



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา
Phanomwan College of Technology
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันกำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์ (Humanities, Social Sciences and Economics)
- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์ ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรรัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภาสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สวงชม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงศ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ นิตยา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาร์ ธารักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญอักษรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลัปลี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลัปลี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วรัชพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีสินนันท | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสติด | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชร | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริญรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสฮินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฟารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ้นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ล้อมมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชัย ศรีรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

การส่งเสริมการเดินทางอย่างสร้างสรรค์ :

กรณีศึกษา การตัดสินใจเช่าจักรยานสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

The creative promotion of transportation:

A case study of the decision for Bicycle Rental in Bangkok

ปฐมาภรณ์ บำรุงผล* จิติรุจ จันทรมหา **

PHATHAMAPHORN BUMRUNGPONE * THITIRUT CHANMAHA **

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและปัญหาของการใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เข้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดตามแนวคิดของ Yamane ได้ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีการวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรม SPSS พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 20-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และการใช้บริการเป็นแบบรายชั่วโมง ในการตัดสินใจใช้พบว่าปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เข้ามากที่สุดและสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เข้าของผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เข้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, จักรยานสาธารณะให้เข้า, การเดินทางอย่างสร้างสรรค์

ABSTRACT

This research aims to study factors that affect the decision and the issue of consumers in Bangkok on a public bicycle rental service. Using quantitative research. Sample size of 400 people according to Yamane's principles. Analysis results from SPSS. The study shows that most of the participants are male whose age ranges between 20 years old to 25 years old and majority of them is under graduated. They rent public bicycles

* นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศจังหวัดเพชรบุรี

** อาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศจังหวัดเพชรบุรี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

as a hourly service. To use a public bicycle, pricing serves as the main deciding factor which is consecutively .The information above supports former hypothesis that various personal factors and marketing factors influence consumer's decision to use a public bike

Keyword: Decision, Public Bicycles for Rent, The creative of transportation

บทนำ

จากการศึกษาข้อมูลทราบว่า ประชากรประมาณ 6 ล้านคนที่อยู่ในเขต กรุงเทพมหานครมีความต้องการเดินทางด้วย รถยนต์ส่วนบุคคลทำให้เกิดปัญหาการจราจร ติดขัด ปัญหาทางด้านมลพิษต่างๆ จาก เว็บไซต์บิสซิเนสไทม์มีรายงานดัชนีการจราจรปี 2559 พบว่าเมืองที่มีการจราจรติดขัดมากที่สุดในโลกคือเม็กซิโกซิตี เมืองหลวงของเม็กซิโก ขณะที่กรุงเทพมหานคร มีการจราจรติดขัดเป็น อันดับ 2 ของโลก(ทอมทอมบริษัทให้บริการ แผนที่จากเนเธอร์แลนด์,2559)

เนื่องด้วยกรุงเทพฯเป็นเมืองที่มีปัญหา การจราจรติดขัด ประชากรหันไปเลือกการ ขนส่งสาธารณะ เช่นการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า แต่เส้นทางรถไฟฟ้าในปัจจุบันยังอยู่บนถนน สายหลัก ดังนั้นการเดินทางเชื่อมต่อไปถึง สถานีรถไฟฟ้ายังไม่มีความสะดวก ในขณะที่ บางคนต้องใช้บริการจักรยานยนต์รับจ้างที่มี ค่าโดยสารสูง ดังนั้นกรุงเทพมหานครจึงมี แนวคิดระบบเช่าจักรยานสาธารณะขึ้น

(<http://m.dailynews.co.th/news.do?contentId=104907>)

โดยมีจุดเริ่มต้นมากจากจักรยานเวลิบ (Vélib) เป็นโครงการจักรยานสาธารณะของ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เริ่มให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2550 มีจักรยานใน โครงการกว่า 20,000 คัน และสถานีกว่า 1,800 สถานี กระจายอยู่ทั่วทั้งกรุงปารีสและ

เมื่ อ ง ไ ก ล้ เ คี ย ง

(<https://th.wikipedia.org/wiki/เวลิบ>)

จึงเกิดแนวคิดการจัดทำระบบ รถจักรยานสาธารณะ ประชาชนจะสามารถ เลือกเช่าจักรยานจากจุดบริการหนึ่ง เพื่อ นำไปใช้แล้วส่งคืนยังจุดบริการใดก็ได้ใกล้กับ จุดหมายปลายทางของผู้ใช้ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ประชาชน โดยการจ่ายค่าเช่า จักรยานนั้นจะดำเนินการผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ด้วยบัตร Smart Card ที่สามารถ สั่งซื้อมูลค่าบัตรผ่านทางช่องทางบริการต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตหรือที่สถานีบริการรถจักรยาน สาธารณะให้เช่า(หนึ่งฤทัย คมกฤต,2558)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ปี 2556 โครงการจักรยานสาธารณะ
ปั่นปั่นของกรุงเทพมหานครฯ ที่ให้เช่าบริการ
รถจักรยานสาธารณะ ด้วยระบบRFID Smart
card โดยผู้ให้บริการจักรยานสาธารณะใช้ในการ
การยืม-คืนจักรยานหรือตรวจสอบยอดเงินหรือ
เติมเงินได้และยังมีการคุ้มครองประกัน
อุบัติเหตุ ค่ารักษาพยาบาล เนื่องจากการใช้รถ
จักรยานของโครงการ โครงการปั่นปั่นจะช่วย
เติมช่องว่างในการเดินทาง เพื่อส่งเสริมให้
ประชากรในกรุงเทพมหานครได้ใช้รถจักรยาน
เช่าสาธารณะ(Sureeporn Jlttreekhan,2016)
สำหรับโครงการบริการรถจักรยานให้เช่า
สาธารณะในกรุงเทพมหานครถือเป็นโครงการ
ที่น่าสนใจและเป็นผลดีทางด้านการจราจรและ
ลดปัญหามลพิษ จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้
ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริม
การเดินทางในกรุงเทพมหานครอย่าง
สร้างสรรค์ กรณีศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ
เช่าจักรยานสาธารณะ

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของ
ประชากรในกรุงเทพมหานครฯ

2) เพื่อศึกษาปัญหาของการให้บริการ
รถจักรยานสาธารณะให้เช่าของประชากรใน
กรุงเทพมหานครฯ

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์

กรมวิชาการ (2534:2)ได้ให้
ความหมายความคิดสร้างสรรค์ว่าหมายถึง
ความสามารถในหารมองเห็นความสัมพันธ์
ของสิ่งต่างโดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิด
ความคิดใหม่ๆต่อเนื่องกันไปและความคิด
สร้างสรรค์ประกอบด้วยความคล่องในการคิด
ความคิดยืดหยุ่นและความคิดที่เป็นของตนเอง
โดยเฉพาะความคิดริเริ่ม

ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548 : 41) กล่าว
ว่าการแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้าน
ประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ อายุ
สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกใน
ครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
ต่อเดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์เป็น
ลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากร
และการช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายใน
ขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม
วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ความรู้สึกรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้นข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (อ้างอิง ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

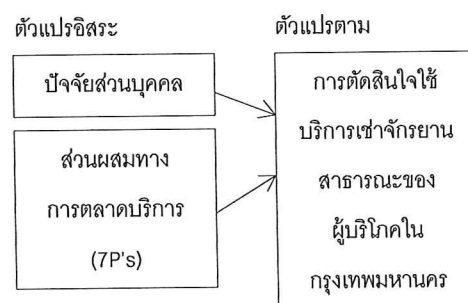
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ (อ้างอิงจาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:

124 – 125) อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999). Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอ นั้น ใครคือผู้บริโภค (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ซื้ออย่างไร (How?) ซื้อเมื่อไร (When?) ซื้อที่ไหน (Where?) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often)

กรอบแนวคิด





การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มคนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตามจุดที่ใช้ บริการเช่าจักรยานสาธารณะด้วยระบบ อัตโนมัติ ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 180,000 คน จากสถิติการใช้บริการจักรยาน สาธารณะกรุงเทพมหานคร (ข้อมูลจาก พนักงานของโครงการปั่นปั่น) ได้คำนวณขนาด ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N คือ จำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง N คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง, e คือ ค่า ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ค่าความ เชื่อมั่น 95% นั่นคือ ยอมให้เกิดความ คลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5%(0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้ (กัลยา วานิชปัญญา, 2552, น.16)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{180,000}{1 + 180,000(0.05)^2} = 399.99 \text{ หรือ } 400 \text{ คน}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกเก็บตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น โดยเลือกจากผู้ให้บริการสถานี โดยเลือก

สถานีจามจุรีสแควร์, สถานีสยามสแควร์ (หน้า อาคารกรุงเทพ) และสถานีสาทรซีดี เพราะ เป็นสถานีที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด (ข้อมูลจาก พนักงานของโครงการปั่นปั่น) ทั้งนี้เนื่องจาก ข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจึงใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 การ คำนวณหากกลุ่มขนาดตัวอย่างจะคำนวณตาม วิธีแบบคัดกรอง (Screen Sampling) (ประสพ ชัย พสุนนท์, 2555: 169) รวมเป็นขนาด ตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามโดยจัดทำเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เขา ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยวัด ระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ของ ลิกเคิร์ต สเกล (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การแปล ความหมายตามวิธีการ Arbitrary Weighting ดังนี้คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ดีมาก คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ดี คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พอใช้ คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ต่ำ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณค่าสถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการแปลผลคะแนนแบบสอบถามโดยเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ไค เคิร์ริธ (Likert's rating scale) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายตามวิธีการ Arbitrary Weighting ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ดีมาก
คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ดี
คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พอใช้
คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ต่ำ
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ต่ำมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการตลาดของประชากรในห้างสรรพสินค้าเขตประทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยวิธีทางสถิติโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ตามแนวทางของคุณประสพชัย พสุนนท์

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปตัวแปรที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีอายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.3 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.2 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 82.2 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.4 รูปแบบการใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าส่วนใหญ่เป็นแบบรายชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 64.4



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดี (mean=4.30 S.D.= 0.63) ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่า อยู่ในระดับดี (mean =4.17 และ S.D.=0.64) ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี (mean =4.31 และ S.D.=0.69) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี (mean =4.25 และ S.D.=0.78) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี (mean =4.25 และ S.D.=0.78) ปัจจัยด้านบุคคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี (mean =4.23 และ S.D.=0.87) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี (mean =4.29 และ S.D.=0.80) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี (mean =4.25 และ S.D.=0.74)

3. ผลการศึกษาตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่า ผลการศึกษาพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (mean=4.30 และ S.D.=0.63) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับจักรยานสาธารณะให้เช่าก่อนตัดสินใจใช้ (mean=4.37 และ S.D.=0.75) ผู้บริโภคพิจารณาถึงประโยชน์ของการใช้ (mean=4.35 และ S.D.=0.70) ผู้บริโภคพิจารณาถึงความพึงพอใจเพื่อใช้ในการตัดสินใจเช่าครั้งต่อไป (mean=4.32 และ S.D.=0.71) ผู้บริโภคตัดสินใจใช้เพราะคำแนะนำของครอบครัว/คนใกล้ชิด (mean=4.16 และ S.D.=0.66) ผู้บริโภคคิดจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เช่า (mean=4.28 และ S.D.=0.78)

4. แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การถดถอย (Regression)	88.817	6	14.803	83.807	0.00



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ส่วนที่เหลือ : 69.416 393 0.177
(Residual)

Total	158.234	399
-------	---------	-----

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเมื่อภาพลักษณ์เป็นหลายตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		1.176	0.151		7.810	0.000
ผลิตภัณฑ์	X ₁	0.157	0.069	0.160	2.270	0.024
ราคา	X ₂	0.175	0.068	0.191	2.558	0.011
ช่องทางการจัดจำหน่าย	X ₃	0.197	0.056	0.244	3.538	0.000
การส่งเสริมการตลาด	X ₄	0.197	0.056	0.244	3.538	0.000
บุคลากร	X ₅	0.140	0.066	0.193	2.124	0.034
กระบวนการให้บริการ	X ₆	0.162	0.067	0.206	2.402	0.017
ลักษณะทางกายภาพ	X ₇	0.182	0.059	0.215	3.073	0.002

R=0.749 , R Square = 0.561 , Adjusted R Square = 0.555 , Std Error of the Estimate = 0.42028

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เช่าดังปรากฏในตารางที่ 2 และจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าได้ดังนี้

$$Y = 1.176 + 0.160(X_1) + 0.191(X_2) + 0.244(X_3) + 0.244(X_4) + 0.193(X_5) + 0.206(X_6) + 0.215(X_7)$$

เมื่อ Y แทนการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

X₁ แทนด้านผลิตภัณฑ์

X₂ แทนด้านราคา

X₃ แทนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

X₄ แทนด้านการส่งเสริมทางการตลาด

X₅ แทนด้านบุคลากร

X₆ แทนด้านกระบวนการให้บริการ

X₇ แทนด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
บริการจักรยานสาธารณะให้เช่าและสามารถ
สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย
ตารางที่ 3 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐาน	ผลการวิจัย
ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เช่าของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน
ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้ เช่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าข้อมูลส่วนตัว
ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มี
อายุ 20-25 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มี
ระดับปริญญา มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มี
รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รูปแบบ
การใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เช่าส่วนใหญ่
เป็นแบบรายชั่วโมง การวิเคราะห์เกี่ยวกับ
ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการจักรยานสาธารณะให้เช่า
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดี
(mean= 4.30 S.D.=0.63) ปัจจัยทางด้าน
ผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
จักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี(mean =4.17
และS.D.=0.64) ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพล
ต่อการตัดสินใจใช้บริการจักรยานให้เช่าอยู่

ในระดับดี(mean =4.31 และS.D.=0.69)ปัจจัย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการจักรยานให้เช่าอยู่ใน
ระดับดี(mean =4.25 และS.D.=0.78) ปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการจักรยานให้เช่าอยู่ใน
ระดับดี(mean =4.25 และS.D.=0.78) ปัจจัย
ด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
บริการจักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี(mean
=4.23 และS.D.=0.87) ปัจจัยด้านกระบวนการ
ให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
จักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี(mean =4.29
และS.D.=0.80) ปัจจัยด้านลักษณะทาง
กายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
จักรยานให้เช่าอยู่ในระดับดี(mean =4.25
และS.D.=0.74) โดยมีปัจจัยด้านราคาที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้จักรยานสาธารณะ
ให้เช่ามากที่สุดสะท้อนให้เห็นว่าสะท้อนให้เห็น
ว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจใช้ของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับ
งานวิจัยของวิชชาธิยา เรืองโพธิ์(2553) เรื่อง
ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน
ที่ผลการวิจัยกล่าวว่าผู้บริโภคให้
ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทาง



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอนในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านคุณลักษณะศูนย์การค้า อยู่ในระดับมากและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุตารัตน์ กันตะบุตร(2554) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา ที่สรุปจากการวิเคราะห์พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดนครราชสีมา และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้ทราบปัญหาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เขาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทางด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่แบบเป็นแบบจักรยานทั่วไป

ที่มีลักษณะการใช้งานแบบดั้งเดิม และมีคุณภาพไม่ทนทานต่อการใช้งาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรแก้ไขปัญหาโดยมีรูปแบบจักรยานที่หลากหลาย ให้ลูกค้าได้เลือกตามลักษณะการใช้งานและเลือกได้ตามความพึงพอใจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายและสนใจในการใช้บริการ เพื่อส่งเสริมการตลาดให้เขาจักรยานสาธารณะมากขึ้น ซึ่งคาดหวังว่าผลงานวิจัยชิ้นนี้จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการให้เขาจักรยานไม่มากนักน้อย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เขาในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้สามารถทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของรูปแบบของการให้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เขาและการบริการด้านอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการให้บริการต่อไปในอนาคตได้

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เขาเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการได้ตรงความต้องการของลูกค้า
บรรณานุกรม
กรมวิชาการ การทวงวงศึกษาธิการ.(25-



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- 4).ความคิดสร้างสรรค์ หลักการ
ทฤษฎี การเรียนการสอน การ
ประเมินผล.กรุงเทพฯ: ครูสภา
ลาดพร้าว
- ณปภัช จันทรอุตม.(2555). "จักรยานให้เข้า"
ตัวเสริมบริการรถสาธารณะ
ค น เมือ 2 กุม ภา พ้น ธ์ 2559
/ [http://m.dailynews.co.th/News.do
?contentId=104907](http://m.dailynews.co.th/News.do?contentId=104907)
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). สถิติธุรกิจ. พิมพ์
ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
ท็อป.
- พรณี ลีกิจวัฒน์.(2553). วิธีการวิจัยทางการ
ศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 6).กรุงเทพฯ:
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538).
เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา
(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์
น.
- วิชชาธิยา เรืองโพธิ์(2553) ปัจจัยทาง
การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพาราก
อน : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- เวลิบ.(2556).โครงการจักรยานสาธารณะของ
กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ค้นเมื่อ2
กุม ภา พ้น ธ์
2559[https://th.m.wikipedia.org/wiki
/%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0
%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8
%9A](https://th.m.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%9A)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541).
พ ฤ ตี ก ร ร ม ผู้ บ ริ โภ ก .
กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา
จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). การวิจัยธุรกิจ.
กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 124 – 125)
กา ร วิ จั ย ธุ ร กิ จ = Business
research. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ บิส
ซิเน็ต เวิร์ด.
- สุดารัตน์ กันตะบุตร(2554) ปัจจัยที่มี
ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ
สินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคใน
จังหวัดนครราชสีมา : มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- หนึ่งฤทัย คมกฤต. (2558).ปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อ การ ตั ด สิ น ใจ ใช้ บ ริ ก ร
รถจักรยานสาธารณะให้เข้าของ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้บริโภคนในจังหวัดเชียงใหม่ :

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อาณัติ วิมานรัตน์. (2557).การวิเคราะห์ต้นทุน

และผลตอบแทนการเดินทางโดย

จักรยาน โครงการจักรยานสาธารณะ

กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาการ

เศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร

ศาสตร์

Coconuts กรุงเทพ. (2559). เข้าชั้นโคม่า!

กรุงเทพฯ ติดโผเมืองรถติดอันดับ 2

ของโลก คั่นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2559

<http://krungthep.coconuts.co/2016>

/03/24/Traffic-Index-2016

Kotler, Phillip. and Armstrong, Gary.

Principle of Marketing. 8 th ed.

Prentice-Hall, Inc., 1999.

Sureeporn jittreekhan. (2016).ส่วนผสมทาง

การตลาดบริการและประโยชน์ที่มี

ผลต่อทัศนคติและการใช้จักรยาน

คั่นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2559

<https://prezi.com/jtbiywivxvrf/presentation/>

entation/