

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน และ (2) ภาพลักษณ์ที่คาดหวังของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (3) การเปิดรับข่าวสาร และ (4) ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกี่ยวกับบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (5) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (6) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (7) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไคว์สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า (1) บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยอยู่ในระดับมาก (2) ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังที่จะให้บริษัทฯ มีภาพลักษณ์ด้านการบริการในระดับมาก (3) การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับบริษัทฯ จากสื่อภายในสถานีและสื่อภายนอกสถานี อยู่ในระดับมาก (4) ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับบริษัทฯ ด้านการบริการอยู่ในระดับมาก (5) เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (6) สื่อภายนอกสถานีและสื่อภายในสถานีมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (7) ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

The objectives of this research were to study (1) the present image and the expected one of Bangkok Mass Transit System Public Company Limited (BTSC), (2) the research participants' exposure to news and their knowledge and understanding about BTSC electrical rail system, (3) the relationship between the research participants' demographics and the present image of BTSC, (4) the relationship between the research participants' exposure to news and the present image of BTSC, and (5) the relationship between the research participants' knowledge and understanding and the present image of BTSC.

This study was a survey research based on a sample of 400 customers of the BTS electrical rail system, chosen through multi-level sampling. The data were collected through a questionnaire and analyzed through a percentage, a mean, a frequency, standard deviation and Chi Square.

The study revealed a number of findings (1) the present image of BTSC based on the research participants' views was very good. (2) the research participants expected that the company would have an image of an agent with very good services. (3) the research participants reported a high level of exposure to news about BTSC from both in-station and external media. (4) the research participants had a high level of knowledge and understanding of BTSC's services. (5) the research participants' sex, age, status, education, profession, and income were statistically correlated with the present image of BTSC. (6) in-station and external media was statistically correlated with the present image of BTSC. (7) the research participants' knowledge and understanding of BTSC were statistically correlated with the present image of BTSC.