0.009	0.197	0.844
8. ความสะอาดของบริการขนส่งสาธารณะ	0.101	0.040	0.138	2.504	0.013*
9. ความสะดวกสบายของบริการขนส่งสาธารณะ	0.096	0.043	0.125	2.218	0.027*
10. สภาพการจราจรในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน	0.031	0.034	0.046	0.916	0.360
11. ความแออัดของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ	0.110	0.033	0.151	3.388	0.001*
12. เส้นทางของระบบขนส่งสาธารณะครอบคลุมพื้นที่ที่สำคัญหรือต้องไปทำกิจกรรม	0.021	0.031	0.031	0.679	0.497
13. ระบบขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัยเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุน้อย	0.076	0.036	0.104	2.076	0.039*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญที่ <0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ความตรงต่อเวลาของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ ความสะอาดของบริการขนส่งสาธารณะ ความสะดวกสบายของบริการขนส่งสาธารณะ ความแออัดของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัยเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุน้อย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง และ ความถี่ของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ การถึงที่หมายได้ตรงเวลาภายในระยะเวลาที่คาดการณ์ไว้ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะมีความเหมาะสม อัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมของระบบขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะสามารถเข้าถึงได้ง่าย ระบบขนส่งสาธารณะมีความต่อเนื่องกัน (รถ,เรือ,ราง) สภาพการจราจรในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน เส้นทางของระบบขนส่งสาธารณะครอบคลุมพื้นที่ที่สำคัญหรือต้องไปทำกิจกรรม ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่แตกต่างกัน พบว่า

อาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2000) พบว่า อาชีพ (Occupation) เป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับความต้องการสินค้าและบริการของแต่ละบุคคล เช่น เกษตรกรชาวนาอาจสนใจสินค้าสำหรับการครองชีพ ขณะที่พนักงานในบริษัทมักซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการและนักธุรกิจก็มีความต้องการเฉพาะด้าน การศึกษาจึงจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดเตรียมสินค้าให้ตรงกับกลุ่มอาชีพได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ศิริเกษ (2566) งานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถขนส่งสาธารณะระดับ Microtransit ของผู้เดินทางในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา รถสามล้อไฟฟ้า MuvMi” ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ MuvMi ได้แก่ อาชีพ รูปแบบการเดินทางหลัก ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการเดินทางต่อวัน การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ และความง่ายในการใช้งาน

เพศที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2000) และสอดคล้องกับงานวิจัยของมนปรียา เกิดกมล (2566) เรื่อง “พฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง” ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อายุที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Belch & Belch (2005) พบว่าอายุ (Age) บุคคลในแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และสนใจสินค้าแฟชั่น ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ หากแบ่งกลุ่มอายุออกเป็นช่วงๆ จะช่วยให้สามารถจับกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้ดีขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของมนปรียา เกิดกมล (2566) เรื่อง “พฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง” ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการศึกษาที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Belch & Belch (2005) พบว่า การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมักเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เนื่องจากสามารถสร้างรายได้และเข้าใจคุณค่าของสินค้าและบริการได้ดีขึ้น จึงมักเน้นสินค้าที่มีมาตรฐานสูงกว่าและสอดคล้อง

กับงานวิจัยของมนปรียา เกิดกมล (2566) เรื่อง “พฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง” ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2000) พบว่า รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่แสดงถึงขีดความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการ โดยคนที่มียาได้ต่ำจะมุ่งเน้นซื้อสินค้าจำเป็นและมีความไวต่อราคามาก ขณะที่ผู้มีรายได้สูงจะสนใจสินค้าที่มีคุณภาพและราคาสูง รวมทั้งให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และราคาสินค้า ทั้งนี้ รายได้และอาชีพก็มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และสอดคล้องกับงานวิจัยของมนปรียา เกิดกมล (2566) เรื่อง “พฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง” ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมผู้บริโภคที่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางที่ต่างกัน พบว่า ความตรงต่อเวลาของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ ความสะอาดของบริการขนส่งสาธารณะ ความสะดวกสบายของบริการขนส่งสาธารณะ ความแออัดของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัยเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุต่ำ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของฉัตยาพร เสมอใจ และ จิตินันท์วารวิณิช (2561) กล่าวว่า ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า (Purchase occasion) เป็นข้อมูลที่ช่วยให้ธุรกิจทราบโอกาสในการขาย เช่น ช่วงเทศกาล ฤดูกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ เพื่อเตรียมการผลิตและวางแผนการตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสม ช่วยเสริมสร้างโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้นและเพิ่มยอดขาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริธร อินจีน (2563) เรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร ” ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจของผู้โดยสาร คือ ความสะดวกสบาย ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สภาพของยานพาหนะ ความสะอาด ความสะดวกในการขึ้น-ลง ไปจนถึงการเข้าถึงระบบขนส่งได้ง่าย ถัดมาคือ ความปลอดภัย ที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญไม่แพ้กัน โดยเน้นถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทาง เช่น การมีไฟส่องสว่างในพื้นที่บริการ การมีกล้องวงจรปิด หรือเจ้าหน้าที่คอยดูแล อีกหนึ่งปัจจัยที่พบว่ามีผลอย่างชัดเจนคือ ค่าใช้จ่าย โดยผู้โดยสารคาดหวังให้ราคาค่าโดยสารอยู่ในระดับที่เหมาะสมและคุ้มค่างับคุณภาพบริการที่ได้รับ ส่วนความตรงต่อเวลา ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลไม่น้อย โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ต้องเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ไปทำงานหรือเรียนหนังสือ

ความถี่ของรอบบริการของระบบขนส่งสาธารณะ การถึงที่หมายได้ตรงเวลา ภายในระยะเวลาที่คาดการณ์ไว้ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะมีความเหมาะสมอัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมของระบบขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะสามารถเข้าถึงได้ง่าย ระบบขนส่งสาธารณะมีความต่อเนื่องกัน (รถ, เรือ, ราง) สภาพการจราจรในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน เส้นทางของระบบขนส่งสาธารณะครอบคลุมพื้นที่ที่สำคัญหรือต้องไปทำกิจกรรม ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, Philip. (1999) อธิบายว่า สินค้าที่จะนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย ควรตอบคำถามสำคัญ 7 ข้อ ได้แก่ ใครคือผู้บริโภค (Who?) สินค้าอะไรที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (What?) เหตุผลที่ทำให้ซื้อ (Why?) วิธีการซื้อ (How?) ช่วงเวลาที่ซื้อ (When?) สถานที่ซื้อ (Where?) และความถี่ในการซื้อหรือใช้สินค้า (How often?) นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาเรื่องอิทธิพลต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคอย่างละเอียดมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมพล เพชรารุท (2565) เรื่อง “ การพัฒนาแบบจำลองทางเลือกรูปแบบการเดินทางจากการสำรวจข้อมูลการเดินทางทางอ้อมจากข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ ” พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลตามวันและช่วงเวลาในการเดินทาง เช่น ระยะทาง ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย วัตถุประสงค์การเดินทาง เป็นต้น และผลการศึกษาศึกษาสามารถแสดงตารางจุดต้นทางและปลายทางในการเดินทางซึ่งแบ่งเป็น 209 พื้นที่ย่อย (ระดับแขวงในพื้นที่กรุงเทพฯ และระดับอำเภอใน 5 จังหวัดปริมณฑล) ตามรูปแบบการเดินทาง (รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน รถไฟชานเมือง เรือโดยสาร) ได้ตามวันและช่วงเวลาในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการเวลาให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างมั่นใจและลดความไม่แน่นอนในเรื่องการถึงที่หมายตรงเวลา
2. ปรับปรุงและเพิ่มความเข้าใจในเรื่องระยะเวลาการเดินทางของระบบขนส่งสาธารณะให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยจัดทำข้อมูลเวลาเดินทางให้เป็นปัจจุบันและเข้าถึงง่าย เช่น การปรับปรุงป้ายบอกเวลา หรือแอปพลิเคชันแจ้งเตือน
3. ทำงานร่วมกับผู้ให้บริการระบบขนส่งหลายประเภท (รถ/เรือ/ราง) เพื่อเสริมสร้างความต่อเนื่องและความสอดคล้องของตารางเวลา รวมถึงการบูรณาการข้อมูลการเดินทางให้เป็นระบบเดียวกัน
4. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้โดยสารเกี่ยวกับเส้นทางและตารางเวลาของแต่ละระบบขนส่ง เพื่อให้สามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความสับสน

5. จัดโครงการสำรวจความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้โดยสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน จึงควรอาศัยการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) และการทำการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม (Focus Group)
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จุฬามาศ ศิริเกษ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถขนส่งสาธารณะระดับ Microtransit ของผู้เดินทางในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา รถสามล้อไฟฟ้า MuvMi. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 5(3), 303–320.
- จอมพล เพชรราช. (2565). การพัฒนาแบบจำลองทางเลือกรูปแบบการเดินทางจากการสำรวจข้อมูลการเดินทางทางอ้อมจากข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่. *วิทยานิพนธ์และวิทยานิพนธ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- นิตยาพร เสมอใจ และจิตินันท์ วารวินิช. (2561). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- มนปรียา เกิดกมล. (2566). พฤติกรรมของผู้โดยสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางทางอากาศภายในประเทศ ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลัสเตอร์. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 5(3), 365–378.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ปริญา ลักษิตานนท์ ศุภร เสรีรัตน์และองอาจ ปทะวานิช. (2562). *การบริหาร. การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.
- สิริธร อินจัน. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 25(2), 10–18.
- Belch, G.E., & Michael, A.B. (2005). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. Boston: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (1999). Marketing in the network economy. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 146-163.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.