

รัฐพล โมตรีจิตร : การรับรู้และการตัดสินใจของผู้ขับขี่ต่อข้อมูลข่าวสารจราจรบนแผ่นป้าย  
สลัข้อความในกรุงเทพมหานคร. (PERCEPTION AND DECISION OF MOTORISTS  
ON TRAFFIC INFORMATION ON VARIABLE MESSAGE SIGN IN BANGKOK)

อ.ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. เกษม ชูจารุกุล, 155 หน้า. ISBN 974-53-2991-6.

ป้ายจราจรสลัข้อความเป็นระบบที่นำมาใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารจราจรต่างๆ และ  
แนะนำการเลี่ยงเส้นทางที่มีการจราจรคับคั่ง แม้ว่าระบบป้ายดังกล่าวได้รับการติดตั้งเป็นระยะเวลา  
หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครแล้ว แต่จากอดีตที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ระบบ  
แผ่นป้ายสลัข้อความในมุมมองของผู้ขับขี่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นและจัดเป็นข้อมูล  
พื้นฐานที่สามารถนำไปใช้ประเมินถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากระบบได้

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อความที่แสดงบนแผ่นป้ายสลัข้อความ โดย  
มุ่งเน้นรายละเอียดของข้อความที่แสดงว่ามีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้ขับขี่อย่างไร ผล  
จากการศึกษาพบว่า ผู้ขับขี่ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่สังเกตเห็นแผ่นป้ายสลัข้อความ  
ประจำร้อยละ 68.5 แต่มีผู้ขับขี่เพียง 1 ใน 5 ที่ใช้ป้ายสลัข้อความเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ  
เปลี่ยนเส้นทาง และพบว่าผู้ขับขี่จะตัดสินใจเปลี่ยนเส้นทางทางการเดินทางสูงสุด เมื่อได้รับข่าวสารจาก  
ป้ายสลัข้อความซึ่งแสดงข้อมูลอันประกอบด้วยทิศทางการจราจร สาเหตุของปัญหา และเส้นทาง  
แนะนำ นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ทางสถิติจากข้อมูลประเภท Stated Preference ด้วย  
แบบจำลองแบบ Logit พบว่านอกเหนือจากข้อมูลที่แสดงบนป้ายสลัข้อความซึ่งมีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจที่จะเปลี่ยนเส้นทางแล้ว ตัวแปรอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจประกอบด้วย ความคุ้นเคย  
เส้นทาง เพศ อาชีพ ระยะทางการเดินทางโดยเฉลี่ยใน 1 วัน ความคุ้นเคยกับป้ายสลัข้อความ และ  
วัตถุประสงค์การเดินทาง อย่างไรก็ตามก็ตีอุปสรรคหลักต่อการตัดสินใจเปลี่ยนเส้นทางของผู้ขับขี่ได้แก่  
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่แสดงบนแผ่นป้าย ซึ่งในปัจจุบันผู้ขับขี่เห็นว่ายังไม่น่าเชื่อถือมากนัก

## 4770420121 : MAJOR CIVIL ENGINEERING

KEY WORD : VARIABLE MESSAGE SIGN / MOTORISTS' PERCEPTION /  
TRAFFIC INFORMATION

RATTAPON MITREECHIT : PERCEPTION AND DECISION OF MOTORISTS ON  
TRAFFIC INFORMATION ON VARIABLE MESSAGE SIGN IN BANGKOK. THESIS  
ADVISOR : KASEM CHOOCHARUKUL, Ph.D., 155 pp. ISBN 974-53-2991-6.

Variable Message Sign (VMS) refers to an advanced traffic system that provides motorists with traffic information, as well as diversion routes in case of traffic congestion. Although such system has been implemented in Bangkok for a period of time, none of the past studies has investigated how motorists perceive the system. This information is important and can be considered fundamental one for evaluating the usefulness of the VMS system.

The objective of the study is to investigate the information shown on the VMS by addressing how the message contents of VMS affect perception and decision of motorists. The finding indicated that nearly 68.5 percent of Bangkok drivers perceive the existence of the VMS; however, merely one-fifth use the information as a source for route selections. It was also found that the optimal content on VMS that motorists will make a diversion consist of direction of travel, source of congestion, and suggested alternate route. Moreover, results from statistical analysis of stated preference data by applying logit models showed that in addition to the message content of VMS, other influencing factors include route familiarity, gender, occupation, average daily vehicle-kilometer of travel, VMS familiarity, and trip purpose. Nevertheless, the main impediment to motorist decision falls into the lack of credibility of the information shown on the VMS boards, in which the current information is relatively unreliable from motorist perspectives.