

ทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อ
การยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อ
การยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2561



นางสาวณัฐพัชร์ สุทธิสัจกุล
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วิชาสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงสิน ประสงค์สุกาญจน์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือ อย่างดียิ่ง จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนพล วิราสา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษา และคำแนะนำตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินงาน เสนอข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งได้ตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ทางทฤษฎี และถ่ายทอดประสบการณ์ในทางปฏิบัติ จนทำให้ผู้เขียน ได้มีความรู้ ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และขอขอบคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ BM รุ่น 19B ทุกคนที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์เรื่องนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนคอยช่วยเหลือ และให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ณัฐพัชร์ สุทธิสันกุล

ทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถยนต์ร่วมกัน

THE STUDY OF ATTITUDE TOWARD CARPOOLING ACCEPTANCE

ณัฐพัชร์ สุทธิสัทนกุล 5950241

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D., สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds., ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงสิน ประสงค์สุกาญจน์, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 354 คน ซึ่งเป็นการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนการวิเคราะห์แนวโน้มทัศนคติจะใช้เส้นภาพ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 354 คนเป็นเพศหญิงร้อยละ 63 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 การศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 53 ส่วนมากทำอาชีพในบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 71.5 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 30,001 – 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 35

สำหรับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยปกติจะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวคนเดียว โดยเหตุผลหลักที่ไม่เดินทางโดยใช้รถร่วมกับผู้อื่นคือ ไม่สามารถกำหนดเวลาการเดินทางได้เอง

ภาพรวมทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันเป็นไปในเชิงลบ ผลจากการพิจารณาตามองค์ประกอบของทัศนคติพบว่า ถึงแม้จะมีทัศนคติด้านความเข้าใจในเชิงบวก แต่ในทางกลับกันส่วนทัศนคติต่อความเชื่อมั่นและความรู้สึกกลับเป็นไปในเชิงลบ นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพและระดับรายต่างกัน ก็มีแนวโน้มทัศนคติในทิศทางเดียวกัน โดยให้ผลในเชิงลบเช่นเดียวกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท มีทัศนคติในเชิงลบน้อยที่สุด โดยประเด็นหลักที่คนให้ความสำคัญคือ ความรู้สึกไม่เป็นส่วนตัว ความรู้สึกอึดอัดเมื่อต้องเดินทางร่วมกับคนแปลกหน้า กำหนดเวลาการเดินทางได้ยาก เนื่องจากความไม่ยืดหยุ่นในด้านเวลา และไม่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของแต่ละคน จึงทำให้การยอมรับการเดินทางโดยการใช้รถร่วมกันเป็นไปได้ค่อนข้างยาก

คำสำคัญ: Carpooling/ คาร์พูล/ การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน/ ทัศนคติ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	5
2.1.1 แนวคิด Carpooling ในต่างประเทศ	5
2.1.2 โครงการ Car pool ทางเดียวกันไปด้วยกันของไทย	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	9
2.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม (Attitude and Behavior)	15
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	18
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.2 เครื่องมือวิจัย	19
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	22
4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	22
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	24
4.3 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	25
4.4 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ที่มีอาชีพต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	28
4.5 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ที่มีระดับรายได้ต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	32
4.6 ผลการสัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่คนไม่ยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน และแรงจูงใจที่จะทำให้คนเปลี่ยนไปใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	40
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	41
5.1 สรุปผลการดำเนินงานวิจัย	41
5.2 การอภิปรายผล	42
5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย	42
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้	42
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป	43
บรรณานุกรม	44
ภาคผนวก	46
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	47
ประวัติผู้วิจัย	51

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	จำนวน ร้อยละ ของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	23
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละ ของบุคคลที่ท่านมักจะร่วมโดยสารด้วยรถยนต์ส่วนตัว	24
4.3	แสดงความถี่ของเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้การเดินทางโดยใช้รถยนต์ร่วมกัน	25
4.4	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครต่อการยอมรับ การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	25
4.5	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของพนักงานเอกชนต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	28
4.6	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของผู้ทำธุรกิจส่วนตัวต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	29
4.7	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	32
4.8	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	34
4.9	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,001-70,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	35
4.10	แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	37

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงรายงานประเมินสภาพจราจรทั่วโลกประจำปี 2017	2
1.2	กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย	4
2.1	Structure of attitudes: TRI-Component model	11
4.1	แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มนัยทัศนคติโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างด้วยเส้นภาพ	27
4.2	แนวโน้มนัยทัศนคติของผู้ที่มีอาชีพต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	31
4.3	แนวโน้มนัยทัศนคติของผู้ที่มีระดับรายได้ต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	39

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในเมืองหลวงขนาดใหญ่หลายแห่งกำลังเผชิญกับปัญหาการจราจรติดขัด ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการในการเดินทางที่แปรผันตรงกับอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากร ในขณะที่โครงสร้างของระบบขนส่งสาธารณะไม่สามารถขยายเพื่อรองรับความต้องการของประชากรได้ จึงเป็นเหตุให้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าการใช้บริการขนส่งสาธารณะ และหากอัตราการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัญหาการจราจรติดขัดก็จะยิ่งทวีความรุนแรงเช่นกัน ทำให้คนต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เพิ่มขึ้นทั้งในรูปของตัวเงินและเวลา รวมถึงเกิดการบริโภคพลังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพด้วย

เช่นเดียวกันกับกรุงเทพมหานครที่เผชิญปัญหาการจราจรติดขัดมาเป็นเวลายาวนาน เนื่องจากเป็นเมืองหลวงและเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทย รวมถึงเป็นศูนย์กลางแห่งการปกครอง การศึกษา การคมนาคมและเศรษฐกิจของไทย โดยมีจำนวนประชากรมากถึง 5.68 ล้านคน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) ยังมีได้รวมถึงประชากรที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาจากต่างจังหวัด แต่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนราษฎร์ ด้วยพื้นที่อันจำกัดประกอบกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดปัญหาความแออัดทั้งในถิ่นที่อยู่อาศัยและการคมนาคม

ปัญหาการจราจรติดขัดในเขตกรุงเทพมหานครนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น รายงานประเมินสภาพจราจรทั่วโลก หรือ Global Traffic Scorecard ประจำปี 2017 ของ INRIX ระบุว่า กรุงเทพมหานครติดอันดับ 11 เมืองที่รถติดที่สุดในโลกจากทั้งหมด 1,360 เมืองในรายงาน Global Traffic Scorecard ปี 2017 ของ INRIX คนกรุงเทพฯเสียเวลาไปกับรถติดบนถนนเฉลี่ย 64 ชั่วโมงในช่วงเวลาเร่งด่วน และมีค่าดัชนี INRIX Congestion Index เฉลี่ย 12.5 ชั่วโมง และอัตราการติดอยู่บนท้องถนนเฉลี่ย 23%

THE STANDARD		รายงานประเมินสภาพจราจรทั่วโลก หรือ Global Traffic Scorecard ประจำปี 2017 ของ INRIX		
อันดับ	เมือง	เวลาเฉลี่ย ที่รถติดบนถนน ในช่วงเร่งด่วน (ชั่วโมง)	INRIX Congestion Index (ชั่วโมง)	อัตราการติด อยู่บนท้องถนน
1	ลอสแอนเจลิส, สหรัฐฯ	102	18.3	12%
2	มอสโก, รัสเซีย	91	21.1	26%
3	นิวยอร์กซิตี, สหรัฐฯ	91	17.4	13%
4	เซาเปาลู, บราซิล	86	16.9	22%
5	ซานฟรานซิสโก, สหรัฐฯ	79	13.7	12%
6	โบโกตา, เม็กซิโก	75	16.2	30%
7	ลอนดอน, สหราชอาณาจักร	74	14.1	13%
8	แอตแลนตา, สหรัฐฯ	70	12.3	10%
9	ปารีส, ฝรั่งเศส	69	13.1	13%
10	ไมอามี, สหรัฐฯ	64	11.8	9%
ที่มา: inrix.com		thestandard.co		
THE STANDARD		รายงานประเมินสภาพจราจรทั่วโลก หรือ Global Traffic Scorecard ประจำปี 2017 ของ INRIX		
อันดับ	เมือง	เวลาเฉลี่ย ที่รถติดบนถนน ในช่วงเร่งด่วน (ชั่วโมง)	INRIX Congestion Index (ชั่วโมง)	อัตราการติด อยู่บนท้องถนน
11	กรุงเทพมหานคร, ไทย	64	12.5	23%
12	จาการ์ตา, อินโดนีเซีย	63	13.4	20%
13	วอชิงตัน ดี.ซี., สหรัฐฯ	63	10.8	11%
14	บอสตัน, สหรัฐฯ	60	10.6	14%
15	อิสตันบูล, ตุรกี	59	12.2	19%
16	เม็กซิโกซิตี, เม็กซิโก	58	12.4	13%
17	ชิคาโก, สหรัฐฯ	57	10.3	10%
18	เมลเบิร์น, โคโลอมเบีย	57	11.4	21%
19	คราสโนดาร์, รัสเซีย	57	12.4	25%
20	ซีแอตเทิล, สหรัฐฯ	55	9.6	12%
ที่มา: inrix.com		thestandard.co		

ภาพที่ 1.1 แสดงรายงานประเมินสภาพจราจรทั่วโลกประจำปี 2017

จากอัตราการใช้รถยนต์ในกรุงเทพฯที่มีจำนวนมากถึง 9.8 ล้านคัน ซึ่งแปรผันตรงกับจำนวนประชากรที่อยู่อาศัยและทำงานในเมืองหลวงแห่งนี้ หากลองทบทวนถึงสาเหตุที่คนเลือกที่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล คงต้องกล่าวถึงความไม่พร้อมของระบบขนส่งมวลชนที่ไม่สามารถรองรับความต้องการของประชาชนได้

ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะรณรงค์ให้ประชาชนใช้บริการขนส่งสาธารณะ ที่มีทั้งรถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยหวังว่าจะสามารถรองรับการเดินทางของประชากรในแต่ละครั้งได้เป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังมีส่วนที่ยังเป็นจุดบกพร่องของระบบขนส่งสาธารณะทั้งในด้านความครอบคลุมที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ในบางพื้นที่ด้วยข้อจำกัดบางประการ หรือจะเป็นเรื่องของ การไม่สามารถคาดการณ์เวลาเดินทางที่แม่นยำได้จากการโดยสารรถประจำทาง ปัญหาความผิดพลาดทางเทคนิคที่เกิดกับรถไฟฟ้าบ่อยครั้งซึ่งใช้เวลานานในการแก้ไข โดยเฉพาะการเกิดในช่วงโมงเร่งด่วนที่หลายชีวิตต้องรีบไปทำงานหรือเรียน แสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางมากกว่าการใช้บริการขนส่งสาธารณะ จากสถิติการใช้รถใช้ถนนในช่วงเวลาเร่งด่วนพบว่า ปริมาณรถบนท้องถนนสูงกว่าปริมาณสูงสุดที่ถนนสามารถรองรับได้ถึง 60%

เมื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลยังจำเป็นสำหรับประชากรส่วนใหญ่ แต่จะทำอย่างไรจึงจะช่วยลดจำนวนรถยนต์บนท้องถนนได้ ถึงแม้ว่าปัญหารถติดจะได้รับการยืนยันจาก บริษัทวิเคราะห์ข้อมูลจราจร INRIX แน่ชัดว่าไม่มีมาตรการใดที่จะสามารถแก้ปัญหารถติดได้อย่างถาวร เนื่องจากแต่ละเมืองมีปัญหาเฉพาะที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มาจากจำนวนถนนไม่เพียงพอ ต่อความต้องการใช้รถใช้ถนน จากการศึกษาแนวคิดที่จะมาช่วยลดความรุนแรงของปัญหารถติดในประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศแห่งนวัตกรรมรถยนต์ และยังคงติดอันดับต้นๆ ของเมืองที่รถติดเช่นกัน พบว่ามีแนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจคือ รูปแบบการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) โดยหลักการคือ การที่ผู้โดยสารแต่ละคนร่วมกันใช้รถและร่วมกันเพื่อเดินทางไปทำงาน เรียน หรือไปสถานที่ใดที่หนึ่ง อาจมีการร่วมกันออกค่าโดยสารให้ผู้ขับขี่ แนวคิดนี้นอกจากจะช่วยลดปริมาณรถบนท้องถนนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องในการจราจรแล้ว ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและปริมาณการใช้น้ำมันอีกด้วย โดยมีผู้ให้บริการการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันชื่อดังอย่าง Uber เข้ามาเป็นตัวกลางผ่านระบบแอปพลิเคชัน ภายใต้แคมเปญ Uber Pool ซึ่ง Uber ได้จัดการปิดจุดอ่อนในอดีตในด้านความปลอดภัยและความสะดวก โดยหลักการทำงานของแอปพลิเคชัน Uber สามารถบอกได้ทั้งพิกัดสถานที่นัดหมาย เวลาที่แน่นอน อัตราค่าบริการ และยังสามารถประเมินคนขับได้ด้วย

สำหรับประเทศไทย ช่วงหนึ่งรัฐบาลเคยมีการรณรงค์การแก้ปัญหารถติดด้วยแนวคิดในลักษณะคล้ายคลึงกันนี้ภายใต้โครงการ “Car Pool” แต่ในทางปฏิบัตินั้นเป็นไปได้ยากและมีข้อจำกัดหลายอย่าง จึงไม่ได้รับผลตอบรับที่ดีนัก เมื่อศึกษาความเป็นไปได้จากสถิติการใช้รถยนต์ของคน

กรุงเทพมหานครแล้วพบว่า ปัจจุบันมีการใช้รถเฉลี่ย 2.1 คันต่อคน หมายความว่า ยังมีที่นั่งเพียงพอที่จะแชร์ให้กับผู้ร่วมโดยสารได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่า คนกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) อย่างไร

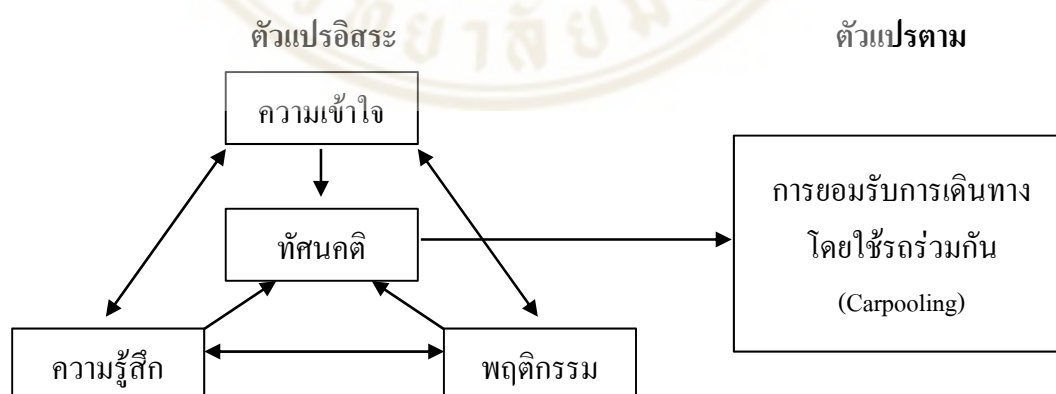
1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อแนวคิดการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน
2. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค สามารถนำเสนอรัฐบาลเพื่อเป็นข้อพิจารณาสำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด อันจะช่วยให้การนำโครงการ Car pool กลับมาดำรงค้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ผู้วิจัยได้ศึกษา ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวความคิดในการวิจัย

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

แนวคิดการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันเป็นแนวคิดหนึ่งที่หลายประเทศนำมาใช้เพื่อบรรเทาปัญหาการจราจรติดขัดในเมืองใหญ่ที่มีจำนวนประชากรและอัตราการใช้รถใช้ถนนหนาแน่น โดยผู้วิจัยทำการศึกษาจาก 2 แนวคิด ดังนี้

2.1.1 แนวคิด Carpooling ในต่างประเทศ

แนวคิดการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในช่วงปี 1970 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นช่วงที่กำลังประสบปัญหาการจราจรติดขัดและมลภาวะในอากาศ โดยหลักการคือ ผู้มีรถยนต์ส่วนตัวแต่ละคนที่จะเดินทางไปในสถานที่เดียวกันหรือสถานที่ใกล้เคียงกัน ร่วมโดยสารไปด้วยกันโดยรถของคนใดคนหนึ่งแต่อาจใช้การสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปในแต่ละครั้ง โดยมีการแชร์ค่าใช้จ่ายกันระหว่างผู้เป็นเจ้าของรถและผู้โดยสาร เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของทั้งสองฝ่าย และยังช่วยลดจำนวนรถยนต์บนท้องถนนได้ ส่งผลให้การจราจรติดขัดน้อยลง มีส่วนช่วยลดการใช้น้ำมันและลดการปล่อยมลพิษในอากาศได้อย่างมาก แต่สิ่งที่น่าสนใจคือทำอย่างไรให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมมาเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน ซึ่งทางประเทศสหรัฐอเมริกาก็ได้ศึกษาถึงประเด็นนี้ไว้ด้วย จึงได้มีการรณรงค์ผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับผู้ที่ให้ความสำคัญการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน เช่น การจัดให้มีช่องทางเดินรถพิเศษสำหรับรถยนต์ที่มีผู้โดยสารเกิน 2 คนขึ้นไปรวมคนขับวิ่งได้ในช่วงเวลาเร่งด่วน (High-occupancy Vehicle lane or Carpool lane) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโปรแกรมเดินทางถึงจุดหมายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น หรือการให้บริการที่จอดรถพิเศษตามสถานที่ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบแทนผู้ที่ให้ความร่วมมือกับโครงการ เป็นต้น

แต่แนวคิดนี้ก็ยังมีจุดอ่อนในด้านความไม่แน่นอนของเวลา Uber จึงได้เข้ามารับหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ที่มีความต้องการเดินทางแบบ Carpooling เข้าด้วยกัน โดยการออก feature ขึ้นมาใหม่ภายใต้ชื่อว่า Uber Pool ซึ่งยึดหลักการหลักของ Carpooling มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ แต่เพิ่มส่วนที่เป็นปัญหาของโมเดลเดิม คือ Uber จะให้บริการรถพร้อมคนขับไปรับผู้ที่จะร่วมเดินทางไป ในจุดหมายเดียวกันจากแต่ละที่ที่อยู่ในเส้นทางใกล้เคียงกัน โดยสามารถระบุเวลาและสถานที่นัดหมายได้อย่างชัดเจน หมดกังวลเรื่องของความคลาดเคลื่อนของเวลา เดินทางได้ในราคาที่ถูกลงกว่ารถแท็กซี่ และสะดวกกว่าโดยสารด้วยรถสาธารณะ โดยที่ไม่ต้องขับรถเอง

2.1.2 โครงการ Car pool ทางเดียวกันไปด้วยกันของไทย

2.1.2.1 ที่มาของโครงการ

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี ทำให้กรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวงของไทย กลายเป็นมหานครแห่งหนึ่งของโลก ที่มีประชากรหลังไหลกันเข้ามาไม่ต่ำกว่า 10 ล้านคน ท่ามกลางความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่จะรองรับก่อให้เกิดความแออัดคับคั่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเรื่องของการคมนาคมขนส่ง ที่ประสบกับปัญหาถนนไม่เพียงพอรองรับปริมาณการสัญจรของประชาชน โดยตัวเลขจากการสำรวจของหลายหน่วยงาน อาทิ สำนักงานคณะกรรมการจัดระบบการจราจรทางบก (สจร.) ยืนยันว่า พื้นที่ถนนในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน มีเพียงร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับพื้นที่ใช้สอย ในขณะที่มาตรฐานเมืองใหญ่ๆ ควรมีพื้นที่ถนนถึงร้อยละ 20 ของพื้นที่ใช้สอย และหากมองถึงอัตราการเพิ่มของปริมาณรถยนต์กับพื้นที่ถนน ยิ่งพบว่าห่างไกลกันมาก โดยปริมาณรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ปี 2535 – 2540 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 85 เฉพาะครึ่งปีแรกของปี 2540 กรมการขนส่งทางบก รายงานว่ามีรถยนต์จดทะเบียนใหม่ในกรุงเทพมหานคร ถึงวันละ 1,100 คัน/วัน แต่ผิวการจราจรเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 7 เท่านั้น ส่งผลให้ความเร็วรถยนต์เฉลี่ยในปี 2540 อยู่ที่ระดับ 18 – 19 กม./ชม. ซึ่งแม้จะสามารถวิ่งให้อยู่ในระดับสูงกว่ามาตรฐานเมืองใหญ่ๆ ของโลก ที่ควรมีความเร็วรถยนต์เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15 กม./ชม. แต่ก็ต้องใช้ความพยายามของเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทรัพยากรจำนวนมากที่ต้องสูญเสียไป เพื่อปรับปรุงสภาพการจราจร โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 รัฐบาลประเมินว่า ต้องใช้เงินงบประมาณถึง 1,215 พันล้านบาท เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจร ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจทั้งจากการเผาผลาญน้ำมันเชื้อเพลิง โดยเปล่าประโยชน์ และการสูญเสียเวลาทำงาน รวมเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่าปีละ 8 หมื่นล้านบาท นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งมลภาวะทางอากาศ มลภาวะทางเสียง ซึ่งในบริเวณสี่แยกที่มีปริมาณการจราจรคับคั่ง ปริมาณมลพิษทั้ง 2 สูงกว่า

ค่ามาตรฐานความปลอดภัยมาก ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพอนามัย ปัญหาอุบัติเหตุ และเป็นสาเหตุของความเครียด รวมทั้งการแก่งแย่งเอารัศเอาเปรียบในสังคม

ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เกิดปัญหาการจราจร ก็เนื่องจากการเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะเป็นการขยายออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถิ่นที่อยู่อาศัยประมาณกันว่า ร้อยละ 70 ของที่อยู่อาศัยที่เกิดขึ้นใหม่ อยู่ห่างจากใจกลางเมืองเกินกว่า 20 กม. ทำให้รูปแบบการเดินทางของประชาชนมีลักษณะเป็นเข้าเมืองเพื่อประกอบธุรกิจการทำงานหรือศึกษา และเย็นออกนอกเมืองเพื่อกลับที่พักอาศัย ก่อให้เกิดปัญหาความต้องการใช้พื้นที่ถนนเกิดขึ้นพร้อมๆ กันไม่มีการกระจาย หรือแบ่งความต้องการใช้ถนนออกไปในช่วงเวลาอื่นของวัน นอกจากนี้ บริการของระบบขนส่งมวลชนที่ไม่ทั่วถึง ขาดคุณภาพ และประสิทธิภาพยังทำให้ประชาชนเสื่อมถอยความนิยม โดยการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปี 2515 – 2535 พบว่า ในปี 2515 ประชากรร้อยละ 53 เดินทางด้วยรถประจำทาง ในขณะที่อีก 20 ปี ต่อมาคือในปี 2535 มีประชาชนใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะเพียงร้อยละ 35 เท่านั้นที่เหลือร้อยละ 65 ของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หันมาเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์รับจ้าง และรถจักรยานยนต์ ซึ่งการเดินทางในลักษณะดังกล่าว นอกจากจะส่งผลโดยตรงต่อสภาพการจราจรแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงด้วย โดยในปัจจุบันไทยต้องนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นมูลค่าถึง 555 ล้านบาท/วัน หรือประมาณ 2 แสนล้านบาท/ปีทีเดียว และในจำนวนดังกล่าวนี้ น้ำมันเชื้อเพลิงจำนวนมูลค่าถึงวันละ 73.4 ล้านบาท หรือปีละ 26,791 ล้านบาท ต้องสูญเสียไปจากปัญหาการจราจร

และด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ หรือ สพช. จึงได้จัดให้มีโครงการบริหารกิจกรรม CAR POOL ขึ้น เพื่อลดปริมาณการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล อันจะเป็นการลดปัญหาการจราจร ลดปัญหาหมอกควัน และท้ายที่สุด จะสามารถลดปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงลงได้

การณรงค์เรื่อง CAR POOL นั้น ได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบมาแล้ว ในหลายๆ สื่อ ซึ่งที่ผ่านมาประสบความสำเร็จด้วยดี โดยจากการสำรวจพบว่าประชาชนส่วนใหญ่รู้จักโครงการ เข้าใจแนวความคิด แต่ในแง่ของการนำไปปฏิบัตินั้น มิใช่เรื่องง่ายๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสังคมเมือง ที่ยึดถือความเป็นส่วนตัว ความสะดวกสบาย และความหวาดระแวงไม่ไว้ใจใคร แต่อย่างไรก็ตาม สพช. ได้พยายามวางแผนงานที่มีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดกิจกรรม CAR POOL ขึ้นจริงๆ ในกรุงเทพมหานคร

2.1.2.2 รูปแบบของ CAR POOL

- CAR POOL คนบ้านเดียวกัน หมายถึง บ้านเดียวกัน มีรถหลายคันวางแผนใช้รถร่วมกันในการเดินทาง

- CAR POOL คนใกล้บ้าน หมายถึง บ้านใกล้กัน เดินทางไปทำงานในสถานที่ใกล้กัน ใช้รถร่วมกัน โดยผลัดวันกันขับรถไปทำงาน

- CAR POOL ส่งบุตรหลานไปโรงเรียน หมายถึง บ้านใกล้กัน หรือเป็นทางผ่าน ผู้ปกครองผลัดกันขับรถรับ-ส่งบุตรหลานไปโรงเรียน

- CAR POOL เพื่อนในที่ทำงาน หมายถึง พนักงานที่ทำงานในองค์กรเดียวกัน บ้านอยู่ใกล้กัน หรือทางเดียวกัน ผลัดวันกันขับรถไปทำงาน หรืออาศัยเดินทางไปด้วยกันกับคนที่มารถ

- CAR POOL รถสวัสดิการ รถโรงเรียน รถแท็กซี่ รถประจำทาง
 1. รถสวัสดิการรับ-ส่งพนักงาน นอกจากจะประหยัดน้ำมันแล้ว ยังทำให้พนักงานมาถึงที่ทำงานตรงเวลาอีกด้วย
 2. รถโรงเรียน สะดวก ปลอดภัย ไม่เสียเวลาในการไปรับ-ไปส่ง และลดปริมาณรถบนท้องถนน
 3. รถแท็กซี่เดินทางหลายๆ คน ในเส้นทางเดียวกัน สามารถแวะลงกลางทางได้ ประหยัดเงินและน้ำมัน

- CAR POOL รถประจำทาง ประหยัด และลดปริมาณการใช้รถยนต์ส่วนตัว

- CAR POOL ขนส่งสินค้า สิ่งของ เอกสาร หมายถึง การใช้บริการสถานีขนส่งสินค้า ในการรวม และกระจายสินค้า หรือใช้ Messenger Pool ในการส่ง เอกสารร่วมกันระหว่างหลายๆ องค์กร

2.1.2.3 ประโยชน์ของ CAR POOL

- ประหยัดน้ำมันได้มาก อย่างเช่นรถยนต์ 1500 CC 1 คัน ใช้น้ำมันประมาณ 1 ลิตร/ 12 กม. ถ้าคน 4 คน ขับรถคนละคันจากจุดเริ่มต้นเดียวกัน ไปสู่จุดหมายเดียวกัน ด้วยระยะทาง 24 กม. จะต้องใช้น้ำมันถึง 8 ลิตร แต่ถ้าคน 4 คนใช้รถร่วมกันเดินทางไปด้วยกัน จะใช้รถเพียงคันเดียว และใช้น้ำมัน 2.5 – 3 ลิตรเท่านั้น ลดการสิ้นเปลืองน้ำมันได้ถึง 5 ลิตร

- ยืดอายุการใช้งานของรถยนต์ เพราะเมื่อใช้รถน้อยลง ความสึกหรอที่จะเกิดกับรถก็น้อยลงด้วย

- เป็นการสร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคยกับเพื่อนร่วมเดินทาง

- สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกในครอบครัว

- ลดความคับคั่งของรถบนท้องถนน ลดปัญหาการจราจร และปัญหาที่

จอดรถ

- ลดการสูญเสียเงินตราเนื่องจากการนำรถยนต์ และน้ำมันน้อยลง การใช้รถยนต์น้อยลงจะช่วยลดมลพิษทางอากาศ และความเครียดในการเดินทาง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และ การสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ หรือตรงกับคำว่า “Attitude” ในภาษาอังกฤษนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆดังนี้

โรเจอร์ (Roger, 1978: 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 122) ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่า เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจน สถานการณ์ต่างๆ โดย ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิตของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็น การสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อ พฤติกรรมต่อไป

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960 : 1) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ โดยปกติสามารถ นิยามว่าเป็นการมุ่งใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่าง เฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

เคลเลอร์ (Howard H. Kendler, 1963 : 572) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อม ของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์หรือ แนวความคิด

คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good, 1959: 48) ให้คำจำกัดไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อม ที่จะแสดงออก ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็น การสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1854: 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ ซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคน นั้น ขึ้นกับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออกในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือ ฟังพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิด ความรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆ หรืออีกลักษณะหนึ่ง แสดงออกในรูป ความไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn, 1971: 71) กล่าวว่า ทักษะคือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคล มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้ บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

จี เมอร์ฟี, แอล เมอร์ฟี และ ที นิวคอมบ์ (G. Murphy, L. Murphy and T. Newcomb, 1973: 887) ให้ความหมายของคำว่า ทักษะคือ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ ฟังใจ หรือไม่ฟังใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

เดโซ สวานานนท์ (2512 : 28) กล่าวถึง ทักษะคือ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจ ที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ศักดิ์ สุทรเสณี (2531: 2) กล่าวถึง ทักษะคือ ที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทักษะคือ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้น ที่ได้รับมา

2. ความโน้มเอียง ที่จะมียุติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด

3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนอง จากคำจำกัดความต่างๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ

1. ความรู้สึกภายใน

2. ความพร้อม หรือ แนวโน้มที่จะมียุติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

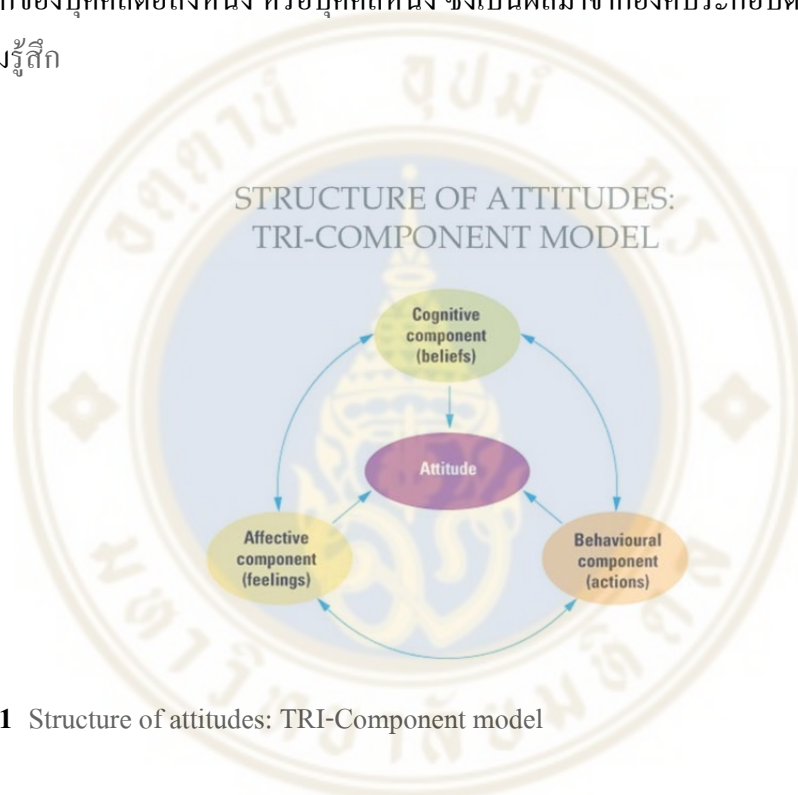
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทักษะคือ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมียุติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทักษะนั้น

โดยสรุป ทักษะคือเป็นเรื่องของจิตใจ ทำที่ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทักษะคือ มีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่า ทักษะคือ ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

2.2.1.1 องค์ประกอบของทักษะคือ

จากความหมายของทักษะคือ ดังกล่าว ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen , 1970 อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531: 49) สามารถแยกองค์ประกอบของทักษะคือ ได้ 3 ประการคือ

- องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
- องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล
- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก



ภาพที่ 2.1 Structure of attitudes: TRI-Component model

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้นส่วนประกอบทาง ด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบ ชั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้

2.2.1.2 การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude) การเกิดทัศนคติแต่ละประเภทนั้น จะก่อตัวขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปได้เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน ในความเป็นจริงจะมีได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างไรก็ดี ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละด้านเหล่านี้

ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ ทัศนคติมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับการพิจารณาสร้างทัศนคติ ต่อสิ่งดังกล่าว จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด บุคคลดังกล่าวได้เกี่ยวข้องกับสิ่งของหรือแนวความคิด ที่มีลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร ซึ่ง Newsom และ Carrell ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติและ อธิบายว่าการเกิดทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่

- พื้นฐานของแต่ละบุคคลหรือเบื้องหลังทางประวัติศาสตร์ (Historical Setting) หมายถึง ลักษณะทางด้านชีวประวัติของแต่ละคน ได้แก่ สถานที่เกิด สถานที่เจริญเติบโต สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ผ่านมาจะเป็นตัวหล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคล และเป็นปัจจัยนำไปสู่การเกิดทัศนคติของคนนั้น

- สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social environment) ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อกัน และกัน เช่น การเปิดรับข่าวสาร กลุ่ม และบรรทัดฐานของกลุ่ม สภาพการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับบุคคลและประสบการณ์

- กระบวนการสร้างบุคลิกภาพ (Personality Process) และสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อน (Predispositions) เป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล

2.2.1.3 ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติ ออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

- ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึก หรืออารมณ์ จากสภาพจิตใจได้ตอบ ในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือ มีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ เป็นต้น

- ทัศนคติทางลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็น ไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือ ความไว้วางใจอาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่นๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขา จนพยายามประทุษร้าย และปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

- ประเภทที่สาม ซึ่งเป็นประเภทสุดท้าย คือ ทัศนคติ ที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคติหนึ่งเฉยๆ ไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาใดเลย เรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึคนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์

2.2.1.4 หน้าที่ของทัศนคติ

Katz (อ้างถึงใน Loudon และ Della Bitta, 1993: 425) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของทัศนคติที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

- หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) ทัศนคติช่วยให้เราปรับตัวเข้าหาสิ่งที่ทำให้ได้รับความพึงพอใจหรือได้รางวัลขณะเดียวกันก็หลีกเลี่ยงต่อสิ่งที่ไม่ปรารถนา ไม่พอใจ หรือให้โทษ นั่นคือยึดแนวทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด และหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นโทษให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด ซึ่งช่วยในการปรับตัวของแต่ละบุคคลให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความพอใจ คือ เมื่อเราเคยมีประสบการณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก่อน และเราได้ประสบกับสิ่งนั้นอีก เราจะพัฒนาการตอบสนองของเราในทิศทางที่เราต้องการ

- หน้าที่ในการป้องกันตน (Ego – defensive function) ทัศนคติช่วยปกป้องภาพลักษณ์แห่งตน (ego or self image) ต่อความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ และแสดงออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตนเอง ใช้ในการปกป้องตัวเองโดยการสร้างความนิยมนับถือตนเอง หลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจ หรือสร้างทัศนคติขึ้นมาเพื่อรักษาหน้า

- หน้าที่ในการแสดงออกของค่านิยม (Value expressive function) ในขณะที่ทัศนคติที่ปกป้องตนเอง ได้สร้างขึ้นเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ของตนเอง หรือเพื่อปิดบังทัศนคติที่แท้จริงไม่ให้ปรากฏ แต่ทัศนคติที่ทำหน้าที่แสดงออกถึงค่านิยมจะพยายามแสดงลักษณะที่แท้จริงของตนเอง ทำหน้าที่ให้บุคคลแสดงค่านิยมของตนเอง เป็นการแสดงออกทางทัศนคติที่จะสร้างความพอใจให้กับบุคคลที่แสดงทัศนคตินั้นออกมา เพราะเป็นการแสดงค่านิยมพื้นฐานที่แต่ละบุคคลพอใจ

- หน้าที่ในการแสดงออกถึงความรู้ (Knowledge function) มนุษย์ต้องการเกี่ยวข้องกับวัตถุต่างๆ รอบข้าง ดังนั้น จึงต้องแสวงหาความมั่นคง ความหมาย ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้น ทัศนคติจะเป็นสิ่งที่ใช้ประเมิน และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และเป็นมาตรฐานเพื่อเปรียบเทียบ หรือเป็นขอบเขตแนวทางสำหรับอ้างอิงเพื่อหาทางเข้าใจ ให้สามารถเข้าใจโลกและสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น เพราะคนเราได้รับรู้แล้วครั้งหนึ่งก็จะเก็บประสบการณ์เหล่านั้นไว้เป็นส่วนๆ เมื่อเจอสิ่งใหม่จะนำประสบการณ์ที่มีอยู่เดิมมาเป็นกรอบอ้างอิงว่าสิ่งใดควรรับรู้ สิ่งใดควรหลีกเลี่ยง ซึ่งทัศนคติช่วยให้คนเราเข้าใจสิ่งแวดล้อมต่างๆ รอบตัวเรา โดยเราสามารถตีความ หรือประเมินค่าสิ่งที่อยู่รอบตัวเราได้

2.2.1.5 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เซอร์เบริท ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman, Compliance, 1967: 469) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่า ทัศนคติอย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้ เซอร์เบริท ได้แบ่งกระบวนการ เปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ออกเป็น 3 ประการ คือ

- การยินยอม (Compliance) การยินยอมจะเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับความพอใจจากบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมกระทำตามสิ่งที่ยากให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่า จะได้รับรางวัล หรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วยและกระทำตาม ดังนั้น ความพอใจที่ได้รับจากการยอมกระทำตามนั้น เป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม หรืออิทธิพลของสิ่งทีก่อให้เกิดการยอมรับนั้น กล่าวได้ว่า การยอมกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมกระทำตามมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือ ความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

- การเลียนแบบ (Identification) การเลียนแบบเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่บุคคล ต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ความน่าโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบทัศนคติของบุคคล จะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

- ความต้องการที่อยากจะทำ (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยม ของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจ ที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม ถูกกระทบ ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น

นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆใน กระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคล เมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทน แต่ก็ยังสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการ

ยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์ กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้อาจเกิดจาก การยอมรับ โดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ เป็นต้น

2.1.2.6 การเปลี่ยนทัศนคติ มี 2 ชนิด คือ

- การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะเพิ่มมากขึ้น ในทางบวกด้วย และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบ ก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

- การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะกลับเป็นไปในทางบวก

เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติแล้ว จะเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติ ต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การสื่อสารกับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบันก็มักจะมีการสื่อสารแทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่าการสื่อสาร เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติ ต่อสิ่งต่าง ๆ

2.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม (Attitude and Behavior)

ทัศนคติกับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์มีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติ มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกัน การแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อทัศนคติ ของบุคคลด้วย อย่างไรก็ตาม ทัศนคติ เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะเทรียนดิส (Triandis,1971) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม นิสัย และผลที่คาดหวังการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร (Attitude Change: Communication)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบาย การสื่อสาร หรือ สื่อมวลชน ว่า เป็นตัวแปรต้นที่สามารถ เป็นตัวนำ การพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามใน การวัดความสำเร็จ ของ การสื่อสาร เพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 118) จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญใน การนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่ เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่า ขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิด ทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะ สัมพันธ์ กันเป็นลูกโซ่

เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญ ในการดำเนิน โครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จ ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมการปฏิบัติตาม กฎจราจรได้ ก็ต้องอาศัย การสื่อสาร เป็นเครื่องมืออันสำคัญใน การเพิ่มพูนความรู้ สร้าง ทักษะที่ดีและเกิด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชน กลุ่มเป้าหมาย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตติชัย รุจนกนกนาฏ ได้ทบทวนเกี่ยวกับ โครงการคาร์พูลในอดีต โดยการส่งแบบสำรวจไปถึงข้าราชการจำนวน 600 ท่าน แต่ได้รับการตอบกลับจำนวน 300 ท่าน และสามารถจับคู่ผู้ที่มีความสนใจเข้าร่วม โครงการได้ 30คน เพื่อร่วมเดินทางมาทำงานด้วยกัน เมื่อผ่านไป 2 เดือน จึงได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประเมินผล พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมองว่าโครงการนี้มีประโยชน์หลายอย่าง แต่ทุกคนต้องมีวินัย ตรงต่อเวลา และเต็มใจที่จะสละความเป็นส่วนตัวไปบ้าง

Muhammad Ashraf Javid, (2017) ผู้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักเดินทางต่อ Carpooling ใน Lahore โดยเน้นเรื่องแรงจูงใจและข้อจำกัด (Traveller's attitudes toward carpooling in Lahore : Motives & Constraints) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ต่อสังคม สภาพแวดล้อมและเศรษฐกิจ สิทธิจรถพิเศษสำหรับ carpooling และความสะดวกสบาย เป็นปัจจัยสำคัญในการรณรงค์ carpooling อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ยังยึดถือความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย และความอิสระในการเดินทาง และข้อจำกัดของ carpooling service ก็ยังเป็นกลุ่มบุคคลที่มีแนวโน้มในการเปลี่ยน ไปใช้บริการ carpooling ค่อนข้างยาก

Francesco CIARI & Kay W. AXHAUSEN (2013) ศึกษา Carpooling in Switzerland: Public Attitudes and Growth Strategies ได้สรุปผลการศึกษาไว้ว่า ประชากรส่วนหนึ่งมีความพร้อมที่จะรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน ซึ่งเป็นจริงในส่วนของผู้ที่มีการศึกษาสูง อย่างไรก็ตามก็มีข้อเสนอแนะว่า ระบบนี้ยังมีบางเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ นั่นคือ ความปลอดภัย แต่ก็ไม่ใช่เรื่องสำคัญที่สุดสำหรับผู้สนใจเข้าร่วม ในทางปฏิบัติเปรียบเสมือนการให้ความมั่นใจว่าจะสามารถกลับบ้านได้ อย่างปลอดภัยในฐานะผู้โดยสารในกรณีที่มีการร่วมเดินทางกันแบบทางเดียว (one-way) แต่ก็ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของ carpooling

Shaheen SA, Chan ND, Gaynor T (2016) Casual carpooling in the San Francisco Bay Area: understanding user characteristics, behaviors, and motivations จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้คนใช้ Carpooling ประกอบด้วยปัจจัยด้านความสะดวกสบาย การลดระยะเวลาในการเดินทาง

และการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ในขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสังคมมีผลในระดับต่ำ

Suresh Malodia & Harish Singa (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง A study of carpooling behaviour using a stated preference web survey in selected cities of India โดยศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้แนวคิด carpooling ในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ถือเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินการรับรู้ประโยชน์และข้อเสียของ carpooling ในทางตรงกันข้ามความตั้งใจในการใช้ carpooling กลับให้ความสัมพันธ์ในเชิงลบ การวิเคราะห์แยกตัวแปร (Factor analysis) สามารถระบุปัจจัยที่ซ่อนเร้นได้ 2 ปัจจัย คือ 1) เวลาและความสะดวกสบาย เป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุน carpooling และประการที่ 2) ค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยที่สนับสนุน carpooling ผลการศึกษาได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในส่วนของเวลาการเดินทางพิเศษ ระยะเวลาการเดินทางไปถึงจุดหมาย ระยะเวลาการรอที่จุดหมาย และค่าใช้จ่ายที่ประหยัดได้ เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายได้จากประโยชน์ของ carpool โดยการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นตัวแปรที่พิสูจน์แล้วว่าสำคัญที่สุดเมื่อร่วมกับคุณลักษณะอื่น รองมาคือ เวลาการเดินทางพิเศษ การศึกษานี้ได้กล่าวถึงการนำไปใช้เพื่อผู้กำหนดนโยบายสามารถออกแบบเครื่องมือที่จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจของ carpooling ต่อกลุ่มคนที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)” เป็นการวิจัยแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการสรุปผลการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมาตรผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เนื่องจาก ทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรเป้าหมายที่แท้จริง แต่รู้ว่าประชากรมีจำนวนมาก จึงเลือกการกำหนด ตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (Non-probability Sampling) โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนในขอบเขตร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{สมการ} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P คือ สัดส่วนของคุณลักษณะที่สนใจในกลุ่มประชากร (ถ้าไม่ทราบ ให้กำหนด P = 0.5)

Z คือ ระดับความเชื่อมั่น (กำหนดไว้ที่ระดับ 95% หรือ Z = 1.96)

d คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$\begin{aligned} \text{จากการแทนค่า } n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมประมาณ 385 คน อย่างไรก็ตามผู้วิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ เพิ่มอีก 3.5% จากขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้รวม เท่ากับ 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ถูกต้องครบถ้วน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างจะถูกเลือก ตามความสะดวกทั้งในด้านเวลาและการเข้าถึง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามโดยการโพสต์ แบบสอบถามบนโซเชียลมีเดียและการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง

3.2 เครื่องมือวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีน คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน แบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ คือ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น ความรู้สึก และภาพรวมทัศนคติต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน ซึ่งคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale เป็นมาตรวัดของลักษณะข้อคำถามที่อาศัยคำคุณศัพท์คู่ตรงข้ามกันกำกับอยู่ที่ปลายทั้งสองข้างของมาตรา แบ่งเป็นทัศนคติด้านบวก 3 ระดับ (1, 2, 3) และด้านลบ 3 ระดับ (-3, -2, -1) โดยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยเกณฑ์การให้คะแนนเป็นการกำหนดระดับคะแนนเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเมินระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถามว่าระดับความคิดเห็นของตนอยู่ในระดับใด โดยแบ่งระดับ คะแนนเป็น 6 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 3 คือ เห็นด้วยในเชิงบวกมาก

ระดับความคิดเห็น 2 คือ เห็นด้วยในเชิงบวกปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 1 คือ เห็นด้วยในเชิงบวกน้อย

ระดับความคิดเห็น -1 คือ เห็นด้วยในเชิงลบน้อย

ระดับความคิดเห็น -2 คือ เห็นด้วยในเชิงลบปานกลาง

ระดับความคิดเห็น -3 คือ เห็นด้วยในเชิงลบมาก

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การตรวจสอบเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่อ อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะทำการศึกษา
2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เนื่องจากแบบสอบถามการวิจัยนี้ เป็นการ วัดผลด้านทัศนคติจึงไม่จำเป็นต้องทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งเน้นทัศนคติของคนกรุงเทพฯที่มีต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน โดย ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่าง ทำแบบสอบถามผ่านทาง Google Docs Form ซึ่งผู้วิจัยจะกระจายแบบสอบถามผ่านทาง Social Network ได้แก่ Facebook, Line
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้วทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)
2. ข้อมูลด้านทัศนคติ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลแบบ Semantic Differential Scale เพื่ออธิบายแนวโน้มของทัศนคติ



บทที่ 4

ผลการศึกษา

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กระจายแบบสอบถามช่วงระหว่างวันที่ 7-18 มีนาคม พ.ศ. 2561 ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านการแจกแบบสอบถามออนไลน์ โดยเก็บรวบรวมได้ทั้งหมด 354 ชุด ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้รวบรวมมาทำการประมวลผล และวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน
3. การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน
4. การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ที่มีอาชีพต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน
5. การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ที่มีระดับรายได้ต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน
6. ผลการสัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่คนไม่ยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันและแรงจูงใจที่จะทำให้คนเปลี่ยนไปใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทั้งหมดในการศึกษาคือ ผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะสรุปข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในลักษณะตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution)

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละ ของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	131	37.0%
หญิง	223	63.0%
2. อายุ		
21-30 ปี	199	56.2%
31-40 ปี	138	39.0%
41-50 ปี	12	3.4%
51 ปีขึ้นไป	5	1.4%
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	0.8%
ปริญญาตรี	188	53.1%
ปริญญาโท	154	43.5%
สูงกว่าปริญญาโท	9	2.5%
4. อาชีพ		
ข้าราชการ	14	4.0%
เจ้าหน้าที่องค์กรมหาชน	3	0.8%
ตัวแทนประกันชีวิต AIA	3	0.8%
ธุรกิจส่วนตัว	57	16.1%
นักเรียน/นักศึกษา	3	0.8%
นักวิจัย/อาจารย์มหาวิทยาลัย	2	0.6%
พนักงานบริษัทเอกชน	253	71.5%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	5.4%
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	3	0.8%
15,001 – 30,000 บาท	62	17.5%
30,001 – 50,000 บาท	124	35.0%
50,001 – 70,000 บาท	76	21.5%
70,001 ขึ้นไป	89	25.1%

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 354 คน สามารถจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

เพศ เป็นเพศชายร้อยละ 37 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 63

อายุ อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 3 ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 1

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 1 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 43.5 และสูงกว่าปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 2.5

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 16 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5 ข้าราชการ ร้อยละ 4 ส่วนอื่นๆ (เจ้าหน้าที่องค์การมหาชน, ตัวแทนประกันชีวิต AIA, นักวิจัย/อาจารย์มหาวิทยาลัย) อีกร้อยละ 3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1 ช่วง 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 อยู่ในช่วง 30,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 อยู่ในช่วง 50,001 - 70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ผู้มีรถยนต์ส่วนตัวจะเดินทางคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ เดินทางกับบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 33 เดินทางกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 2 เดินทางกับเพื่อนบ้าน/แฟน ร้อยละ 1 และเดินทางกับบุคคลอื่นๆ อีกร้อยละ 17 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของบุคคลที่ท่านมักจะร่วมโดยสารด้วยรถยนต์ส่วนตัว

โดยปกติท่านมักจะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวกับใคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
คนเดียว	165	46.6%
บุคคลในครอบครัว	117	33.1%
เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน	7	2.0%
เพื่อนบ้าน	2	0.6%
แฟน	4	1.1%
อื่นๆ	59	16.7%

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 354 ตัวอย่าง พบว่า คนส่วนใหญ่รู้จักการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน แต่เหตุผลเบื้องต้นที่ไม่ใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกันของคนกรุงเทพฯ เนื่องจากไม่สามารถกำหนดเวลาได้เอง ขาดความเป็นส่วนตัว ขาดอิสระในการเดินทาง และไม่มั่นใจในความปลอดภัย ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่ของเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

เหตุผลที่ไม่ใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	จำนวนความถี่ที่ตอบ	ลำดับ
ไม่สามารถกำหนดเวลาในการเดินทางได้เอง	179	1
ไม่มีความเป็นส่วนตัว	172	2
ขาดความอิสระในการเดินทาง	128	3
ไม่มั่นใจในความปลอดภัย	100	4

4.3 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 354 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และนำมาสรุปผลข้อมูลได้ ดังนี้

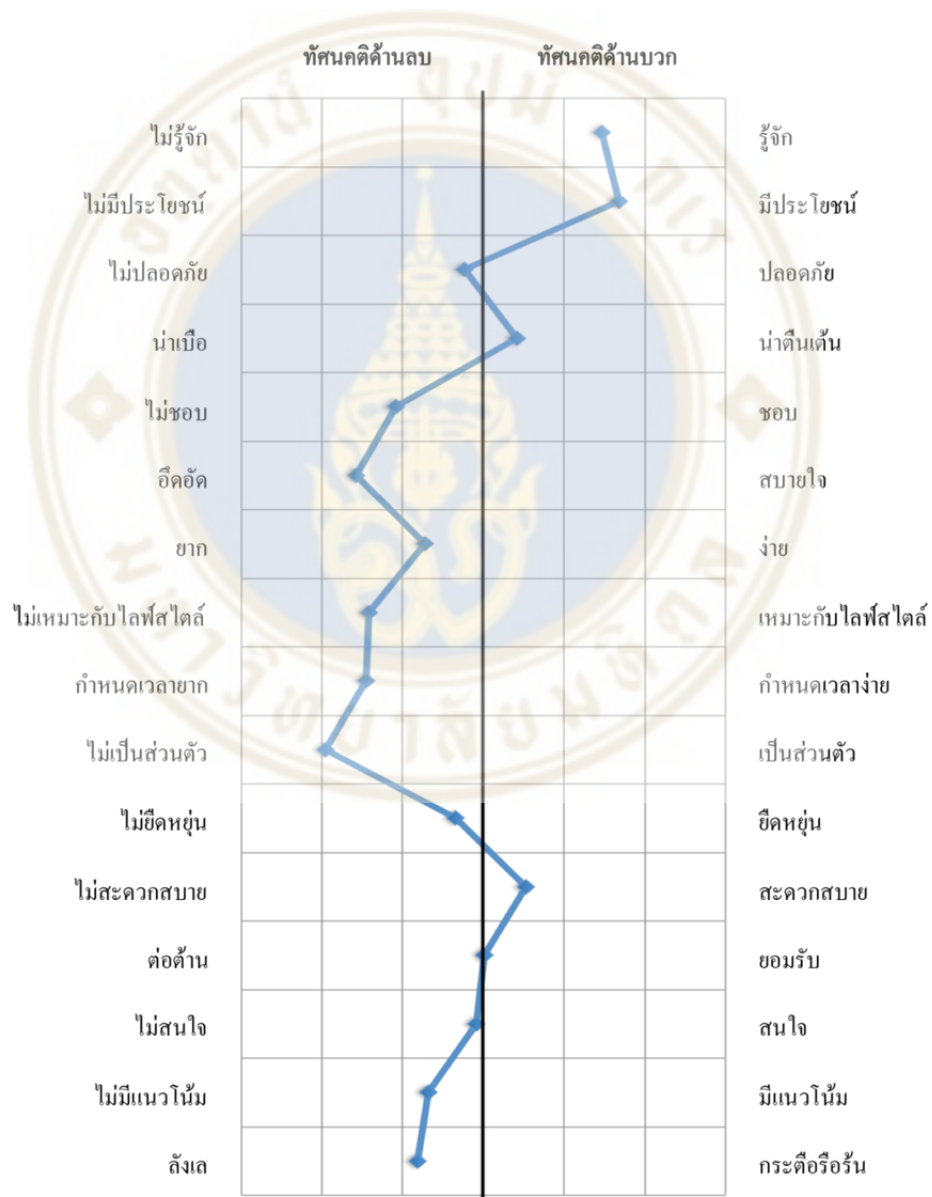
ตารางที่ 4.4 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	83.50	16.50	1.47	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	88.03	11.97	1.68	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.58	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	44.66	55.34	-0.23	ด้านลบ
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	24.60	75.40	-1.08	ด้านลบ
ภาพรวมความเชื่อมั่น				-0.65	ด้านลบ

ตารางที่ 4.4 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (ต่อ)

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความรู้สึกล	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	58.25	41.75	0.41	ด้านบวก
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคน แลกเปลี่ยนด้วย Carpooling	12.94	87.06	-1.58	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	31.07	68.93	-0.72	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	19.74	80.26	-1.42	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	15.86	84.14	-1.45	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	12.30	87.70	-1.96	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	41.42	58.58	-0.34	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วย รถสาธารณะ	62.14	37.86	0.53	ด้านบวก
ภาพรวมความรู้สึกล				-0.82	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	48.22	51.78	0.01	ด้านลบ
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	53.07	46.93	-0.09	ด้านบวก
	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	36.25	63.75	-0.68	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	32.69	67.31	-0.81	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.39	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.4 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการยอมรับการเดินทาง โดยการใช้รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติ ด้านความเข้าใจใน carpooling ในเชิงบวกด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.58 โดยแสดงความคิดเห็นใน ด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติต่อความเชื่อมั่นและ ความรู้สึกต่อ carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.65 และ -0.82 ตามลำดับ จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และแนวโน้มการยอมรับการเดินทาง โดยการใช้รถร่วมกัน (Carpooling) เป็นไปในเชิงลบเช่นกัน ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.39



ภาพที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มทัศนคติโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างด้วยเส้นภาพ

4.4 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ที่มีอาชีพต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

จากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลใน ตารางที่ 4.1 จะสามารถแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามตามสาขาอาชีพได้ 2 กลุ่มใหญ่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นสัดส่วนรวมกันได้ร้อยละ 87.6 จึงนำกลุ่มตัวอย่างนี้มาวิเคราะห์หาแนวโน้มทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

ตารางที่ 4.5 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของพนักงานเอกชนต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	81.82	18.18	1.43	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	89.18	10.82	1.73	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.58	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	43.29	56.71	-0.34	ด้านลบ
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	61.04	38.96	0.40	ด้านบวก
ภาพรวมความเชื่อมั่น				0.03	ด้านบวก
ความรู้สึก	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	21.21	78.79	-1.25	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคนแปลกหน้าด้วย Carpooling	13.42	86.58	-1.62	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	29.87	70.13	-0.82	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	18.18	81.82	-1.58	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	13.85	86.15	-1.61	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	11.69	88.31	-1.96	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	42.42	57.58	-0.35	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วย รถสาธารณะ	66.23	33.77	0.62	ด้านบวก
	ภาพรวมความรู้สึก				-1.07

ตารางที่ 4.5 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของพนักงานเอกชนต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (ต่อ)

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ทัศนคติโดยรวมต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	47.62	52.38	-0.06	ด้านลบ
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	51.08	48.92	-0.22	ด้านบวก
	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	33.33	66.67	-0.79	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	29.00	71.00	-0.94	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.50	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.5 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติด้านความเข้าใจและความเชื่อมั่นใน carpooling ในเชิงบวก ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.58 และ 0.03 ตามลำดับ โดยแสดงความคิดเห็นในด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกรู้จัก carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -1.07 จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และแนวโน้มการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) เป็นไปในเชิงลบเช่นกัน ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.05

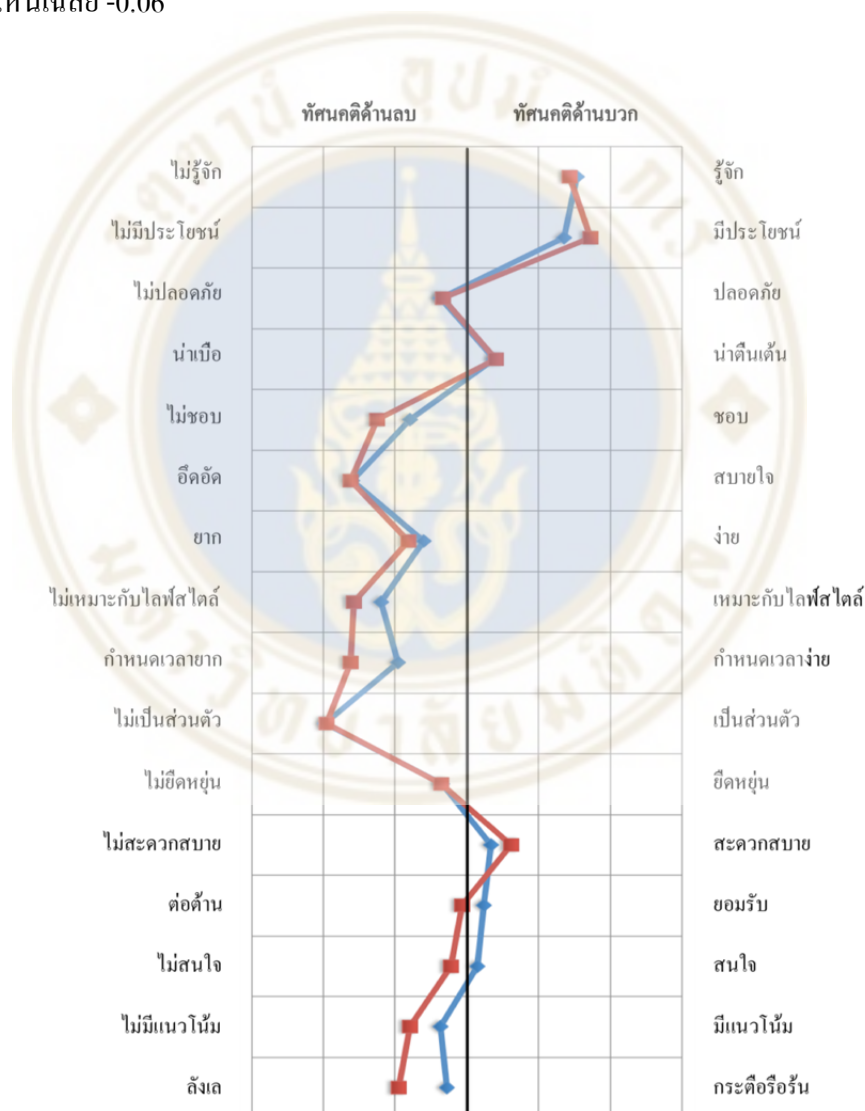
ตารางที่ 4.6 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของผู้ทำธุรกิจส่วนตัวต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	89.36	10.64	1.53	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	78.72	21.28	1.36	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.45	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	29.79	70.21	-0.36	ด้านลบ
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	46.81	53.19	0.38	ด้านลบ
ภาพรวมความเชื่อมั่น				0.01	ด้านบวก

ตารางที่ 4.6 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของผู้ทำธุรกิจส่วนตัวต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (ต่อ)

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความรู้สึก	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	29.79	70.21	-0.79	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคน แลกหน้าด้วย Carpooling	4.26	95.74	-1.60	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	31.91	68.09	-0.60	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	17.02	82.98	-1.19	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	17.02	82.98	-0.96	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	12.77	87.23	-1.98	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	36.17	63.83	-0.34	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วย รถสาธารณะ	53.19	46.81	0.60	ด้านบวก
ภาพรวมความรู้สึก				-0.86	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	48.94	51.06	0.23	ด้านลบ
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	51.06	48.94	0.15	ด้านบวก
	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	40.43	59.57	-0.36	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	42.55	57.45	-0.28	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.06	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.6 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวต่อการยอมรับการเดินทางโดยการแชร์รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติด้านความเข้าใจและความเชื่อมั่นใน carpooling ในเชิงบวก ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.45 และ 0.01 ตามลำดับ โดยแสดงความคิดเห็นในด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกต่อ carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.86 จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และแนวโน้มการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) เป็นไปในเชิงลบเช่นกัน ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.06



ภาพที่ 4.2 แนวโน้มทัศนคติของผู้ที่มีอาชีพต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

หมายเหตุ: สีแดง แทน พนักงานบริษัทเอกชน

สีน้ำเงิน แทน ผู้ทำธุรกิจส่วนตัว

จากภาพที่ 4.2 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 อาชีพนี้ คือ พนักงานบริษัทเอกชน และ ผู้ทำธุรกิจส่วนตัว มีแนวโน้มของทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน ไปในเชิงลบทั้งคู่

4.5 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ที่มีระดับรายได้ต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

จากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลใน ตารางที่ 4.1 จะสามารถแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ 4 กลุ่มใหญ่ คือ ระดับรายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาท, 30,001-50,000 บาท, 50,001-70,000 บาท และ 70,001 บาทขึ้นไป จึงนำกลุ่มตัวอย่างนี้มาวิเคราะห์หาแนวโน้มทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	76.92	23.08	1.10	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	69.23	30.77	0.90	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.00	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	26.92	73.08	-0.96	ด้านลบ
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	63.46	36.54	0.65	ด้านบวก
ภาพรวมความเชื่อมั่น				-0.15	ด้านลบ
ความรู้สึก	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	21.15	78.85	-1.04	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคนแปลกหน้าด้วย Carpooling	7.69	92.31	-1.73	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	25.00	75.00	-0.77	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	13.46	86.54	-1.58	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	11.54	88.46	-1.54	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	0.00	100.00	-2.44	ด้านลบ

ตารางที่ 4.7 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (ต่อ)

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	25.00	75.00	-0.79	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วย รถสาธารณะ	38.46	61.54	-0.04	ด้านลบ
ภาพรวมความรู้สึก				-1.24	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวม ต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	26.92	73.08	-0.63	ด้านลบ
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	34.62	65.38	-0.69	ด้านลบ
	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	21.15	78.85	-1.21	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	19.23	80.77	-1.33	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.97	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.7 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติด้านความเข้าใจใน carpooling ในเชิงบวกด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.00 โดยแสดงความคิดเห็นในด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติต่อความเชื่อมั่นและความรู้สึกต่อ carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.15 และ -1.24 ตามลำดับ จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และมีแนวโน้มการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.97

ตารางที่ 4.8 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 30,001-50,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	88.57	11.43	1.89	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	87.62	12.38	1.71	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.80	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	57.14	42.86	0.24	ด้านบวก
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	53.33	46.67	0.12	ด้านบวก
ภาพรวมความเชื่อมั่น				0.18	ด้านบวก
ความรู้สึกรู้สึก	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	33.33	66.67	-0.80	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคนแปลกหน้าด้วย Carpooling	23.81	76.19	-1.12	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	45.71	54.29	-0.36	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	29.52	70.48	-1.07	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	21.90	78.10	-1.28	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	21.90	78.10	-1.63	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	48.57	51.43	-0.10	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่า การเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วย รถสาธารณะ	64.76	35.24	0.83	ด้านบวก
ภาพรวมความรู้สึก				-0.69	ด้านลบ

ตารางที่ 4.8 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (ต่อ)

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ทัศนคติโดยรวมต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	60.00	40.00	0.40	ด้านบวก
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	66.67	33.33	0.39	ด้านบวก
	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	40.00	60.00	-0.46	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	34.29	65.71	-0.73	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.10	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.8 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติด้านความเข้าใจและความเชื่อมั่นใน carpooling ในเชิงบวก ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.80 และ 0.18 ตามลำดับ โดยแสดงความคิดเห็นในด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกต่อ carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.69 จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และมีแนวโน้มการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.10

ตารางที่ 4.9 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,001-70,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	75.38	24.62	1.14	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	92.31	7.69	1.77	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.45	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	40.00	60.00	-0.32	ด้านลบ
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	56.92	43.08	0.34	ด้านบวก
ภาพรวมความเชื่อมั่น				0.01	ด้านบวก

ตารางที่ 4.9 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,001-70,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (ต่อ)

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความรู้สึก	ท่านรู้สึกว่าการ Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	20.00	80.00	-1.31	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคนแปลกหน้าด้วย Carpooling	9.23	90.77	-1.75	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	26.15	73.85	-0.77	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการ Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	20.00	80.00	-1.37	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	9.23	90.77	-1.55	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	9.23	90.77	-1.95	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	38.46	61.54	-0.49	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	67.69	32.31	0.46	ด้านบวก
ภาพรวมความรู้สึก				-1.09	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	58.46	41.54	0.12	ด้านบวก
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	33.85	66.15	-0.32	ด้านลบ
	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	40.00	60.00	-0.43	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	40.00	60.00	-0.51	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.28	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.9 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้อ่อนระหว่าง 50,001-70,000 บาท ต่อการยอมรับการเดินทางโดยการใช้รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติด้านความเข้าใจและความเชื่อมั่นใน carpooling ในเชิงบวก ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.45 และ 0.01 ตามลำดับ โดยแสดงความคิดเห็นในด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกต่อ carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -1.09 จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และมีแนวโน้มการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.28

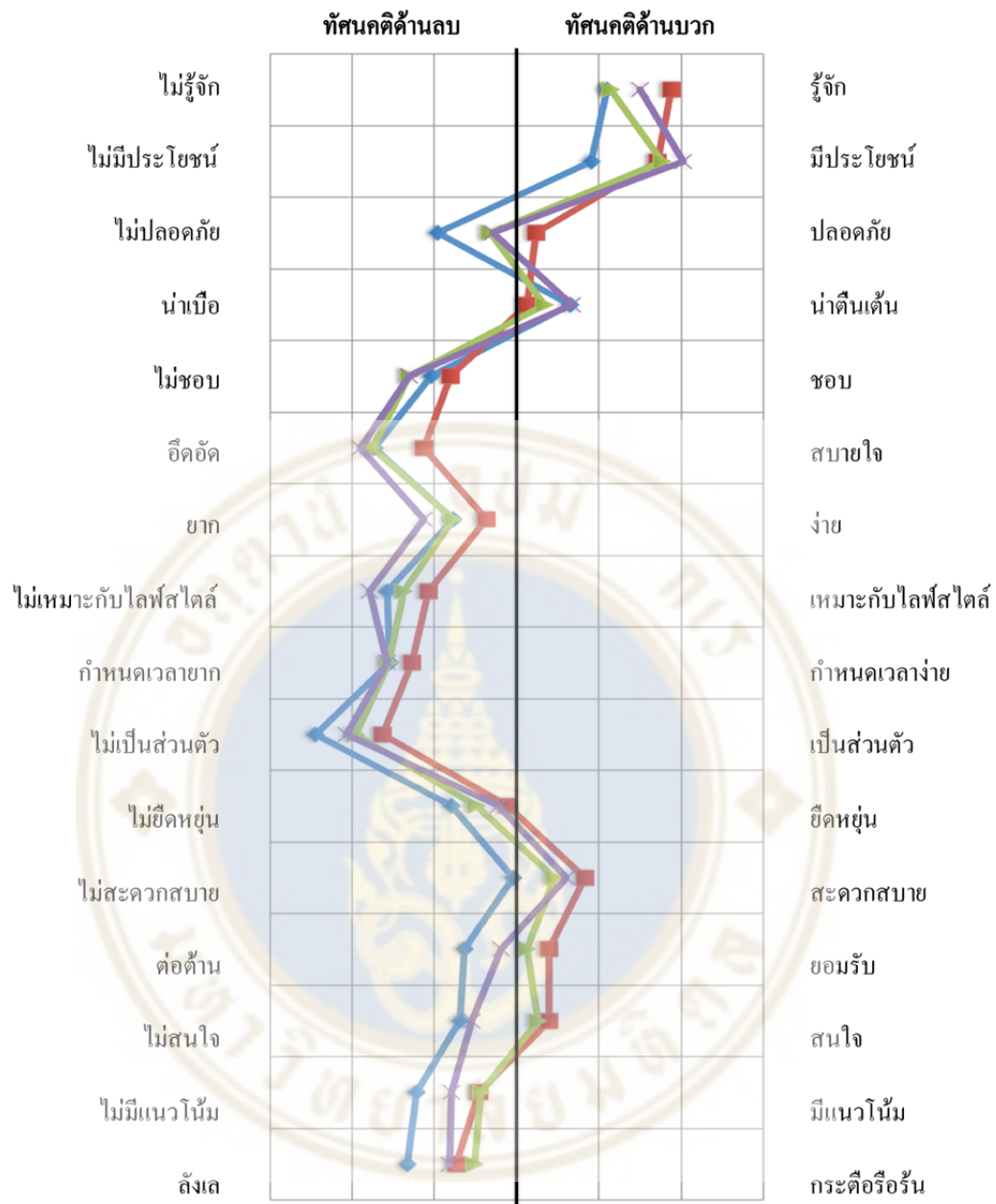
ตารางที่ 4.10 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้อ่อน 70,001 บาทขึ้นไป ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
ความเข้าใจ	ท่าน รู้จัก Carpooling	88.37	11.63	1.50	ด้านบวก
	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์	96.51	3.49	2.02	ด้านบวก
ภาพรวมความเข้าใจ				1.76	ด้านบวก
ความเชื่อมั่น	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย	43.02	56.98	-0.29	ด้านลบ
	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling	61.63	38.37	0.67	ด้านลบ
ภาพรวมความเชื่อมั่น				0.19	ด้านบวก
ความรู้สึก	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น	18.60	81.40	-1.30	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับ คนแปลกหน้าด้วย Carpooling	5.81	94.19	-1.90	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย	19.77	80.23	-1.13	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	11.63	88.37	-1.79	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย	15.12	84.88	-1.57	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	10.47	89.53	-2.07	ด้านลบ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	45.35	54.65	-0.22	ด้านลบ

ตารางที่ 4.10 แสดงร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

มิติ	คำถาม	ทัศนคติด้านบวก (ร้อยละ)	ทัศนคติด้านลบ (ร้อยละ)	คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มทัศนคติ
	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วย รถสาธารณะ	69.77	30.23	0.60	ด้านบวก
ภาพรวมความรู้สึก				-1.17	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวม ต่อการเดินทาง	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling	38.37	61.63	-0.19	ด้านลบ
	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	40.70	59.30	-0.55	ด้านลบ
โดยใช้รถร่วมกัน	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling	38.37	61.63	-0.79	ด้านลบ
	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling	33.72	66.28	-0.81	ด้านลบ
ทัศนคติโดยรวมต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน				-0.58	ด้านลบ
ผลสรุป					ด้านลบ

จากตารางที่ 4.12 แสดงแนวโน้มของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป ต่อการยอมรับการเดินทางโดยการใช้รถร่วมกัน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านร่วมกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติด้านความเข้าใจและความเชื่อมั่นใน carpooling ในเชิงบวก ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย 1.76 และ 0.19 ตามลำดับ โดยแสดงความคิดเห็นในด้านของการรู้จัก carpooling และทราบว่า carpooling มีประโยชน์ ส่วนทัศนคติด้านความรู้สึกต่อ carpooling เป็นไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -1.17 จึงสามารถสรุปแนวโน้มทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้ในเชิงลบ และมีแนวโน้มการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ไปในเชิงลบ ด้วยคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ย -0.58



ภาพที่ 4.3 แนวโน้มทัศนคติของผู้ที่มีระดับรายได้ต่างกันต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

หมายเหตุ: สีน้ำเงิน แทน ระดับรายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาท/เดือน

สีแดง แทน ระดับรายได้เฉลี่ย 30,001-50,000 บาท/เดือน

สีเขียว แทน ระดับรายได้เฉลี่ย 50,001-70,000 บาท/เดือน

สีม่วง แทน ระดับรายได้เฉลี่ย 70,001 บาท/เดือน ขึ้นไป

4.6 ผลการสัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่คนไม่ยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันและแรงจูงใจที่จะทำให้คนเปลี่ยนไปใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

ถึงแม้ว่าจากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างจะมีแนวโน้มของการรับรู้ว่าการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันมีประโยชน์ แต่ทัศนคติด้านการยอมรับกลับให้ผลในทางตรงกันข้ามอย่างสิ้นเชิง ผู้วิจัยจึงอยากทราบว่าสาเหตุใดคนถึงไม่ยอมรับการเดินทางโดยใช้รถยนต์ร่วมกัน จึงมีการสัมภาษณ์ในลักษณะไม่เป็นทางการเชิงการแสดงความคิดเห็น สรุปได้เป็นประเด็นหลักว่า ระบบคาร์พูลในประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ ไม่มีการนัดหมายอย่างเป็นทางการ และสภาพการจราจรบนท้องถนนในกรุงเทพมหานคร สามารถกำหนดเวลาได้ยากเนื่องจากปัญหาการจราจรติดขัด คนจึงไม่มั่นใจว่าผู้ขับรถและผู้โดยสารจะมาตรงตามเวลานัด นำไปสู่ความไม่ไว้วางใจที่จะทำให้ไปถึงจุดหมายปลายทางได้ตรงเวลา นอกจากนี้ การหาผู้ร่วมเดินทางที่จะไปทางเดียวกันและเต็มใจที่จะแชร์การเดินทางกับผู้อื่นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากไลฟ์สไตล์ที่ไม่ตรงกัน ส่งผลให้ไม่มีช่วงเวลาที่สามารถเดินทางร่วมกันได้ การขับรถเองจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกกว่า ถึงแม้ว่าจะต้องแลกกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงกว่าก็ตาม

เมื่อสอบถามถึงแรงจูงใจที่จะใช้บริการการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันพบว่า ควรมีผู้ให้บริการ carpooling ที่เป็นบริษัทเอกชนเป็นตัวกลาง เช่น Uber เป็นผู้จับคู่ผู้ที่มีความต้องการในการเดินทางในเส้นทางเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ทำให้ผู้โดยสารไม่ต้องรู้สึกเกรงใจผู้ขับ และยังมีการแชร์ค่าโดยสารกันอย่างเป็นธรรม ควรนัดแนะเวลาและจุดจอดรับ-ส่งอย่างชัดเจน นอกจากนี้ รถทุกคันยังควรมีการติดตั้ง GPS เพื่อสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวผ่านแอปพลิเคชันได้ตลอดเวลา และคาดคะเนเวลาได้ว่า จะมาถึงจุดหมายในเวลาใด ส่วนด้านสิทธิประโยชน์ต่างๆ หากมีการให้ส่วนลดค่าทางด่วน หรือค่าบริการที่จอดรถ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้คนให้ความสนใจต่อ carpooling ได้ และประการสุดท้าย หากมีคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน และต้องไปทำงานด้วยรถยนต์ส่วนตัวทุกวันที่ออฟฟิศอยู่ในเส้นทางเดียวกัน carpooling ก็เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เพราะนอกจากจะช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และยังลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทางหลังเลิกงานได้อีกด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การสรุปผลจากการศึกษาทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงนโยบาย Car pool ของรัฐบาลให้นำกลับมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 สรุปผลการดำเนินงานวิจัย

จากการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยในภาพรวมของทัศนคติพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงลบต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน โดยใช้แนวคิดจากองค์ประกอบของทัศนคติในด้านความเชื่อมั่นและความรู้สึกตามทฤษฎีที่ Zimbardo และ Ebbesen (1970) ได้กล่าวไว้ และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของทัศนคติแต่ละมิติแล้ว สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อ carpooling ที่มีความรุนแรงในเชิงลบมากที่สุด คือ ความรู้สึกที่ไม่เป็นส่วนตัวในการเดินทาง ความรู้สึกไม่สบายใจที่ต้องเดินทางกับคนแปลกหน้า และการกำหนดเวลาในการเดินทางได้ยาก ทำให้ขาดอิสระในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Muhammad Ashraf Javid และเพื่อน (2017) และ Suresh Malodia & Harish Singa (2016)

นอกจากนั้น เมื่อผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามความแตกต่างของอาชีพ โดยมุ่งพิจารณาไปที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและผู้ทำธุรกิจส่วนตัวซึ่งมีส่วนร่วมกันถึง ร้อยละ 86 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า แนวโน้มทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันของผู้มีอาชีพต่างกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีทัศนคติในเชิงลบ

และเมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามความแตกต่างของระดับรายได้ พบว่า แนวโน้มทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันของผู้มีระดับรายได้ต่างกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีทัศนคติในเชิงลบ

5.2 การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ประเด็นด้านทัศนคติต่อ carpooling ที่มีความรุนแรงในเชิงลบมากที่สุด คือ ความรู้สึกที่ไม่เป็นส่วนตัวในการเดินทาง ความรู้สึกไม่สบายใจที่ต้องเดินทางกับคนแปลกหน้า และการกำหนดเวลาในการเดินทางได้ยาก ทำให้ขาดอิสระในการเดินทาง
2. ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ที่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 35 แนวโน้มทัศนคติของคนกลุ่มนี้ต่อการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) เป็นสัญญาณที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น เนื่องจาก มีทัศนคติเป็นลบน้อยที่สุด
3. ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ไม่ว่าจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสายอาชีพ หรือระดับรายได้ ผลความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มในเรื่องของความเป็นส่วนตัวในการเดินทางก็เป็นไปในเชิงลบมากที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตติชัย รุจนกนกนาฏ (2553) และ Muhammad Ashraf Javid และเพื่อน (2017)

5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิจัยอาจจะไม่ครอบคลุมถึงผู้ที่อาศัยในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร ทำให้ไม่สามารถใช้ผลวิจัยดังกล่าวไปอธิบายทัศนคติของคนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ได้ทั้งหมด
2. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาในขอบเขตของทัศนคติที่มีต่อ carpooling ในภาพรวม มิได้ครอบคลุมถึงแรงจูงใจหรือผลตอบแทนถ้าหากมีการนำโครงการนี้ไปปฏิบัติจริง

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ในด้านความเป็นส่วนตัว อ้างอิงจากผลวิจัยของคนส่วนใหญ่รู้สึกอึดอัดเมื่อต้องเดินทางโดยใช้รถร่วมกันกับคนแปลกหน้า สามารถนำโครงการนี้กลับมารณรงค์โดยเริ่มจากการใช้ carpooling โดยอาศัยผู้ให้บริการเอกชน เช่น Uber เป็นตัวกลาง เพื่ออำนวยความสะดวกในเส้นทางใกล้ๆ และเพิ่มความคุ้นเคยกับการเดินทางด้วย carpooling ก่อน
2. ควรให้ความสำคัญในเรื่องของเวลาทั้งผู้ขับและผู้โดยสาร มีการนัดแนะเวลากันอย่างชัดเจน หรืออาจใช้ประโยชน์จาก Google map ในการคำนวณระยะเวลาตามสภาพการจราจร

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้รถยนต์ส่วนตัวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้รถว่ามีผลต่อทัศนคติต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันหรือไม่ เพราะเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เนื่องจากได้รับความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในมุมมองของการใช้รถเพื่อการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเดิมด้วยเวลาที่แน่นอนทุกวัน เช่น การเดินทางไปทำงาน การมี carpooling ก็เป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการใช้บริการ ดังนั้น จึงอยากให้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อขยายผลต่อไป

2. ควรศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้คนใช้ carpooling ในกรุงเทพมหานคร เช่น การมีถนนเลนส์พิเศษ ที่จอดรถสำหรับ carpooling ส่วนลดค่าทางด่วน/ค่าที่จอดรถ การลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เป็นต้น



บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). คนกรุงเสียเวลากับรถติด วันละ 72 นาที (ออนไลน์). <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/780262>, 28 มีนาคม 2561.
- จิตติชัย ปุรุจนกนกนาฏ. (ม.ป.ป.). *การศึกษาโปรแกรมการโดยสารร่วมกัน ในประเทศไทย* (ออนไลน์). http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=MRG5280004, 10 กุมภาพันธ์ 2561.
- ชัยญววรรณ เกิดสมบัติ. (2551). *ความรู้ทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- แพรวภัทร ยอดแก้ว. (ม.ป.ป.). *ทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude)* (ออนไลน์). <https://www.gotoknow.org/posts/280647>, 24 กุมภาพันธ์ 2561.
- BLT. (2560). *สถิติการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของคนกรุงเทพฯ* (ออนไลน์). <http://www.bltbangkok.com/POLL/สถิติการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของคนกรุงเทพฯ>, 8 กุมภาพันธ์ 2561.
- Francesco CIARI and Kay W. AXHAUSEN. (2013). *Carpooling in Switzerland: Public Attitudes and Growth Strategies* (Online). <https://trid.trb.org/view/1241660>, March 25, 2018.
- J. Hunt and J. McMillian. (n.d.). *Stated-Preference Examination of Attitudes Toward Carpooling to Work in Calgary* (Online). <https://doi.org/10.3141/1598-02>, March 24, 2018.
- Muhammad Ashraf Javid. (n.d.). *Traveller's attitudes toward carpooling in Lahore: Motives & Constraints* (Online). <https://link.springer.com/article/10.1007/s40534-017-0135-9>, February 10, 2018.
- PPTV HD. (2561). *กรุงเทพฯ รถล้นพื้นที่ รถยนต์ 4.2 ล้าน – จยย. 3.5 ล้าน* (ออนไลน์). <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/75872>, 22 มีนาคม 2561.
- Shaheen SA, Chan ND and Gaynor T. (2016). *Casual carpooling in the San Francisco Bay Area: understanding user characteristics, behaviors, and motivations* (Online). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X16300038>, February 18, 2018.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Shelter Blog. (2552). *ทัศนคติ (Attitude)* (ออนไลน์). <http://phatrsa.blogspot.com/2010/01/attitude>, 24 กุมภาพันธ์ 2561.
- Suresh Malodia and Harish Singa. (2015). A study of carpooling behaviour using a stated preference web survey in selected cities of India (Online). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03081060.2016.1174368?journalCode=gtpt20>, April 6, 2018.
- The Standard. (2561). *INRIX เผยไทยครองแชมป์ประเทศรถติดสุดในโลก ใช้เวลาบนถนนกว่า 56 ชั่วโมงต่อปี* (ออนไลน์). <https://thestandard.co/inrix-global-traffic-scorecard-2017/>, 7 เมษายน 2561.





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสำรวจ เรื่องทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)

ส่วนที่ 1:

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ เรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) ของนักศึกษาหลักสูตรการจัดการธุรกิจวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้จัดทำวิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลทั้งหมดของท่านจะเป็นความลับ และนำเสนอในภาพรวมเพื่อประมวลผลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ใบขออนุญาตเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

(Carpooling)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)

ส่วนที่ 5 การยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling) จากปัจจัยด้านทัศนคติ

-ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างดี-

คำนิยามศัพท์

Carpooling หมายถึง การนัดหมายเตรียมการเดินทางร่วมกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีภาระแบ่งหน้าที่ในการเดินทาง เช่น กำหนดให้คนหนึ่งเป็นผู้ขับขี่ และที่เหลือเป็นผู้โดยสาร เป็นต้น โดยสามารถสลับหน้าที่กันได้ตามตกลง ซึ่งอาจมีการแชร์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางหรือไม่ก็ได้

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย(✓)ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ

- (1) ต่ำกว่า 21 ปี (2) 21– 30 ปี
 (3) 31– 40 ปี (4) 41– 50 ปี
 (5) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรี
 (3) ปริญญาโท (4) สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

- (1) นักเรียน/นักศึกษา (2) ข้าราชการ (3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 (4) พนักงานบริษัทเอกชน (5) ธุรกิจส่วนตัว (6) อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ต่ำกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท (2) 15,001 – 30,000 บาท
 (3) 30,001 – 50,000 บาท (4) 50,001 – 70,000 บาท
 (5) 70,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 3: ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน

6. ท่านมีรถยนต์ส่วนตัวหรือไม่

- (1) มี (ตอบข้อ 7) (2) ไม่มี (ข้ามไปทำส่วนที่ 3)

7. โดยปกติท่านมักจะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลกับใคร

- (1) คนเดียว (2) บุคคลในครอบครัว
 (3) เพื่อนบ้าน (4) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน
 (5) อื่นๆ (ระบุ).....

8. ท่านรู้จักการเดินทางโดยการใช้รถร่วมกัน (Carpooling) หรือไม่

- (1) รู้จัก (ตอบข้อ 9) (2) ไม่รู้จัก (จบแบบสอบถาม)

9. เหตุผลที่ท่านไม่ใช้การเดินทางโดยใช้รถร่วมกันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว
- (2) ขาดความอิสระในการเดินทาง
- (3) ไม่มั่นใจในความปลอดภัย
- (4) ไม่สามารถกำหนดเวลาในการเดินทางได้เอง

ส่วนที่ 4: ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกัน (Carpooling)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย [○] ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการยอมรับการเดินทางโดยใช้รถร่วมกันของคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Item		Score							
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
10	ท่านไม่รู้จัก Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้จัก Carpooling
11	ท่านเชื่อว่า Carpooling ไม่มีประโยชน์	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านเชื่อว่า Carpooling มีประโยชน์
12	ท่านเชื่อว่า Carpooling ไม่ปลอดภัย	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านเชื่อว่า Carpooling ปลอดภัย
13	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าเบื่อ	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องน่าตื่นเต้น
14	ท่านไม่ชอบการเดินทางด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านชอบการเดินทางด้วย Carpooling
15	ท่านรู้สึกอึดอัดเมื่อต้องร่วมทางกับคนแปลกหน้าด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อต้องร่วมทางกับคนแปลกหน้าด้วย Carpooling
16	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องยาก	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เป็นเรื่องง่าย
17	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ไม่เหมาะกับ lifestyle ของท่าน	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling เหมาะกับ lifestyle ของท่าน
18	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ยาก	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling กำหนดเวลาได้ง่าย
19	ท่านรู้สึกไม่เป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกเป็นส่วนตัวเมื่อเดินทางด้วย Carpooling
20	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ไม่ยืดหยุ่นเท่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ยืดหยุ่นกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ

Item		Score							
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
21	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling ไม่สะดวกสบายเท่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกว่าการเดินทางด้วย Carpooling สะดวกสบายกว่าการเดินทางด้วยรถสาธารณะ
22	ท่านรู้สึกต่อต้านการเดินทางด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านรู้สึกยอมรับการเดินทางด้วย Carpooling
23	ท่านไม่สนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านสนใจที่จะเดินทางด้วย Carpooling
24	ท่านมีแนวโน้มที่จะไม่เดินทางด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านมีแนวโน้มที่จะเดินทางด้วย Carpooling
25	ท่านมีความลังเลที่จะเดินทางด้วย Carpooling	-3	-2	-1	0	1	2	3	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางด้วย Carpooling

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม