

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานการวิจัย.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
ความเป็นมาของรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล.....	6
ทฤษฎีแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง.....	12
คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	12
องค์ประกอบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครเชื่อมกับระบบ การขนส่งมวลชนประเภทอื่น.....	34
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	45
ประชากรและขนาดตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
การสรุปรายงานผล.....	47

**สารบัญ (ต่อ)**

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	48
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่มาใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร .....	52
ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน.....	59
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	94
สรุปการวิจัย.....	94
อภิปรายผล.....	102
ข้อเสนอแนะ.....	105
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	108
บรรณานุกรม.....	110
ภาคผนวก.....	113
ก สำเนากฎกระทรวง.....	114
ข แบบสอบถาม.....	122
ประวัติผู้วิจัย.....	126

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 2.1	คำถาม 7 คำถาม 6Ws & 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ( 7 Os) เกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
ตารางที่ 2.2	ประเภทของรถโดยสารประจำทางที่ให้บริการและอัตราค่าบริการ.....	36
ตารางที่ 2.3	สถิติจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ขสมก. ต่อวัน ตั้งแต่ 2535 – 2548.....	36
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ.....	48
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ.....	49
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานภาพสมรส.....	49
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	50
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ.....	50
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้.....	51
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะที่อยู่อาศัย.....	51
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะการเดินทางโดยพาหนะใดก่อนใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน.....	52
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์การเลือกใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน.....	53
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครใน 1 สัปดาห์.....	53
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ช่วงเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร.....	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครร่วมกับผู้อื่น.....	54
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครจากที่พักถึงสถานี.....	55
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทางหลังจากใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร.....	56
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเชื่อมทางรถไฟฟ้า บีทีเอส.....	56
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการจ่ายค่าโดยสารรถไฟฟ้ามหานคร.....	57
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลของการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร.....	57
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจในความปลอดภัยของระบบรถไฟฟ้ามหานคร.....	58
ตารางที่ 4.19	ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	59
ตารางที่ 4.20	ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	60
ตารางที่ 4.21	ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	61
ตารางที่ 4.22	ผลการทดสอบพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	63
ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	64
ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	65
ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	66
ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	67
ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	68
ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	69
ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	70
ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความถี่ในการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามลักษณะที่พักอาศัยของ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	72
ตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	73
ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	75
ตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	76
ตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม...	77
ตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม..	78
ตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลาการใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามลักษณะที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	79
ตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	80
ตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	81
ตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	83
ตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม...	84
ตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม..	85
ตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามลักษณะที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	86
ตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ แบบสอบถาม.....	87
ตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ แบบสอบถาม.....	88
ตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม.....	89
ตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ ตอบแบบสอบถาม.....	90
ตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ แบบสอบถาม.....	91

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ แบบสอบถาม.....	92
ตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในความปลอดภัย ของระบบรถไฟฟ้ามหานคร จำแนกตามลักษณะที่พักอาศัยของ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	93

**สารบัญภาพ**

	<b>หน้า</b>
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
ภาพที่ 2.2 รูปแบบจำลองพฤติกรรมกาซื้อของผู้บริโภค.....	21
ภาพที่ 2.3 แสดงวงจรชีวิตครอบครัวและพฤติกรรมกาซื้อ.....	26
ภาพที่ 2.4 รูปแบบของการรับรู้ 4 ขั้นตอน.....	28
ภาพที่ 2.5 แสดงขั้นตอนในกระบวนการซื้อปกติ.....	31
ภาพที่ 2.6 แสดงสินค้าคอมพิวเตอร์กลุ่มต่างๆ.....	32