

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่ง
มวลชนระบบราง



นายปวิวรรต แม้นศิริ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BEHAVIOR OF HYPERMARKET PARK AND RIDE USERS
IN ENCOURAGING MASS TRANSIT PATRONAGE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning Program in Urban and

Regional Planning

Department of Urban and Regional Planning

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ใน
การสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบ
ราง

โดย

นายปวิวรรต แม่นศิริ

สาขาวิชา

การวางแผนภาคและเมือง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร.เปี่ยมสุข สนิท

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจิติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พนิต ภูจันดา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.เปี่ยมสุข สนิท)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.พรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เอี่ยมตระกูล)

ปวีร์วรรต แม้นศิริ : พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง (BEHAVIOR OF HYPERMARKET PARK AND RIDE USERS IN ENCOURAGING MASS TRANSIT PATRONAGE) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร.เปี่ยมสุข สนิท, 116 หน้า.

พื้นที่จอดแล้วจรในไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper market shared park and ride) เป็นจอดแล้วจร ที่มีประเด็นศึกษาที่แตกต่างจากจอดแล้วจรประเภทอื่น ๆ ในแง่ของพฤติกรรมการซื้อสินค้าร่วมกับพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ดังนั้นจึงต้องศึกษาพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรในไฮเปอร์มาร์เก็ต วัตถุประสงค์งานวิจัยคือ 1. สำรวจคุณลักษณะพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทาง พฤติกรรมการซื้อสินค้า และทัศนคติของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต 2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต 3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมี เทสไกโลดัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 เป็นกรณีศึกษา การเก็บข้อมูลใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 298 ชุด โดยสามารถจำแนกผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรได้ 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ที่จอดแล้วจร ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และผู้ที่จอดแล้วซื้อ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-square และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต มีส่วนสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางอย่างมีนัยสำคัญ โดยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทาง ซึ่งผู้ที่จอดแล้วจรมีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากที่สุด นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยผู้ที่จอดแล้วจรมีความถี่ในการซื้อสินค้ามากที่สุด แต่ผู้ที่จอดแล้วรับส่งกลับมีมูลค่าการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งมากที่สุดในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง พบว่า การเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน เป็นปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน โดยมีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน ยังเป็นปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการซื้อสินค้าอีกด้วย โดยมีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรสมัครเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน จึงสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจร เพื่อรองรับการพัฒนาของระบบขนส่งมวลชนระบบราง นำไปสู่การแก้ปัญหาจราจรเมืองอย่างยั่งยืนต่อไป

ภาควิชา การวางแผนภาคและเมือง ลายมือชื่อนิสิต

สาขาวิชา การวางแผนภาคและเมือง ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ปีการศึกษา 2560

5973319525 : MAJOR URBAN AND REGIONAL PLANNING

KEYWORDS: HYPERMARKET SHARED PARK AND RIDE / SHOPPING BEHAVIOR / PARKING BEHAVIOR / TRAVEL BEHAVIOR

PARIWAT MANSIRI: BEHAVIOR OF HYPERMARKET PARK AND RIDE USERS IN ENCOURAGING MASS TRANSIT PATRONAGE. ADVISOR: PEAMSOOK SANIT, Ph.D., 116 pp.

Hypermarket shared park and ride is the parking which has a different study issue in terms of shopping behavior. Therefore, it is important to study the behaviors of the park and ride users regarding to whether they use a mass transit and shop at the hypermarket. This research aims to 1. survey sociodemographic characteristics of park and ride users and their parking, traveling and shopping behaviors 2. analyze a relationship between parking, traveling and shopping behaviors in the hypermarket 3. examine factors influencing to the frequency of riding mass transit as well as the frequency of shopping and the amount of money spent at the hypermarket. Tesco Lotus Sukhumvit 50 is selected as a case study of the hypermarket park and ride. To collect data, a total of 289 hypermarket park and ride users were interviewed by using questionnaire. The users are divided into 3 types regarding to their purpose of parking ; park and ride user (P&R user), park and pick up-drop off user (P&PD user), and park and shop user (P&S user). Using the Chi-square and the Multi-regression, the result showed that the parking behavior of hypermarket shared park and ride users had a significant effect in supporting the use of mass transit as the purpose of parking was related to the traveling behavior. The P&R users used the mass transit most frequently. In addition, it was also related to the shopping behavior as the P&R users shopped most frequently, but the P&PD users shopped in the highest value. The key factor affecting on the frequency of riding mass transit was the monthly membership of the hypermarket shared park and ride users. The member users used the mass transit most frequently. Moreover, the monthly membership also had an effect in supporting the frequency of shopping at the hypermarket. In conclusion, encouraging the park and ride users to become the monthly membership of parking is important for developing the hypermarket shared park and ride. The result of this study leads to the park and ride development to encourage the mass transit patronage and a sustainable urban transportation development in the city.

Department: Urban and Regional Planning Student's Signature

Field of Study: Urban and Regional Planning Advisor's Signature

Academic Year: 2017

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. เปี่ยมสุข สนิท ที่ให้ความกรุณาเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ทั้งเสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยให้ความรู้ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีเสมอมา

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พนิต ภูจันดา อาจารย์ ดร.พรสรร วิเชียรประดิษฐ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เอี่ยมตระกูล ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำและแนวทาง เพื่อปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากที่สุด

ขอขอบคุณ คุณพีรดา เนตรธारा และคุณจักรินทร์ เกิดสมุทร ที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณคุณศิริชัย ทรวดทรง สำหรับความอนุเคราะห์การใช้สถานที่เพื่อเก็บแบบสอบถามและใช้เป็นพื้นที่ศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาเพื่อให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับงานวิจัย

ขอขอบคุณพ่อแม่ที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำและสนับสนุนให้ศึกษาต่อในครั้งนี้ ตลอดจนเพื่อนและน้องที่คอยให้ความช่วยเหลืองานวิจัยนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญแผนภูมิ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 คำถามวิจัย	2
1.4 สมมติฐานของการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่.....	3
1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	4
1.6 วิธีดำเนินการวิจัย.....	5
1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพื้นที่จอดแล้วจร.....	7
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่จอดแล้วจร	7
2.1.1 ที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรและการเข้าถึง.....	8
2.1.2 รูปแบบการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร	10
2.1.3 พื้นที่จอดแล้วจรในกรุงเทพมหานคร.....	13

2.1.4	ประโยชน์และกลุ่มเป้าหมายของพื้นที่จอดแล้วจร.....	18
2.2	พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร.....	19
2.2.1	ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร (User Characteristics).....	19
2.2.2	พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร	21
2.3	พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน	26
2.3.1	ลักษณะของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน	26
2.3.2	พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน.....	27
2.4	พฤติกรรมการซื้อสินค้า	30
2.4.1	ลักษณะของผู้บริโภค	30
2.4.2	พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้า	31
2.4.3	คุณลักษณะการซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (Shopping Characteristics)	32
2.5	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	33
ภาพที่ 6	กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)	35
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	36
3.1	ข้อมูลทั่วไปของ เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50.....	36
3.1.1	ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50	37
3.1.2	ข้อมูลพื้นที่จอดรถในเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50.....	39
3.1.3	การสัมภาษณ์ นโยบายการจอดรถของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 ของผู้ให้บริการที่จอดรถ	45
3.2	รูปแบบการวิจัย	45
3.3	ประชากรกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง	45
3.3.1	การกำหนดขนาดจำนวนประชากรเพื่อใช้แบบสอบถาม	46
3.4	วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	47

3.4.1 แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล.....	47
3.4.2 การเก็บข้อมูลแบบสอบถามของผู้ใช้งานทั่วไป	48
3.4.3 การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามของสมาชิกจอตรายเดือน.....	50
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	52
3.6 ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	55
บทที่ 4 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง.....	56
4.1 คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	56
4.2 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	60
4.2.1 คุณลักษณะของผู้ใช้จำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	62
4.2.2 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	65
4.3 พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน.....	66
4.3.1 พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร.....	66
4.3.2 ทศนคติการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน.....	67
4.3.3 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน.....	69
4.3.4 ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน.....	71
4.4 พฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	74
4.4.1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	74
4.4.2 ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	75
4.4.3 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	77
4.4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า.....	79

4.5 สรุปพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต	83
4.5.1 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทาง ด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง	83
4.5.2 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนพฤติกรรม การซื้อสินค้า	83
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	86
5.1 สรุปผลการศึกษา	86
5.1.1 สรุปคุณลักษณะ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร	86
5.1.2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรม เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและการซื้อสินค้า	89
5.1.3 สรุปปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต	89
5.2 ข้อค้นพบ	90
5.3 ข้อเสนอแนะ	92
5.4 งานวิจัยในอนาคต	94
รายการอ้างอิง	95
ภาคผนวก	98
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	99
ภาคผนวก ข ข้อมูลการตอบแบบสอบถาม	101
ภาคผนวก ข ข้อมูลการตอบแบบสอบถาม	111
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	116

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 ตำแหน่งพื้นที่จอดแล้วจรและทางเข้าของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50	4
ภาพที่ 2 รัศมีการให้บริการของพื้นที่จอดแล้วจร	8
ภาพที่ 3 อาคารจอดแล้วจรรถไฟฟ้าสายสีม่วง.....	15
ภาพที่ 4 ลานจอดแล้วจรสวนจตุจักร.....	16
ภาพที่ 5 ประโยชน์ของการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โครงการสาธิตโมเดล	18
ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)	35
ภาพที่ 7 ทางเข้าเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 สาขาสุขุมวิท 50	37
ภาพที่ 8 ทางเชื่อมระหว่างเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต และสถานี BTS	38
ภาพที่ 9 ลักษณะพื้นที่จอดรถของพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	39
ภาพที่ 10 บัตรสำหรับจอดรถยนต์ของผู้ใช้งานทั่วไป และผู้จำหน่ายบัตรบริเวณทางเข้า	40
ภาพที่ 11 พื้นที่ลานจอดรถยนต์ของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 และสถานี BTS.....	41
ภาพที่ 12 พื้นที่ลานจอดรถยนต์ด้านนอกของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50	42
ภาพที่ 13 พื้นที่จอดรถของผู้พิการและสูงอายุ และที่จอดสำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็ก	43
ภาพที่ 14 ที่จอดสำหรับสุขภาพสตรี ภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	44
ภาพที่ 15 แสดงพื้นที่ตำแหน่งเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม บริเวณลานจอดรถ.....	49
ภาพที่ 16 พื้นที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	50
ภาพที่ 17 ตำแหน่งแจกแบบสอบถาม ของสมาชิกที่จอดรถรายเดือน.....	52
ภาพที่ 18 กรอบวิธีวิจัย (Methodological Framework).....	54

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 รายละเอียดอาคารจอดแล้วจร และจำนวนที่จอดรถของอาคารจอดแล้วจร	15
ตารางที่ 2 รายละเอียดลานจอดแล้วจร และจำนวนที่จอดรถของลานจอดแล้วจร	16
ตารางที่ 3 สถานที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรโครงการสาธิตโรมเดล	17
ตารางที่ 4 ประเภทและจำนวนที่จอดรถภายในอาคารเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50	43
ตารางที่ 5 คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต	57
ตารางที่ 6 คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิก จอดรถรายเดือน และไม่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน	60
ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยระยะเวลาจอดในพื้นที่จอดแล้วจร ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	61
ตารางที่ 8 ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	64
ตารางที่ 9 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	65
ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยจำนวนการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางไปทำงานของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	67
ตารางที่ 11 ทศนคติการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	68
ตารางที่ 12 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ใช้พื้นที่จอด แล้วจรทั้ง 3 ประเภท	69
ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการเดินทางด้วย ระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ	69
ตารางที่ 14 การแจกแจงตารางไขว้แสดงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับ การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ	70
ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน กับ คุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	73

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยระยะเวลาซื้อสินค้า (นาที) และมูลค่าการซื้อสินค้า (บาท) ของผู้ใช้พื้นที่จอด แล้วจรทั้ง 3 ประเภท	75
ตารางที่ 17 ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	77
ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการซื้อสินค้า เป็นประจำ	77
ตารางที่ 19 การแจกแจงตารางไขว้แสดงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการ ซื้อสินค้าเป็นประจำ	78
ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า กับคุณลักษณะของผู้ใช้ และ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	80
ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า กับคุณลักษณะของผู้ใช้ และ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ที่จอดแล้วจร	82
ตารางที่ 22 สรุปผลปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางและพฤติกรรมการซื้อสินค้า กับ คุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	85

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1 สัดส่วนเพศระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน.....	58
แผนภูมิที่ 2 สัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน	58
แผนภูมิที่ 3 สัดส่วนอาชีพระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน.....	59
แผนภูมิที่ 4 สัดส่วนการเป็นสมาชิกบัตร Rabbit ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน.....	59
แผนภูมิที่ 5 สัดส่วนการเป็นสมาชิกบัตร Rabbit ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน.....	59
แผนภูมิที่ 6 สัดส่วนผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร.....	60
แผนภูมิที่ 7 เปรียบเทียบความถี่การใช้งานของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	61
แผนภูมิที่ 8 เปรียบเทียบความถี่การใช้งานของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท.....	62
แผนภูมิที่ 9 เปรียบเทียบระยะเวลาที่เข้ามาจอดของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท.....	62
แผนภูมิที่ 10 สัดส่วนเพศของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท.....	63
แผนภูมิที่ 11 สัดส่วนอาชีพของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท.....	63
แผนภูมิที่ 12 สัดส่วนระดับรายได้ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท.....	64
แผนภูมิที่ 13 ประเภทที่อยู่อาศัยของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	64
แผนภูมิที่ 14 สัดส่วนอาชีพของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท.....	66
แผนภูมิที่ 15 ความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท ...	67
แผนภูมิที่ 16 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน.....	68
แผนภูมิที่ 17 ความถี่การซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	74
แผนภูมิที่ 18 ทศนคติการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	76
แผนภูมิที่ 19 ทศนคติการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	76
แผนภูมิที่ 20 ทศนคติการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท	76

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride) เป็นองค์ประกอบของแนวคิดการพัฒนาพื้นที่รอบสถานี หรือ Transit Oriented Development (TOD) ซึ่งแนวคิดนี้มีเป้าหมายสำคัญในการลดการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและส่งเสริมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพื่อการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน พื้นที่จอดแล้วจรจะช่วยขยายพื้นที่ให้บริการหรือเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้ระบบขนส่งมวลชน โดยส่งเสริมให้ผู้ที่อาศัยอยู่ชานเมืองห่างไกลจากสถานีสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ เพื่อมาเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางเป็นระบบขนส่งมวลชนเข้าสู่พื้นที่ศูนย์กลางเมือง Noel (1988) ได้กล่าวถึงจุดประสงค์ของพื้นที่จอดแล้วจร คือการตั้งสถานีจอดรถตามสถานีขนส่งสาธารณะ เพื่อย้ายรูปแบบการสัญจรที่มีศักยภาพต่ำ สู่รูปแบบการสัญจรที่มีศักยภาพสูง ในขณะที่ Vincent (2007) พบว่าวัตถุประสงค์หลักของจอดแล้วจร คือ การโอนความต้องการที่จอดรถในเขตศูนย์กลางเมือง (CBD) ไปยังพื้นที่ชานเมือง เพื่อลดความแออัดของการสัญจรในเมือง และความต้องการที่จอดรถในเมือง งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการสำหรับระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะ (Exclusive Park and Ride) และผลการศึกษาก็พบว่าพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้ช่วยสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน (Ginn, 2009) ในขณะเดียวกัน งานวิจัยพื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน (Shared Park and Ride) ยังคงมีจำนวนจำกัด

พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน (Shared Park and Ride) เป็นหนึ่งในรูปแบบการให้บริการจอดแล้วจรที่สำคัญ เพราะการจัดให้มีพื้นที่จอดแล้วจรเฉพาะอาจไม่มีความคุ้มค่า เนื่องจากราคาที่ดินที่สูง และอาคารที่อยู่รอบสถานีมีที่จอดรถจำนวนมากและมีส่วนที่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น ไฮเปอร์มาร์เก็ต สนามกีฬา ศูนย์ประชุม สามารถเปิดให้ใช้เป็นพื้นที่จอดแล้วจรได้ โดยเฉพาะไฮเปอร์มาร์เก็ตที่อยู่ใกล้สถานี เพราะมีพื้นที่จอดรถว่าง มีสิ่งอำนวยความสะดวกและร้านค้าที่ตอบสนองความต้องการ เหมาะสมกับการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจร (สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2560) ดังนั้น การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้จึงมีความสำคัญ และควรมีการศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้ว่ามีส่วนสนับสนุนการเดินทางระบบขนส่งมวลชนอย่างไร จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้เพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และผู้ใช้กลุ่มนี้ ร้อยละ 69.1 มักมีการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งนั้นด้วย โดยเรียกกลุ่มผู้ที่จอดแล้วจรมีพฤติกรรมดังกล่าวว่า “Shopper” ผลการศึกษาสรุปว่าพื้นที่จอดแล้วจรของ

ไฮเปอร์มาร์เก็ตช่วยสนับสนุนการเดินทางระบบขนส่งมวลชน และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการอีกด้วย ดังนั้น ในการศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในไฮเปอร์มาร์เก็ตนอกจากพฤติกรรมการเดินทางแล้ว จำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมการศึกษาซื้อสินค้าด้วย

ทั้งนี้ การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรในกรุงเทพฯ จำเป็นต้องใช้พื้นที่ว่างจำนวนมากและต้นทุนที่สูง พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สำคัญ งานวิจัยนี้มุ่งจะศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper market shared park and ride) เนื่องจากมีไฮเปอร์มาร์เก็ตหลายแห่งกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ชานเมืองของกรุงเทพมหานคร และเริ่มมีการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ว่างหรือไม่มีการใช้งานเต็มศักยภาพไปเป็นพื้นที่จอดแล้วจรตามแนวระบบขนส่งมวลชนระบบราง ในปัจจุบันไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่ เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 และสาขาประชาชื่น นำไปสู่คำถามสำคัญว่า พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตสามารถสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง รวมถึงสนับสนุนไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการด้วยหรือไม่ ดังนั้น เป้าหมายของงานวิจัยนี้ คือ ต้องการศึกษากิจกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมุ่งพิจารณาว่าพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่แตกต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางและซื้อสินค้าอย่างไร ผลของการศึกษาสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงพื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่น เพื่อรองรับการพัฒนาขนส่งมวลชนระบบรางนำไปสู่การแก้ปัญหาจราจรเมืองอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. สำรวจคุณลักษณะ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทาง พฤติกรรมซื้อสินค้า และทัศนคติของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่ใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต
3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

1.3 คำถามวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างไร

2. ปัจจัยอะไรส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร คุณลักษณะของผู้ใช้ มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

1.5 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้จะศึกษาพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้กำหนดพื้นที่จอดแล้วจรของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 หรือที่เรียกกันว่า เทสโก้โลตัส สาขาอ่อนนุช เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็น 1 ใน 2 ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีพื้นที่จอดแล้วจรในรูปแบบสมาชิกรายเดือน และเป็นไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งเดียวที่อยู่ติดกับสถานีรถไฟฟ้า รวมถึงมีศักยภาพในด้านของตำแหน่งที่ตั้ง ได้แก่ ตั้งอยู่ในย่านพื้นที่พักอาศัยนอกเขตพื้นที่เมืองชั้นใน และอยู่ใกล้ทางด่วน ทำให้การเข้าถึงโดยรถยนต์มีความสะดวก

พื้นที่จอดแล้วจรในการศึกษาครั้งนี้ จะหมายถึงพื้นที่ที่เทสโก้โลตัสกำหนดให้เป็นพื้นที่จอดแล้วจรโดยเฉพาะ ไม่นับรวมพื้นที่จอดรถส่วนอื่น ๆ พื้นที่จอดแล้วจรถูกจัดสรรไว้ 150 ช่องจอด ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของห้าง ตามภาพที่ 1.1 โดยพื้นที่จอดแล้วจรจะอยู่ตำแหน่งหมายเลข 3 ด้านหน้าติดกับถนนสุขุมวิท และอยู่ติดกับสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอ่อนนุชใกล้กับบันไดทางขึ้นสถานี หมายเลข 4 ทางเข้าพื้นที่จอดแล้วจร 2 ทาง ได้แก่ หมายเลข 1.ทางเข้าถนนสุขุมวิท 50 และ หมายเลข 2. ทางเข้าถนนสุขุมวิท 52 โดยผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยแบ่งวิธีการคิดราคาที่จอดรถเป็น 2 แบบ ได้แก่ ผู้ที่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน และผู้ใช้งานทั่วไป



Legend	① ทางเข้าสุขุมวิท 50	③ พื้นที่จอดแล้วจร
	② ทางเข้าสุขุมวิท 52	④ บันไดขึ้นสถานี BTS สาขาอ่อนนุช

ภาพที่ 1 ตำแหน่งพื้นที่จอดแล้วจรและทางเข้าของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50
ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก Google Earth

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต คือ ผู้ใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจรของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 โดยไม่จำกัดว่าจะต้องมีการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าต่อหรือไม่ เพื่อจะได้วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและซื้อสินค้าอย่างไร การศึกษาครั้งนี้จึงศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมทั้งสิ้น 3 รูปแบบ คือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS และพฤติกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้โลตัส โดยมีการกำหนดขอบเขตการศึกษาในแต่ละพฤติกรรม ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร จะพิจารณาวัตถุประสงค์ ความถี่ ช่วงเวลา และระยะเวลาในการจอด รวมถึงทัศนคติเกี่ยวกับพื้นที่จอดแล้วจร เนื่องจากพื้นที่จอดแล้วจรแห่งนี้ไม่มีข้อกำหนดในการใช้งานเพื่อเดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS เพียงอย่างเดียว จึงมีการใช้งานหลากหลายวัตถุประสงค์ การศึกษาครั้งนี้จะแบ่งวัตถุประสงค์การใช้งานเป็น 3 อย่าง คือ จอดเพื่อเดินทางด้วย BTS

- จอดเพื่อซื้อสินค้า และจอดแล้วรับส่งผู้ที่เดินทางด้วย BTS โดยพิจารณาจาก วัตถุประสงค์ในการใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ณ ตอนที่สำรวจแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน จะพิจารณาความถี่ในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS ต่อสัปดาห์ของผู้ใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจร
 3. พฤติกรรมการซื้อสินค้า จะพิจารณาความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือน และมูลค่าการซื้อโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งในเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขา สุขุมวิท 50

1.6 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประกอบด้วย แนวคิดทฤษฎีของจอดแล้วจร พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้จอดแล้วจร และข้อมูลพื้นที่ศึกษา
2. ศึกษาและสำรวจเบื้องต้นเพื่อทราบถึงรูปแบบการใช้พื้นที่จอดแล้วจรและสภาพของพื้นที่ เทสโก้ โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 จากการลงสำรวจภาคสนาม สังเกตจดบันทึก และสอบถามกับผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร รวมไปถึงเก็บข้อมูลการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเบื้องต้นเพื่อทดสอบเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ และดูแนวโน้มการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต
3. เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน พฤติกรรมการซื้อสินค้า คุณลักษณะของผู้ใช้ ตลอดจนทัศนคติของผู้ใช้ และการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต
4. วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อตอบคำถามงานวิจัยและอภิปรายผลที่เกิดขึ้นว่าสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมติฐานของงานวิจัย
5. สรุปและอภิปรายผล สรุปพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่ส่งเสริมพฤติกรรมการเดินทางและพฤติกรรมการซื้อสินค้า ตลอดจนข้อค้นพบ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะเชิง

นโยบายการวางแผนการพัฒนาจอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีศักยภาพ และ
แนวทางการวิจัยในอนาคต

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. ผู้ที่จอดแล้วจร หรือเรียกว่า Park and Ride User (P&R User) หมายถึง ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง หรือ BTS
2. ผู้ที่จอดแล้วซื้อ หรือเรียกว่า Park and Shop user (P&S User) คือ ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเพื่อซื้อสินค้าเท่านั้น
3. ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง หรือเรียกว่า Park and Pick up- Drop off user (P&PD User) คือ ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเพื่อรับส่งคนที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง หรือ BTS
4. ผู้ที่จอดแล้วจรและซื้อ หรือเรียกว่า Shopper ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางและซื้อสินค้าด้วยอย่างน้อย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

บทที่ 2

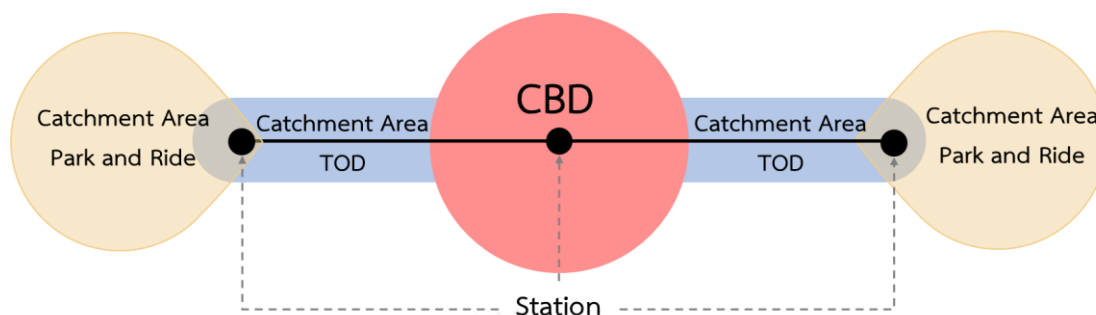
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพื้นที่จอดแล้วจร

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1. สำรวจคุณลักษณะ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทาง พฤติกรรมการซื้อสินค้า และทัศนคติของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต 2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต และ 3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต ดังนั้นจึงต้องทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจต่อลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร เพื่อหาปัจจัยที่สนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่จอดแล้วจร

พื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการบรรลุเป้าหมายของแนวคิดการพัฒนาพื้นที่รอบสถานี หรือ Transit Oriented Development (TOD) ซึ่งแนวคิดนี้มีเป้าหมายสำคัญในการลดการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและส่งเสริมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพื่อการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน พื้นที่จอดแล้วจรจะช่วยขยายพื้นที่ให้บริการหรือเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้ระบบขนส่งมวลชน โดยส่งเสริมให้ผู้ที่อาศัยอยู่ชานเมืองห่างไกลจากสถานีสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ มาเปลี่ยนเป็นระบบขนส่งมวลชนเพื่อเข้าสู่พื้นที่ศูนย์กลางเมือง Noel (1988) ได้กล่าวถึงจุดประสงค์ของพื้นที่จอดแล้วจร คือการตั้งสถานีจอดรถตามสถานีขนส่งสาธารณะ เพื่อย้ายรูปแบบการสัญจรที่มีศักยภาพต่ำ สู่รูปแบบการสัญจรที่มีศักยภาพสูง ในขณะที่ Vincent (2007) ได้ศึกษาพื้นที่จอดแล้วจร พบว่า วัตถุประสงค์หลักของพื้นที่จอดแล้วจร คือ การโอนความต้องการที่จอดรถในเขตศูนย์กลางเมือง ไปเขตพื้นที่ชานเมืองหรือพื้นที่ชายขอบของศูนย์กลางเมือง เพื่อประหยัดพื้นที่สร้างที่จอดรถในศูนย์กลางเมืองและสร้างโอกาสในการพัฒนาได้มากกว่าการเป็นที่จอดรถในศูนย์กลางเมือง Christiansen, Grady, and Holder (1975) ได้ศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรในรัฐเท็กซัสสหรัฐอเมริกา พบว่าจุดจอดและจร เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ส่งเสริมระบบขนส่งมวลชน และเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางด้วยการใช้รถยนต์มาใช้พื้นที่จอดแล้วจร เพื่อเข้าสู่ศูนย์กลางเมือง แม้ว่าการลงทุนการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรจะไม่มากนัก แต่ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเดินทางให้ผู้โดยสารรถยนต์ส่วนตัว สามารถเดินทางเข้าเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ Holguin-Veras, Hart, Reilly, and Aros-

Vera (2012) ได้ศึกษาพื้นที่ที่จอดแล้วจรในเมืองนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา พบว่าพื้นที่ที่จอดแล้วจรสามารถลดปัญหาจราจรแออัด และยังช่วยเปลี่ยนการใช้รถยนต์มาใช้ระบบขนส่งมวลชน โดยผู้ใช้รถยนต์นำรถมาจอดในพื้นที่จอดแล้วจรแล้วใช้งานระบบขนส่งมวลชนในการเดินทางไปยังจุดหมาย



ภาพที่ 2 รัศมีการให้บริการของพื้นที่จอดแล้วจร

หน้าที่สำคัญอีกอย่างคือ การขยายรัศมีการบริการระบบขนส่งมวลชนอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการสัญจรเข้าเมืองด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล แต่จุดจอดแล้วจรไม่สามารถมาตรมีได้ทุกสถานี เพราะการพัฒนาที่สำคัญของแนวคิดการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีไม่ได้เน้นให้คนใช้รถยนต์ส่วนตัว แต่เน้นการเดินทางเท้าและจักรยานมากกว่า จากบทความของ Calthorpe (1993) ได้กล่าวว่า ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรมันไม่เหมาะกับทุกจุดที่เป็นสถานีขนส่งมวลชนระหว่างสายและสถานีที่อยู่ในเขตเมือง (Central business district : CBD) แต่ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรควรจะอยู่ที่สถานีปลายสาย ที่อยู่ในพื้นที่รอบนอกที่อยู่ติดกับขอบเขตของเมืองหรือชานเมือง เพื่อเป็นทางเลือกในการเดินทางเข้ามายังศูนย์กลางเมือง (CBD) กล่าวคือ เป็นจุดจอดรถจำนวนมาก โดยเป็นลานจอดรถหรืออาคารจอดรถที่อยู่ใกล้กับสถานีขนส่งมวลชน เพื่อลดการสัญจรเข้าเมืองโดยการใช้รถยนต์อย่างมีประสิทธิภาพ พื้นที่จอดแล้วจรที่ประสบความสำเร็จจะช่วยลดระดับความแออัดของการจราจร เนื่องจากผู้ใช้ทั้งหมดเปลี่ยนจากรถไปใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ลดการใช้รถยนต์และเพิ่มการใช้ระบบขนส่งมวลชน

2.1.1 ที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรและการเข้าถึง

ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรและรูปแบบการเข้าถึงของพื้นที่จอดแล้วจรจะจำแนก โดยการจำแนกลักษณะใช้ระยะทางของตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรกับศูนย์กลางเมืองเป็นเกณฑ์ การแบ่งประเภทของที่ตั้งพื้นที่จอดแล้วจร จากการศึกษาของ Ginn (2009) และ Spillar (1997) ได้จำแนกประเภทของพื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride) ตามลักษณะของตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจร โดยจำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1.พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งในพื้นที่ชนบท (Remote locations) 2.พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งปลายสุดของเส้นทางรถประจำทางหรือรถไฟไม่ไกลจากพื้นที่ศูนย์กลางเมือง

(Local Park and Rides) 3.พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งอยู่ชายขอบของศูนย์กลางเมือง (Peripheral Park and Rides) จากรูปแบบการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีพื้นที่จอดแล้วจรจึงไม่ควรตั้งอยู่ในเมือง แต่ควรอยู่ในพื้นที่ตั้งแต่ขอบของศูนย์กลางเมืองไปยังพื้นที่ไกลออกไป เพื่อขยายรัศมีการให้บริการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นและเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน พื้นที่จอดแล้วจรจึงควรอยู่ในเขตพื้นที่ที่เป็นย่านพักอาศัยมากกว่าอยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ โดยตำแหน่งที่ตั้งทั้ง 3 ทำหน้าที่เชื่อมโยงคนที่อยู่อาศัยในชานเมืองที่ห่างไกลหรือในเมืองบริวาร ที่มีความต้องการเข้าสู่พื้นที่ศูนย์กลางเมืองด้วยระบบขนส่งมวลชน และลดจำนวนรถยนต์ที่เข้าสู่พื้นที่ศูนย์กลางเมือง ตั้งแต่พื้นที่ชานเมืองจนถึงขอบเขตของพื้นที่ศูนย์กลางเมือง

1) พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งในพื้นที่ชนบท (Remote locations)

พื้นที่จอดแล้วจรประเภทที่ตั้งอยู่ในชนบท เป็นพื้นที่จอดแล้วจรที่มีเพื่อรองรับการเดินทางของคนที่อยู่ในพื้นที่ที่ไกลจากตัวเมือง เป็นผลจากการที่ตัวเมืองได้ขยายออกไปแนวราบ เกิดการกระจายตัวของเมืองออกไปยังชนบท เปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทเป็นกลายเป็นที่พักอาศัยที่อยู่ห่างจากตัวเมือง ประชาชนที่ได้อยู่อาศัยในพื้นที่เหล่านี้ต้องเดินทางเข้าเมืองเป็นประจำ สาเหตุเพราะในพื้นที่ศูนย์กลางเมืองเป็นแหล่งงานของผู้ที่อยู่อาศัยในชนบทที่อยู่ไกลจากตัวเมือง หรือเดินทางเข้าเมืองเพราะมีกิจกรรมทำให้ต้องเข้ามาเป็นบางครั้ง จึงต้องอาศัยรถยนต์ในการเดินทางเข้าสู่เมือง การตั้งพื้นที่จอดแล้วจรในพื้นที่ชนบท (Remote locations) เพื่อเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพกว่าการเดินทาง และประหยัดกว่าการเดินทางด้วยรถยนต์ จึงมีประโยชน์ในการลดจำนวนรถยนต์เข้าเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะมีตำแหน่งที่ตั้งที่สำคัญและกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทไกลจากตัวเมือง ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางของกลุ่มผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้จะมากที่สุด ที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรนี้ควรมีการวิเคราะห์ที่ดี เพราะปัจจัยการเข้าถึง และขนาดความจุของพื้นที่จอดจะส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะใช้พื้นที่จอดแล้วจรในการเดินทางเข้าสู่ตัวเมือง

2) พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งปลายสุดของเส้นทางรถประจำทางหรือรถไฟ ที่ไม่ไกลจากพื้นที่ศูนย์กลางเมือง (Local Park and Rides)

พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งปลายสุดของเส้นทางรถประจำทางหรือรถไฟไม่ไกลจากพื้นที่ศูนย์กลางเมือง เป็นรูปแบบของพื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชานเมืองรอบพื้นที่ศูนย์กลางเมือง โดยจะตั้งอยู่ใกล้กับที่พักอาศัยเพื่อความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ศูนย์กลางเมืองที่เป็นแหล่งงานที่ต้องเดินทางเป็นประจำ หรือเข้าไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ในเมือง เชื่อมต่อการเดินทางจากรถยนต์เข้าสู่ระบบขนส่งมวลชน เพิ่มขีดความสามารถในการบริการให้ระบบขนส่งมวลชน โดยย้ายความต้องการที่จอดรถยนต์ในเมืองของผู้ที่อาศัยชานเมืองที่เดินทางด้วยรถยนต์มายังพื้นที่จอดแล้วจร และลด

จำนวนรถยนต์เข้าสู่เมืองจากผู้อยู่อาศัยในชานเมือง โดยผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรจะนำรถยนต์ส่วนตัวเข้ามาจอดในพื้นที่ของพื้นที่จอดแล้วจร และเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อเข้าสู่เมือง โดยตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้ควรอยู่ในจุดที่มีศักยภาพในการเข้าถึงที่ดี เพราะมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางด้วยการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

3) พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งอยู่ชายขอบของศูนย์กลางเมือง (Peripheral Park and Rides)

พื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งอยู่ชายขอบของศูนย์กลางเมือง เป็นพื้นที่จอดแล้วจรที่ตั้งอยู่บริเวณขอบของศูนย์กลางเมือง หรือพื้นที่ที่สำคัญ พื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้จะช่วยเพิ่มความสามารถในการรองรับที่จอดรถของพื้นที่ในเมือง และลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเดินทางเข้าเมือง ที่มีการจราจรหนาแน่น โดยผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรจะขับรถยนต์ส่วนตัวแล้วมาจอดรถในพื้นที่จอดแล้วจร และใช้ระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูงเข้าเมืองต่ออีกที หรือไปยังสถานที่อื่น ๆ หรือผู้ใช้บางคนอาจจะใช้เป็นที่จอดรถ เพื่อเดินทางเข้าสู่สถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้ ๆ ด้วยการเดินหรือระบบขนส่งระบบรองอีกที จะเห็นได้ว่าพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้ สามารถขยายความสามารถในการรองรับความต้องการที่จอดรถในเมือง และพื้นที่โดยรอบที่เป็นพื้นที่สำคัญที่ตั้งอยู่โดยรอบของพื้นที่ศูนย์กลางเมือง

2.1.2 รูปแบบการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร

รูปแบบการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรสามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1.พื้นที่จอดแล้วจรที่ออกแบบเป็นพื้นที่จอดรถเพื่อระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะ (Exclusive Park and Ride) 2. พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน (Shared Park and Ride) 3. พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการเปลี่ยนถ่ายการสัญจรระหว่างรถไฟกับระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ (Interchange Park and Ride) (Ginn, 2009) โดยรูปแบบการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีรูปแบบการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรอยู่ 2 แบบ ได้แก่ 1.พื้นที่จอดแล้วจรที่ออกแบบเป็นพื้นที่จอดรถเพื่อระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะ และ 2.พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน

1) พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะ (Exclusive Park and Ride)

จากบทความของ Ginn (2009) พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะ เป็นพื้นที่จอดแล้วจรที่ถูกออกแบบมาให้รองรับการเดินทางด้วยระบบขนส่งเห็นหลัก โดยเน้นการให้บริการผู้ใช้ที่นำรถยนต์ส่วนตัวเข้ามาจอดเพื่อใช้งานระบบขนส่งมวลชน การสร้างพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้จะเน้นสิ่งอำนวยความสะดวก โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้ที่ขับรถยนต์จากที่พัก

อาศัยมาจอดเพื่อต่อระบบขนส่งมวลชนไปยังที่ทำงาน เพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด ปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถ หรือเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ดังนั้นการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรจึงมีระยะเวลาการจอดค่อนข้างนาน และมักตั้งอยู่บริเวณสถานีระบบขนส่งมวลชนในพื้นที่ชานเมือง วัตถุประสงค์หลักของพื้นที่จอดแล้วจร คือ เพื่อสนับสนุนผู้ที่เดินทางโดยการขั้รถยนต์ให้มาใช้ระบบขนส่งมวลชน พื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้จึงต้องมีอัตราค่าจอดรถไม่แพง ดังนั้น การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรจึงควรมีราคาที่ดินที่ไม่สูงและมีที่ดินเพียงพอ ซึ่งช่วยให้ต้นทุนการจัดให้มีที่จอดแล้วจรไม่สูงมาก และสามารถกำหนดอัตราค่าจอดรถที่ต่ำพอที่จะดึงดูดผู้เดินทางให้มาใช้พื้นที่จอดแล้วจรได้ (สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2560) ทั้งนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน การเข้าถึง การเดินทาง ความปลอดภัยของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยอัตราค่าใช้บริการ หรือรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวก จะขึ้นกับการตัดสินใจของผู้ให้บริการ ทั้งนี้การให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรนั้นมีทั้งของภาครัฐ และเอกชนที่ให้บริการ

รูปแบบการใช้งานพื้นที่จอดรถพิเศษ (Exclusive Park and Ride) จะมี 2 แบบ ได้แก่ 1. อาคารจอดแล้วจร และ 2. ลานจอดแล้วจร โดย บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด ได้กล่าวถึงอาคารจอดแล้วจรว่า “อาคารจอดแล้วจร ถูกออกแบบเพื่อความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น กล้องวงจรปิด ระบบเตือนอัคคีภัย โทรศัพท์สาธารณะ และระบบเครื่องขยายเสียง การผ่านเข้าออกโดยการรับบัตรผ่านที่ทางเข้าอาคาร” อาคารจอดแล้วจรมีความสามารถรองรับปริมาณรถยนต์ที่เข้ามาจอดได้มากกว่าและใช้เงินทุนในการก่อสร้างที่สูง ส่วนลานจอดแล้วจร เป็นพื้นที่เปิดให้รถเข้าไปจอด ลานจอดแล้วจรนี้จะประหยัดงบมากกว่าการสร้างอาคารจอดแล้วจรมาก แต่ปริมาณการรองรับที่จอดรถยนต์ จะได้น้อยกว่าอาคารจอดแล้วจรถ้าเทียบจำนวนที่จอดในขนาดพื้นที่ดินเท่ากัน

2) พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน (Shared Park and Ride)

พื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้มักจะอยู่ในพื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินหนาแน่นปานกลางขึ้นไป การจัดให้มีพื้นที่จอดแล้วจรเฉพาะอาจไม่มีความคุ้มค่า เนื่องจากราคาที่ดินที่สูงจะทำให้จำเป็นต้องเก็บค่าจอดรถในอัตราที่สูง ซึ่งไม่สามารถดึงดูดผู้เดินทางมาจอดแล้วจรได้ วิธีหนึ่งในการจัดให้มีพื้นที่จอดแล้วจรในพื้นที่ลักษณะนี้ คือ การใช้พื้นที่จอดรถร่วมกับอาคารที่มีที่จอดรถซึ่งจัดไว้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นอยู่แล้ว เช่น ห้างสรรพสินค้า สนามกีฬา ศูนย์ประชุม โดยเฉพาะกรณีอาคารนั้นมีที่จอดรถจำนวนมากและมีบางส่วนที่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงสามารถเปิดให้ใช้เป็นพื้นที่จอดแล้วจรได้ โดยอาจจำกัดช่วงเวลาการให้บริการ พื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้มีกลุ่มเป้าหมายหลักคล้ายกับพื้นที่จอดแล้วจรเฉพาะ คือผู้ที่ขั้รถยนต์ จากที่พักอาศัยมาจอดที่พื้นที่

จอดแล้วจรเพื่อต่อระบบขนส่งมวลชนไปยังที่ทำงาน อย่างไรก็ตาม อาจมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการจอดรถ เนื่องจากเจ้าของพื้นที่อาจจำเป็นต้องใช้ที่จอดรถเพื่อรองรับวัตถุประสงค์หลักของพื้นที่นั้น เช่น ห้างสรรพสินค้าอาจจำเป็นต้องมีที่จอดรถเพื่อให้ลูกค้าจอดรถได้ในช่วงเวลาหลัง 17.00 น. ดังนั้นจึงอาจมีจำนวนที่จอดรถที่สามารถให้บริการจอดแล้วจรได้ในจำนวนมากนัก

อีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้คือผู้ที่ไม่ได้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรไปทำงานเป็นประจำ แต่ใช้บริการเป็นครั้งคราวในช่วงเวลากลางวัน และเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งหากไปใช้พื้นที่จอดแล้วจรเฉพาะบางแห่งที่ได้รับความนิยม อาจประสบปัญหาไม่สามารถหาที่จอดรถได้ ดังนั้น กลุ่มผู้ใช้บริการประเภทนี้จึงมีความเหมาะสมกับพื้นที่จอดแล้วจรที่มีการใช้งานร่วมกับการจอดรถเพื่อวัตถุประสงค์อื่นเป็นอย่างตึนนอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ในแนวเส้นทางรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนก็อาจเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของพื้นที่จอดแล้วจรประเภทนี้โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกและร้านค้าที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว ทั้งนี้ เจ้าของพื้นที่ห้างสรรพสินค้าก็อาจมีความยินดีที่จะเปิดพื้นที่เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม อาจต้องมีการปรับพื้นที่จอดรถเพื่อให้สามารถรองรับรถทัวร์ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2560)

จากรายงานของ America (2009) ที่กล่าวว่า “พื้นที่จอดรถที่ใช้ร่วมกัน มีประสิทธิภาพการใช้งานพื้นที่มากที่สุด จากลักษณะการจอดรถที่แตกต่างกัน” โดยนโยบายการจัดการที่จอดรถสามารถพัฒนาให้มีการใช้งานพื้นที่จอดรถที่หลากหลาย โดยพื้นที่จอดรถที่ใช้ร่วมกันนั้น ถือเป็นเครื่องมือที่สร้างประโยชน์ให้กับพื้นที่ได้ เพราะ ความต้องการที่จอดรถที่เพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายในการจัดทำพื้นที่จอดรถที่น้อย ทำให้สามารถทำเป็นพื้นที่จอดรถที่ใช้ร่วมกันได้

โดยการจัดการพื้นที่จอดรถขึ้นอยู่กับนโยบายการจัดการของเจ้าของพื้นที่ เพราะมีพื้นที่ว่างเหลือไม่มีการใช้งาน ยกตัวอย่างเช่น ในร้านอาหาร และโรงพยาบาลนตร์ ที่มีการใช้งานที่จอดรถสูงในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ แต่ในวันธรรมดานั้นมีการใช้งานพื้นที่จอดรถเพียงแค้อยละ 40-60 เท่านั้น เพราะในเมืองเอง ได้กำหนดพื้นที่จอดรถในอาคารตามความต้องการพื้นที่จอดรถขั้นต่ำอยู่แล้ว การเปิดพื้นที่จอดรถให้ใช้ร่วมกันนั้น จะสร้างรายได้ให้กับเจ้าของพื้นที่และ เพิ่มพื้นที่จอดรถให้กับเมือง

จากบทความของ Wambalaba (2004) พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในศูนย์การค้า เป็นหนึ่งในทางเลือกที่จะสร้างพื้นที่จอดแล้วจรในอนาคต โดยมีหลายเหตุผล ได้แก่ 1. พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในศูนย์การค้า สามารถลดต้นทุนในการสร้างพื้นที่จอดแล้วจรที่เป็นแบบที่จอดรถโดยเฉพาะได้อย่างมาก และผู้เป็นเจ้าของพื้นที่สามารถปล่อยให้ผู้ให้บริการระบบขนส่งมวลชนเช่าพื้นที่จอดรถคอยดูแลรักษาและพัฒนาศักยภาพพื้นที่จอดรถให้กับผู้เป็นเจ้าของ 2. พื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการใน

ศูนย์การค้ายังสามารถจัดการพื้นที่จอดรถได้อย่างยืดหยุ่น ผู้ให้บริการระบบขนส่งไม่สามารถกำหนดขอบเขตของที่จอดรถในศูนย์การค้าได้ เพราะเมื่อผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจะเปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางและความต้องการที่จอดรถ ผู้เป็นเจ้าของพื้นที่สามารถตัดสินใจจัดสรรพื้นที่จอดรถของตนเองได้ 3. พื้นที่จอดแล้วจรถที่ให้บริการในศูนย์การค้าสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางและลดจำนวนการใช้รถ เพราะว่าผู้ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรถมีระบบรักษาความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี และ 4. พื้นที่จอดแล้วจรถที่ให้บริการในศูนย์การค้านำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของการพัฒนา เกิดกลุ่มผู้ให้บริการที่จอดรถ และเกิดการลงทุนด้านต่าง ๆ ดังนั้น การทำข้อตกลงของผู้ให้บริการกับผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ ควรทำข้อตกลงและวางแผนการบริหารที่ดี เช่น การดูแลรักษา การประชาสัมพันธ์ การออกแบบพื้นที่จอดแล้วจรถที่ดี สิ่งความสะดวก และความปลอดภัย เพื่อปกป้องทรัพย์สินของผู้ใช้จอดและจรถ ทำให้เกิดผลประโยชน์ที่ดีทั้งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

พื้นที่จอดแล้วจรถที่ให้บริการในศูนย์การค้า จะให้บริการที่จอดรถให้กับผู้ใช้ระบบขนส่งมวลชน ในการเดินทางเข้ามาถึงศูนย์กลางเมือง แต่สถานที่ให้บริการเป็นศูนย์การค้า ที่อยู่ใกล้กับสถานีที่อยู่ในระยะการเดินเท้า (Walking distance) ที่ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรถสามารถเดินทางไปยังระบบขนส่งมวลชนได้ ลดปัญหาการจราจรที่แออัดในเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างประโยชน์ให้กับศูนย์การค้าที่ให้บริการ พื้นที่จอดแล้วจรถประเภทนี้อาจถูกสร้างมาเพื่อใช้งานด้านอื่นก่อน เมื่อเห็นว่าพื้นที่ของตัวเองมีศักยภาพเชื่อมต่อกับสถานีขนส่งสาธารณะ และมีพื้นที่ว่างสามารถนำมาใช้ประโยชน์อื่นได้ จึงนำมาเป็นพื้นที่จอดแล้วจรถเพื่อเชื่อมต่อบริการขนส่งมวลชน และสร้างประโยชน์ให้กับผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ เช่น พื้นที่จอดรถของอาคารศูนย์การค้า ที่มีพื้นที่มากพอจะนำมาใช้เป็นพื้นที่จอดแล้วจรถได้ การใช้ประโยชน์ดังกล่าวสามารถเสริมประสิทธิภาพของการใช้พื้นที่จอดรถที่มีอยู่ของศูนย์การค้า เพราะช่วงเวลาของการซื้อของในช่วงวันมักไม่ตรงกับช่วงเวลาเร่งด่วนของการเดินทางที่เน้นเข้าสู่แหล่งงาน ดังนั้นในช่วงเวลาเร่งด่วนพื้นที่จอดรถในศูนย์การค้าจึงว่าง การทำพื้นที่จอดแล้วจรถที่ให้บริการในศูนย์การค้าร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน จึงสร้างผลประโยชน์ให้กับศูนย์การค้าที่ให้บริการจากการมีที่จอดรถว่างให้มีการใช้งาน และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรถได้ ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรถประเภทนี้มีอยู่ 2 แบบ ได้แก่ 1. พื้นที่จอดแล้วจรถที่ตั้งปลายสุดของเส้นทางรถประจำทางหรือรถไฟไม่ไกลจากพื้นที่ศูนย์กลางเมือง (Local Park and Rides) และ 2. พื้นที่จอดแล้วจรถที่ตั้งอยู่ชายขอบของศูนย์กลางเมือง (Peripheral Park and Rides)

2.1.3 พื้นที่จอดแล้วจรถในกรุงเทพมหานคร

ในกรุงเทพมหานครอาคารจอดแล้วจรถ มีรูปแบบการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรถทั้ง 2 รูปแบบ โดย รูปแบบการใช้งานพื้นที่จอดรถพิเศษ จะมี 2 แบบ ได้แก่ 1.อาคารจอดแล้วจรถ และลานจอดแล้ว

จร โดยตำแหน่งที่ตั้งพื้นที่จอดแล้วจรในกรุงเทพมหานครมี 2 แบบ คือ 1. อยู่ใกล้กับขอบเขตของ ศูนย์กลางเมือง 2. ตั้งในพื้นที่ชนบท หรือสถานที่ห่างไกลจากศูนย์กลางเมือง

พื้นที่จอดแล้วจรในปัจจุบัน มักจะอยู่ตามแนวเส้นทางระบบขนส่งมวลชนระบบราง และอยู่ติดกับสถานี ที่ให้บริการเป็นพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะ โดยการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เป็นเจ้าของพื้นที่ให้บริการจอดแล้วจร โดยมีการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร 2 แบบ คือ 1. อาคารจอดแล้วจร และ 2. ลานจอดแล้วจร ซึ่งมีพื้นที่จอดแล้วจรทั้งหมด 14 แห่ง

อาคารจอดแล้วจรเป็นพื้นที่จอดรถที่อยู่ในรูปแบบแนวตั้ง มีลักษณะเป็นอาคารขนาดใหญ่ซึ่งอาคารจอดแล้วจรของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย มีทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย สถานีลาดพร้าว สถานีคลองบางไผ่ สถานีสามแยกบางใหญ่ สถานีบางรักน้อย-ท่าอิฐ และสถานีแยกถนนพหลโยธิน 1

ลานจอดแล้วจรเป็นพื้นที่จอดรถแนวราบ มีลักษณะเป็นพื้นที่โล่งให้จอดรถ ซึ่งลานจอดแล้วจรของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย มีทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ 1. สถานีสามย่าน 2. สถานีศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ 3. สถานีเพชรบุรี 4. ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย 5. สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย 6. สถานีห้วยขวาง 7. สถานีรัชดาภิเษก และ 8. สถานีสวนจตุจักร รวมสามารถรองรับรถยนต์ได้ 9,155 คัน โดยมีอัตราค่าบริการพื้นที่จอดแล้วจรสายสีน้ำเงิน สำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT

อัตราค่าบริการจอดแล้วจร มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ใช้บริการ MRT: 15 บาท/2 ชม. ผู้ไม่ใช้บริการ MRT: 40 บาท/ชม.
2. ลานจอดรถสถานีเพชรบุรี และสถานีศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์: 50 บาท/ชม. บริการที่จอดรถรายเดือน: 1,500 บาท/เดือน ยกเว้นสถานีลาดพร้าว: 1,250 บาท/เดือน

ส่วนพื้นที่จอดแล้วจรรถไฟฟ้าสายสีม่วงจะมีอัตราค่าบริการต่างจากสายสีน้ำเงิน โดยมีอัตราค่าบริการดังนี้ 1. ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT : 5 บาท/2 ชม. 2. ผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT : 10 บาท/ชม. และ 3. บริการที่จอดรถรายเดือน : 500 บาท/เดือน



ภาพที่ 3 อาคารจอดแล้วจรรถไฟฟ้าสายสีม่วง

ที่มา: <http://www.bangkokmetro.co.th/mapPPL.aspx?Menu=184&Lang=Th>

ตารางที่ 1 รายละเอียดอาคารจอดแล้วจร และจำนวนที่จอดรถของอาคารจอดแล้วจร

สถานี	ทางเข้า - ออก	จอดรถได้ (คัน)	บริการเสริม
ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย	หมายเลข 2	200	-
ลาดพร้าว	หมายเลข 4	2,200	รายเดือน
คลองบางไผ่	หมายเลข 3	1,800	-
สามแยกบางใหญ่	หมายเลข 2	1,460	-
บางรักน้อย-ท่าอิฐ	หมายเลข 1	1,070	-
แยกนนทบุรี 1	หมายเลข 4	435	-

ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก <https://www.bangkokmetro.co.th>



ภาพที่ 4 ลานจอดรถแล้วจรสวนจตุจักร

ที่มา: <http://parkandridefinder.com/properties/mochitparkandride/>

ตารางที่ 2 รายละเอียดลานจอดรถแล้วจร และจำนวนที่จอดรถของลานจอดรถแล้วจร

สถานี	ทางเข้า - ออก	จอดรถได้ (คัน)	บริการเสริม
สามย่าน	หมายเลข 1	32	รายเดือน
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	หมายเลข 2	79	รายเดือน
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	หมายเลข 1,4	42	รายเดือน
เพชรบุรี	บริเวณใต้ทางพิเศษศรีรัช	300	-
ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย	หมายเลข 1	30	-
ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย	หมายเลข 2	106	รายเดือน
ห้วยขวาง	หมายเลข 1	76	-
รัชดาภิเษก	หมายเลข 4	75	รายเดือน
สวนจตุจักร	บริเวณขนส่งหมอชิตเดิม	1,250	ไม่คิดค่าใช้จ่าย

ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก <https://www.bangkokmetro.co.th>

ส่วนพื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในพื้นที่อื่นร่วมกับสถานีระบบขนส่งมวลชน กรุงเทพมหานครได้มีโครงการสาธิตโมเดล ที่เป็นโครงการจัดหาพื้นที่จอดแล้วจร โดยขอความร่วมมือกับศูนย์การค้าและผู้ให้บริการที่พื้นที่จอดรถ ที่อยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS ที่มีพื้นที่จอดรถเยอะ สามารถนำมาเป็นพื้นที่จอดแล้วจร ซึ่งมีศูนย์การค้าที่เข้าร่วมโครงการ และผู้ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ทั้งสิ้น 14 แห่ง สามารถรองรับรถยนต์ได้ 2,613 คัน โดย 11 แห่ง มีลักษณะของการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรในศูนย์การค้า ใกล้สถานีระบบขนส่งมวลชน

ตารางที่ 3 สถานที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรโครงการสาธิตโมเดล

สถานที่จอดรถ โครงการสาธิตโมเดล	จำนวนที่จอดรถ (คัน)
โรบินสัน บางรัก	40
จอดแล้วจร ทรูพันธุ์	291
เทสโก้ โลตัส พระราม 3	60
ดิไอพี พระราม 3	50
เทสโก้ โลตัส ลาดพร้าว	100
ดีดีมอลล์	300
เทสโก้ โลตัส บางซื่อ	150
เจเจกรีน	50
เจเจมอลล์	100
จอดแล้วจร อุดมสุข	40
สาทร บิสซิเนส พาร์ค	12
เดอะมอลล์ ท่าพระ	20
ซีคอน บางแค	1,200
บิ๊กซี สะพานควาย	200

ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก <http://www.sathornmodel.com/parkandride>



ภาพที่ 5 ประโยชน์ของการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โครงการสาทรโมเดล

ที่มา: <http://www.sathornmodel.com/parkandride>

2.1.4 ประโยชน์และกลุ่มเป้าหมายของพื้นที่จอดแล้วจร

ประโยชน์ของการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรคือ เพื่อลดระยะทางและเวลาของการใช้งานรถยนต์ส่วนตัว ด้วยการส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งมวลชน ดังนั้น ตำแหน่งที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และราคาค่าบริการของพื้นที่จอดแล้วจรที่เหมาะสม สามารถช่วยขยายพื้นที่การให้บริการ (Catchment area) ดึงดูดผู้ใช้รถยนต์ให้มาใช้บริการขนส่งสาธารณะ และช่วยเพิ่มจำนวนนักเดินทางที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจร เป็นเป็นกลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ชานเมืองหรืออยู่นอกเขตเมือง ที่มีความประสงค์เข้ามาพื้นที่ในเขตเมืองชั้นในและมีการใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นประจำ การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรจึงมีหน้าที่เปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางด้วยรถยนต์ ช่วยลดการใช้รถยนต์เข้าเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูง ลดปัญหาจราจรติดขัด สร้างผลประโยชน์ให้กับระบบขนส่งมวลชนและเมือง จากบทความของ Turnbull, Pratt, Evans, John, and Levinson (2004) ได้สรุปข้อดีของการมีพื้นที่จอดแล้วจรที่มีต่อเมือง ดังนี้

- 1) เป็นหนึ่งทางเลือกในการเดินทางสัญจรเข้าเมือง เมื่อขับรถยนต์ส่วนตัวเข้าเมือง
- 2) สามารถเป็นแรงจูงใจในการเดินทาง ให้ผู้คนที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเข้ามาสู่การใช้งานระบบขนส่งมวลชนอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) เพิ่มรูปแบบการสัญจรเข้าเมืองของผู้ที่อาศัยในพื้นที่ชานเมือง โดยย้ายไปยังรูปแบบการให้บริการขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูง
- 4) ลดการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และลดปัญหามลพิษ

5) ย้ายพื้นที่จอดรถในศูนย์กลางเมืองหรือพื้นที่ที่มีความหนาแน่นและมีต้นทุนทางที่ดินสูง ไปยังพื้นที่ชานเมืองที่มีต้นทุนทางที่ดินที่ต่ำกว่า

6) ลดปัญหาการจอดรถในพื้นที่ จากการที่พื้นที่นั้นไม่มีความสามารถรองรับความต้องการการใช้งานที่จอดรถ

2.2 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

จากการศึกษาจากบทความที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจร สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (Park and Ride Behavior Characteristics) จากลักษณะของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร และพฤติกรรมการใช้งานที่จอดรถของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร (Hamid, Mohamad, & Karim, 2008) โดยมีดังนี้

2.2.1 ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร (User Characteristics)

คุณลักษณะของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยจะเป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานที่จอดรถ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) ได้ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรได้ดังนี้

1) เพศ

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย จากการศึกษาของ นิชาบูล มณีน้อย (2558) ได้ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพื้นที่จอดแล้วจรกรุงเทพมหานครบุรีอย่างต่อเนื่อง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรอย่างต่อเนื่อง คือ เพศหญิง โดยผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63 จตุพล รักดี (2550) ได้ศึกษาการเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้เดินทางด้วยรถยนต์ที่เดินทางมายังพื้นที่ใจกลางเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานที่จอดแล้วจร โดยเพศชายจะมีการใช้งานมากกว่า เพศหญิงเล็กน้อย

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย และ Buchari (2015) พบว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในอินโดนีเซีย ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ร้อยละ 54

2) อาชีพ

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย จากการศึกษาของ เกศฎาภรณ์ ชัยวงษ์ และศิริดล ศิริธร (2555) ได้ศึกษา พบว่า อาชีพของผู้ปกครอง มีผลต่อการใช้สถานที่ส่งแล้วจรในการเดินทางมารับ/ส่งบุตรหลาน จตุพล รักดี (2550) ได้สำรวจอาชีพของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีอาชีพคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 68.6

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในมาเลเซียส่วนใหญ่ทำงานในภาคเอกชน Christiansen et al. (1975) ได้ศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรในรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่ คือ ลูกจ้าง โดยปัจจัยด้านอาชีพ มีนัยยะสำคัญต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ที่ทำงานอยู่ในเมืองที่มีความต้องการเดินทางเข้าสู่ใจกลางเมืองเป็นหลัก

3) รายได้

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย จากการศึกษาของ นิชาบุล มณีน้อย (2558) ได้ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพื้นที่จอดแล้วจรกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง คือ ระดับรายได้ต่อเดือน โดยรายได้ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท/เดือน จตุพล รักดี (2550) ได้ศึกษาการเลือกรูปแบบการเดินทางของผู้เดินทางด้วยรถยนต์ที่เดินทางมายังพื้นที่ใจกลางเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่มีรายได้ 20,000-30,000บาท/เดือน

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในมาเลเซียส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง โดยมีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 2,000-3,999 ริงกิตมาเลเซีย

4) ขนาดครอบครัว

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ขนาดครอบครัว ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในมาเลเซียมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 จากการศึกษาของ Cornejo, Perez, Cheu, and Hernandez (2014) พบว่า ขนาดของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยที่การมีขนาดครอบครัวที่มากกว่า 2 จะมีผลต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 44 Buchari (2015) พบว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่จะอยู่เป็นครอบครัว โดยร้อยละ 80 เป็นครอบครัวที่มีสมาชิกครอบครัวตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

5) การครอบครองรถยนต์

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย จากการศึกษาของ จตุพล รักดี (2550) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีค่าเฉลี่ยการครอบครองรถเท่ากับ 1.56

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Cornejo et al. (2014) พบว่า จำนวนการครอบครองรถยนต์ของผู้ใช้จอดจอดแล้วจรมีผลต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรร้อยละมีนัยสำคัญ โดยที่การครอบครองรถที่เพิ่มขึ้น 1 คัน มีผลต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรลดลง

ร้อยละ 24.2 Buchari (2015) ได้ศึกษาการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในอินโดนีเซีย พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีการครอบครองรถ 1 คัน ร้อยละ 27.7

2.2.2 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร

พฤติกรรมการใช้งานที่จอดรถของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร เป็นข้อมูลลักษณะและรูปแบบการใช้งานที่จอดรถของผู้ใช้งานที่จอดรถ จากการศึกษาของ (Hamid et al., 2008) สามารถสรุปปัจจัยพฤติกรรมการใช้งานที่จอดรถของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีดังนี้

1) วัตถุประสงค์การใช้ที่จอดรถ

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย วัตถุประสงค์การใช้ที่จอดรถ เป็นรูปแบบการใช้งานที่จอดรถของผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้งานแต่ละคนต่างมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกัน จากการศึกษาของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรจะนำรถเข้ามาจอด และทางต่อด้วยระบบขนส่งมวลชนในช่วงเช้าคือ เพื่อเดินทางเข้าไปทำงานในเมือง

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Christiansen et al. (1975) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่ใช้ที่จอดรถเพื่อเดินทางต่อด้วยระบบขนส่งมวลชน แต่ยังมีส่วนน้อยที่ใช้ที่จอดรถเพื่อทำกิจกรรม หรือเดินทางไปยังสถานที่ใกล้เคียงเช่น ไปโรงเรียน ทำธุระ หรือซื้อสินค้า

2) ความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย ความถี่การใช้ที่จอดรถของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ส่วนใหญ่จะนับเป็นจำนวนวันที่เข้ามาใช้ที่จอดรถภายในพื้นที่จอดแล้วจร ว่าเข้ามาใช้ที่จอดรถ กี่วัน/สัปดาห์ เพื่อดูว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีการใช้งานที่จอดรถเป็นประจำหรือไม่ จากการศึกษาของ จตุพล รักดี (2550) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่ร้อยละ 64.7 ใช้บริการสถานที่จอดแล้วจร ทุกวันจันทร์-ศุกร์ รองลงมาคือเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 18.7

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่จะใช้ที่จอดรถในวันทำงาน (ประมาณ 5 วัน/สัปดาห์) จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเป็นประจำส่วนใหญ่มีความถี่การใช้งานที่จอดรถ 5 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 89.7 Christiansen et al. (1975) พบว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่มีความถี่การใช้งานมากกว่า 4 วัน/สัปดาห์ โดยวันจากปี ค.ศ.1970 ร้อยละ 90 และปี ค.ศ.1971 ร้อยละ 77

3) ระยะเวลาที่ใช้ที่จอดรถ

การศึกษาพื้นที่จอดรถแล้วจรของประเทศไทย จากการศึกษาของ จตุพล จตุพล รักดี (2550) พบว่า ลานจอดรถแล้วจรหอบขิตช่วงเวลาเช้ามีผู้ใช้บริการสูงสุด เวลา 07.00-08.00 น. ประมาณ 950 คันต่อชั่วโมง และอาคารจอดรถแล้วจรลาดพร้าว ในช่วงเวลาเช้ามีผู้ใช้บริการสูงสุด เวลา 07.00-08.00 น. ประมาณ 718 คันต่อชั่วโมง โดยจากการสำรวจทั้งหมดร้อยละ 73.6 ใช้บริการสถานที่จอดรถแล้วจรก่อน 08.00 น. รองลงมาคือ ช่วง 08.00-10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.9 โดยมีระยะเวลาการจอดเฉลี่ย 9.24 ชั่วโมง จากการศึกษาของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรส่วนใหญ่จะเอารถเข้ามาจอดในช่วงเช้า และนำรถออกในช่วงเย็นหลังเลิกงานทำให้ระยะเวลาจอดในพื้นที่จอดรถแล้วจร โดยจอดรถทั้งวัน

การศึกษาพื้นที่จอดรถแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรมักจะจอดรถเป็นเวลานาน (มากกว่า 8 ชั่วโมง) โดยที่ผู้ใช้งานจะจอดรถไว้เพื่อเดินทางไปทำงานในเมือง สอดคล้องกับ Oлару, Smith, Xia, and Lin (2014) ที่กล่าวว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรในเมือง San Francisco ส่วนใหญ่จะเข้ามาจอดรถในช่วง 6.00am และที่จอดจะเต็มในช่วง 7.30am สอดคล้องกับ Edmonton (2009) กล่าวว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้งานในช่วงเช้า โดยเริ่มตั้งแต่ 6.00am ถึง 8.00am และจากการศึกษาของ Cornejo et al. (2014) พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรจะเป็นช่วงเช้า โดยเริ่มตั้งแต่ 6.00am ถึง 8.00am และจะเริ่มออกที่ช่วงเวลา 4.00pm โดยระยะเวลาจอดรถเฉลี่ยของผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรเท่ากับ 4 ชั่วโมง 45 นาที van Luijk (2010) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรส่วนใหญ่จะจอดรถเฉลี่ยเท่ากับ 3 ชั่วโมง 35 นาที

4) ค่าธรรมเนียมใช้บริการที่พื้นที่จอดรถแล้วจร

ค่าธรรมเนียมใช้บริการที่พื้นที่จอดรถแล้วจร การคิดค่าธรรมเนียมมีผลต่อปัจจัยหลายอย่าง เช่น ค่าใช้จ่ายและความพร้อมของที่จอดรถในพื้นที่ การคิดค่าธรรมเนียมมี 2 แบบ ได้แก่ 1. จอดรถฟรี และ 2. ผู้ใช้งานจะต้องจ่ายเงินสำหรับที่จอดรถ (Edmonton, 2009) โดยการเก็บค่าธรรมเนียมจะขึ้นอยู่กับ รูปแบบของการก่อสร้าง ความพร้อมการให้บริการพื้นที่จอดรถ จำนวนของที่จอดรถ และการบริการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ

การศึกษาพื้นที่จอดรถแล้วจรของประเทศไทย จากการศึกษาของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) กล่าวว่าอัตราค่าที่จอดรถยนต์จะสูงขึ้นเมื่อขนาดประชากรเมืองเพิ่มขึ้น โดยจะมีอัตราที่สูงในเมืองที่สนับสนุนระบบขนส่งมวลชน นอกจากนี้อัตราค่าที่จอดรถจะขึ้นกับวัตถุประสงค์การใช้งานสถานที่จอดรถ ผู้ที่จอดรถเพื่อใช้ไปทำงานจะเสียค่าบริการที่จอดรถมากกว่าคนที่เข้ามาเพื่อซื้อสินค้าหรือติดต่อธุรกิจในพื้นที่ใกล้เคียง ๆ ในกรุงเทพมหานครได้มีนโยบายของผู้ที่ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจร

ของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินแล้วใช้ระบบขนส่งมวลชน จะจ่ายค่าที่จอดรถถูกกว่าคนที่ไม่ใช้ระบบขนส่งมวลชน นอกจากนี้ผู้ใช้งานจุดจอดแล้วส่วนใหญ่มักจะเลือกใช้ที่จอดรถที่ไม่มีการเสียค่าใช้จ่าย

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ราคาค่าที่จอดรถในแต่ละวันมีผลต่อการเลือกใช้พื้นที่จอดแล้วจรร้อยละ 84.2 จากการศึกษาของ Cornejo et al. (2014) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเป็นประจำที่สถานี Sun Metro ส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมใช้บริการในรูปแบบรายเดือนโดยคิดค่าบริการ 2,208 ดอลลาร์สหรัฐ Bolger, Colquhoun, and Morrall (1992) ศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรที่เมืองคาลกาเรีย ประเทศแคนาดา โดยสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมใช้บริการที่พื้นที่จอดแล้วจร พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรได้ให้ความสำคัญต่อค่าธรรมเนียมใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ถึงแม้ค่าธรรมเนียมใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจรจะสูง แต่เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในการเดินทางเข้าสู่เมือง โดยร้อยละ 82 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ต้องการให้ลดอัตราค่าที่จอดรถลง จากบทความของ Edmonton (2009) การคิดราคาที่จอดรถควรจะมีค่าธรรมเนียมใช้บริการที่ถูกกว่าการจอดรถในเมือง โดยมีผลต่อการเดินทางด้วยรถ เพราะการคิดค่าที่จอดที่สูงขึ้นจะมีผลต่อราคาเดินทางโดยรวมที่ประกอบด้วย ค่าน้ำมันรถที่ใช้งาน ค่าที่จอด และค่าซ่อมบำรุง ทั้งนี้ค่าธรรมเนียมใช้บริการจึงมีผลต่อค่าเดินทางที่เพิ่มขึ้น

จึงได้สรุปปัจจัยการคิดค่าธรรมเนียมการใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจรได้ ดังนี้

1. การคิดค่าธรรมเนียมจอดรถ จะขึ้นอยู่กับมูลค่าของที่จอดรถ และความต้องการของผู้ใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจร เพื่อใช้ในการเดินทาง โดยเฉพาะความต้องการเข้าไปยังศูนย์กลางเมือง โดยระยะเวลาการใช้งานที่จอดรถจะถูกคิดเป็นค่าบริการพื้นที่จอดแล้วจร
2. อัตราที่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมของพื้นที่จอดแล้วจร จะขึ้นอยู่กับต้นทุนของเงินที่ใช้ดูแลรักษา การต่อเติม สิ่งอำนวยความสะดวก และรูปแบบของการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจรเป็นหลัก
3. ค่าธรรมเนียมควรพิจารณาจาก ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร การดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก และดูความเป็นไปได้ของความต้องการการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร โดยต้องแจ้งให้ชัดเจนต่อสาธารณะ
4. ควรคิดเรื่อง การจัดเตรียมพื้นที่จอดรถที่ไว้ สำหรับคนที่มีความต้องการที่จอดรถส่วนตัว หรือที่จอดรถเฉพาะโดยผู้ใช้งานจำเป็นต้องเสียค่าธรรมเนียม โดยมีป้ายบอกสัญญาณเฉพาะ

5) ความต้องการพื้นที่ว่างสำหรับจอดรถ

การศึกษาพื้นที่จอดรถแล้วจรของต่างประเทศ พบว่า การมีพื้นที่รับรองการใช้งานที่จอดรถ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จุดจอดแล้ว จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรในมาเลเซีย สามารถหาที่จอดรถในพื้นที่จอดรถแล้วจรได้ง่าย ร้อยละ 59.3 เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้งานจุดแล้วจรสามารถเข้ามาใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรได้เป็นประจำ Christiansen et al. (1975) พบว่า ความต้องการที่จอดรถมีความสัมพันธ์กับราคาของที่จอดรถ โดยที่ความต้องการที่จอดรถยิ่งมาก ราคาของที่จอดรถจะยิ่งสูง นอกจากนี้หากไม่มีที่จอดรถผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรส่วนใหญ่มักจะขับรถเข้าสู่ตัวเมืองแทน (Wambalaba, 2004)

6) สิ่งอำนวยความสะดวก

การศึกษาพื้นที่จอดรถแล้วจรของประเทศไทย สิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่จอดรถแล้วจรนั้น เป็นรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการจอดรถแล้วจรการให้บริการต่าง ๆ จากการศึกษาในประเทศของ นิชาบูล มณีน้อย (2558) สิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่จอดรถแล้วจรได้แยกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ 1. จำนวนที่จอดรถของพื้นที่จอดรถแล้วจร คือ จำนวนที่จอดรถของพื้นที่จอดรถแล้วจรที่สามารถให้บริการ ความสะดวกเห็นหรือความชัดเจนในการพบเห็นที่จอดรถ การสำรองที่จอดรถ ระยะทางจากที่จอดรถถึงระบบขนส่งมวลชน 2. ระบบรักษาความปลอดภัยภายในพื้นที่จอดรถแล้วจร คือ การมีผู้ควบคุม ผู้ดูแลสถานที่จอดรถ ผู้ตรวจตราที่จอดรถ ความสว่างของทางเดิน การบำรุงรักษา ความสะอาดของพื้นที่จอดรถแล้วจร รวมถึงการจัดเตรียมสิ่งจำเป็นสำหรับการให้บริการ เช่น ห้องนั่งรอ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องน้ำ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่จอดรถแล้วจรสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะได้แก่

6.1) จำนวนที่จอดรถของพื้นที่จอดรถแล้วจร

การศึกษาพื้นที่จอดรถแล้วจรของต่างประเทศ ศักยภาพในการรองรับที่จอดรถมีผลต่อความต้องการใช้งานจากการศึกษาของ Transport Scotland (2012) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรประเทศสกอตแลนด์ พบว่า ถ้าจำนวนที่จอดรถมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 80 ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจร เลือกว่าจะไม่ใช้พื้นที่จอดรถแล้วจรเดินทางด้วยวิธีการอื่น โดยที่ร้อยละ 60 เลือกว่าจะขับรถยนต์เป็นรูปแบบในการสัญจร Bolger et al. (1992) จากการสำรวจผู้โดยสาร พบว่าร้อยละ 46 ของผู้โดยสารระบบขนส่งรางเบา (LRT) มาจากผู้ใช้งานพื้นที่จอดรถแล้วจรและได้ข้อสรุปที่สำคัญคือ และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น จุดส่งแล้วจรพื้นที่จอดรถยนต์สำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ พื้นที่จอดรถจักรยาน ป้ายสัญญาณและมาตรการความปลอดภัย

6.2) ระบบรักษาความปลอดภัย

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย การบริหารจัดการด้านความปลอดภัย ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ใช้งานบางกลุ่ม ดังนั้นรูปแบบของการให้บริการด้านความปลอดภัย เช่น ไฟฟ้า แสงสว่าง การติดตั้งกล้องบันทึกภาพ และยามรักษาความปลอดภัย เพื่อปกป้องชีวิต และทรัพย์สินของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร จากการศึกษาของ ณิชานุกูล มณีน้อย (2558) ความปลอดภัยยังได้รวมถึง ผู้ควบคุม และผู้ดูแลสถานที่จอดรถ ผู้ตรวจตราที่จอดรถ ความสว่างของทางเดิน การบำรุงรักษา ความสะอาดของพื้นที่จอดแล้วจร

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Transport Scotland (2012) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรประเทศสกอตแลนด์ พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่จอดแล้วจร เช่น การมีกล้อง CCTV แสงสว่างภายในอาคาร และระบบรักษาความปลอดภัยภายในจุดจอดและจร โดยจากการสอบถามผู้ใช้งาน พบว่า การมีกล้อง CCTV และการที่ไม่แสงภายในอาคารจอดแล้วจร ทำให้ผู้ใช้งานร้อยละ 30 เลือกที่จะไม่ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีผลอย่างมากต่อการเลือกใช้พื้นที่จอดแล้วจร จากการศึกษาของ van Luijk (2010) พบว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของพื้นที่จอดแล้วจร มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรอย่างยิ่ง โดยเฉพาะมาตรการความปลอดภัยภายในพื้นที่จอดแล้วจร การเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

7) ตำแหน่งที่ตั้งและการเข้าถึงพื้นที่จอดแล้วจร

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของประเทศไทย ตำแหน่งที่ตั้งและการเข้าถึงพื้นที่จอดแล้วจร คือ ระยะห่างจากที่อยู่อาศัยถึงสถานี และระยะห่างจากพื้นที่จอดแล้วจรไปถึงสถานีขนส่งมวลชน โดยระยะห่างมีผลต่อความต้องการใช้งานสถานีพื้นที่จอดแล้วจร สถานีที่ตั้งของที่จอดรถกับจุดหมายปลายทางของผู้ใช้รถยนต์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการที่จอดรถ ความสะดวกสบายโดยวัดจากระยะทางเดินเท้า สถานีที่จอดรถที่อยู่ไกลจากจุดหมายปลายทางทำให้ระยะการเดินทางไกลขึ้น จะทำให้ความต้องการใช้สถานีที่จอดรถลดน้อยลง การลดระยะการเข้าถึงจากพื้นที่จอดแล้วจรไปสถานี เช่น ระยะทางเดินเท้า จะมีผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการมากกว่าการลดระยะเวลาที่อยู่ในยานพาหนะ 2-3 เท่า โดยที่ส่วนมากการผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีความต้องการให้พื้นที่จอดแล้วจรอยู่ใกล้สถานีโดยใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 5-10 นาที เพราะผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรต้องการประหยัดเวลาในการเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการสัญจร และพื้นที่จอดแล้วจรควรตั้งอยู่ใกล้กับทางสัญจรสายหลักที่สามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวกสบายโดยไม่มีภารกิจขวางการจราจร (อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ, 2545)

การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Olaru et al. (2014) กล่าวว่า ระยะห่างของระยะทาง และการเข้าถึงมีผลต่อรูปแบบการตัดสินใจการเดินทาง โดยที่ ระยะห่างจากสถานีและพื้นที่จอดแล้วจร ควรน้อยกว่า 1.1 กิโลเมตร อย่างมีนัยสำคัญ Cornejo et al. (2014) กล่าวว่า ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรมีผลต่อความต้องการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่จอดแล้วจรอยู่ใกล้กับเส้นทางสัญจรหลักของผู้ใช้ที่เดินทาง Edmonton (2009) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร คือ การมีตำแหน่งที่ตั้งที่มีการเข้าถึงที่ดี ด้วยทางสัญจรที่เร็ว และสามารถมองเห็นได้ในระยะมองเห็นได้ง่ายในระยะ 800 เมตร

2.3 พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

จากการศึกษาบทความที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเดินทาง เพื่อเข้าใจลักษณะของการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน จึงจำเป็นต้องศึกษาลักษณะของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน โดยมีดังนี้

2.3.1 ลักษณะของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน

ลักษณะของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน โดยจะเป็นข้อมูลส่วนตัวที่เป็นลักษณะทั่วไปของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน จากการศึกษาของ ศักดิ์สิทธิ์ เฉลิมพงศ์ (2548) ได้อธิบายลักษณะของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชน ดังนี้

1) เพศ

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย พบว่า เพศชายหรือเพศหญิงย่อมมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน ซึ่งความสามารถในการอดทนต่อความลำบากในการใช้ระบบขนส่งมวลชนของเพศชายจะดีกว่าเพศหญิง และมีผลต่อความนิยมในการใช้งานระบบขนส่งมวลชน (ศักดิ์สิทธิ์ เฉลิมพงศ์, 2548) แต่ผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ศิริพงศ์ พุทธิพันธุ์, 2559), (ดารี สติตย์เสมากุล, 2558), (ศิริรัตน์ สะหุณิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2556)

2) อาชีพ

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย พบว่า อาชีพของผู้เดินทางเป็นสิ่งสะท้อนถึงรายได้ ในกลุ่มอาชีพที่มีรายได้น้อย เช่น ลูกจ้างทั่วไป พนักงานสอดคล้องกับการศึกษาของ ดารี สติตย์เสมากุล (2558) ยุวดี วรสิทธิ์ และเอก ชุนหัชชราชัย (2559) และ ศิริรัตน์ สะหุณิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) โดยมีสัดส่วนในการใช้บริการระบบขนส่งมวลชนมากกว่า กลุ่มอาชีพที่อยู่ในกลุ่มผู้บริหารที่มีรายได้ดีกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์สิทธิ์ เฉลิมพงศ์ (2548) ที่

พบว่าผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง แต่จากการศึกษาของ ศิริพงษ์ พงศ์ พงศ์ (2559) พบว่าผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา

3) รายได้

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย จากงานวิจัยของ Sanit, Nakamura, Tanaka, and Wang (2014) ได้แบ่งเกณฑ์รายได้ของผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนระบบราง 3 ประเภท ได้แก่ 1.ผู้มีรายได้ คือ มีรายได้น้อยกว่า 10,000บาท/เดือน 2.ผู้มีรายได้ปานกลาง คือ มีรายได้ 10,000-20,000 บาท 3.ผู้มีรายได้สูง คือ มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน โดยทั่วไปคนทั่วไปที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจะมีการเดินทางเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่การเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชนจะลดลง นั่นคือ ผู้ที่มีรายได้ต่ำจะมีแนวโน้มที่ใช้ระบบขนส่งมวลชนมากกว่าคนที่รายได้สูง และผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนระบบรางส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง (10,000-20,000 บาท) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุวดี วรสิทธิ์ และเอก ชุมหัชชราชัย (2559) และ ศักดิ์สิทธิ์ เถลิ้มพงศ์ (2548) ที่พบว่ากลุ่มที่ใช้ระบบขนส่งมวลชนมากที่สุดคือ ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพงษ์ พงศ์ (2559) ที่พบว่า ผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน แต่จากการศึกษาของ ศิริรัตน์ สะหุณิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) พบว่า ผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท/เดือน และ คำริ สติธย์เสมากุล (2558) พบว่า ผู้ใช้งานระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่มีรายได้ มากกว่า 50,000บาท/เดือน

4) จำนวนรถยนต์ในการครอบครอง

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย จากการศึกษาของ O'hare และ Morris (1985) อ้างถึงใน ศักดิ์สิทธิ์ เถลิ้มพงศ์ (2548) พบว่า เขตเมือง 25 แห่ง ผู้เดินทางซึ่งในครอบครัวยังไม่มีรถยนต์ส่วนตัว มีการเดินทางไปทำงานด้วยระบบขนส่งมวลชน ร้อยละ 58.5 ส่วนครอบครัวยังมีรถยนต์อย่างน้อย 1 คัน มีการใช้ระบบขนส่งมวลชนลดลงเหลือ ร้อยละ 15.9 ทั้งนี้การเลือกรูปแบบการเดินทางยังขึ้นกับปัจจัยอื่นด้วย

2.3.2 พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

พฤติกรรมการเดินทางของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยรูปแบบของการเดินทางเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้งานต้องตัดสินใจต่อการเลือกรูปแบบการใช้งานระบบขนส่งมวลชน และการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร เช่น รูปแบบการเดินทาง (Travel Mode) วัตถุประสงค์ของการเดินทาง (Trip purpose) ระยะเวลาเดินทางโดยรวม (Total travel time) ราคาค่าเดินทางรวม (Total travel cost) จำนวนการเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการสัญจรไปยังจุดหมาย (Number of transfers made from O-D) เป็นต้น และมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยสามารถสรุป และจำแนกองค์ประกอบของคุณลักษณะของการเดินทาง (Hamid et al., 2008) ได้ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่ต้องเดินทางไปทำกิจกรรมในสถานที่เป้าหมาย เช่น การเดินทางไปสถานที่ทำงาน เพื่อทำงาน หรือ ท่องเที่ยว ชื่อของทานอาหารที่ศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น จากการศึกษาของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) พบว่า วัตถุประสงค์การเดินทางของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ 1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปทำงาน ลักษณะของการเดินทางประเภทนี้จะเป็นการเดินทางประจำ และอาจจะมีการใช้ระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่นร่วมในการเดินทางด้วย เช่น อาจมีการใช้รถโดยสารหรือรถจักรยานยนต์รับจ้าง ตลอดจนรถ Shuttle Bus เป็นต้น การเดินทางในลักษณะนี้จะเป็นการเดินทางในระยะทางที่ค่อนข้างไกลสอดคล้องกับ จตุพล รักดี (2550) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่ร้อยละ 85.1 มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อทำงาน รองลงมาคือทำธุระ/ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.7 เรียนหนังสือ ซื้อสินค้า/ซื้อปิ้ง และรับประทานอาหารเช้า คิดเป็นร้อยละ 4.9 0.9 และ 0.3 ตามลำดับ

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน คือ การเดินทางไปทำงาน ร้อยละ 62.3 และ Olaru et al. (2014) พบว่า วัตถุประสงค์ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในเมืองเพิร์ทส่วนใหญ่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพื่อเข้าสู่ศูนย์กลางเมือง 2. วัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อไปทำธุระและรับประทานอาหารเช้า การเดินทางในลักษณะนี้จะใช้ระยะเวลาในการเดินทางสั้น เพราะการเดินทางเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ใกล้ ๆ ส่วนมากจะอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟ โดยจะอาศัยรถไฟเดินทางไป-กลับ การเดินทางส่วนใหญ่แล้วจะมีจุดเริ่มต้นของการเดินทางอยู่ในสถานที่ทำงานหรือสถานที่อื่น ๆ จากจุดต้นทางและปลายทางจะอยู่ในบริเวณที่ใกล้กับสถานีรถไฟเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ไม่จำเป็นต้องอาศัยระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่นร่วมในการเดินทาง

2) จำนวนการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย จำนวนการเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการสัญจรของผู้ใช้งาน โดยจะเริ่มนับตั้งแต่การเดินทางจากที่บ้านจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น จากที่บ้านถึงที่ทำงาน โดยนับเป็นจำนวนครั้ง ณิชานูล มณีน้อย (2558) พบว่า การเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางที่มากกว่า 1 ครั้ง ส่งผลต่อความต้องการการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรสูงขึ้นบุรีลดลง เพราะไม่มีความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเฉพาะ กลุ่มที่เดินทางไปทำงาน

3) ระยะเวลาเดินทางรวม

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประเทศไทย จากการศึกษาของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) กล่าวว่า จากการศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายรวมและระยะเวลาเดินทางรวมที่

มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง พบว่า การลดระยะเวลาเดินทางจะทำให้จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นมากกว่าการลดค่าโดยสาร และใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากจุดเริ่มต้นของการเดินทางจนกระทั่งถึงจุดหมายปลายทางนั้นจะใช้เวลาประมาณ 30 นาที ณิชานูล มณีน้อย (2558) ได้ศึกษาการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรสามารถลดระยะเวลาในการเดินทางของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเฉลี่ย 7 นาที แต่หากมีระยะเวลาเดินทางรวมที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรลดลง เกศภูภรณ์ ชัยวงษ์ และศิริตล ศิริธร (2555) พบว่า โอกาสที่จะใช้งานจะแปรผกผันกับระยะเวลาเดินทางรวม โดยที่ระยะเวลาเดินทางรวมที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อความต้องการใช้งานระบบขนส่งมวลชนที่ลดลง

การศึกษาศิลปะการเดินทางการเดินทางของต่างประเทศ จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า สาเหตุที่ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรในมาเลเซียเลือกใช้การเดินทางด้วยระบบขนส่งระบบรางเพราะว่า การใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีความสะดวกและประหยัดเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ร้อยละ 25.8 Cornejo et al. (2014) กล่าวว่า สิ่งที่ทำให้ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรตัดสินใจใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทาง คือ ระยะเวลาเดินทางรวม โดยการใช้พื้นที่จอดแล้วจร จะต้องใช้ระยะเวลาเดินทางรวมนั้นน้อยกว่าการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ถึงจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร Christiansen et al. (1975) ได้ศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรในรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาในการเดินทางที่ลดลง มีนัยยะสำคัญต่อความต้องการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

4) รายจ่ายรวมในการเดินทาง

การศึกษาศิลปะการเดินทางการเดินทางของประเทศไทย จากการศึกษาของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ซึ่งบางคนยอมที่จะเสียค่าใช้จ่ายพื้นที่จอดแล้วจรที่ถูกกว่าที่เขตเมืองรอบนอก ทำให้ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนน้อยกว่าสอดคล้องกับการศึกษาของ จตุพล รักดี (2550) พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนระบบ (ค่าที่จอดรถ+ค่าโดยสารระบบขนส่งมวลชน) ค่าใช้จ่ายในการใช้รถยนต์ส่วนตัวหลังจากใช้งานที่จอดรถในพื้นที่จอดแล้วจร และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปจุดปลายทาง โดยที่ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางจะมีผลต่อการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

การศึกษาศิลปะการเดินทางการเดินทางของต่างประเทศ จากการศึกษาของ จากการศึกษาของ van Luijk (2010) พบว่า ถึงแม้พื้นที่จอดแล้วจรมีผลต่อการตัดสินใจที่ลดความต้องการขับรถยนต์เข้าสู่เมืองจากปัญหาการจราจร การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรจะเห็นได้ชัดในช่วงเวลาเร่งด่วนและมีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง แต่ราคาค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจที่

จะใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทาง จากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) พบว่า ราคาค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทาง มีผลต่อการตัดสินใจ ที่จะใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเข้าเมือง เพราะการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนนั้นประหยัดค่าเดินทางมากกว่า

2.4 พฤติกรรมการซื้อสินค้า

พฤติกรรมการซื้อสินค้า คือ พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า และการบริการ โดยผ่านการแลกเปลี่ยนกับตัวบุคคลที่บุคคล และต้องมีการตัดสินใจก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่ถือเป็นผู้บริโภคคือ บุคคลผู้มีสิทธิในการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด (นภัสนันท์ ศรีธนะวิญญูชัย, 2555)

2.4.1 ลักษณะของผู้บริโภค

จากการศึกษาของ นภัสนันท์ ศรีธนะวิญญูชัย (2555) ให้ได้นิยามของ ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีอำนาจและความต้องการ ที่จะซื้อสินค้าหรือการบริการ ผ่านการตัดสินใจ เกิดพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ โดยสามารถแยกได้ดังนี้

1) ผู้บริโภคที่มีความต้องการ (Need)

ผู้บริโภคที่มีความต้องการ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีความต้องการในสินค้าหรือการบริการ โดยการวัดว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความต้องการหรือไม่ จะวัดจากความต้องการซึ่งความต้องการนี้อาจจะไม่ใช้ความต้องการที่เป็นรูปธรรมแต่การจะวัดในรูปแบบนามธรรมมากกว่า เช่น ความต้องการอาหารเพราะความหิว หรือ ความต้องการน้ำเพราะกระหาย เป็นต้น เพราะเหตุนี้มนุษย์ที่มีความต้องการสินค้าต่าง ๆ ก็สามารถนำออกมาขายเพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ เหล่านี้ได้ เพราะฉะนั้นผู้บริโภคคือ คนที่มีความต้องการ

2) ผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing power)

การจะได้สินค้าหรือการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้น จะมิใช่แค่ความต้องการอย่างเดียวไม่ได้ ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย เพราะถ้ามีแค่ความต้องการ แล้วไม่อำนาจซื้อ นั่นถือว่าไม่ใช่ผู้บริโภค โดยผู้บริโภคไม่มีสิทธิที่ได้รับในการครอบครองสินค้า หรือรับบริการ

3) การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior)

ผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อสินค้าและมีอำนาจซื้อ เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่ไหน เมื่อไหร่ ผู้บริโภคใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อสินค้า และซื้อสินค้า

มากแค่ไหน ยกตัวอย่าง เช่น ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่เป็นของใช้ส่วนตัว อาจจะซื้อทีละชิ้น เพราะไม่มีสาเหตุที่ต้องซื้อในปริมาณเยอะ หรือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าให้ครอบครัว อาจจะซื้อสินค้าในปริมาณมาก บางทีผู้บริโภคอาจซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ หรือในศูนย์การค้า เป็นต้น

4) พฤติกรรมการใช้ (Using behavior)

พฤติกรรมการใช้สินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยขึ้นกับตัวผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างไร เช่น การทานอาหาร ผู้บริโภคเลือกทานอาหารที่ร้าน หรือทานอาหารที่บ้าน การใช้สินค้าและความถี่การใช้สินค้าต่าง ๆ อาจจะเลือกใช้แบรนด์สินค้าที่แตกต่างกันแม้จะเป็นของชนิดเดียวกันก็ตาม

2.4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้า คือ พฤติกรรมการใช้งานห้างสรรพสินค้า เช่น รูปแบบของสินค้าที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อสินค้า ความถี่ของการซื้อสินค้าในแต่ละสัปดาห์ มูลค่าของการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำในห้างสรรพสินค้า จากการศึกษาของ อินทร์ธีรา เดชธนนนิตกุล (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการเข้าใช้บริการห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีความถี่การเข้ามาใช้บริการ 2 สัปดาห์/ครั้ง การซื้อสินค้าเฉลี่ยในแต่ละครั้ง 500-1,000 บาท ประเภทของสินค้าที่เข้ามาซื้อจะเป็นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงวันหยุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรนิภา หาญมะโน (2558) ที่พบว่า ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน และมาซื้อสินค้าในวันอาทิตย์ สาเหตุที่เข้ามาใช้บริการเพราะ สินค้ามีคุณภาพ สำหรับผลการทดสอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า การใช้บริการห้างสรรพสินค้ากับอายุ สถานภาพ และรายได้ นั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่การส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ดีจากการรับฟังข้อเสนอแนะของผู้บริโภคพบว่า ศักยภาพด้านกายภาพของห้างสรรพสินค้าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้มีการแก้ไข โดยมีหลายปัจจัยได้แก่ จุดให้บริการลูกค้าน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 72.00 การจราจรบริเวณห้างสรรพสินค้าติดขัด คิดเป็นร้อยละ 54.50 ห้องน้ำไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 24.50 ทางเข้า – ออกห้างสรรพสินค้าไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 18.50 สถานที่จอดรถน้อย, คับแคบทำให้จอดยาก คิดเป็นร้อยละ 2.50 ไม่มีพนักงานดูแลและบริการภายในห้างสรรพสินค้าและไม่มีพนักงานดูแลพื้นที่ให้บริการจอดรถ คิดเป็นร้อยละ 1.00

จากการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านกายภาพของห้างสรรพสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า การอยู่ในที่ที่การจราจรสะดวก การมีที่จอดรถเพียงพอ มีมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัย นั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ห้างสรรพสินค้า ปัจจัยด้านกายภาพภายนอก การปรับปรุงเรื่องการสัญจรและการเข้าของห้างสรรพสินค้าถึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะปัญหาการจราจรโดยรอบห้างสรรพสินค้า เพื่อความคล่องตัวและลดปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณทางเข้าห้างสรรพสินค้า ควรแบ่งช่องการจราจรทางเข้าห้างสรรพสินค้าให้ชัดเจน และมีการจัดการให้มีเจ้าหน้าที่พนักงาน เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงห้างสรรพสินค้า ปัจจัยด้านกายภาพภายใน ด้านการจัดผังบริเวณภายในห้างสรรพสินค้า ไม่ควรทำให้สับสน และควรเพิ่มจุดบริการลูกค้าให้เพียงพอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสะดวกกับการสอบถามข้อมูลตลอดจนการบริการห้องน้ำที่ควรสะอาด ควรเพิ่มอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้มากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารห้างสรรพสินค้าต้องคอยดูแลและปรับปรุงให้ตลอดเวลา

2.4.3 คุณลักษณะการซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (Shopping Characteristics)

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของต่างประเทศ คุณลักษณะการซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร คือ พฤติกรรมการซื้อสินค้า ภายในศูนย์การค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยพบได้ในพื้นที่จอดแล้วจรที่ให้บริการในศูนย์การค้าที่ให้บริการที่เป็นพื้นที่จอดแล้วจรในศูนย์การค้าเท่านั้น จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) พบว่า พื้นที่จอดแล้วจรที่มีรูปแบบที่ให้บริการในศูนย์การค้า จะแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเป็นสองกลุ่มหลัก คือ กลุ่มผู้ใช้งานที่จอดรถเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพียงอย่างเดียว หรือเรียกว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร และกลุ่มผู้ใช้งานที่จอดรถเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและซื้อสินค้าในศูนย์การค้า นั้น ๆ จึงเสนอแนวคิดว่าการส่งเสริมกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมาใช้บริการพื้นที่จอดแล้วจรในศูนย์การค้าจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้านอกจากความต้องการจอดรถยนต์ส่วนตัว เพื่อใช้ระบบขนส่งมวลชนในการเข้าถึงพื้นที่ศูนย์กลางเมืองหรือแหล่งงาน จะมีพฤติกรรมซื้อสินค้าเพิ่มมาเนื่องจากอยู่ใกล้กับศูนย์การค้า โดยจะเรียกกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรที่มีพฤติกรรมดังกล่าวว่า “Shopper” โดยวัดจากพฤติกรรมการซื้อสินค้า อย่างต่ำ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 69.1 ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร สอดคล้องกับ Cornejo et al. (2014) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกล่าวว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรนอกจากจะใช้งานระบบขนส่งมวลชนในการเดินทางแล้วยังมีพฤติกรรมการซื้อของ โดยจะซื้อของกับร้านค้าที่อยู่รอบ ๆ ทั้งนี้ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ร้อยละ 40 จะซื้อสินค้าครั้งละ 21 ดอลลาร์สหรัฐ โดยการวัดพฤติกรรมการซื้อสินค้าสามารถวัดได้ดังนี้

1) ความถี่การซื้อสินค้า

จำนวนวันที่เข้ามาซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) พบว่า จากจำนวนผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรทั้งหมด ซื้อสินค้าในศูนย์การค้า จะ

ซื้อของเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 42.6 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 20.6 และ 5วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 5.9 โดยรวมทั้งหมดร้อยละ 69.1 มีพฤติกรรมที่เรียกว่า “Shopper”

2) วันที่ซื้อสินค้า

ช่วงวันที่ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเข้ามาซื้อสินค้าในศูนย์การค้าในสัปดาห์ จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่ซื้อสินค้า วันจันทร์-วันศุกร์ ที่เป็นวันทำงาน ร้อยละ 59.3 และซื้อสินค้าเฉพาะวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ร้อยละ 39.0

3) มูลค่าการซื้อสินค้า

มูลค่าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งของผู้ใช้จอดแล้วจร จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) พบว่า ด้านมูลค่าการซื้อสินค้าเฉลี่ย ของ Shopper จะเท่ากับ 37.97 ดอลลาร์สหรัฐ

4) ทศนคติการซื้อสินค้า

ทัศนคติของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเป็นปัจจัยได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในศูนย์การค้า จากการศึกษาของ Wambalaba (2004) พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรซื้อสินค้าที่ศูนย์การค้าเพราะศูนย์การค้าให้บริการจอดแล้วจร 39.1% ซื้อสินค้าเพราะตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้าที่ให้บริการจอดแล้วจร และช่วงเวลา 34.8%

ดังนั้นผู้ใช้งานกลุ่มนี้จะสร้างผลประโยชน์ให้กับศูนย์การค้าและระบบขนส่งมวลชนระบบรางจากการให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร เช่น การสร้างรายได้จากที่จอดรถ และรายได้จากผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรที่เข้ามาซื้อสินค้า และสร้างผลประโยชน์ให้กับระบบขนส่งมวลชนที่อยู่ใกล้กับศูนย์การค้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

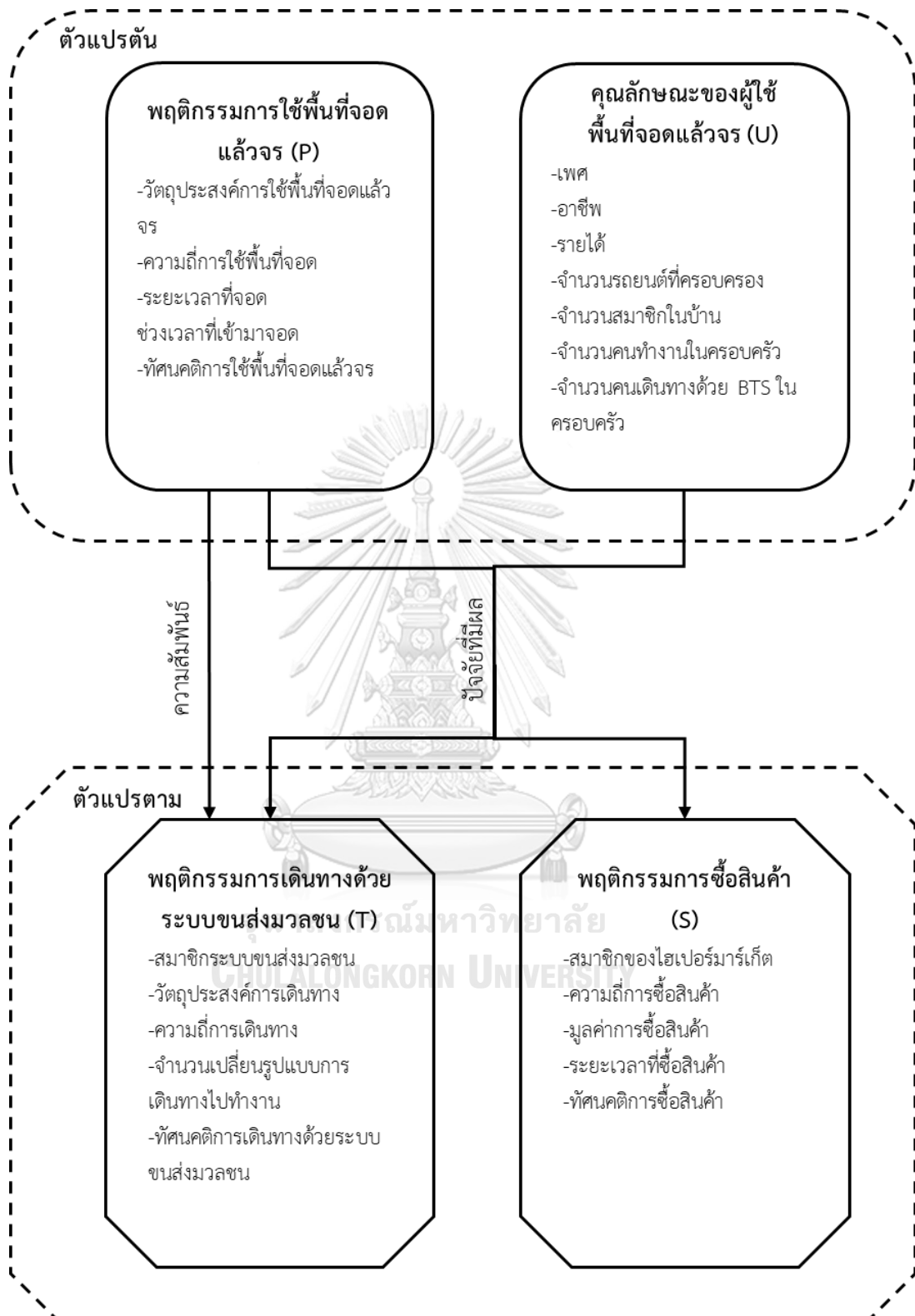
จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถทราบถึงปัจจัยและลักษณะของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้ โดยนำตัวแปรมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่ วัตถุประสงค์การใช้ที่จอดรถ ความถี่การใช้ที่จอดรถ ระยะเวลาที่ใช้จอดรถ ช่วงเวลาที่เข้ามาจอด และทัศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจร
2. พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง ความถี่การเดินทาง จำนวนการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง และทัศนคติการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน
3. คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ ขนาดครอบครัว และจำนวนการครอบครองรถ

4. พฤติกรรมการซื้อสินค้า ได้แก่ ความถี่การซื้อสินค้า มูลค่าการซื้อสินค้า และทัศนคติการซื้อสินค้า

โดยปัจจัยหลักทั้ง 4 สามารถกำหนดเป็นตัวแปรต้น-ตัวแปรตาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย งานวิจัย โดยกำหนดตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร และคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้า เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต และปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต





ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ทำให้ต้องการข้อมูลคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้า จึงต้องเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ โดยมีเนื้อหาได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไปของ เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 2. รูปแบบการวิจัย 3. ประชากรและกลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง 4. วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม 5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ และ 6. ข้อจำกัดในงานวิจัย อธิบายได้ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของ เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50

เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) เป็นกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในเมืองไทยเปิดทำการเมื่อปี พ.ศ. 2537 เดิมใช้ชื่อว่า โลตัส ในปี พ.ศ. 2541 เจ้าของ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ ขายหุ้นส่วนใหญ่ให้กับ กลุ่มเทสโก้ จึงเป็นที่มาของชื่อ เทสโก้ โลตัส ในปัจจุบัน โดยเทสโก้ โลตัส ในปัจจุบัน ได้มีการแบ่งรูปแบบตามขนาด และวิถีชีวิตของแต่ละท้องที่ ปัจจุบันเทสโก้โลตัสมีสาขาในประเทศไทยทั้งหมด 439 สาขา แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1. เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต 2. เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์ตร้า 3. เทสโก้โลตัส ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ 4. เทสโก้โลตัส คัมค่า 5. ตลาดโลตัส และ 6. เทสโก้ โลตัส

เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 เป็นห้างสรรพสินค้าที่มีพื้นที่รวมประมาณ 8,000 - 12,000 ตรม. มีสินค้าวางขายกว่า 36,000 รายการ โดยจะมีในส่วนของปลาซ่า และ Entertainment ต่าง ๆ หลากหลาย เช้าพื้นที่อยู่ด้วย โดยเปิดเวลา 6.00 น. และปิดเวลา 24.00 น. ตัวอาคารเป็นอาคาร 2 ชั้น โดยร้านค้าที่เช่าพื้นที่ภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่

- ชั้น 1 เป็นพื้นที่ลานจอดรถภายใต้อาคาร ภายในอาคารเป็นพื้นที่ให้เช่าเพื่อการค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ และร้านอาหาร ได้แก่ Mk restaurant Mc Donald's KFC Dunkin Donuts Chester grill Pizza hut Swensen's Auntie anne's และ Tong garden
- ชั้น 2 ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ขายสินค้าของไฮเปอร์มาร์เก็ต มีพื้นที่ขายอาหาร ธนาคารกรุงศรี และร้านค้าที่เช่าพื้นที่ได้แก่ 1. ร้านเสื้อผ้า ได้แก่ AllZ Body glove Mc Sabina และ Sport dome ร้านอาหาร ได้แก่ Coffee world S&P Dairy queen และ Coco ร้านสินค้าเสริมความงาม ได้แก่ Healthy made

DNA hair center YVES rocher Mistine Aurora Skin food Health up Beauty buffet และ Watsan ร้านนาฬิกา Casio ร้านค้าโทรศัพท์ ได้แก่ TC telatac AIS TRUE และ Dtac คลินิกทันตกรรม โลตัส อ่อนนุช ร้านหนังสือ Se-ed Book center ร้านแว่นตา KT optic และ Top charoen

สาเหตุที่เลือกเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 เป็นพื้นที่ศึกษา เพราะเป็น 1 ใน 2 ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีพื้นที่จอดแล้วจร และมีระบบสมาชิกจอตกรายเดือน ได้แก่ 1. เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาประชาชื่น 2. เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 โดยเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 เป็นไฮเปอร์มาร์เก็ตแห่งเดียวที่อยู่ติดกับสถานีรถไฟฟ้า BTS และอยู่นอกเขตพื้นที่ศูนย์กลางเมือง

3.1.1 ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50

เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 มีขนาดที่ดินประมาณ 19 ไร่ ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท และให้บริการในรูปแบบ เทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต ทางสัญจรเข้าไฮเปอร์มาร์เก็ตสามารถเข้าได้ 2 ทาง คือ 1.ซอยสุขุมวิท50 ซึ่งเป็นทางเข้า-ออกหลัก 2.ซอยสุขุมวิท 52 และอยู่ห่างจากทางขึ้นทางด่วนรามอินทรา-อาจณรงค์ ประมาณ 2 กิโลเมตร พื้นที่ของไฮเปอร์มาร์เก็ตเทสโก้โลตัส สาขาสุขุมวิท 50 อยู่ติดกับสถานี BTS อ่อนนุช โดยมีทางเชื่อมกันระหว่างไฮเปอร์มาร์เก็ตและสถานีที่ชั้น 2 ของไฮเปอร์มาร์เก็ต และทางออกที่ 2 ของสถานี BTS อ่อนนุช ซึ่งในอดีตสถานีอ่อนนุชเป็นสถานีปลายทาง แต่ในปัจจุบันได้ขยายเส้นทางรถจนถึงสถานีสำโรง จึงกลายเป็นสถานีระหว่างทางสถานีหนึ่ง



Legend ① ทางเข้าซอยสุขุมวิท 50 ② ทางเข้าซอยสุขุมวิท 52

ภาพที่ 7 ทางเข้าเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 สาขาสุขุมวิท 50

ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก Google Earth



ภาพที่ 8 ทางเชื่อมระหว่างเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต และสถานี BTS

3.1.2 ข้อมูลพื้นที่จอดรถในเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50

รูปแบบการให้บริการที่จอดรถภายในเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 ได้ให้บริษัท รักษาความปลอดภัย พีแอนด์เอส แอดมินิสเทรทีฟ แมเนจเมนท์ จำกัด เป็นผู้ดูแลระบบและการจัดการพื้นที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด โดยมีระบบรักษาความปลอดภัย การเก็บข้อมูลด้านเวลาจอดรถ และการเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าใช้งานพื้นที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด

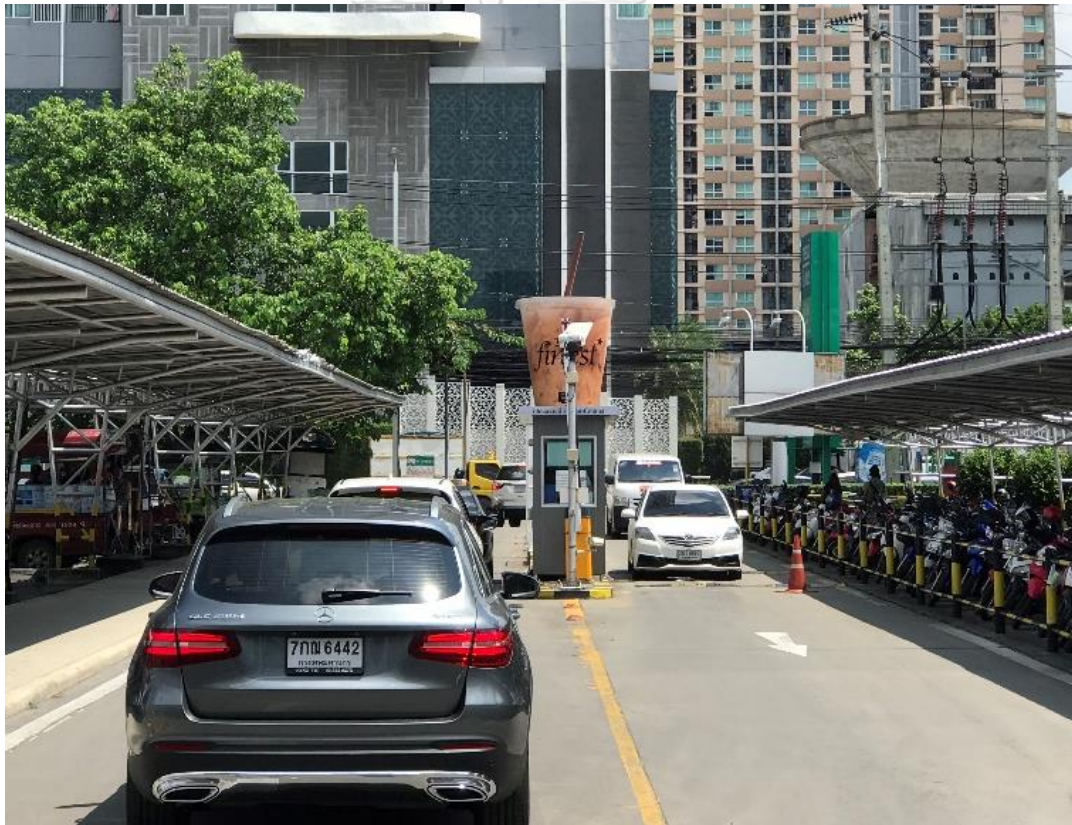
1) รูปแบบการเข้าใช้พื้นที่จอดรถ

รูปแบบการให้บริการที่จอดรถจะเป็นรูปแบบ ส่งบัตร/รับบัตร โดยจะรับส่งบัตรที่ตู้จำหน่ายบัตรบริเวณทางเข้าไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งผู้ใช้งานจำเป็นต้องรับบัตรก่อนเข้าไฮเปอร์มาเก็ต และต้องคืนบัตรที่ตู้จำหน่ายบัตรก่อนออกทุกครั้ง เพื่อบันทึกเวลาที่เข้าใช้ และเสียค่าบริการใช้พื้นที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยบัตรที่ใช้ในไฮเปอร์มาร์เก็ตมี 2 ประเภทคือ บัตรสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป และบัตรที่จอดรถของสมาชิก สำหรับผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรและสมาชิกที่จอดรถรายเดือนจะต้องจอดรถในพื้นที่จอดแล้วจรที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตได้จัดเตรียมไว้

การเข้าใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรสามารถนำรถยนต์เข้ามาจอดได้จากทางเข้าหลักของไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตได้แบ่งพื้นที่ลานจอดรถด้านนอกอาคารจอดรถที่อยู่ใกล้ทางเข้าสถานีรถไฟฟ้าเป็นพื้นที่จอดแล้วจร มีพื้นที่จอดรถทั้งหมด 150 ช่องจอด เพื่อความสะดวกของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่ต้องการเดินทางต่อด้วยระบบขนส่งมวลชน ซึ่งผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรสามารถนำรถยนต์เข้ามาจอดได้ในเวลาที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตเปิดให้บริการเท่านั้น และอัตราการคิดราคาจะเป็นไปตามที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตได้กำหนดไว้ นอกจากนี้พื้นที่จอดแล้วจรมีพื้นที่จอดรถของสมาชิกที่จอดรถรายเดือน โดยที่สมาชิกที่จอดรถรายเดือนสามารถนำรถเข้ามาจอดได้ตลอดเวลา



ภาพที่ 9 ลักษณะพื้นที่จอดรถของพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต



ภาพที่ 10 บัตรสำหรับจอดรถยนต์ของผู้ใช้งานทั่วไป และตู้จำหน่ายบัตรบริเวณทางเข้า

2) จำนวนที่จอดรถ

จำนวนที่จอดรถภายในเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 มี 2 ส่วนหลัก ได้แก่ พื้นที่จอดรถภายในอาคารและลานจอดรถภายนอกอาคาร มีพื้นที่จอดรถทั้งหมด 650 ช่องจอด

- พื้นที่จอดรถภายนอกอาคาร มีที่จอดรถยนต์ทั้งหมด 290 ช่องจอด แบ่งเป็น 3 ส่วนตามภาพที่ 11 ได้แก่ 1. พื้นที่จอดแล้วจร ซึ่งอยู่ตำแหน่งหมายเลข 2 เป็นพื้นที่สำหรับผู้ใช้งานที่จอดแล้วจร และสมาชิกที่จอดรถรายเดือน โดยเป็นลานจอดที่อยู่ใกล้กับบันไดทางขึ้นสถานีรถไฟฟ้า เพื่อความสะดวกของผู้ที่ใช้งานที่จอดแล้วจรที่ต้องการเดินทางต่อด้วยรถไฟฟ้า ไฮเปอร์มาร์เก็ตได้จัดสรรพื้นที่จอดรถแถว A B และ C จำนวน 150 ช่องจอด 2. ช่องจอดรถจักรยานยนต์ ตำแหน่งหมายเลข 3 เป็นแถว D แต่เดิมเป็นพื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ และภายหลังได้เปลี่ยนเป็นพื้นที่สำหรับจอดรถจักรยานยนต์ของไฮเปอร์มาร์เก็ต 3. พื้นที่สำหรับจอดรถของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า และเป็นพื้นที่สำหรับรับ-ส่งประจำทาง อยู่ตำแหน่งหมายเลข 4



Legend

① สถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอ่อนนุช	③ ลานจอดรถมอเตอร์ไซด์
② ลานจอดรถสำหรับผู้ใช้งานจอดแล้วจร 150 ช่องจอด	④ ลานจอดรถสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป

ภาพที่ 11 พื้นที่ลานจอดรถยนต์ของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 และสถานี BTS
ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก Google Earth

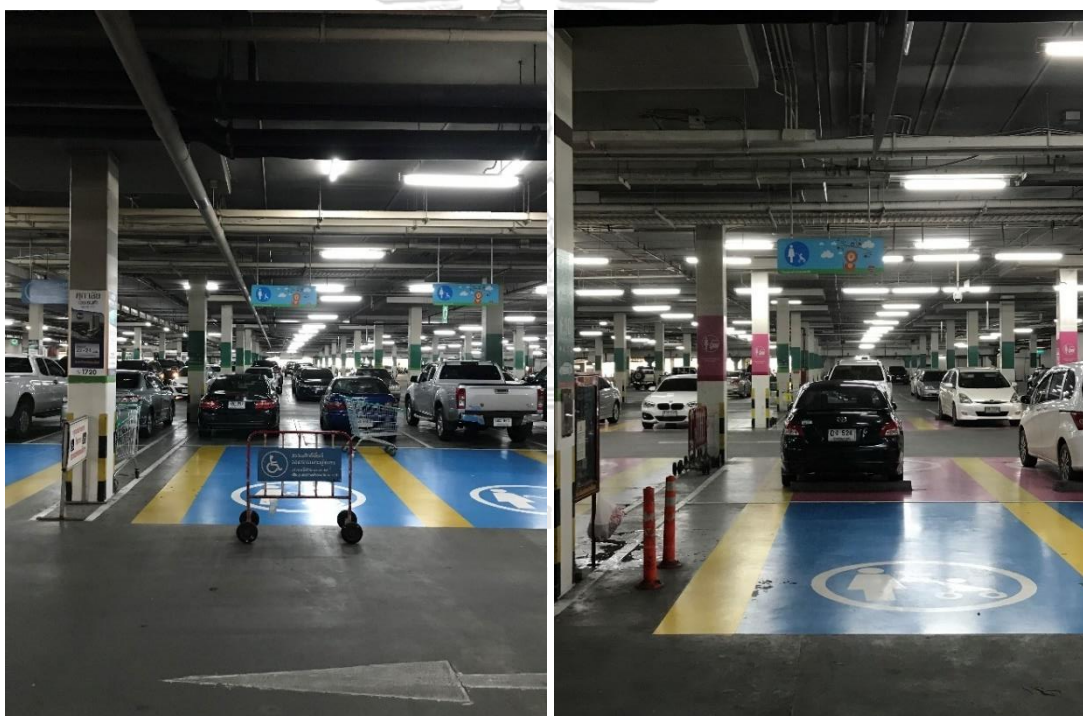


ภาพที่ 12 พื้นที่ลานจอดรถยนต์ด้านนอกของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50

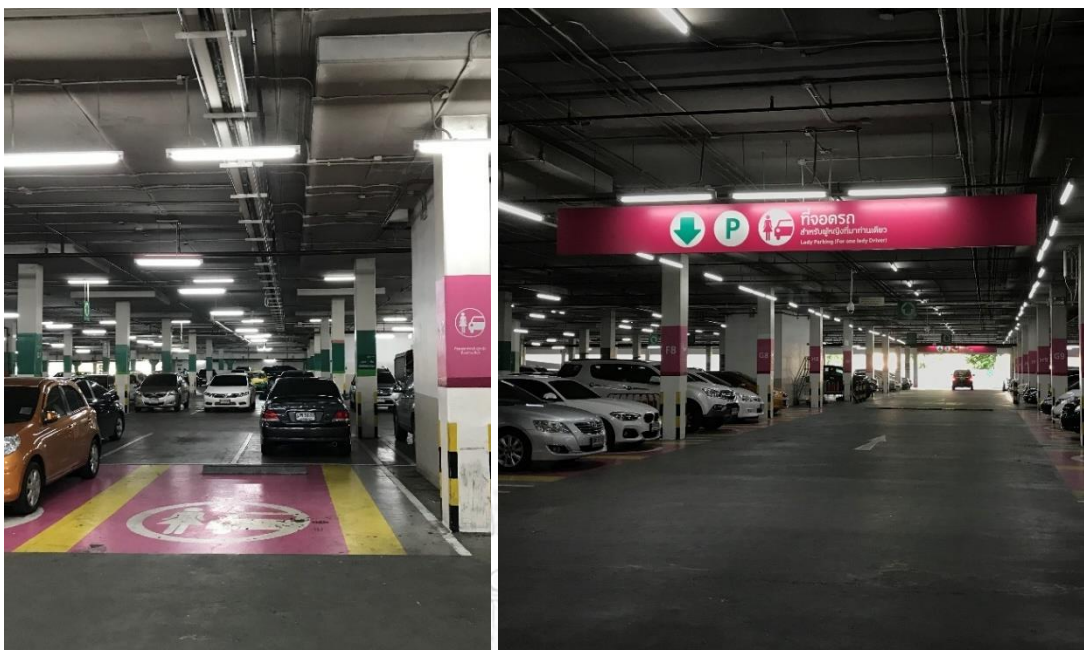
- พื้นที่จอดภายในอาคาร มีที่จอดยนต์ทั้งหมด 360 ช่องจอด มีพื้นที่จอดพิเศษ 4 แบบ ได้แก่ 1.ที่จอดสำหรับสุภาพสตรี จำนวน 20 ช่องจอด 2.ที่จอดสำหรับผู้พิการและสูงอายุ จำนวน 5 ช่องจอด 3.ที่จอดสำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็กจำนวน 13 ช่องจอด และ 4. ที่จอดสำหรับติดต่องานภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต 2 ช่องจอด ส่วนที่เหลือ เป็นที่จอดสำหรับผู้ใช้งานไฮเปอร์มาร์เก็ต

ตารางที่ 4 ประเภทและจำนวนที่จอดรถภายในอาคารเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50

ประเภทที่จอดรถ	จำนวนที่จอดรถ
1.ที่จอดรถทั่วไป	320
2.ที่จอดรถสำหรับผู้พิการ	20
3.ที่จอดรถสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ	5
4.ที่จอดรถสำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็ก	13
5.ที่จอดรถสำหรับติดต่อสำนักงาน	2
รวม	360



ภาพที่ 13 พื้นที่จอดรถของผู้พิการและผู้สูงอายุ และที่จอดสำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็ก



ภาพที่ 14 ที่จอดรถสำหรับสุภาพสตรี ภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต

3) ราคาที่จอดรถ

การคิดราคาค่าที่จอดรถภายในเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 มี 2 แบบ โดยแยกตามกลุ่มของผู้ใช้งานที่จอดรถ ได้แก่ ผู้ใช้งานทั่วไป และผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก

- ผู้ใช้งานทั่วไป รูปแบบการคิดราคาจะเป็นรูปแบบการนับชั่วโมง ที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยมีเงื่อนไขการใช้บริการที่จอดรถดังนี้

1. จอดฟรี 3 ชั่วโมงแรก ชั่วโมงถัดไป คิดค่าบริการชั่วโมงละ 50 บาท (เศษของนาที่คิดเป็น 1 ชั่วโมง)
2. เจ้าของรถต้องนำรถออกจากลานจอดรถภายใน 1 ชั่วโมงหลังจากห้างปิดบริการ ถ้าเกินเวลาคิดค่าบริการเพิ่ม 200 บาท และเจ้าของรถจะต้องนำรถออกในวันถัดไปหลังเวลา 06.00 น. และจ่ายค่าบริการตามจริงของวันถัดไป นับตั้งแต่วันที่ 06.00 น.

- สมาชิกที่จอดรถ รูปแบบการคิดราคาจะเป็นแบบรายเดือน ทางผู้ให้บริการจะคิดที่อัตราที่จอดรถรายเดือนที่ 2,500 บาท/เดือน โดยสมาชิกที่จอดรถสามารถจ่ายค่าบริการที่จอดรถได้ที่สำนักงานที่ให้บริการที่จอดรถ หรือโอนเงินผ่านธนาคาร แล้วส่งหลักฐานยืนยันการชำระเงินผ่าน e-mail หรือนำหลักฐานการชำระเงินมายืนยันที่สำนักงาน รูปแบบการจ่ายค่าบริการที่จอดรถสามารถจ่ายเป็น รายเดือน, ราย 6 เดือน และรายปี โอนการจ่ายแบบ 6 เดือน และรายปี จะมีส่วนลด

ค่าใช้บริการที่จอดรถเพิ่มเติม ทั้งนี้ทางเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 ได้กำหนดโควตาที่จอดรถของสมาชิกคือ 80 ช่องจอด โดยให้จอดรถบนพื้นที่จอดแล้วจรเท่านั้น

3.1.3 การสัมภาษณ์ นโยบายการจอดรถของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 ของผู้ให้บริการที่จอดรถ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการที่จอดรถ เกี่ยวกับนโยบายการจอดรถภายในห้าง โดยได้สัมภาษณ์ ถึงสาเหตุการมีที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมง และสาเหตุการมีที่จอดรถของสมาชิกรายเดือน ดังนี้

1) สาเหตุที่ให้นโยบายที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก ในไฮเปอร์มาร์เก็ต นโยบายนี้เป็นข้อตกลงร่วมกันระหว่างไฮเปอร์มาร์เก็ต และผู้ให้บริการระบบที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ต สาเหตุมาจากผู้ให้บริการที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตได้สำรวจระยะเวลาการซื้อสินค้าของลูกค้าของไฮเปอร์มาร์เก็ต พบว่า ลูกค้าที่ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ใช้เวลาซื้อสินค้าเฉลี่ยไม่เกิน 2 ชั่วโมง ทางผู้ให้บริการที่จอดรถจึงเสนอนโยบายการจอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก โดยให้ความเห็นว่า ถ้ามีการจอดรถเกิน 3 ชั่วโมง แสดงว่าผู้ใช้งานที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตนั้นไม่ได้จอดรถเพื่อซื้อสินค้า แต่เป็นการจอดรถเพื่อไปทำอย่างอื่นและป้องกันปัญหาความไม่พอใจจากการเก็บเงินค่าจอดรถของลูกค้าที่ซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

2) การมีที่จอดรถรูปแบบรายเดือน โดยทางผู้ให้บริการที่จอดรถให้เหตุผลกับไฮเปอร์มาร์เก็ตว่า ในแต่ละวันจำนวนรถที่จอดรถที่ว่างในพื้นที่นั้น สามารถทำเป็นที่จอดรถรายเดือนได้ เพราะไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ติดสถานี BTS โดยสาเหตุที่ได้ที่จอดสำหรับสมาชิกจำนวน 80 ที่จอด มาจากการกำหนดขนาดที่จอดรถรายเดือนของไฮเปอร์มาร์เก็ต

3.2 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นวิธีการได้ข้อมูลจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลที่พื้นที่จอดแล้วจรของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 เพื่อให้ได้ซึ่งคุณภาพของข้อมูลการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร

3.3 ประชากรกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 จำนวน 150 ช่องจอด งานวิจัยนี้ได้แบ่งกลุ่มของผู้ใช้งานตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งานที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ 1. ผู้ใช้งานจอดแล้วจร คือ ผู้ใช้งานที่จอดรถในพื้นที่

จอดแล้วจร และเดินทางต่อด้วยระบบขนส่งมวลชน และ 2. ผู้ที่เข้ามาจอดเพื่อซื้อสินค้า คือ ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตเท่านั้น

3.3.1 การกำหนดขนาดจำนวนประชากรเพื่อใช้แบบสอบถาม

การกำหนดขนาดแบบสอบถามเพื่อใช้ในงานวิจัย ได้กำหนดเป้าหมายเป็นผู้ใช้งานลานจอดรถด้านนอก ซึ่งเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 ได้กำหนดให้เป็นพื้นที่จอดแล้วจร เพื่อต้องการเปรียบเทียบให้เห็นรูปแบบการใช้งานพื้นที่ ดังนั้นการรู้จำนวนรถที่เข้ามาจอดในพื้นที่จอดแล้วจร จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อใช้อ้างอิงต่อการกำหนดขนาดจำนวนประชากร และให้การศึกษาเป็นไปอย่างถูกต้องสมบูรณ์ การขอข้อมูลนั้นได้ขออนุญาตไฮเปอร์มาร์เก็ต เพื่อนับจำนวนรถที่เข้ามาจอดในพื้นที่จอดแล้วจรต่อวัน วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของเครซีและมอร์แกน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น $\pm 5\%$ (สถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม, 2557) ในการกำหนดขนาดของจำนวนประชากร

1) การกำหนดขนาดจำนวนแบบสอบถามของผู้ใช้งานทั้งหมด

การกำหนดขนาดของกลุ่มผู้ใช้งานทั่วไปด้วยแบบสอบถาม ใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครซีและมอร์แกน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น $\pm 5\%$

$$n = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + x^2 p(1-p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

โดยวิธีการคำนวณต้องทราบจำนวนรถยนต์ที่เข้ามาจอดในไฮเปอร์มาร์เก็ตใน 1 วัน ระดับความเชื่อมั่นในงานวิจัย 95% และระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (e) 5% จากการสำรวจในวันพุธ ที่ 28 กุมภาพันธ์ 61 พบว่า จำนวนรถยนต์ที่เข้าใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตมีจำนวน 1,310 คัน จึงคำนวณจำนวนตัวอย่าง ดังสมการต่อไปนี้

$$n = \frac{3.841 * 1,310 * 0.5(1 - 0.5)}{0.5^2 * (1,310 - 1) + 3.841 * 0.5(1 - 0.5)}$$

$n = 298$ ตัวอย่าง

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ จำเป็นต้องใช้ข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มผู้ใช้งานที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด จำนวน 298 ชุด

3.4 วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลในพื้นที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตนั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้องขออนุญาตสถานที่จากผู้บริหารในไฮเปอร์มาร์เก็ต และผู้ให้บริการระบบที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ต เพื่อรับฟังข้อกำหนดในการแจกแบบสอบถามในสถานที่ รูปแบบการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม จะใช้รูปแบบการสุ่มตัวอย่าง แบบชนิดไม่ทราบโอกาสหรือไม่ทราบความน่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่าง (Non-probability sampling) และ การสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental sampling) การเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ได้กำหนดช่วงเวลาที่สำคัญต่อการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ความครอบคลุมการสำรวจด้วยแบบสอบถามในช่วงเวลาที่ผู้ใช้งานที่จอดรถยังอยู่ในไฮเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมี 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่เป็นสมาชิก และผู้ใช้งานทั่วไป จึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน

3.4.1 แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจ ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด ส่วนข้อมูลประเภทความถี่จะอยู่ในรูปแบบอันตรภาคชั้น และข้อมูลที่ทัศนคติจะอยู่ในรูปแบบของ Likert Scale โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อความไม่สับสนและสามารถตอบได้ด้วยตัวเอง ทั้งนี้แบบสอบถามมีจำนวนคำถามทั้งสิ้น 37 ข้อ ได้แบ่งเป็น 5 ส่วน สามารถแยกได้ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลการใช้งานที่จอดรถ จำนวน 5 ข้อ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1.รูปแบบการใช้งานที่จอดรถ คือ วัตถุประสงค์การใช้งานที่จอดรถ ความถี่การใช้งานที่จอดรถ การเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน ระยะเวลาและช่วงเข้าเข้าออกที่จอดรถ 2.ทัศนคติการใช้งานที่จอดรถ คือ ปัจจัยใกล้บ้าน ปัจจัยใกล้ทางด่วน ปัจจัยใกล้ BTS ปัจจัยราคาที่จอดรถ และปัจจัยการมีที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก

2) ข้อมูลการเดินทาง จำนวน 7 ข้อ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1.รูปแบบการเดินทาง คือ การเป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน ความถี่การใช้ระบบขนส่งมวลชน วัตถุประสงค์การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน จำนวนครั้งการเปลี่ยนรูปแบบการสัญจรเพื่อไปทำงาน 2.ทัศนคติการใช้งานระบบขนส่งมวลชน คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระยะเวลาเดินทาง ปัจจัยสถานีอยู่ใกล้บ้าน และปัจจัยสถานีอยู่ใกล้ที่ทำงาน

3) **ข้อมูลการซื้อขายสินค้า** จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ 1.การเป็นสมาชิกไฮเปอร์มาร์เก็ต 2.วันที่ซื้อสินค้า 3.ความถี่ในการซื้อสินค้า 4.ช่วงเวลาซื้อสินค้า 5.ระยะเวลาที่ซื้อสินค้า 6.มูลค่าการซื้อสินค้า 7.ประเภทของสินค้าที่ซื้อ และ 8.กิจกรรมอื่น ๆ ที่ทำให้ไฮเปอร์มาร์เก็ต

4) **ข้อมูลทัศนคติการใช้ที่จอดรถ** จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1.การมีที่จอดรถมีผลต่อการซื้อสินค้า 2.การไม่มีที่จอดรถมีผลต่อการซื้อสินค้า 3.ระยะห่างระหว่างที่จอดรถที่มีผลต่อการใช้งานระบบขนส่งมวลชน และ 4.ระยะห่างระหว่างที่จอดรถที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

5) **ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน** จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ 1.เพศ 2.อาชีพ 3.รายได้ 4.จำนวนครอบครัว 5.ขนาดครอบครัว 6.รูปแบบครอบครัว 7.จำนวนคนที่มีงานทำในครอบครัว 8.จำนวนคนในครอบครัวที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน 9.รูปแบบของที่พักอาศัย และ 10.ข้อมูลด้านที่อยู่อาศัย

3.4.2 การเก็บข้อมูลแบบสอบถามของผู้ใช้งานทั่วไป

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามของผู้ใช้งานทั่วไป จะเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานทั่วไป ที่ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต การเก็บข้อมูลต้องขออนุญาตเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 ก่อน โดยขออนุญาตให้เก็บแบบสอบถามวันละ 100 ชุด การแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลได้เฉพาะพื้นที่ที่อนุญาตให้เก็บข้อมูล ได้แก่ พื้นที่ลานจอดรถทั้งหมดของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 และพื้นที่โถงทางเดินชั้น 1 ภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยวิธีการเก็บข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1) วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามของผู้ใช้งานทั่วไป จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ ลักษณะการเก็บข้อมูลจะเข้าไปสัมภาษณ์ และให้ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลกับทุกคนที่ใช้งานลานจอดรถ เพื่อให้ได้ความครอบคลุมของกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมากที่สุด

2) สถานที่เก็บข้อมูล

สถานที่เก็บข้อมูล จะเก็บข้อมูลในบริเวณพื้นที่จอดแล้วจรของเทสโก้โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสุขุมวิท 50 จำนวน 150 ช่องจอด



Legend ① พื้นที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จุดจอดแล้วจร จำนวน 150 ช่องจอด

ภาพที่ 15 แสดงพื้นที่ตำแหน่งเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม บริเวณลานจอดรถ
ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก Google Earth

3) วันและเวลาในการเก็บข้อมูล

วันที่เก็บข้อมูลได้เลือกวันที่เป็นวันทำงาน คือ เดือน มกราคม ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลาได้แก่ ช่วงเช้า 07.30-08.30น. จำนวน 30 ชุด ช่วงเที่ยง 11.30-13.30น. จำนวน 30 ชุด และช่วงเย็น 16.30-19.00น. จำนวน 40 ชุด และเลือกเก็บวันจันทร์ที่ 22 วันพุธที่ 24 และวันศุกร์ที่ 26 เดือน มกราคม 2561 เพื่อให้ได้ความครอบคลุมของกลุ่มผู้เป้าหมาย ส่วนที่เหลือจะเป็นการแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยจะส่งแบบสอบถามให้ผู้ใช้งานที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตสาธารณะ



ภาพที่ 16 พื้นที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

จากข้อมูลที่เก็บมาทั้งหมด ได้จำนวน 318 ชุด โดยมีจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ไม่ได้เนื่องจากข้อมูลไม่สมบูรณ์จำนวน 72 ชุด และเหลือแบบสอบถามที่ใช้ได้ จำนวน 246 ชุด

3.4.3 การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามของสมาชิกจอตกรายเดือน

รูปแบบการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม การเก็บข้อมูลของกลุ่มผู้ใช้งานทั่วไปจะใช้วิธี การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบ การสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental sampling) ก่อนการเก็บข้อมูล ต้องขออนุญาตผู้ให้บริการที่จอตกรในไฮเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ตก่อน โดยวิธีการแจกแบบสอบถามของสมาชิกที่จอตกร ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการระบบจอตกรภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต เพื่อแจกแบบสอบถาม โดยมีวิธีการดังนี้

1) วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามของผู้ใช้งานทั่วไป จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ ลักษณะการเก็บข้อมูลมี 2 วิธี ได้แก่ 1.ให้ผู้บริการระบบที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นผู้แจกแบบสอบถาม โดยจะแจกแบบสอบถามให้โดยเฉพาะสมาชิก 2.การเก็บด้วยวิธีแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ คือ ให้สำนักงานที่ให้บริการที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต ส่งสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ไปยังสมาชิกเพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลแบบสอบถามที่ได้จะส่งตรงมายังผู้วิจัยโดยตรง โดยสมาชิกที่กรอกแบบสอบถามจะได้รับ สิ้นค้าสมนาคุณเป็นแรงจูงใจ ต่อการกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม

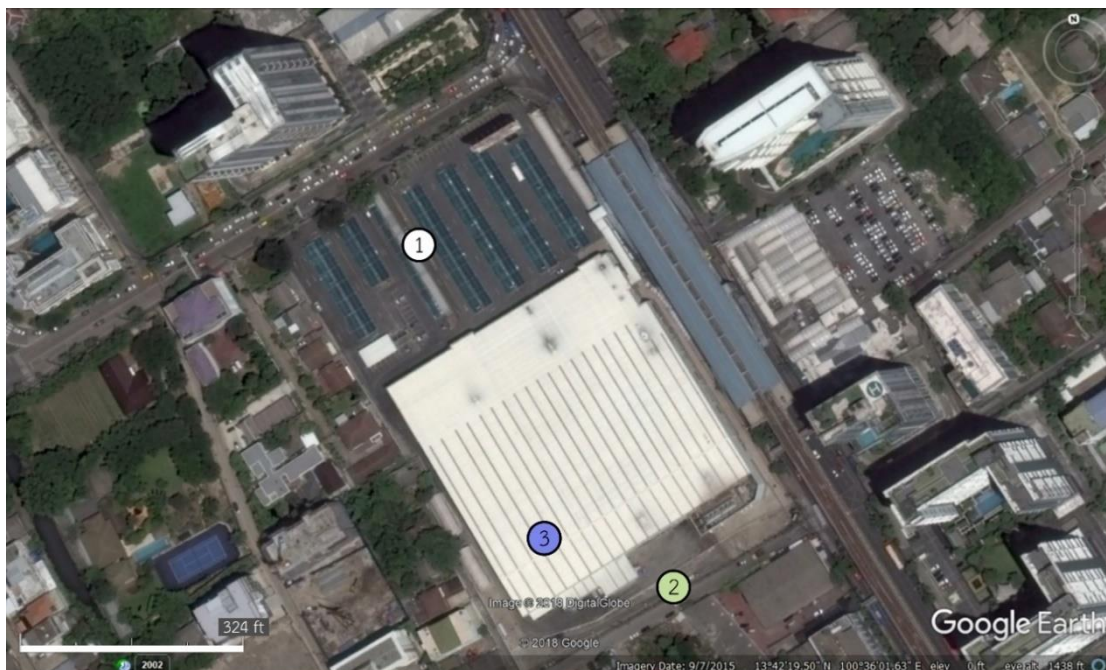
2) สถานที่เก็บข้อมูล

สถานที่เก็บข้อมูลการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกลุ่มที่เป็นสมาชิกที่จอดรถมี 3 แห่ง คือ 1.แจกแบบสอบถามที่บริเวณตู้จำหน่ายบัตรที่จอดรถบริเวณทางเข้าไฮเปอร์มาร์เก็ตโดยจะแจกในช่วงที่สมาชิกผู้ใช้งานที่จอดรถเข้ามาใช้พื้นที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต 2.แจกแบบสอบถามที่สำนักงานของผู้ให้บริการที่จอดรถโดยจะแจกในช่วงเวลาสมาชิกที่จอดรถ เข้ามาติดต่อสำนักงานหรือจ่ายค่าเช่าที่จอดรถรายเดือน และ 3.แจกแบบสอบถามด้วยวิธีแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยจะให้สำนักงานที่ให้บริการที่จอดรถภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต ส่ง e-mail ไปยังสมาชิกเพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลแบบสอบถามที่ได้ของสมาชิกจะส่งตรงมายังผู้วิจัยโดยตรง

3) วันและเวลาในการเก็บข้อมูล

วันและเวลาที่เก็บข้อมูลได้เลือกเดือน มกราคม พ.ศ. 2561 โดยใช้เวลาก่อนเก็บข้อมูล 1 เดือน เพราะสมาชิกผู้ใช้งานที่จอดรถบางคน จะส่งคืนแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วไม่พร้อมกัน หรือสมาชิกบางคนยินดีตอบแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยจะขึ้นกับความสะดวกของสมาชิก จึงได้กำหนดช่วงเวลาเป็น 1 เดือน เพื่อให้สมาชิกที่จอดรถรายเดือน ได้มีเวลากรอกข้อมูลและตามความสะดวกของสมาชิก

จากการแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิกที่จอดรถทั้งหมด 80 ชุด สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 52 ชุด สามารถใช้ได้ทั้งหมด



- Legend
- ① ตำแหน่งแจกแบบสอบถามทางเข้าสู่สมวิท 50
 - ② ตำแหน่งแจกแบบสอบถามทางเข้าสู่สมวิท 52
 - ③ ตำแหน่งแจกแบบสอบถามที่สำนักงาน

ภาพที่ 17 ตำแหน่งแจกแบบสอบถาม ของสมาชิกที่จอตกรรายเดือน
ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงมาจาก Google Earth

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

งานวิจัยพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง จะเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานที่จอดรถ และคุณลักษณะของผู้ใช้ เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์และปัจจัยที่มีผลกับพฤติกรรมการเดินทาง และพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

การใช้สถิติพรรณนาเพื่ออธิบายคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน พฤติกรรมการซื้อสินค้า และคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยใช้รูปแบบการแจกแจงความถี่ของข้อมูล และการแจกแจงแบบตารางไขว้ ที่แสดงเป็นตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อที่ 1 สรุปและอธิบายลักษณะที่สำคัญของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร

2. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะอาศัยเครื่องมือการแจกแจงแบบตารางไขว้ และใช้เครื่องมือทางสถิติ Chi-square เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร (P) ด้วยตัวแปรวัตถุประสงค์การใช้พื้นที่จอดแล้วจรจำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. ผู้ที่จอดแล้วจร 2. ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และ 3. ผู้ที่จอดแล้วซื้อ กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน (T) ด้วยตัวแปรความการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ และพฤติกรรมซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต (S) ด้วยตัวแปรความถี่การซื้อสินค้าตั้งแต่เป็นประจำ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อที่ 2 และสรุปพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมซื้อสินค้าเป็นประจำหรือไม่

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางและการซื้อสินค้า

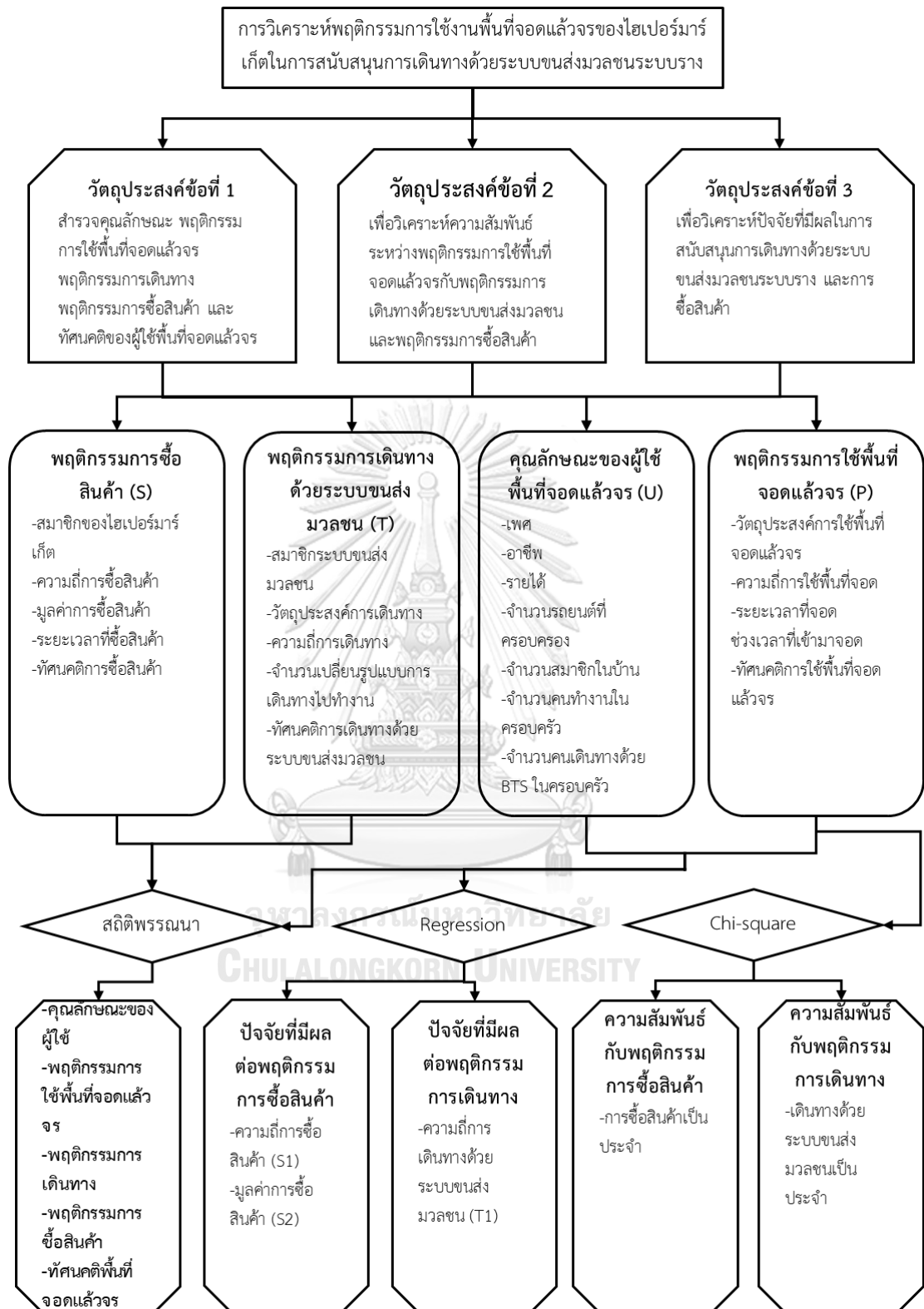
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผล จะอาศัยเครื่องมือวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ Multiple regression เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน (T) และพฤติกรรมการซื้อสินค้า (S) โดยตัวแปรต้นคือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร (P) และคุณลักษณะของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (U) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อที่ 3 และสรุปปัจจัยของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร และคุณลักษณะของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยมีสมการดังนี้

- 1) สมการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทาง

$$T = PX + UX \text{ ยาลัย}$$

- 2) สมการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า

$$S = PX + UX$$



ภาพที่ 18 กรอบวิธีวิจัย (Methodological Framework)

3.6 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1) การเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บข้อมูลเฉพาะใช้งาน งานวิจัยไม่สามารถครอบคลุมข้อมูลผู้บริหารของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการได้ จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลสาเหตุ และนโยบายการกำหนดรูปแบบการให้บริการที่จอดรถ หรือการกำหนดนโยบายที่เอื้อประโยชน์ให้กับผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น การจัดทำความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ หรือ CSR การเพิ่มจำนวนช่องจอดของพื้นที่จอดแล้วจร การเพิ่มจำนวนสมาชิกที่จอดรถรายเดือน เป็นต้น รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับฝั่งผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่เช่าพื้นที่ในไฮเปอร์มาร์เก็ต

2) กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา เป็นกลุ่มผู้ใช้งานลานจอดรถที่ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้ โลตัส สาขาสุขุมวิท 50 เท่านั้น เท่านั้น ไม่ได้ศึกษากลุ่มผู้ใช้งานที่จอดรถในบริเวณอื่นในไฮเปอร์มาร์เก็ต และเก็บเฉพาะช่วงวันเวลาที่เป็นวันทำงานเท่านั้น การเก็บข้อมูลสมาชิกที่จอดรถรายเดือน ทางผู้ให้บริการระบบที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตไม่สามารถ เรียกร้องหรือรบกวนให้สมาชิกที่จอดรถรายเดือน กล่าวคือ สมาชิกมีสิทธิที่จะปฏิเสธความร่วมมือการให้ข้อมูล โดยที่ทางผู้ให้บริการที่จอดรถจะไม่ตามไปทวงเพื่อให้ทำแบบสอบถาม

3) งานวิจัยนี้มุ่งเน้นพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้ โลตัส สาขาสุขุมวิท 50 เป็นพื้นที่ตัวแทนเดียว เพราะต้องการจำกัดกรอบในงานวิจัยไม่ให้เกิดการเปรียบเทียบ หรือความแตกต่างระหว่างพื้นที่ ก่อให้เกิดตัวแปรที่ไม่จำเป็นจนไม่สามารถหาข้อสรุปที่สำคัญได้

4) ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถระบุข้อมูลความถี่ในการเดินทาง ความถี่ในการซื้อของ และมูลค่าการซื้อของแต่ละครั้งได้ จึงกำหนดคำตอบให้เลือกเป็นอันตรภาคชั้น และใช้จุดกึ่งกลางอันตรภาคชั้นเพื่อคำนวณการวิเคราะห์ความถดถอยพหุ (Multiple regression)

บทที่ 4

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง

งานวิจัยพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง จะจำแนกการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลลักษณะผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร เพื่อทราบถึงลักษณะโดยรวมของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต 2. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร เพื่อทราบถึงรูปแบบการใช้พื้นที่จอดแล้วจรและเปรียบเทียบรูปแบบการใช้พื้นที่จอดแล้วจร 3. พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร และวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน 4. พฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร และวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยผลการวิเคราะห์มีดังนี้

4.1 คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

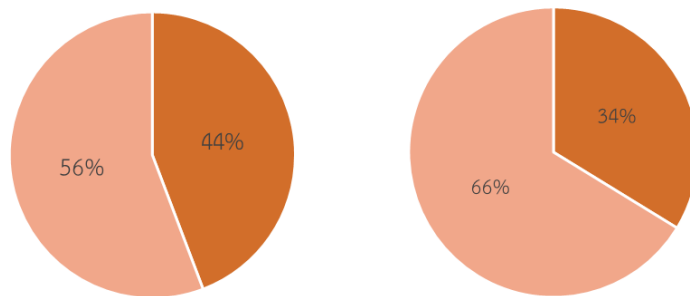
ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตจากทั้งหมด 298 ชุด พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงาน เป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง และอยู่อาศัยบ้านเดี่ยว สัดส่วนการเป็นสมาชิกของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร พบว่า มีผู้เป็นสมาชิกจอตรายเดือน ร้อยละ 17 ส่วนสมาชิกระบบขนส่งมวลชนนั้นมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยผู้มีบัตร Rabbit คิดเป็น ร้อยละ 53 และสมาชิกบัตร Lotus ร้อยละ 60 ลักษณะครัวเรือนของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่มีคอนอศัยหลายคน ผู้อาศัยในครอบครัวมีงานทำหลายคนและมีการครอบครองรถหลายคัน จำนวนคนที่มีงานทำเท่ากับ 2 จำนวนรถยนต์ที่ครอบครองเท่ากับ 1.3 ทำให้ค่าเฉลี่ยจำนวนคนในที่พักอาศัยเท่ากับ 2.9 นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยคนใช้ BTS เป็นประจำในครอบครัวเท่ากับ 1.1 แสดงว่าในครอบครัวส่วนใหญ่ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีคนเดินทางด้วย BTS เป็นประจำอยู่ 1 คน

ตารางที่ 5 คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร	
		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	106	35.57
	หญิง	192	64.43
อาชีพ	ราชการ	19	6.38
	พนักงาน	168	56.38
	นักศึกษา	43	14.43
	ธุรกิจส่วนตัว	47	15.77
	อื่นๆ	21	7.05
สมาชิกที่จอดรถรายเดือน	เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน	52	17.45
	ไม่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน	246	82.55
สมาชิกบัตร Rabbit	เป็นสมาชิกบัตร Rabbit	157	52.68
	ไม่เป็นสมาชิกบัตร Rabbit	141	47.32
สมาชิกบัตร Lotus	เป็นสมาชิกบัตร Lotus	178	59.73
	ไม่เป็นสมาชิกบัตร Lotus	120	40.27
รายได้ (บาท/เดือน)	รายได้น้อย (น้อยกว่า 10,000 บาท)	43	14.43
	รายได้ปานกลาง (10,000-20,000 บาท)	123	41.28
	รายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาท)	132	44.30
ประเภทที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว	165	55.37
	อาคารชุด	133	44.63
	รวม	298	100.00
ค่าเฉลี่ย จำนวนรถยนต์ที่มี		1.35	
Std. Deviation		0.690	
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนในที่พักอาศัย		2.91	
Std. Deviation		1.866	
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนมีงานทำในครอบครัว		2.04	
Std. Deviation		1.257	
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่เดินทางด้วย BTS 3 วันขึ้นไป		1.14	
Std. Deviation		0.774	

เมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงาน โดยเฉพาะผู้ที่ เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนที่มีสัดส่วนอาชีพพนักงานมากถึงร้อยละ 79 และระดับรายได้ของผู้ที่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือนจะเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง ในขณะที่กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกมีรายได้ปานกลาง เมื่อดูการเป็นสมาชิกในระบบขนส่งมวลชน พบว่า เกือบทั้งหมดของผู้ที่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือนเป็นสมาชิกบัตร Rabbit แสดงว่าผู้ที่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางมากกว่า และมีการครอบครองรถยนต์มากกว่าโดยค่าเฉลี่ยการครอบครองรถยนต์ของผู้ที่เป็นสมาชิกเท่ากับ 1.5 ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนเป็นสมาชิกบัตร Rabbit ร้อยละ 44 และมีการครอบครองรถยนต์ 1.3 เมื่อดูจำนวนคนที่พักอาศัยในครอบครัวผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า หมายความว่าผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนอยู่อาศัยเป็นครอบครัวใหญ่กว่าผู้ที่ เป็นสมาชิก ซึ่งค่าเฉลี่ยจำนวนคนในที่พักอาศัยของผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนเท่ากับ 2.9 ในขณะที่ผู้เป็นสมาชิกเท่ากับ 2.62

สมาชิกจอดรถรายเดือน ไม่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน

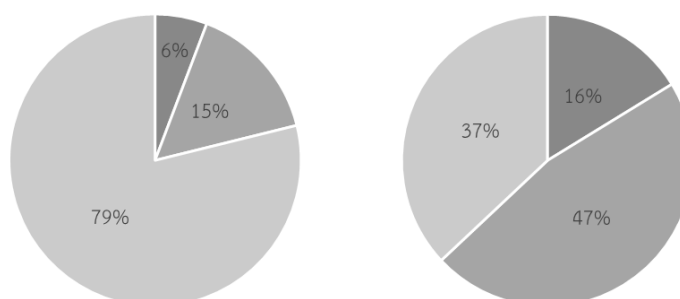


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 1 สัดส่วนเพศระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน

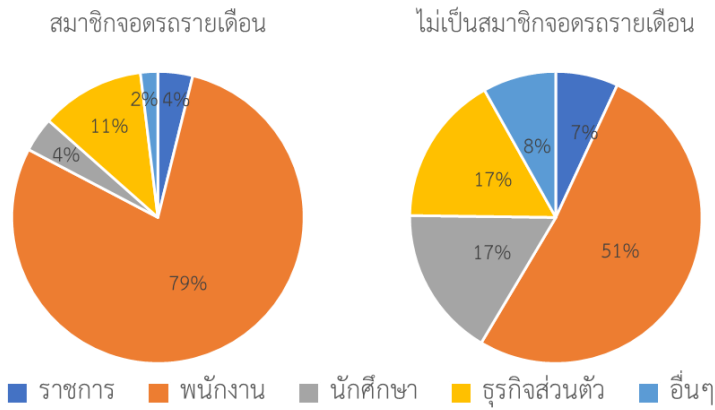
สมาชิกจอดรถรายเดือน

ไม่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน

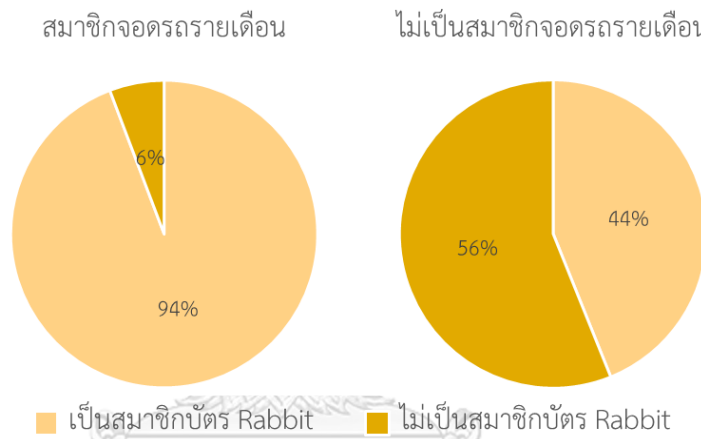


■ รายได้น้อย (น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน) ■ รายได้ปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน)
■ รายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาท/เดือน)

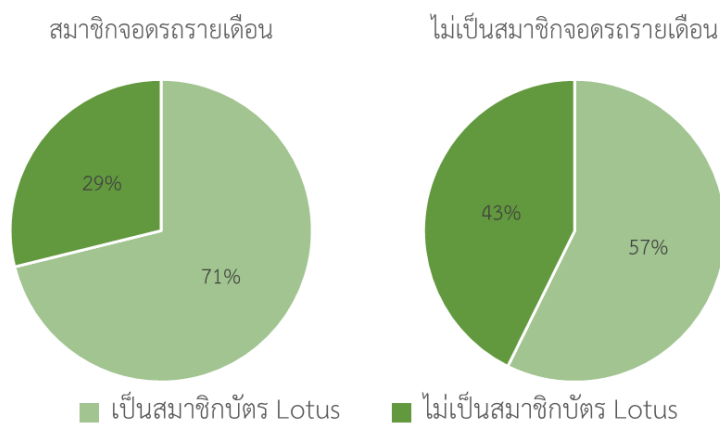
แผนภูมิที่ 2 สัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน



แผนภูมิที่ 3 สัดส่วนอาชีพระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน



แผนภูมิที่ 4 สัดส่วนการเป็นสมาชิกบัตร Rabbit ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน



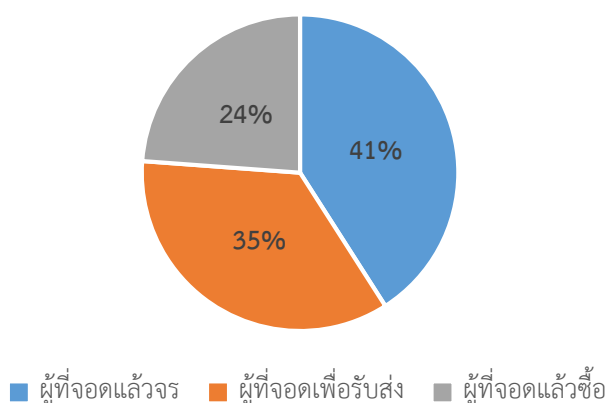
แผนภูมิที่ 5 สัดส่วนการเป็นสมาชิกบัตร Rabbit ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน

ตารางที่ 6 คุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ระหว่างกลุ่มที่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน และไม่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน	สมาชิกจอดรถรายเดือน	ไม่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน	รวม
ค่าเฉลี่ย จำนวนรถยนต์ที่มี	1.56	1.30	1.35
Std. Deviation	1.00	0.60	0.69
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนในที่พักอาศัย	2.62	2.97	2.91
Std. Deviation	1.65	1.91	1.87
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนมีงานทำในครอบครัว	1.75	2.10	2.04
Std. Deviation	0.71	1.34	1.26
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่เดินทางด้วย BTS	1.33	1.10	1.14
Std. Deviation	0.51	0.81	0.77

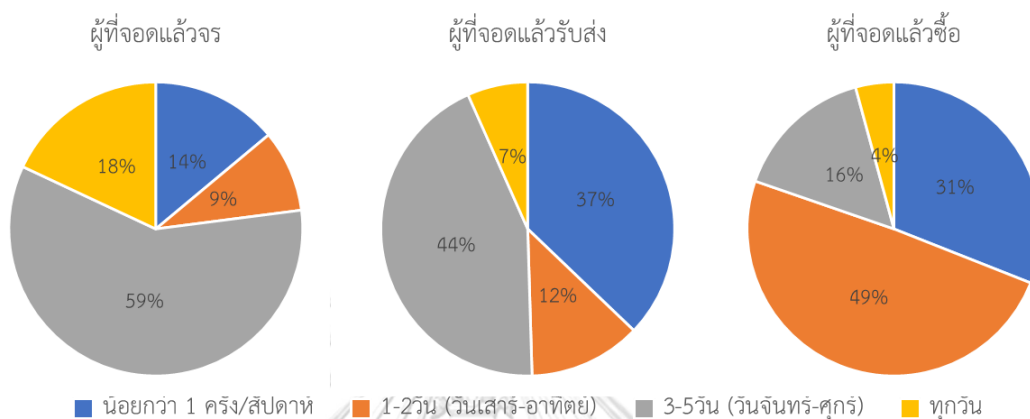
4.2 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

พฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต จะใช้วัตถุประสงค์การใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ที่จอดแล้วจร ร้อยละ 41 ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง ร้อยละ 35 และผู้ที่จอดแล้วซื้อ และผู้ที่จอดแล้วซื้อ ร้อยละ 24 จะเห็นว่าผู้ที่จอดแล้วรับส่งมีสัดส่วนเท่ากับผู้ที่จอดแล้วจรไม่มาก



แผนภูมิที่ 6 สัดส่วนผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร

เมื่อวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือการแจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstabs) เพื่อแสดงถึงพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้งานทั้ง 3 ประเภท วิเคราะห์ความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร พบว่าผู้ที่จอดแล้วจร และผู้ที่จอดแล้วรับส่ง ส่วนใหญ่ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเป็นประจำ โดยมีความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร 3-5 วัน/สัปดาห์ (วันจันทร์-ศุกร์) ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วซื้อมีความถี่การใช้งานที่จอดรถ 1-2 วัน/สัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์)

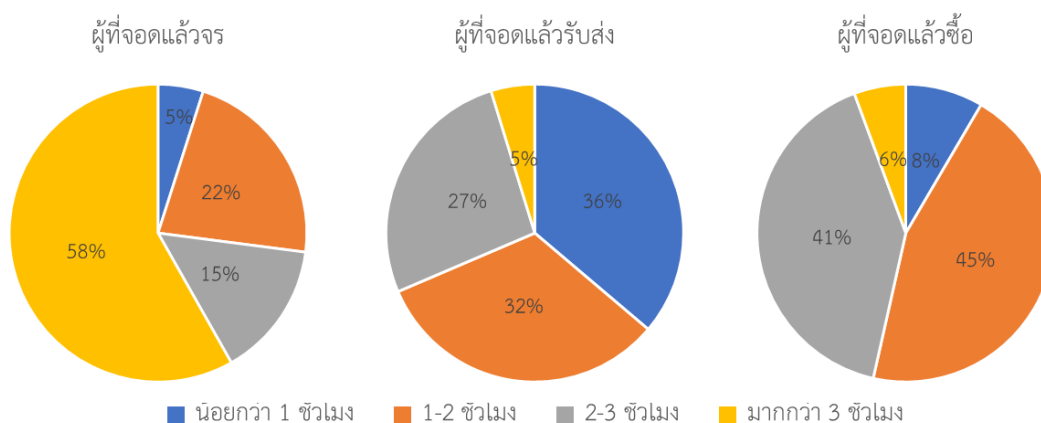


แผนภูมิที่ 7 เปรียบเทียบความถี่การใช้งานของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

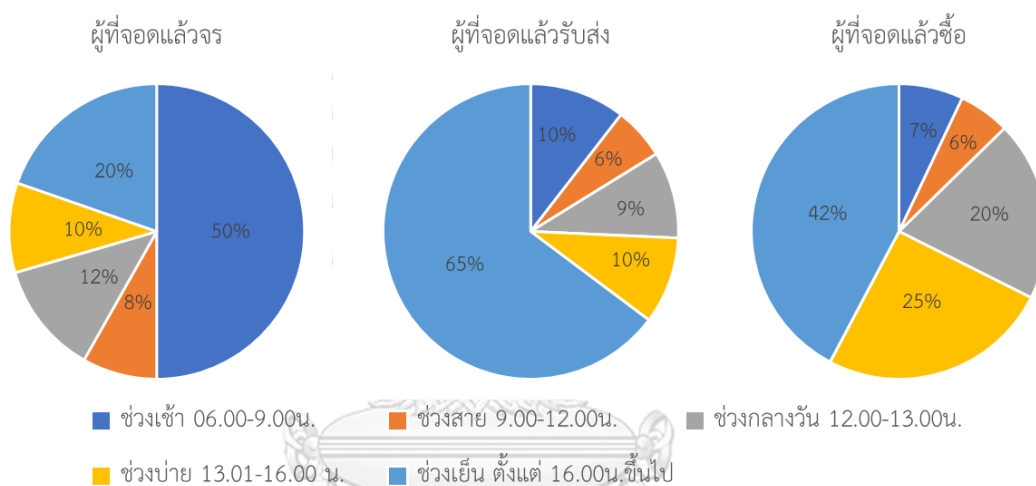
เมื่อพิจารณาระยะเวลาจอดรถและเวลาเข้ามาจอดรถในพื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร พบว่า ระยะเวลาจอดของผู้ที่จอดแล้วจรมักจะจอดรถเป็นเวลานาน โดยส่วนใหญ่จะจอดรถเกิน 3 ชั่วโมง และมักจะจอดรถในช่วงเช้า (06.00 น.-09.00 น.) ค่าเฉลี่ยเวลาจอดรถเท่ากับ 6 ชั่วโมง 43 นาที มากกว่าผู้ที่จอดแล้วรับส่งและผู้ที่จอดแล้วซื้อ ที่จะจอดรถเป็นระยะเวลาที่สั้นและมักจะเข้ามาจอดในช่วงเย็น (เวลาหลัง 16.00 น.) ค่าเฉลี่ยเวลาจอดรถเท่ากับ 1 ชั่วโมง 16 นาที และ 1 ชั่วโมง 39 นาที ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยระยะเวลาจอดในพื้นที่จอดแล้วจร ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ระยะเวลาจอด	ผู้ที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	รวม
ค่าเฉลี่ย (นาที)	343.81	76.95	99.58	191.59
Std. Deviation	243.10	69.94	70.53	207.73



แผนภูมิที่ 8 เปรียบเทียบความถี่การใช้งานของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

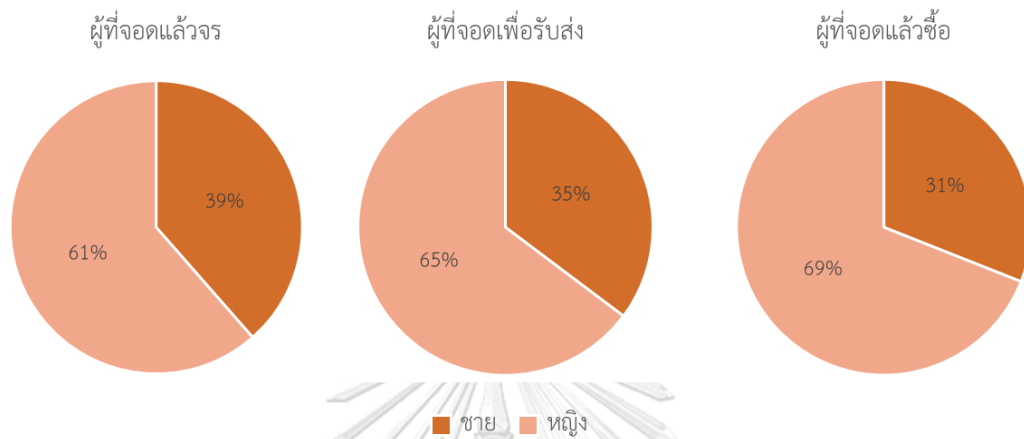


แผนภูมิที่ 9 เปรียบเทียบระยะเวลาที่เข้ามาจอดของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

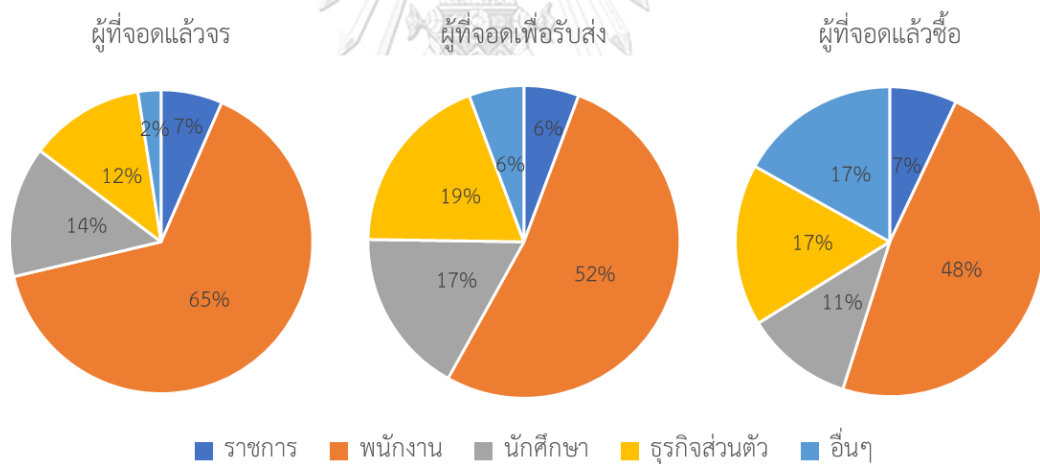
4.2.1 คุณลักษณะของผู้ใช้จำแนกตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจร

คุณลักษณะของผู้ใช้งานเมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่แตกต่างกันพบว่า ผู้ใช้งานทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงาน ผู้ที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้สูงพักอาศัยอยู่บ้านเดี่ยว ในขณะที่ส่วนผู้ที่จอดแล้วรับส่งเป็นผู้รายได้ปานกลางพักอาศัยอยู่บ้านเดี่ยว ส่วนผู้ที่จอดแล้วซื้อจะเป็นผู้มีรายได้ปานกลางพักอาศัยอยู่ในอาคารชุด เมื่อพิจารณาจำนวนผู้พักอาศัย จำนวนคนมีงานทำพบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่มีลักษณะอยู่เป็นครอบครัว โดยเฉพาะผู้ที่จอดแล้วรับส่งที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวนคนในครอบครัว และจำนวนคนมีงานทำมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.3 และ 2.9 ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วจรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.5 และ 1.7 ส่วนผู้ที่จอดแล้วซื้อมีค่าเฉลี่ย 2.8 และ 1.9 เมื่อดูจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท มีค่าเฉลี่ย

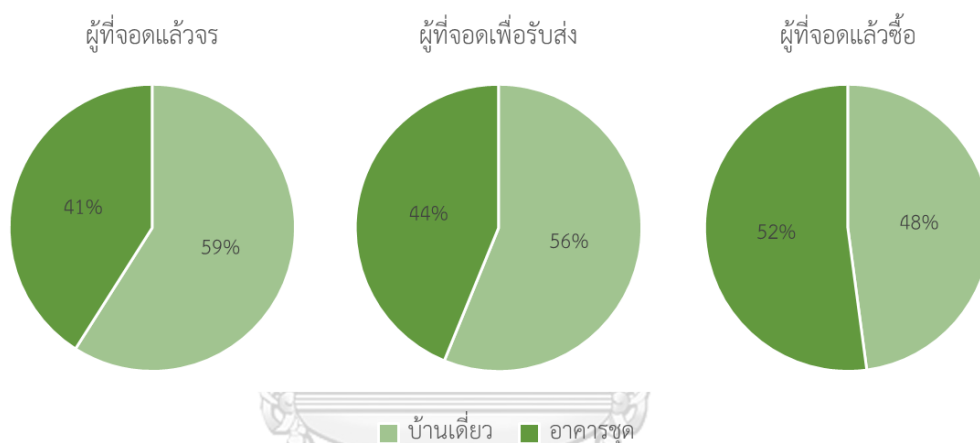
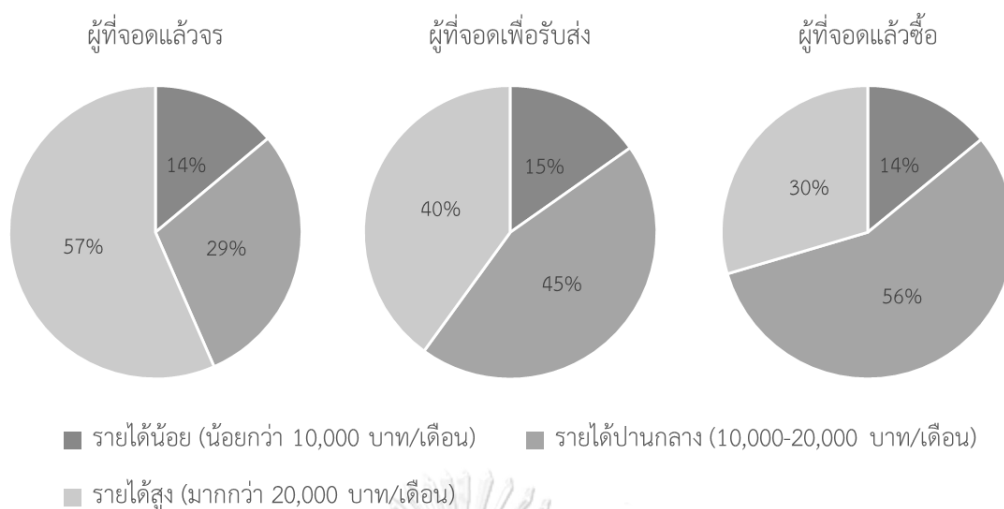
จำนวนรถยนต์ที่ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่มีรถยนต์ 1 คัน โดยผู้ที่จอดแล้วจร ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และ ผู้ที่จอดแล้วซื้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.39 1.32 และ 1.30 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำนวนคนที่ทำงาน และจำนวนรถที่ครอบครอง จะเป็นว่าผู้ที่จอดแล้วรับส่งมีจำนวนคนที่มียานพาหนะในครอบครัวยาวมากที่สุด แต่มีการใช้รถยนต์น้อยกว่าผู้ที่จอดแล้วจร



แผนภูมิที่ 10 สัดส่วนเพศของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท



แผนภูมิที่ 11 สัดส่วนอาชีพของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท



ตารางที่ 8 ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน	ผู้ที่จอดแล้ว จร	ผู้ที่จอดแล้ว รับส่ง	ผู้ที่จอดแล้ว ซื้อ	รวม
ค่าเฉลี่ยจำนวนรถยนต์ที่มี	1.39	1.32	1.30	1.35
Std. Deviation	0.777	0.686	0.518	0.690
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่พักอาศัย	2.56	3.36	2.85	2.91
Std. Deviation	1.662	2.135	1.644	1.866
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนมีงานทำในครอบครัว	1.72	2.46	1.97	2.04
Std. Deviation	1.023	1.513	1.028	1.257
ค่าเฉลี่ยจำนวนคน que ไปทำงานด้วย BTS	1.34	1.05	0.94	1.14
Std. Deviation	0.584	0.881	0.826	0.774

4.2.2 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภทมีความเห็นการใช้พื้นที่จอดแล้วจรคล้ายกัน โดยผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญเรื่องพื้นที่จอดแล้วจรอยู่ใกล้ BTS มากที่สุด รองลงมาคือ การมีที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภทไม่ต้องการเสียเวลาเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง และไม่อยากเสียค่าที่จอดรถมากโดยเฉพาะผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และผู้ที่จอดแล้วซื้อที่ส่วนใหญ่ จอดรถไม่เกิน 3 ชั่วโมง ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ที่จอดแล้วจร

ตารางที่ 9 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

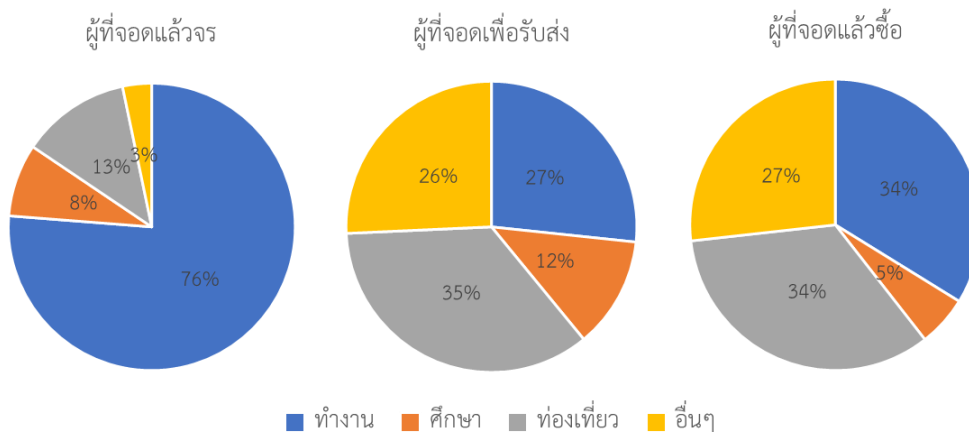
พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	รวม
		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ใกล้บ้าน	3.88	3.87	4.06	3.89
	ใกล้ทางด่วน	3.12	3.32	2.89	3.17
	ใกล้สถานี BTS	4.65	4.54	4.52	4.58
	ราคาที่จอดรถ	3.71	3.89	4.16	3.89
	การมีที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก	3.90	4.60	4.71	4.37

4.3 พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

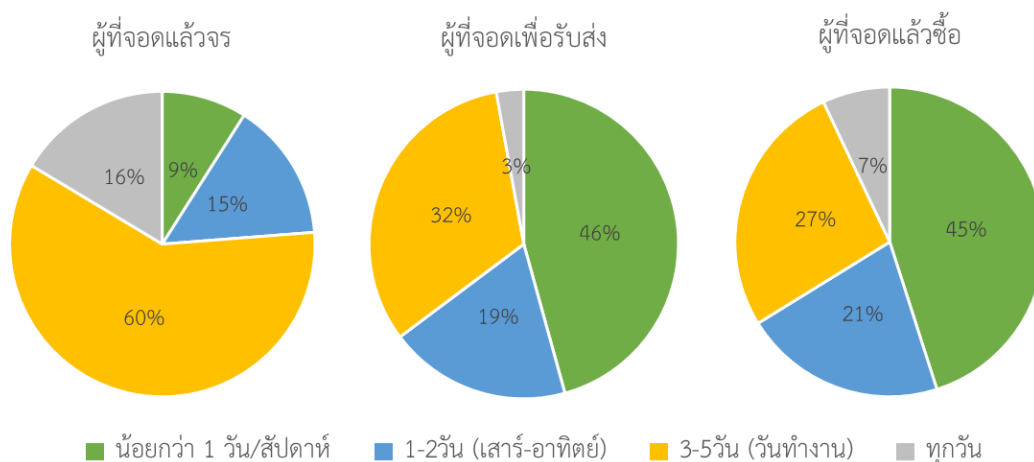
พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร จะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1.พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนจำแนกตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจร 2. ทักษะการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน 3. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน 4. ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพื่อเข้าใจลักษณะการเดินทางของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรแต่ละประเภท พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่มีความสัมพันธ์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

4.3.1 พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนจำแนกตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจร

การวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน จะใช้เครื่องมือการแจกแจงแบบตารางไขว้ จำแนกพฤติกรรมการเดินทางตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่มักจะเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพื่อไปทำงาน โดยมีสัดส่วนมากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัด คิดเป็นร้อยละ 76 ของผู้ที่จอดแล้วแล้วจร และมีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน 3-5วัน/สัปดาห์ ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วรับส่งและผู้จอดแล้วซื้อมักจะเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพื่อเที่ยว และมีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนน้อยกว่าผู้ที่จอดแล้วจร เพราะผู้ที่จอดแล้วจรมีวัตถุประสงค์การเดินทางคือไปทำงานจึงต้องใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเป็นประจำ ค่าเฉลี่ยจำนวนเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางไปทำงานของผู้ที่จอดแล้วจรเท่ากับ 2.1 ส่วนผู้ที่จอดแล้วรับส่งและผู้จอดแล้วซื้อเท่ากับ 1.5 แสดงเห็นว่าผู้ที่จอดแล้วจรเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางจากการขับรถส่วนตัวเข้าสู่ระบบขนส่งมวลชน จึงมีจำนวนเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางไปทำงานมากกว่า ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วรับส่งและผู้จอดแล้วซื้อมักจะขับรถยนต์ไปทำงานมากกว่า



แผนภูมิที่ 14 สัดส่วนอาชีพของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท



แผนภูมิที่ 15 ความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ใช้พื้นที่จองแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยจำนวนการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางไปทำงานของผู้ใช้พื้นที่จองแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

จำนวนการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางไปทำงาน	ผู้ที่จองแล้วจร	ผู้ที่จองแล้วรับส่ง	ผู้ที่จองแล้วซื้อ	รวม
ค่าเฉลี่ย	2.13	1.54	1.59	1.8
Std. Deviation	0.852	0.694	0.785	0.83

4.3.2 ทักษะการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

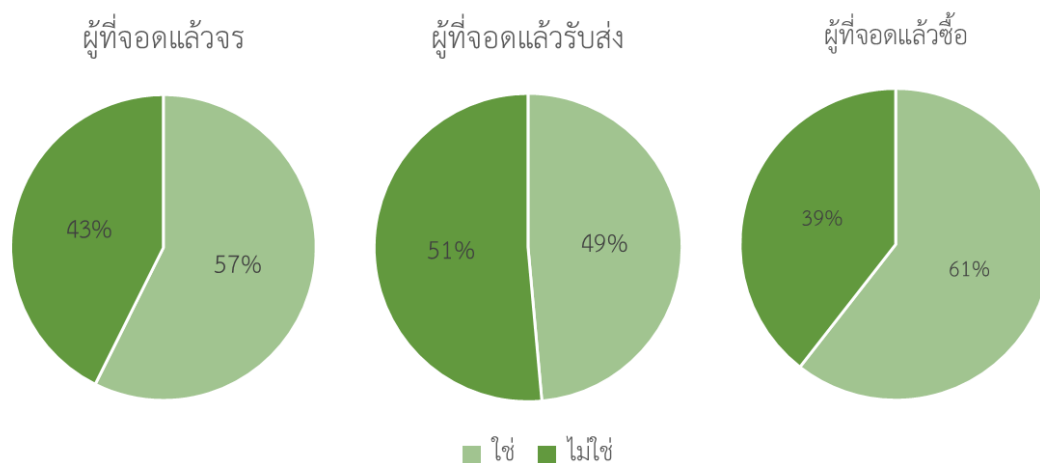
ทักษะการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าของผู้ใช้งานพื้นที่จองแล้วจร พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จองแล้วจรทั้ง 3 ประเภท ใกล้เคียงกัน โดยให้ความเห็นเรื่องการใช้เวลาเดินทางลดลงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากที่สุด และผู้ที่จองแล้วจรยังให้ความสำคัญเรื่องสถานีอยู่ใกล้ที่ทำงานมากกว่าผู้ใช้งานทั้ง 2 ประเภท เพราะการใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางมีประสิทธิภาพมากกว่าการขับรถยนต์ และการที่สถานีอยู่ใกล้ที่ทำงาน ทำให้ผู้ที่จองแล้วจรใช้เวลาเดินทางไปทำงานน้อยกว่าการขับรถยนต์

ตารางที่ 11 ทักษะการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร		ผู้จอดแล้ว จร	ผู้จอดแล้ว รับส่ง	ผู้จอดแล้ว ซื้อ	รวม
		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ทัศนคติการเดินทางด้วย ระบบขนส่งมวลชน	ราคาถูก	3.35	3.41	3.67	3.44
	ใช้เวลาเดินทางลดลง	4.79	4.73	4.87	4.79
	สถานีอยู่ใกล้บ้าน	3.87	3.89	4.15	3.94
	สถานีอยู่ใกล้ที่ทำงาน	4.43	4.18	4.16	4.28

ทัศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจร และผู้ที่จอดแล้วซื้อ ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพราะพื้นที่จอดแล้วจรอยู่ติดกับสถานี แสดงว่าผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรไม่ต้องการเสียเวลาเพื่อเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง และไม่ต้องการให้พื้นที่จอดแล้วจรอยู่ไกลจากสถานีมาก โดยค่าระยะห่างจากสถานีผู้จอดแล้วจรให้ความเห็นว่าไม่ควรเกิน 121 เมตร ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง 115 และผู้ที่จอดแล้วซื้อ 84 เมตร โดยค่าเฉลี่ยระยะห่างของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้งหมดทั้งหมดไม่ควรเกิน 107 เมตร

ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพราะอยู่ติดกับสถานี



แผนภูมิที่ 16 ทักษะการเดินทางด้วยพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

ตารางที่ 12 ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้พื้นที่จอดแล้วจร ทั้ง 3 ประเภท

ทศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน	ผู้จอดแล้วจร	ผู้จอดแล้วจรรับส่ง	ผู้จอดแล้วจรซื้อ	รวม
ค่าเฉลี่ยระยะทางที่เหมาะสม	121.35	115.22	84.08	107.80
Std. Deviation	225.510	204.852	169.534	197.188

4.3.3 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน โดยใช้สถิติทดสอบ Chi-square เพื่อหาความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรแต่ละประเภท กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน โดยแบ่งจากพฤติกรรมการเดินทางด้วย BTS 3 วันขึ้นไป อยู่ในรูปแบบ 1 และ 0 ตัวแปรต้น คือ ประเภทของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท และตัวแปรตาม คือ การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ โดยมีสมมติฐานดังนี้

H0 : พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

H1 : พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับ พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน		
Chi-Square Tests	Value	P-value
Pearson Chi-Square	49.897	0.000

จากตารางวิเคราะห์ Chi-square พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.000-0.050 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 คือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน ดังในตารางที่

14 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่จอดแล้วจรมีสัดส่วนการใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเดินทางเป็นประจำมากกว่า เพราะส่วนใหญ่ผู้ที่จอดแล้วจรมีสัดส่วนการใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางไปทำงาน แตกต่างกับผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีประเภทอื่น โดยมากกว่า 3 ใน 4 ของผู้ที่จอดแล้วจรมีสัดส่วนการใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเป็นประจำ ในขณะที่ผู้ใช้งานประเภทอื่น ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเดินทางเป็นประจำ

ตารางที่ 14 การแจกแจงตารางไขว้แสดงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีกับการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ

Crosstabulation			พฤติกรรมการเดินทาง		Total
			ไม่ได้ใช้ BTS เดินทางเป็น ประจำ	ใช้ BTS เดินทางเป็น ประจำ	
พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรมี	ผู้ที่จอดแล้วจรมี	Count	29	93	122
		% within วิถีประสงค การใช้ที่จอด	23.8%	76.2%	100.0%
	ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง	Count	68	37	105
		% within วิถีประสงค การใช้ที่จอด	64.8%	35.2%	100.0%
	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	Count	47	24	71
		% within วิถีประสงค การใช้ที่จอด	66.2%	33.8%	100.0%
Total	Count	144	154	298	
	% within วิถีประสงค การใช้ที่จอด	48.3%	51.7%	100.0%	

4.3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน โดยใช้สถิติทดสอบ Regression เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์จากสูตร

$$T1 = \beta_0 + \beta_1 P_1 + \beta_2 P_2 + \beta_3 P_3 + \beta_4 P_4 + \beta_5 U_1 + \beta_6 U_2 + \beta_7 U_3 + \beta_8 U_4 + \beta_9 U_5 + \beta_{10} U_6 + e$$

ตัวแปรตาม คือ $T1 =$ ความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน (ครั้ง/สัปดาห์)

$e =$ ค่าความคลาดเคลื่อน

$\beta =$ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

เนื่องจากการเก็บข้อมูล ทำให้ข้อมูลบางส่วนเป็นข้อมูลอันดับภาคขึ้น จึงจำเป็นต้องแปรข้อมูลเป็นจุดกึ่งกลางอันดับภาคขึ้นก่อน เพื่อหาค่าเฉลี่ยของความถี่ก่อนการวิเคราะห์ และกำหนดตัวแปรต้นจากพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร และคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยตัวแปรต้นมีดังนี้

ตัวแปรพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่

$P_1 =$ ผู้ที่จอดแล้วจร

$P_2 =$ ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (ครั้ง/สัปดาห์)

$P_3 =$ เข้ามาจอดรถในช่วงเช้า

$P_4 =$ จอดรถมากกว่า 3 ชั่วโมง/ครั้ง

ตัวแปรคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่

$U_1 =$ เพศหญิง

$U_2 =$ ผู้มีรายได้สูง

$U_3 =$ อาชีพพนักงาน

$U_4 =$ สมาชิกที่จอดรถรายเดือน

$U_5 =$ สมาชิกระบบขนส่งมวลชน

$U_5 =$ จำนวนรถยนต์ที่ครอบครอง

$U_6 =$ อัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานในครอบครัวมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1

จากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศหญิง ผู้มีรายได้สูง สมาชิกที่จอดรถรายเดือน จำนวนรถยนต์ที่ครอบครอง สมาชิก ระบบขนส่งมวลชน ผู้ที่จอดแล้วจร โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

- **เพศหญิง** มีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากกว่าเพศชาย 0.64 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะว่าคุณใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ทำให้ผลการวิเคราะห์ความถี่การเดินทางเพศหญิงจึงมีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากกว่าเพศชาย

- **ผู้มีรายได้สูง** มีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนน้อยกว่าผู้มีรายได้กลุ่มอื่น 0.44 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ปานกลางและผู้มีรายได้น้อย และมีความถี่การเดินทาง ความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากกว่าผู้มีรายได้สูง

- **สมาชิกที่จอดรถรายเดือน** มีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากกว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรที่ไม่ได้เป็นสมาชิก 1 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะว่าคุณที่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และมีความถี่การเดินทางมากกว่ากลุ่มผู้ใช้งานที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

- **จำนวนรถยนต์ที่ครอบครอง** ที่เพิ่มขึ้น 1 คัน มีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพิ่มขึ้น 0.27 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% เพราะจำนวนรถที่ครอบครองของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีมากกว่าผู้ใช้งานอีก 2 ประเภท และใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเป็นประจำ จึงเป็นสาเหตุให้จำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อความถี่การเดินทางที่เพิ่มขึ้น

- **สมาชิกระบบขนส่งมวลชน** มีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน 1.98 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะกลุ่มผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่เป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน โดยเฉพาะสมาชิกที่จอดรถรายเดือนที่มีการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ โดยร้อยละ 94 ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรที่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน เป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน

- **ผู้ที่จอดแล้วจร** มีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากกว่าพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น 1.50 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะผู้ที่จอดแล้วจรใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางไปทำงาน และมีความถี่การเดินทางมากกว่าประเภทอื่น

เมื่อพิจารณาค่า Coefficients พบว่า ตัวแปรที่สนับสนุนความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากที่สุด คือ สมาชิกระบบขนส่งมวลชน รองลงมา คือ ผู้ที่จอดแล้วจร

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน กับคุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การเดินทาง (ครั้ง/สัปดาห์)		Coefficients	P-value
คุณลักษณะผู้ใช้งาน	เพศหญิง	0.641	0.003**
	ผู้มีรายได้สูง	-0.444	0.049**
	อาชีพพนักงาน	-0.210	0.335
	สมาชิกที่จอดรถรายเดือน	1.004	0.014**
	สมาชิกระบบขนส่งมวลชน	1.989	0.000**
	จำนวนรถยนต์ที่ครอบครอง	0.276	0.084*
	อัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานในครอบครัวมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1	-0.021	0.929
พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วจร	1.508	0.000**
	ความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร (ครั้ง/สัปดาห์)	0.050	0.334
	เข้ามาจอดรถในช่วงเช้า	0.373	0.231
	จอดรถมากกว่า 3 ชั่วโมง/ครั้ง	0.297	0.295
R Square		0.405	
Adjusted R Square		0.382	
Std. Error of the Estimate		1.747	

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (P-value < 0.05)

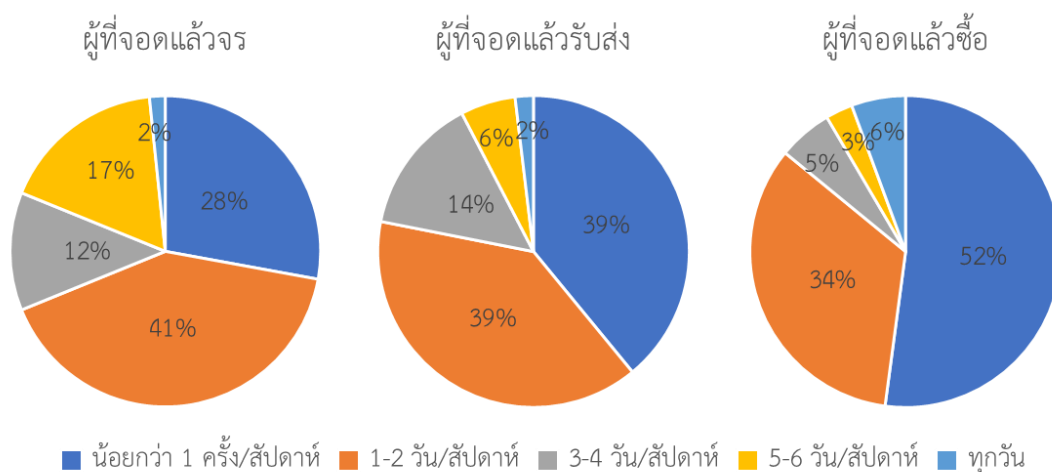
* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% (P-value < 0.10)

4.4 พฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร จะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. พฤติกรรมการซื้อสินค้าจำแนกตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจร 2. ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต 3. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต 4. ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่พฤติกรรมการซื้อสินค้า เพื่อเข้าใจลักษณะการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรแต่ละประเภท พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่มีความสัมพันธ์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

4.4.1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าจำแนกตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจร

การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้า จะใช้เครื่องมือวิเคราะห์การแจกแจงแบบตารางไขว้ จำแนกพฤติกรรมการซื้อสินค้าตามลักษณะพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรและผู้จอดแล้วรับส่ง จะซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตบ่อยกว่าผู้ที่จอดแล้วซื้อ ส่วนใหญ่ผู้ที่จอดแล้วจรและผู้จอดแล้วรับส่งมีความถี่การซื้อสินค้า 1-2 วัน/สัปดาห์ แต่ผู้ที่จอดแล้วซื้อจะซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ โดย ร้อยละ 72 ของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นผู้ที่จอดแล้วจรและซื้อ (Shopper) และผู้ที่จอดแล้วจรเป็นกลุ่มที่มีค่าสัดส่วนความถี่ซื้อสินค้าตั้งแต่ 3 วัน/สัปดาห์มากกว่าผู้ใช้งานทั้ง 2 ประเภท



แผนภูมิที่ 17 ความถี่การซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ค่าเฉลี่ยระยะเวลาซื้อสินค้า และมูลค่าการซื้อของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภทมีระยะเวลาซื้อสินค้าใกล้เคียงกัน และค่าเฉลี่ยระยะเวลาซื้อสินค้าของผู้ที่จอดแล้วจรเท่ากับ 1 ชั่วโมง 15 นาที ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1 ชั่วโมง 23

นาที และผู้ที่จอดแล้วซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1 ชั่วโมง 18 นาที แต่มูลค่าสินค้าผู้ที่จอดแล้วรับส่งจะซื้อสินค้ามากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น โดยค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้าเท่ากับ 951 บาท/ครั้ง ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วจรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 895 บาท/ครั้ง และผู้ที่จอดแล้วซื้อค่าเฉลี่ยเท่ากับ 786 บาท/ครั้ง จะเห็นว่าผู้ที่จอดแล้วรับส่งมีความถี่การซื้อสินค้าน้อยกว่าผู้ที่จอดแล้วจรม แต่กลับเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้ามากกว่าผู้ที่จอดแล้วจรม

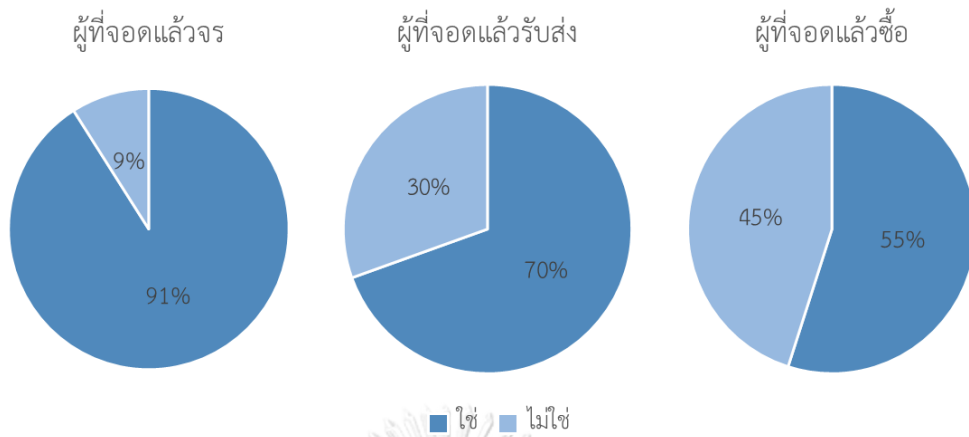
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยระยะเวลาซื้อสินค้า (นาที) และมูลค่าการซื้อสินค้า (บาท) ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมทั้ง 3 ประเภท

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรม	ผู้ที่จอดแล้วจรม	ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	รวม
ค่าเฉลี่ยระยะเวลาที่ซื้อสินค้า (นาที)	74.92	83.33	77.96	78.61
Std. Deviation	39.595	43.537	37.783	40.651
ค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้า (บาท)	895.49	951.43	786.62	889.26
Std. Deviation	642.117	672.09	658.947	657.566

4.4.2 ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

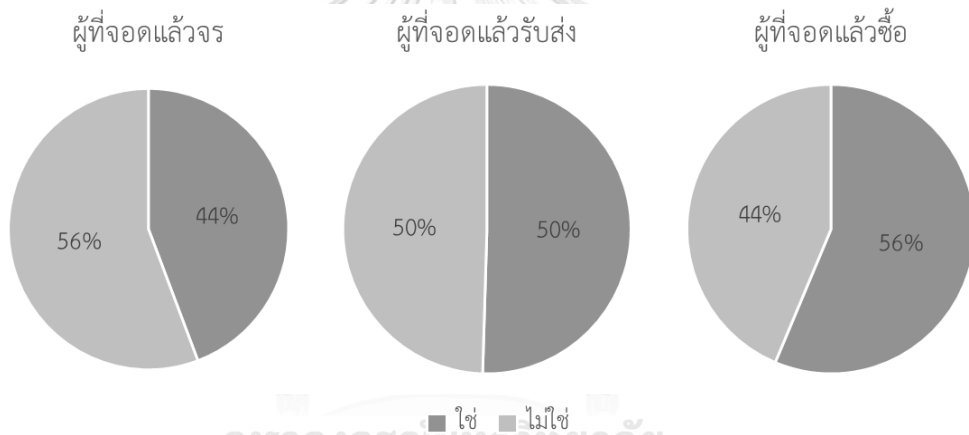
ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรม พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพราะมีที่จอดรถ โดยเฉพาะผู้ที่จอดแล้วจรมมีสัดส่วนซื้อสินค้าเพราะมีที่จอดมากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัดที่ ร้อยละ 90 แต่ถ้าไม่มีที่จอดผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมจะซื้อสินค้าหรือไม่ พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรมเลือกที่จะไม่ซื้อสินค้าถ้าไม่มีที่จอดรถ แต่ผู้ที่จอดแล้วรับส่งและจอดแล้วซื้อ ยังคงซื้อสินค้าอยู่ถึงแม้จะไม่มีที่จอดรถ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่จอดแล้วจรมให้ความสำคัญกับที่จอดรถเพื่อซื้อสินค้ามากกว่าผู้ใช้งานอื่น และผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมทั้ง 3 ประเภท เลือกที่จะซื้อสินค้าเพราะไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ติดกับสถานี โดยค่าเฉลี่ยระยะห่างระหว่างไฮเปอร์มาร์เก็ตและสถานีรถไฟฟ้า ผู้ที่จอดแล้วจรมให้ความเห็นว่าไม่ควรเกิน 128 เมตร ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง 148 เมตร และผู้ที่จอดแล้วซื้อ 77 เมตร แสดงให้เห็นว่าเหตุผลที่ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมทั้ง 3 ประเภท ซื้อสินค้าเพราะไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ใกล้กับสถานี โดยระยะห่างระหว่างไฮเปอร์มาร์เก็ตกับสถานี ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมทั้งหมดให้ความเห็นว่าไม่ควรเกิน 123 เมตร

ทัศนคติซื้อสินค้าเพราะมีที่จอดรถ



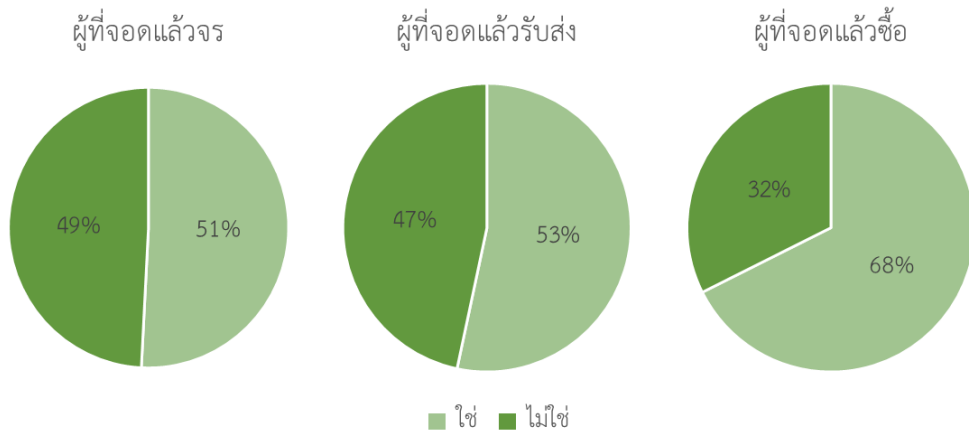
แผนภูมิที่ 18 ทัศนคติการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ทัศนคติซื้อสินค้าถึงแม้จะไม่มีที่จอด



แผนภูมิที่ 19 ทัศนคติการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ซื้อสินค้าเพราะไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ติดกับสถานี



แผนภูมิที่ 20 ทัศนคติการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ตารางที่ 17 ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท

ทศนคติการซื้อพื้นที่จอดแล้วจร เพื่อซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต	ผู้ที่จอดแล้ว จร	ผู้ที่จอดแล้ว รับส่ง	ผู้ที่จอดแล้ว ซื้อ	รวม
ค่าเฉลี่ยระยะห่างที่เหมาะสม	128.7295	148.5714	77.04225	123.406
Std. Deviation	207.0718	335.5863	139.5134	249.4821

4.4.3 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการซื้อสินค้าเป็นประจำ โดยใช้สถิติทดสอบ Chi-square เพื่อหาความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรแต่ละประเภทกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า โดยแบ่งจากความถี่การซื้อสินค้ามากกว่า 3 วันขึ้นไป อยู่ในรูปแบบ 1 และ 0 ตัวแปรต้น คือ ประเภทของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท และตัวแปรตาม คือ การซื้อสินค้าเป็นประจำ โดยมีสมมติฐานดังนี้

H0 : พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า

H1 : พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการซื้อสินค้าเป็นประจำ

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับ พฤติกรรมการซื้อสินค้า		
Chi-Square Tests	Value	P-value
Pearson Chi-Square	7.529	0.023

จากตารางวิเคราะห์ Chi-square พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.023 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.000-0.050 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 คือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ดังในตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่จอดแล้วจรมีการซื้อสินค้าเป็นประจำมากกว่า เพราะผู้ที่จอดแล้วจรมีสัดส่วนการซื้อสินค้าตั้งแต่ 3 วัน/สัปดาห์ แตกต่างกับผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น โดยมากกว่าร้อยละ 30 ของผู้ที่จอดแล้วจรมีการซื้อสินค้าเป็นประจำ

ตารางที่ 19 การแจกแจงตารางไขว้แสดงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับการซื้อสินค้าเป็นประจำ

Crosstabulation			พฤติกรรมการซื้อสินค้า		Total
			ไม่ได้ซื้อสินค้าเป็นประจำ	ซื้อสินค้าเป็นประจำ	
พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วจร	Count	84	38	122
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	68.9%	31.1%	100.0%
	ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง	Count	82	23	105
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	78.1%	21.9%	100.0%
	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	Count	61	10	71
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	85.9%	14.1%	100.0%
	Total	Count	227	71	298
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	76.2%	23.8%	100.0%

4.4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต จะแบ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า 2. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า เนื่องจากการเก็บข้อมูลทำให้ข้อมูลบางส่วนเป็นข้อมูลอันตภาคชั้น จึงจำเป็นต้องแปรข้อมูลเป็นจุดกึ่งกลางอันตภาคชั้นก่อน เพื่อหาค่าเฉลี่ยของความถี่ก่อนการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติทดสอบ Regression เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์ ผลที่ได้ดังนี้

1) ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า โดยใช้สถิติทดสอบ Regression เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์จากสูตร

$$S_1 = \beta_0 + \beta_1 P_1 + \beta_2 P_2 + \beta_3 P_3 + \beta_4 P_4 + \beta_5 U_1 + \beta_6 U_2 + \beta_7 U_3 + \beta_8 U_4 + e$$

ตัวแปรตาม คือ S_1 = ความถี่การซื้อสินค้า (ครั้ง/สัปดาห์)

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

β = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

การกำหนดตัวแปรต้นจะกำหนดจากพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร และคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยตัวแปรต้นมีดังนี้

ตัวแปรพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่

P_1 = ผู้ที่จอดแล้วซื้อ

P_2 = ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (ครั้ง/สัปดาห์)

P_3 = ระยะเวลาที่จอดรถ (นาที)

P_4 = เข้ามาจอดรถในช่วงเย็น

ตัวแปรคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่

U_1 = เพศหญิง

U_2 = ผู้มีรายได้ปานกลาง

U_3 = อาชีพพนักงาน

U_4 = สมาชิกที่จอดรถรายเดือน

จากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศหญิง สมาชิกที่จอตกรายเดือน ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

- เพศหญิง มีความถี่การซื้อสินค้ามากกว่าเพศชาย 0.38 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% สาเหตุเพราะเพศหญิงมีส่วนการใช้พื้นที่จอดแล้วจรมากกว่าเพศชาย ทำให้ผลการวิเคราะห์ความถี่การซื้อสินค้าเพศหญิงจึงมีความถี่มากกว่าเพศชาย

- สมาชิกที่จอตกรายเดือน มีความถี่การซื้อสินค้ามากกว่าผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่ไม่ได้เป็นสมาชิก 1 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะว่าผู้ที่ เป็นสมาชิกที่จอตกรายเดือน เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก จึงมีความถี่การซื้อสินค้ามากกว่า

- ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ที่เพิ่มขึ้นผลต่อความถี่การซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น 0.23 ครั้ง/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะที่จอดแล้วจรที่มีความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมากกว่า และความถี่การซื้อสินค้ามากกว่า จึงเป็นสาเหตุของความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า กับคุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรม การใช้พื้นที่จอดแล้วจร

ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า		Coefficients	P-value
คุณลักษณะผู้ใช้งาน	เพศหญิง	0.379	0.090*
	ผู้มีรายได้ปานกลาง	-0.187	0.405
	อาชีพพนักงาน	-0.320	0.149
	สมาชิกที่จอตกรายเดือน	0.996	0.042**
พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	-0.202	0.445
	ความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร	0.235	0.000**
	ระยะเวลาที่จอตกร	-0.001	0.139
	เข้ามาจอตกรในช่วงเย็น	-0.262	0.288
R Square		0.124	
Adjusted R Square		0.100	
Std. Error of the Estimate		1.811	

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (P-value < 0.05)

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% (P-value < 0.10)

2) ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า โดยใช้สถิติทดสอบ Regression เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์จากสูตร

$$S2 = \beta_0 + \beta_1 P_1 + \beta_2 P_2 + \beta_3 P_3 + \beta_4 P_4 + \beta_5 U_1 + \beta_6 U_2 + \beta_7 U_3 + \beta_8 U_4 + e$$

ตัวแปรตาม คือ $S2 =$ มูลค่าการซื้อสินค้า (บาท/ครั้ง)

$e =$ ค่าความคลาดเคลื่อน

$\beta =$ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

การกำหนดตัวแปรต้นจะกำหนดจากพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร และคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร โดยตัวแปรต้นมีดังนี้

ตัวแปรพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่

$P_1 =$ ผู้ที่จอดแล้วซื้อ

$P_2 =$ ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร (ครั้ง/สัปดาห์)

$P_3 =$ ระยะเวลาที่จอดรถ (นาที)

$P_4 =$ เข้ามาจอดรถในช่วงเย็น

ตัวแปรคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ได้แก่

$U_1 =$ เพศหญิง

$U_2 =$ ผู้มีรายได้สูง

$U_3 =$ สมาชิกที่จอดรถรายเดือน

$U_4 =$ จำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว (คน)

จากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผู้มีรายได้สูง และจำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

- ผู้มีรายได้สูง มีมูลค่าการซื้อสินค้ามากกว่าผู้มีระดับรายได้อื่น 420 บาท/ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้สูง และผู้มีรายได้สูงมักจะซื้อสินค้าต่อครั้งมากกว่าผู้มีรายได้ปานกลาง และน้อย

- จำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว ที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าที่มากขึ้น 61 บาท/ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว

โดยเฉพาะผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรที่อยู่ในครอบครัวใหญ่หรืออยู่กันหลายคนจะซื้อสินค้ามากกว่าผู้ใช้งานจอดแล้วจรที่อยู่คนเดียวหรือเป็นครอบครัวขนาดเล็ก

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า กับคุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ที่จอดแล้วจร

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า		Coefficients	P-value
คุณลักษณะผู้ใช้งาน	เพศหญิง	-94.278	0.218
	ผู้มีรายได้สูง	420.561	0.000**
	สมาชิกที่จอดรถรายเดือน	-211.707	0.203
	จำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว	61.738	0.002**
พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	-106.211	0.240
	ความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร	-25.954	0.149
	เข้ามาจอดรถในช่วงเย็น	0.186	0.569
	จอดรถน้อยกว่า 3 ชั่วโมง	-44.171	0.604
R Square		0.138	
Adjusted R Square		0.114	
Std. Error of the Estimate		619.059	

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (P-value < 0.05)

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% (P-value < 0.10)

4.5 สรุปพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต พบว่า คุณลักษณะโดยรวมของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงาน และเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง โดยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่ ผู้ที่จอดแล้วจร ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และผู้ที่จอดแล้วซื้อ โดยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้งานทั้ง 3 ประเภทสามารถสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และการซื้อสินค้า สรุปได้ดังนี้

4.5.1 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง

พฤติกรรมการการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ที่จอดแล้วจร ส่วนใหญ่จะเพื่อเดินทางไปทำงานคิดเป็นร้อยละ 76 และมีความถี่การเดินทาง 3-5 วัน/สัปดาห์ (วันจันทร์-ศุกร์) ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง ผู้ที่จอดแล้วซื้อ ส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถไฟฟ้าเพื่อเที่ยว ความถี่การเดินทางด้วยรถไฟฟ้า น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ โดยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรและคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ที่สนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง ได้แก่

- 1) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน พบว่า พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่จอดแล้วจรจะเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำมากกว่าพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน พบว่าปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศหญิง ผู้มีรายได้สูง สมาชิกที่จอดรถรายเดือน สมาชิกระบบขนส่งมวลชน จำนวนรถที่ครอบครอง ผู้ที่จอดแล้วจร โดยตัวแปรที่สนับสนุนความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนมากที่สุด คือ สมาชิกระบบขนส่งมวลชน รองลงมา คือ ผู้ที่จอดแล้วจร

4.5.2 พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนพฤติกรรมการซื้อสินค้า

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่มีความถี่การซื้อสินค้า 1-2 วัน/สัปดาห์ โดยร้อยละ 72 ของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นผู้ที่จอดแล้วจรและซื้อ (Shopper) ค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้าเท่ากับ 895 บาท/ครั้ง ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง ส่วนใหญ่มีความถี่การซื้อสินค้า 1-2 วัน/สัปดาห์ ค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้าเท่ากับ 951 บาท/ครั้ง และผู้ที่จอด

แล้วซื้อจะซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ ค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้าเท่ากับ 786 บาท/ครั้ง โดยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรและคุณลักษณะของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร ที่สนับสนุนพฤติกรรมกาซื้อสินค้า ได้แก่

- 1) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมกาซื้อสินค้า พบว่า พฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญกับ โดยผู้ที่จอดแล้วจรจะซื้อสินค้าเป็นประจำมากกว่าพฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศหญิง สมาชิกที่จอดรถรายเดือน ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ระยะเวลาที่จอดรถ ตัวแปรที่สนับสนุนความถี่การซื้อสินค้ามากที่สุด คือ สมาชิกที่จอดรถรายเดือน รองลงมา คือ เพศหญิง

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผู้มีรายได้สูง และจำนวนผู้ที่อาศัยในครอบครัว โดยเป็นตัวแปรที่สนับสนุนมูลค่าการซื้อสินค้า

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่าพฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต มีส่วนในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง นอกจากนี้พฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต มีส่วนในการสนับสนุนพฤติกรรมกาซื้อสินค้าอีกด้วย สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 คือ พฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมกาเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมกาซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจรมีผลกับความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน ความถี่การซื้อสินค้าและมูลค่าการซื้อสินค้า สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 คือ พฤติกรรมกาใช้พื้นที่จอดแล้วจร คุณลักษณะของผู้ใช้ มีผลต่อพฤติกรรมกาเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมกาซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

ตารางที่ 22 สรุปผลปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางและพฤติกรรมการซื้อสินค้า กับคุณลักษณะของผู้ใช้ และพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

ตัวแปรต้น		ตัวแปรตาม	ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การเดินทาง	ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า	ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้า
คุณลักษณะผู้ใช้งาน	เพศหญิง	✓	✓	-	
	ผู้มีรายได้สูง	✓		✓	
	ผู้ที่มีรายได้ปานกลาง			-	
	อาชีพพนักงาน	-	-		
	สมาชิกที่จอดรถรายเดือน	✓	✓	-	
	สมาชิกระบบขนส่งมวลชน	✓			
	จำนวนรถยนต์ที่ครอบครอง	✓			
	จำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว				✓
	อัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1	-			
	พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วจร	✓		
ผู้ที่จอดแล้วซื้อ				-	-
ความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร		-	✓	-	-
ระยะเวลาที่จอดรถ (นาที)				-	-
จอดรถมากกว่า 3 ชั่วโมง/ครั้ง		-			
เข้ามาจอดรถในช่วงเช้า		-			
เข้ามาจอดรถในช่วงเย็น				-	-

หมายเหตุ



คือ ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

“ - “

คือ ปัจจัยที่ถูกนำเข้าในการวิเคราะห์แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ช่องว่าง คือ ตัวแปรที่ไม่ได้ถูกนำเข้าไปวิเคราะห์ในสมการ

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง ได้กำหนดพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper market shared park and ride) เป็นกรณีศึกษา นอกจากวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทาง ด้วยระบบขนส่งมวลชน ยังจำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตอีกด้วย เพื่อศึกษาว่าพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต จึงสามารถสรุปผลการศึกษาและข้อค้นพบสำคัญอันนำไปสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรที่มีประสิทธิภาพต่อไป รายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง สามารถสรุปผลการศึกษานำไปสู่การตอบคำถามหลักของงานวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

5.1.1 สรุปคุณลักษณะ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร

ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอาชีพพนักงาน เป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง และประเภทที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว ส่วนใหญ่มีรถยนต์ 1 คัน และมีจำนวนคนที่พักอาศัยหลายคน โดยค่าเฉลี่ยจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองเท่ากับ 1.3 จำนวนคนในที่พักอาศัยเท่ากับ 2.9 จำนวนคนที่มีงานทำเท่ากับ 2 และร้อยละ 17 ของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้งหมดเป็นสมาชิกจอตกรายเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉินชาบูล มณีน้อย (2558) ที่กล่าวว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และจากการศึกษาของ Hamid et al. (2008) Christiansen et al. (1975) และ จตุพล รักดี (2550) ที่กล่าวว่าอาชีพของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร คือ ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน

โดยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรมี 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ที่จอดแล้วจร ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และผู้ที่จอดเพื่อซื้อสินค้า ซึ่งผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรแต่ละประเภทมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

1) ผู้ที่จอดแล้วจร

เป็นผู้ที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพื่อไปทำงาน และมีความถี่การเดินทางมากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น ร้อยละ 60 ของผู้ใช้งานเป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงาน เป็นผู้มีรายได้สูง และพักอาศัยอยู่บ้านเดี่ยว ลักษณะครอบครัวของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นครอบครัวขนาดเล็กกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยจำนวนคนในครอบครัว และจำนวนคนมีงานเท่ากับ 2.5 และ 1.7 แต่มีจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองเท่ากับ 1.39

2) ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง

เป็นผู้ที่ใช้พื้นที่จอดแล้วจร เพื่อรับส่งคนที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน โดยเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงาน เป็นผู้รายได้ปานกลาง พักอาศัยอยู่บ้านเดี่ยว ผู้ที่จอดแล้วรับส่งจะมีครอบครัวขนาดใหญ่กว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น และมีผู้มีงานทำในครอบครัวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวนคนในครอบครัว และจำนวนคนมีงานทำเท่ากับ 3.3 และ 2.9 และมีจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองน้อยกว่าผู้ที่จอดแล้วจร โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองเท่ากับ 1.32 แสดงว่าผู้ที่จอดแล้วรับส่งมีคนที่เดินทางไปทำงานด้วยกันหลายคน แต่ใช้รถยนต์คันเดียว

3) ผู้ที่จอดแล้วซื้อ

เป็นผู้ที่ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต มากกว่าร้อยละ 65 เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงาน เป็นผู้รายได้ปานกลาง แต่รูปแบบที่อยู่อาศัยจะแตกต่างกันผู้ที่ใช้พื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น คือ พักอาศัยอยู่ในอาคารชุด และมีลักษณะครอบครัวที่อยู่อาศัยและมีคนมีงานทำหลายคน จึงมีค่าเฉลี่ยจำนวนคนในครอบครัว และจำนวนคนมีงานทำเท่ากับ 2.8 และ 1.9 นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวนรถยนต์ที่ครอบครองเท่ากับ 1.30

นอกจากนี้ ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ยังมีพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทาง และพฤติกรรมการซื้อสินค้า ที่แตกต่างกันสรุปได้ดังนี้

1) พฤติกรรมการใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจร และผู้ที่จอดแล้วรับส่ง จะมีความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจรมากกว่าผู้ที่จอดแล้วซื้อ โดยมีความถี่การใช้งานที่จอด 3-5 วัน/สัปดาห์ (วันจันทร์-ศุกร์) และผู้ที่จอดแล้วจรมักจะจอดรถเป็นเวลานานมีค่าเฉลี่ยเวลาจอดรถเท่ากับ 6 ชั่วโมง 45 นาที และจอดรถในช่วงเช้า ส่วนผู้จอดแล้วรับส่งและจอดแล้วซื้อจะใช้เวลาจอดรถไม่นานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1 ชั่วโมง 15 นาที และ 1 ชั่วโมง 40 นาที ตามลำดับ และมักจะจอดรถในช่วงเย็น ทิศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรพบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรให้ความสำคัญเรื่องพื้นที่จอดแล้วจรรออยู่ใกล้ BTS และการมีที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรกมากที่สุด เพราะผู้ที่จอดแล้วรับส่งและผู้จอดแล้วซื้อมักจะจอดรถไม่นาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hamid et al. (2008) Wambalaba (2004) Christiansen et al. (1975) และจตุพล รักดี (2550) ที่พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่จะใช้มีความถี่การใช้พื้นที่จอดแล้วจร 3 วัน/สัปดาห์ ขึ้นไป และงานวิจัยของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) Olaru et al. (2014) Edmonton (2009) Cornejo et al. (2014) ที่พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่จะเข้ามาจอดในช่วงเช้า 6.00am ถึง 8.00am

2) พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรที่ใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางไปทำงาน จะเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ โดยมีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน 3-5 วัน/สัปดาห์ ส่วนผู้ที่จอดแล้วรับส่ง และผู้ที่จอดแล้วซื้อ มักจะใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเพื่อเที่ยว และใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางน้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ ทิศนคติการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้ง 3 ประเภท ให้ความเห็นเรื่องการใช้เวลาเดินทางลดลงเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) Hamid et al. (2008) และจตุพล รักดี (2550) ที่พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนของผู้ที่จอดแล้วจร คือ เดินทางเพื่อไปทำงาน

3) พฤติกรรมการซื้อสินค้า

พบว่า ผู้ที่จอดแล้วจรและผู้จอดแล้วรับส่ง ส่วนใหญ่มีความถี่การซื้อสินค้า 1-2 วัน/สัปดาห์ และค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้าเท่ากับ 895 บาท/ครั้ง และ 951 บาท/ครั้ง ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ที่จอดแล้วซื้อมักจะเข้ามาใช้พื้นที่จอดแล้วจรนาน ๆ ที่จะเข้ามาซื้อสินค้า โดยมีความถี่การซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ แต่กลับ

มีมูลค่าซื้อสินค้าที่ละมาก มีค่าเฉลี่ยมูลค่าการซื้อสินค้าเท่ากับ 786 บาท/ครั้ง โดยร้อยละ 72 ของผู้ที่จอดแล้วจรถเป็นผู้ที่จอดแล้วจรถและซื้อ (Shopper) และผู้ที่จอดแล้วรับส่งมีมูลค่าการซื้อสินค้ามากที่สุด ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรถ พบว่า ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรถทั้ง 3 ประเภท ซื้อสินค้าเพราะไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ติดกับสถานี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wambalaba (2004) ที่พบว่า ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรถจะมีพฤติกรรมที่เรียกว่า “Shopper” ร้อยละ 70 และจากการศึกษาของอินทร์ธีรา เดชชนันนิตกุล (2554) พบว่า การซื้อสินค้าเฉลี่ยในแต่ละครั้งเท่ากับ 500-1,000 บาท

5.1.2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรถกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและการซื้อสินค้า

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรถกับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและการซื้อสินค้าของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรถ พบว่า พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรถ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่จอดแล้วจรถจะเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำมากกว่า นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรถ ยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่จอดแล้วจรถจะซื้อสินค้าเป็นประจำมากกว่าผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรถประเภทอื่น สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 คือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรถของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน

5.1.3 สรุปปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางและการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

ปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง และการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต พบว่า เพศหญิงและการเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนเป็นปัจจัยที่มีผลในการสนับสนุนการเดินทาง และการซื้อสินค้า โดยผู้ใช้งานเพศหญิงและสมาชิกที่จอดรถรายเดือน มีความถี่การเดินทางและการซื้อสินค้ามากกว่า ในขณะที่ สมาชิกระบบขนส่งมวลชน จำนวนรถยนต์ที่ครอบครอง และผู้ที่จอดแล้วจรถ เป็นปัจจัยส่งเสริมเฉพาะความถี่การเดินทาง ในขณะที่ความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรถ เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมเฉพาะความถี่การซื้อสินค้า ส่วนปัจจัยจำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมเฉพาะมูลค่าการซื้อสินค้า สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 คือ พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรถ คุณลักษณะของผู้ใช้ มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรถของไฮเปอร์มาร์เก็ต

5.2 ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1. กลุ่มเป้าหมายในการสนับสนุนการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต 2. ทักษะคติเกี่ยวกับระยะห่างกับสถานีกับการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และ 3. การครอบครองรถมีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน อธิบายได้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในการสนับสนุนการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต

จากการวิจัยค้นพบว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นประจำ (ใช้พื้นที่จอดแล้วจรมากกว่า 3 วัน/สัปดาห์) ถือเป็นกลุ่มที่ควรสนับสนุน เพราะเป็นกลุ่มที่สนับสนุนระบบขนส่งมวลชนระบบราง และความถี่การใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเป็นประจำที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย โดยผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นประจำมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1) ผู้ที่จอดแล้วจรเป็นประจำ (Regular Park and Ride user)

ผู้ที่จอดแล้วจรเป็นประจำ เป็นกลุ่มที่มีความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางสูงสุด และเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน มากกว่าครึ่งของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นประจำเป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงาน เป็นผู้มีรายได้สูง โดย 1 ใน 2 ของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นประจำเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน และร้อยละ 80 ที่จอดแล้วจรเป็นประจำเป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน ลักษณะครัวเรือนของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นประจำมีสมาชิกอยู่อาศัยหลายคน และมีรถยนต์หลายคัน ทำให้มีค่าเฉลี่ย จำนวนคนที่พักอาศัยเท่ากับ 2.6 จำนวนรถยนต์ที่มีเท่ากับ 1.5 จำนวนคนมีงานทำในครอบครัวเท่ากับ 1.8 อีกทั้งร้อยละ 50 ของผู้ที่จอดแล้วจรเป็นประจำมีอัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานในครอบครัวมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1 และการเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนมีผลต่อความถี่การเดินทางและความถี่การซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น

2) ผู้ที่จอดแล้วรับส่งเป็นประจำ (Regular Park and Pick up- Drop off user)

ผู้ที่จอดแล้วรับส่งเป็นประจำ เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสินค้ามากกว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น ใช้เวลาจอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตน้อย และผู้ที่เดินทางกับผู้จอดแล้วรับส่งยังเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนอีกด้วย โดยมากกว่าร้อยละ 65 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานที่มีรายได้สูง และ

เป็นสมาชิกของไฮเปอร์มาร์เก็ต และลักษณะเป็นครอบครัวใหญ่ที่มีรถยนต์คันเดียว ทำให้มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่พักอาศัยเท่ากับ 3.5 จำนวนรถยนต์ที่มีเท่ากับ 1.5 จำนวนคนมีงานทำในครอบครัวเท่ากับ 2.5 โดยร้อยละ 30 ของผู้ที่จอดแล้วรับส่งเป็นประจำมีอัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานในครอบครัวมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1 นอกจากนี้จำนวนคนที่พักอาศัยมีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น

3) ผู้ที่จอดแล้วซื้อเป็นประจำ (Regular Park and Shop user)

ผู้ที่จอดแล้วซื้อเป็นประจำ เป็นกลุ่มที่เข้ามาซื้อสินค้าประจำ มากกว่าร้อยละ 85 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน เป็นผู้มีรายได้ปานกลาง และมากกว่าร้อยละ 70 เป็นสมาชิกของไฮเปอร์มาร์เก็ต ค่าเฉลี่ย จำนวนคนที่พักอาศัยเท่ากับ 2.5 จำนวนรถยนต์ที่มีเท่ากับ 1.3 จำนวนคนมีงานทำในครอบครัวเท่ากับ 2.0 โดยร้อยละ 35 ของผู้ที่จอดแล้วซื้อเป็นประจำมีอัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานในครอบครัวมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1

2. ทักษะที่เกี่ยวข้องกับระยะห่างกับสถานีกับการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

ผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ส่วนใหญ่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพราะพื้นที่จอดแล้วจรอยู่ติดกับสถานี และมีทัศนคติของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเกี่ยวกับระยะห่าง พบว่าระยะห่างระหว่างพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตกับสถานีไม่ควรเกิน 107 เมตร เพราะผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรไม่ต้องการเสียเวลาเปลี่ยนรูปแบบการสัญจร และไม่ต้องการเดินไกล โดยสอดคล้องกับอรอนงค์ กฤตยาเกียรติ (2545) ส่วนมากผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรมีความต้องการให้พื้นที่จอดแล้วจรอยู่ใกล้สถานีและอยู่ใกล้กับเส้นทางสัญจรหลักโดยใช้ระยะเวลาเดินทางประมาณ 5-10 นาที

3. การครอบครองรถมีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

จำนวนรถยนต์ที่ครอบครองของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรที่เพิ่มขึ้น 1 คัน มีผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ คักดีสิทธิ์ เอลิมพงศ์ (2548) ที่กล่าวว่า ครอบครัวที่มีรถยนต์อย่างน้อย 1 คัน จะมีการใช้ระบบขนส่งมวลชนลดลงเหลือร้อยละ 15 เพราะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ระบบขนส่งมวลชน ที่มีการตัดสินใจไม่เหมือนกับผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร ซึ่งมีบริบทไม่เหมือนกัน เพราะคนที่ใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางไม่มีรถยนต์ส่วนตัว ต่างกับผู้จอดแล้วจรที่มีการใช้รถยนต์เพื่อเดินทางเป็นประจำ โดยเฉพาะผู้ที่เป็นสมาชิกที่จอดรายเดือนที่มีค่าเฉลี่ยจำนวนรถยนต์ในครอบครองที่สูง แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เป็นสมาชิกที่จอดรายเดือนที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นประจำ มีอัตราการใช้รถยนต์ต่อคนทำงานในครอบครัวมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1 มากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น ในขณะที่ผู้ที่จอดเพื่อรับส่งมักจะเป็น

ครัวเรือนที่มีการใช้รถร่วมกัน และขับรถมาส่งสมาชิกในครอบครัวที่เดินทางไปทำงานหรือเรียนหนังสือด้วยระบบขนส่งมวลชน

5.3 ข้อเสนอแนะ

พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต สามารถสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนระบบรางและไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ถือเป็นทางเลือกในการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อรองรับการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนระบบรางได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ในปัจจุบันการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรในประเทศไทยจะเป็นพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อรองรับการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางเฉพาะ (Exclusive Park and Ride) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจร ผลจากการศึกษาครั้งนี้จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจร ดังต่อไปนี้

1. นโยบายการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนเมือง

การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อรองรับการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางเฉพาะ ทำให้ต้องเสียพื้นที่และค่าใช้จ่ายเพื่อพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรที่สูง ดังนั้นการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตจึงถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ควรสนับสนุน เพราะภาครัฐไม่จำเป็นต้องลงทุนและเสียพื้นที่ที่มีศักยภาพ และไฮเปอร์มาร์เก็ตก็ได้ผลประโยชน์จากการให้บริการ โดยมีข้อเสนอแนะ การพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตควรจัดในเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเมือง และเป็นพื้นที่อยู่อาศัยแนวราบที่มีความหนาแน่นประชากรสูง เพราะผู้ที่จอดแล้วจรส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้สูงที่อาศัยอยู่บ้านเดี่ยว นอกจากนี้จำนวนรถยนต์ที่จอดแล้วจรมักจะมีรถยนต์หลายคัน และการมีรถยนต์ที่ครอบครองเพิ่มขึ้นของยังส่งผลต่อความถี่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนเพิ่มขึ้น เพราะผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเดินทางด้วยรถยนต์เป็นประจำ และระยะห่างจากไฮเปอร์มาร์เก็ตกับสถานี่นั้นไม่ควรอยู่ห่างกันมาก ดังนั้นไฮเปอร์มาร์เก็ตที่อยู่ใกล้หรือติดกับสถานีระบบขนส่งมวลชนที่อยู่ในเขตพื้นที่พักอาศัยในเมือง ควรได้รับการสนับสนุนให้มีพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อลดจำนวนรถยนต์เข้าเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มจำนวนที่จอดรถให้กับเมือง

2. นโยบายการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนระบบราง

จากผลการศึกษาที่พบว่า การเป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน และการเป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชนส่งผลต่อความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) นโยบายระบบสมาชิกที่จอดรถรายเดือน

ผู้ให้บริการระบบขนส่งมวลชนควรมีนโยบาย หรือขอความร่วมมือกับไฮเปอร์มาร์เก็ตที่สามารถพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรในอนาคตได้ เพื่อจัดทำระบบสมาชิกที่จอดรถรายเดือน เพราะ ผู้ที่เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน ส่วนใหญ่ใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางเป็นประจำ ที่สนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน อีกทั้งการเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน มีผลกับความถี่การซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตอีกด้วย ดังนั้นผู้ให้บริการระบบขนส่งมวลชนควรจัดทำนโยบายหรือหาแนวทางร่วมกับไฮเปอร์มาร์เก็ต เพื่อจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกหรือแรงจูงใจให้ผู้จอดแล้วจรเป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน

2) นโยบายการจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้เป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน

ผู้ให้บริการระบบขนส่งมวลชนควรมีนโยบายที่เป็นแรงจูงใจให้ป็นสมาชิกระบบขนส่งมวลชน เพราะผู้ที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่ใช้ระบบขนส่งมวลชนเดินทางไปทำงาน และมีความถี่การเดินทางมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

3. นโยบายการพัฒนาพื้นที่จอดแล้วจรเพื่อสนับสนุนไฮเปอร์มาร์เก็ต

ผู้ให้บริการที่จอดรถต้องได้รับประโยชน์จากการให้บริการเป็นพื้นที่จอดแล้วจร โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่เป็นภาคเอกชน การสร้างผลประโยชน์ร่วมกับผู้ให้บริการระบบขนส่งมวลชนย่อมสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมพัฒนาเป็นพื้นที่จอดแล้วจร จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) นโยบายการพัฒนาที่จอดรถสำหรับสุภาพสตรี (Lady parking)

เพศหญิงมีความถี่การซื้อสินค้ามากกว่าเพศชาย โดยมากกว่าร้อยละ 60 ของผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรเป็นเพศหญิงและมักจะใช้งานที่จอดรถ 3-5 วัน/สัปดาห์ ดังนั้นไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ควรมีการจัดสรรพื้นที่จอดรถสำหรับสุภาพสตรี เพื่อความสะดวกของผู้ใช้งานและการจอดรถในพื้นที่จอดแล้วจร เพราะเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้ามากกว่าเพศชาย

2) นโยบายพื้นที่สำหรับรถรับส่งคนที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ไม่ได้มีแค่ผู้จอดแล้วจรอย่างเดียว แต่ยังมีผู้จอดแล้วรับส่งอีกด้วย โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้จอดแล้วจร จึงควรมีการจัดสรรพื้นที่รับรองผู้จอดแล้วรับส่ง เพราะเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการซื้อสินค้า/ครั้ง มากกว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร และใช้เวลาจอดรถน้อยกว่าผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรประเภทอื่น

3) นโยบายการตั้งราคาที่จอดรถ

นโยบายการคิดราคาที่จอดรถที่ให้จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก และรูปแบบการคิดราคา ถือเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นแรงจูงใจให้เข้ามาใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร โดยเฉพาะผู้ที่จอดแล้วรับส่ง เลือกที่จะใช้ไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นสถานที่รับส่งคนที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เพราะใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรไม่นานทำให้ไม่เสียค่าจอดรถ โดยระยะเวลาจอดรถเฉลี่ยของผู้ที่จอดแล้วรับส่งเท่ากับ 1 ชั่วโมง 15 นาที ดังนั้นการที่พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ติดกับสถานี และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี ทำให้มีความสะดวกต่อการรอรับส่ง ดังนั้นนโยบายการคิดราคาที่จอดรถที่ให้จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก และรูปแบบการคิดราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร สามารถรอรับส่งคนที่เดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เดินซื้อสินค้า นั่งพักผ่อน และทานอาหาร ที่สร้างผลประโยชน์ให้ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร

4) นโยบายการจัดสรรพื้นที่และติดตั้งระบบจอดแล้วจร

ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร อาจจะแบ่งแยกพื้นที่จอดรถและระบบการคิดราคาการใช้พื้นที่จอดรถในไฮเปอร์มาร์เก็ตให้ชัดเจน เพื่อแยกผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต และแบ่งพื้นที่ให้ผู้ใช้งานจอดแล้วจรเข้ามาใช้งานสะดวก เพราะผู้ที่จอดแล้วจรเป็นกลุ่มที่มีความถี่การซื้อสินค้ามากกว่าผู้ใช้งานประเภทอื่น แต่ในปัจจุบันไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ให้บริการพื้นที่จอดแล้วจร ยังไม่มีระบบแยกผู้ใช้งาน จึงมีรูปแบบการใช้พื้นที่จอดแล้วจรผสมกัน

5.4 งานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ต ในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบราง ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมการพื้นที่จอดแล้วจร พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน และพฤติกรรมการซื้อสินค้า ซึ่งเป็นรูปแบบของพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจรทั้งสิ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เห็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาเพิ่มเติม เช่น การศึกษาเชิงกายภาพของพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พื้นที่จอดแล้วจรเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน รูปแบบการบริหารจัดการและนโยบายของพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตเพื่อสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาพื้นที่จอดแล้วจรของไฮเปอร์มาร์เก็ตมีความครอบคลุมและสมบูรณ์มากขึ้น

รายการอ้างอิง

- America, R. (2009). Case Studies for Transit Oriented Development. In: Reconnecting.
- Bolger, D., Colquhoun, D., & Morrall, J. (1992). Planning and design of park-and-ride facilities for the Calgary light rail transit system. *Transportation Research Record, 1361*, 141.
- Buchari, E. (2015). Transportation demand management: a park and ride system to reduce congestion in Palembang city Indonesia. *Procedia Engineering, 125*, 512-518.
- Calthorpe, P. (1993). *The next American metropolis: Ecology, community, and the American dream*: Princeton architectural press.
- Christiansen, D. L., Grady, D. S., & Holder, R. W. (1975). *Park-and-ride facilities preliminary planning guidelines*. Retrieved from
- Cornejo, L., Perez, S., Cheu, R. L., & Hernandez, S. (2014). An approach to comprehensively evaluate potential park and ride facilities. *International Journal of Transportation Science and Technology, 3*(1), 1-18.
- Edmonton, C. o. (2009). PARK AND RIDE: TRANSPORTATION PLANNING BRANCH POSITION PAPER. *Strategic Planning Section Transportation Planning Branch*.
- Ginn, S. (2009). *The application of the Park & Ride and TOD concepts to develop a new framework that can maximise public transport patronage*. Queensland University of Technology,
- Hamid, N. A., Mohamad, J., & Karim, M. R. (2008). Travel behavior of the Park and ride users and the factors influencing the demand for the use of the Park and ride facility. *Universiti Teknologi Malaysia. Johor*.
- Holguin-Veras, J., Hart, W. H., Reilly, J., & Aros-Vera, F. (2012). New York City Park & Ride Study.
- Noel, E. C. (1988). Park-and-ride: alive, well, and expanding in the United States. *Journal of Urban Planning and Development, 114*(1), 2-13.

- Olaru, D., Smith, B., Xia, J. C., & Lin, T. G. (2014). Travellers' Attitudes Towards Park-and-Ride (PnR) and Choice of PnR Station: Evidence from Perth, Western Australia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 162, 101-110.
- Sanit, P., Nakamura, F., Tanaka, S., & Wang, R. (2014). Analysis of Location Choice Behavior and Urban Railway Commuting of Bangkok's Households. *Urban and Regional Planning Review*, 1, 1-17.
- Spillar, R. J. (1997). Park-and-ride planning and design guidelines.
- Transport Scotland. (2012). *THE EFFECTS OF PARK AND RIDE SUPPLY AND PRICING ON PUBLIC TRANSPORT DEMAND*: Transport Scotland.
- Turnbull, K. F., Pratt, R. H., Evans, I., John, E., & Levinson, H. S. (2004). Park-and-Ride/Pool--Traveler Response to Transportation System Changes.
- van Luijk, C. (2010). *Park and Ride in Breda*: Citeseer.
- Vincent, M. (2007). *Park and ride: Characteristics and demand forecasting*.
- Wambalaba, F. W. (2004). *Evaluation of shared use park and ride Impact on properties*. Retrieved from
- เกศฎาภรณ์ ชัยวงษ์ และศิริตล ศิริธร. (2555). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลดจำนวนเที่ยวการเดินทางของยานพาหนะส่วนตัวในช่วงเวลาเร่งด่วนโดยใช้สถานที่ส่งแล้วจร. *Srinakharinwirot Engineering Journal*, 8(1).
- จตุพล รักดี. (2550). แบบจำลองการเลือกใช้สถานที่จอดแล้วจรในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญา นิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- ณิชาบูล มณีน้อย. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้รถยนต์เปลี่ยนมาใช้ระบบจอดแล้วจรอย่างต่อเนื่อง: กรณีศึกษาจุดจอดแล้วจรกรุงธนบุรี. (ปริญญา นิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ดารี สติธย์เสมากุล. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นภัสนันท์ ศรีธนะวิบูลย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์แบบมัลติฟังก์ชันในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- พรนิภา หาญมะโน. (2558). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation B Generation X และ Generation Y ที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 4(1), 54-75.
- ยุวดี วรสิทธิ์ และเอก ชุณหัชชราชัย. (2559). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. *MUT Journal of Business Administration*, 13(1), 24-42.
- ศักดิ์สิทธิ์ เถลิ้มพงศ์. (2548). การพัฒนาแบบจำลองพฤติกรรมการเลือกใช้ระบบขนส่งมวลชนรองสำหรับระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานคร. Retrieved from กรุงเทพมหานคร:
- ศิริพงศ์ พงษ์พิณธุ์. (2559). พฤติกรรม ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระหว่าง บริษัท รถไฟฟ้า รฟท. จำกัด (รฟท.:ARL) บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส: BTS) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.: MRT). วารสารวิจัยและพัฒนาฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(3).
- ศิริรัตน์ สะหุณิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 3, 4, 19.
- สถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม. (2557). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย.
- สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2560). รายงานแผนแม่บทจุดจอดแล้วจรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. Retrieved from
- อรอนงค์ กฤตยาเกียรติ. (2545). การจัดทำพื้นที่จอดรถยนต์เพื่อสนับสนุนโครงการระบบขนส่งมวลชน. (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- อินทร์ธีรา เดชธนนนิตกุล. (2554). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางแค กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม การใช้งานที่จอดรถในศูนย์การค้า เพื่อสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชา การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม : เพื่อนำข้อมูลมาการวิเคราะห์ การใช้งานจุดจอดแล้วจรในศูนย์การค้า



แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยศึกษาของจุดจอดแล้วจรในการสนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนระบบรางเท่านั้น
ผู้ออกแบบสอบถาม นายปวิวรรต แม่นศิริ รหัสสถิติ 5973319525 อาจารย์ที่ปรึกษา อ.ดร.เปี่ยมสุข สนิท

1. ข้อมูลการใช้งานที่จอดรถ

- 1.1 วัตถุประสงค์ในการจอดรถในห้าง Lotus คือ
 เพื่อเดินทางต่อด้วยรถไฟฟ้า BTS เพื่อเดินทางมารับ/ส่ง คนอื่น เพื่อมาซื้อของใน Lotus อื่นๆ ระบุ
- 1.2 ท่านใช้ที่จอดรถบ่อยแค่ไหน
 ทุกวัน (วันจันทร์-อาทิตย์) 3-5 วัน/สัปดาห์ (วันจันทร์-ศุกร์, วันทำงาน) 1-2 วัน/สัปดาห์ นานๆครั้ง
- 1.3 ท่านเป็นสมาชิกที่จอดรถเดือนของห้าง Lotusหรือไม่ ใช่(เสียค่าสมาชิก 2500 บาท/เดือน) ไม่(จอดฟรี 3 ชม.แรก ชม.ต่อไป 50 บาท)
- 1.4 ส่วนใหญ่ท่านจอดรถส่วนใหญ่ วันละ ชั่วโมง/วัน ตั้งแต่ น. ถึง
- 1.5 ในการเลือกที่จอดรถท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยอะไรบ้าง (ให้คะแนน 5 มากที่สุด 1 น้อยสุด)
- | | | | | | |
|------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. ใกล้บ้าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2. ใกล้ทางด่วน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3. ใกล้ BTS | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. ราคาที่จอดรถ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5. จอดฟรี 3 ชั่วโมงแรก | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

2. ข้อมูลการเดินทาง

- 2.1 ท่านมีบัตร Rabbit หรือไม่ มี ไม่มี
- 2.2 ท่านใช้ BTS ในการเดินทางบ่อยแค่ไหน
 ทุกวัน (วันจันทร์-อาทิตย์) 3-5 วัน/สัปดาห์ (วันจันทร์-ศุกร์, วันทำงาน) 1-2 วัน/สัปดาห์ นานๆครั้ง
- 2.3 ท่านมักจะใช้ BTS ไปไหน
 ไปทำงาน โพรตระบุ สถานีต้นทาง สถานีปลายทาง (ถ้าใช่ข้ามไปที่ข้อ 2.5)
 ไปเรียน ไปเที่ยว/ช้อปปิ้ง อื่นๆ ระบุ
- 2.4 ท่านมักจะเดินทางไปทำงานด้วยวิธีไหน
 MRT TAXI รถตู้ รถยนต์ส่วนตัว อื่นๆ ระบุ.....
- 2.5 ส่วนใหญ่ท่านมักจะเดินทางคนเดียว หรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ ระบุ..... คน
- 2.5 ท่านเดินทางที่ต่อบ้านถึงที่ทำงาน (นับรวมรถยนต์ด้วย) ต่อ
- 2.6 ในกรณีที่ท่านเดินทางด้วย BTS หลังจากท่านเดินลงจาก สถานี BTS ท่านมักจะเดินทางต่อด้วยวิธีไหน
 เดิน มอเตอร์ไซด์รับจ้าง รถเมล์ TAXI รถตู้ อื่นๆ ระบุ
- 2.7 สาเหตุที่ใช้ BTS ในการเดินทางท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยอะไรบ้าง (ให้คะแนน 5 มากที่สุด 1 น้อยสุด)
- | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. ราคาถูก | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2. ใช้เวลาน้อยกว่าขับรถ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3. อยู่ใกล้บ้าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. สถานีอยู่ใกล้ที่ทำงาน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

<p>3.ข้อมูลการใช้งานศูนย์การค้า</p> <p>3.1 ท่านมีบัตรสมาชิก Lotus หรือไม่ <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี</p> <p>3.2 ท่านมาซื้อสินค้าวันไหนบ้าง <input type="checkbox"/> วันอาทิตย์ <input type="checkbox"/> วันจันทร์ <input type="checkbox"/> วันอังคาร <input type="checkbox"/> วันพุธ <input type="checkbox"/> วันพฤหัสบดี <input type="checkbox"/> วันศุกร์ <input type="checkbox"/> วันเสาร์</p> <p>3.3 ท่านมาซื้อสินค้าบ่อยแค่ไหน ก็วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> ทุกวัน <input type="checkbox"/> 5-6 วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> 3-4 วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> 1-2 วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> นานๆครั้ง</p> <p>3.4 ท่านมักจะซื้อช่วงเวลาไหน <input type="checkbox"/> 9.00น.-12.00น. <input type="checkbox"/> 12.01-15.00น. <input type="checkbox"/> 15.01-18.00น. <input type="checkbox"/> หลัง 18.00น. ขึ้นไป <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p> <p>3.5 ท่านมักจะใช้เวลาในศูนย์การค้า ชั่วโมง นาที</p> <p>3.6 ท่านมักจะซื้อสินค้าเฉลี่ยครั้งละเท่าไร บาท</p> <p>3.7 ประเภทของที่ท่านมักจะซื้อใน Lotus (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> อาหาร <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า <input type="checkbox"/> ของใช้ในบ้าน <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ไฟฟ้า <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p> <p>3.8 นอกจากซื้อของที่ Lotus ท่านมักจะทำอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> เข้ามารอเพื่อน <input type="checkbox"/> เข้ามารอรับ/ส่งญาติ จากBTS <input type="checkbox"/> เข้ามาเดินเล่น <input type="checkbox"/> ทานอาหาร <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p> <p>3.9 ในกรณีที่ตอบว่าเข้ามารอเพื่อน และรับ/ส่งญาติ ท่านมักจะเข้าเพื่อน หรือ รอรับ/ส่งญาติที่เดินทางจาก BTS ในบริเวณไหนใน LOTUS <input type="checkbox"/> โถงทางเข้า <input type="checkbox"/> KFC <input type="checkbox"/> ร้านกาแฟ <input type="checkbox"/> Mc Donald <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p> <p>3.10 ในกรณีที่ตอบว่าเข้ามารอรับ/ส่งญาติ ท่านเข้ามารอรับ/ส่งญาติที่เดินทางจาก BTS บ่อยแค่ไหน ก็วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> ทุกวัน <input type="checkbox"/> 5-6 วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> 3-4 วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> 1-2 วัน/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> นานๆครั้ง</p>
<p>4.สาเหตุการซื้อสินค้าและการจอดรถ</p> <p>4.1 การมีที่จอดรถทำให้คุณซื้อของที่ Lotus ใชหรือไม่ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่</p> <p>4.2 ถ้าไม่มีที่จอดรถท่านจะซื้อของที่ Lotus หรือไม่ <input type="checkbox"/> ซื้อ <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อ</p> <p>4.3 ในกรณีที่ Lotus อยู่ไกลจากสถานี ท่านจะจอดรถเพื่อใช้ BTS หรือไม่ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ ถ้าไม่ระยะทางที่ท่านสะดวกคือ เมตร</p> <p>4.4 ในกรณีที่ Lotus อยู่ไกลจากสถานี ท่านจะเดินมาซื้อของที่ Lotus หรือไม่ <input type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ ถ้าไม่ระยะทางที่ท่านสะดวกคือ เมตร</p>
<p>5.ข้อมูลส่วนตัว</p> <p>5.1 เพศ <input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/> หญิง</p> <p>5.2 อาชีพ <input type="checkbox"/> ข้าราชการ <input type="checkbox"/> ลูกจ้าง/พนักงานออฟฟิศ <input type="checkbox"/> นักศึกษา <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p> <p>5.3 รายได้ต่อเดือน <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 <input type="checkbox"/> 10,000-15,000 <input type="checkbox"/> 15,000-20,000 <input type="checkbox"/> 20,000-25,000 <input type="checkbox"/> 25,000-30,000 <input type="checkbox"/> มากกว่า 30,000</p> <p>5.4 จำนวนรถยนต์ที่มี คัน</p> <p>5.5 ท่านอยู่คนเดียวหรือไม่ <input type="checkbox"/> ใช่ (ถ้าใช่ข้ามไปที่ข้อ 5.8) <input type="checkbox"/> ไม่ใช่</p> <p>5.6 ในกรณีที่ไม่ได้พักคนเดียว ท่านพักอยู่กับใคร <input type="checkbox"/> เพื่อน <input type="checkbox"/> พี่น้อง/พ่อแม่ <input type="checkbox"/> คู่สมรสและลูก <input type="checkbox"/> ญาติ <input type="checkbox"/> อื่นๆ จำนวนผู้พักอาศัยทั้งสิ้น (โดยนับรวมตัวท่านเอง)</p> <p>5.7 จำนวนคนที่มีงานทำในครอบครัว</p> <p>5.8 ในบ้านของท่านมีผู้ใช้งาน BTS เป็นประจำกี่คน</p> <p>5.9 ที่พักของท่านมีเด็กเล็กหรือไม่ <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี</p> <p>5.10 ประเภทที่อยู่อาศัย <input type="checkbox"/> บ้าน <input type="checkbox"/> คอนโด <input type="checkbox"/> อาคารพาณิชย์ <input type="checkbox"/> หอพัก <input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนท์ <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p> <p>5.11 ข้อมูลที่อยู่อาศัย ถนนซอย.....แขวงเขต จังหวัด</p>

ขอบคุณครับ

ภาคผนวก ข
ข้อมูลการตอบแบบสอบถาม

1. ข้อมูลลักษณะของผู้ใช้งานของผู้ใช้พื้นที่จอดแล้วจร

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร	
		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	106	35.57
	หญิง	192	64.43
	รวม	298	100.00
อาชีพ	ราชการ	19	6.38
	พนักงาน	168	56.38
	นักศึกษา	43	14.43
	ธุรกิจส่วนตัว	47	15.77
	อื่นๆ	21	7.05
	รวม	298	100.00
สมาชิกที่จอดรถรายเดือน	เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน	52	17.45
	ไม่เป็นสมาชิกจอดรถรายเดือน	246	82.55
	รวม	298	100.00
สมาชิกบัตร Rabbit	เป็นสมาชิกบัตร Rabbit	157	52.68
	ไม่เป็นสมาชิกบัตร Rabbit	141	47.32
	รวม	298	100.00
สมาชิกบัตร Lotus	เป็นสมาชิกบัตร Lotus	178	59.73
	ไม่เป็นสมาชิกบัตร Lotus	120	40.27
	รวม	298	100.00
รายได้	รายได้น้อย (น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน)	43	14.43
	รายได้ปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน)	123	41.28
	รายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาท/เดือน)	132	44.30
	รวม	298	100.00

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		ผู้ใช้งานพื้นที่จอดแล้วจร	
		จำนวน	ร้อยละ
ประเภทที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว	165	55.37
	อาคารชุด	133	44.63
	รวม	298	100.00
ค่าเฉลี่ย จำนวนรถยนต์ที่มี		1.35	
Std. Deviation		0.690	
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนในที่พักอาศัย		2.91	
Std. Deviation		1.866	
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนมีงานทำในครอบครัว		2.04	
Std. Deviation		1.257	
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่เดินทางด้วย BTS 3 วันขึ้นไป		1.14	
Std. Deviation		0.774	

2. คุณลักษณะของผู้ใช้เปรียบเทียบผู้เป็นสมาชิกรายเดือนและไม่เป็นสมาชิกรายเดือน

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		สมาชิกจอตรายเดือน		ไม่เป็นสมาชิกจอตรายเดือน		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
เพศ	ชาย	23	44.23	83	33.74	35.57
	หญิง	29	55.77	163	66.26	64.43
	รวม	52	100.00	246	100.00	100.00
อาชีพ	ราชการ	2	3.85	17	6.91	6.38
	พนักงาน	41	78.85	127	51.63	56.38
	นักศึกษา	2	3.85	41	16.67	14.43
	ธุรกิจส่วนตัว	6	11.54	41	16.67	15.77
	อื่นๆ	1	1.92	20	8.13	7.05
	รวม	52	100.00	246	100.00	100.00
สมาชิก Rabbit	เป็นสมาชิกบัตร Rabbit	49	94.23	108	43.90	52.68
	ไม่เป็นสมาชิกบัตร Rabbit	3	5.77	138	56.10	47.32
	รวม	52	100.00	246	100.00	100.00

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		สมาชิกจอตกรายเดือน		ไม่เป็นสมาชิกจอตกรายเดือน		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
สมาชิกบัตร Lotus	เป็นสมาชิกบัตร Lotus	37	71.15	141	57.32	59.73
	ไม่เป็นสมาชิกบัตร Lotus	15	28.85	105	42.68	40.27
	รวม	52	100.00	246	100.00	100.00
รายได้	รายได้น้อย (น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน)	3	5.77	40	16.26	14.43
	รายได้ปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน)	8	15.38	115	46.75	41.28
	รายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาท/เดือน)	41	78.85	91	36.99	44.30
	รวม	52	100.00	246	100.00	100.00
ค่าเฉลี่ย จำนวนรถยนต์ที่มี		1.56		1.30		1.35
Std. Deviation		0.998		0.598		0.69
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนที่พักอาศัย		2.62		2.97		2.91
Std. Deviation		1.647		1.907		1.87
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนมีงานทำในครอบครัว		1.75		2.10		2.04
Std. Deviation		0.711		1.338		1.26
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่เดินทางด้วย BTS 3 วันขึ้นไป		1.33		1.10		1.14
Std. Deviation		0.513		0.814		0.77

3. คุณลักษณะของผู้ใช้งานแยกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอตแล้วจร

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		ผู้ที่จอตแล้วจร		ผู้ที่จอตเพื่อรับส่ง		ผู้ที่จอตแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
เพศ	ชาย	47	38.52	37	35.24	22	30.99	35.57
	หญิง	75	61.48	68	64.76	49	69.01	64.43
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน		ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
อาชีพ	ราชการ	8	6.56	6	5.71	5	7.04	6.38
	พนักงาน	79	64.75	55	52.38	34	47.89	56.38
	นักศึกษา	17	13.93	18	17.14	8	11.27	14.43
	ธุรกิจส่วนตัว	15	12.30	20	19.05	12	16.90	15.77
	อื่นๆ	3	2.46	6	5.71	12	16.90	7.05
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
รายได้	รายได้น้อย (น้อยกว่า 10,000 บาท/ เดือน)	17	13.93	16	15.24	10	14.08	14.43
	รายได้ปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน)	36	29.51	47	44.76	40	56.34	41.28
	รายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาท/ เดือน)	69	56.56	42	40.00	21	29.58	44.30
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
ประเภทที่อยู่	บ้านเดี่ยว	72	59.02	59	56.19	34	47.89	55.37
	อาคารชุด	50	40.98	46	43.81	37	52.11	44.63
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
ค่าเฉลี่ย จำนวนรถยนต์ที่มี		1.39		1.32		1.30		1.35
	Std. Deviation	0.777		0.686		0.518		0.690
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนในที่พักอาศัย		2.56		3.36		2.85		2.91
	Std. Deviation	1.662		2.135		1.644		1.866

คุณลักษณะของผู้ใช้งาน	ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ค่าเฉลี่ย จำนวนคนมีงาน ทำในครอบครัว	1.72		2.46		1.97		2.04
Std. Deviation	1.023		1.513		1.028		1.257
ค่าเฉลี่ยจำนวนคนที่ เดินทางด้วย BTS 3 วัน ขึ้นไป	1.34		1.05		0.94		1.14
Std. Deviation	0.584		0.881		0.826		0.774

4. พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

พฤติกรรมการใช้พื้นที่ จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความถี่การใช้งานที่จอด	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ สัปดาห์	17	13.93	39	37.14	22	30.99	26.17
	1-2วัน (วันเสาร์- อาทิตย์)	11	9.02	13	12.38	35	49.30	19.80
	3-5วัน (วัน จันทร์-ศุกร์)	72	59.02	46	43.81	11	15.49	43.29
	ทุกวัน	22	18.03	7	6.67	3	4.23	10.74
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
ระยะเวลาที่จอดรถ	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	6	4.92	38	36.19	6	8.45	16.78
	1-2 ชั่วโมง	27	22.13	34	32.38	32	45.07	31.21
	2-3 ชั่วโมง	18	14.75	28	26.67	29	40.85	25.17
	มากกว่า 3 ชั่วโมง	71	58.20	5	4.76	4	5.63	26.85
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
	ค่าเฉลี่ย	343.81		76.95		99.58		191.59
	Std. Deviation	243.099		69.936		70.532		207.73

พฤติกรรมการใช้พื้นที่	ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดแล้วรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	
ช่วงเวลาที่ใช้มาจอด	จอดแล้วจร							
	ช่วงเช้า 06.00-9.00น.	61	50.00	11	10.48	5	7.04	25.84
	ช่วงสาย 9.00-12.00น.	10	8.20	6	5.71	4	5.63	6.71
	ช่วงกลางวัน 12.00-13.00น.	15	12.30	10	9.52	14	19.72	13.09
	ช่วงบ่าย 13.01-16.00 น.	12	9.84	10	9.52	18	25.35	13.42
	ช่วงเย็น ตั้งแต่ 16.00น.ขึ้นไป	24	19.67	68	64.76	30	42.25	40.94
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00

5.ทัศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจรจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดแล้วจร	ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง	ผู้ที่จอดแล้วซื้อ	รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
ทัศนคติการใช้พื้นที่จอดแล้วจร	ใกล้บ้าน	3.88	3.87	4.06	3.89
	ใกล้ทางด่วน	3.12	3.32	2.89	3.17
	ใกล้สถานี BTS	4.65	4.54	4.52	4.58
	ราคาที่จอดรถ	3.71	3.89	4.16	3.89
	การมีที่จอดรถฟรี 3 ชั่วโมงแรก	3.90	4.60	4.71	4.37

6. พฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร		ผู้จอดแล้วจร		ผู้จอดแล้วรับส่ง		ผู้จอดแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน	ทำงาน	93	76.23	28	26.67	24	33.80	48.66
	ศึกษา	10	8.20	13	12.38	4	5.63	9.06
	ท่องเที่ยว	15	12.30	37	35.24	24	33.80	25.50
	อื่นๆ	4	3.28	27	25.71	19	26.76	16.78
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
ความถี่การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	11	9.02	48	45.71	32	45.07	30.54
	1-2 วัน (เสาร์-อาทิตย์)	18	14.75	20	19.05	15	21.13	17.79
	3-5 วัน (วันทำงาน)	73	59.84	34	32.38	19	26.76	42.28
	ทุกวัน	20	16.39	3	2.86	5	7.04	9.40
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
ค่าเฉลี่ย จำนวนเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางไปทำงาน		2.13		1.54		1.59		1.80
Std. Deviation		0.852		0.694		0.785		0.830

7. ทักษะการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร		ผู้จอดแล้วจร	ผู้จอดเพื่อรับส่ง	ผู้จอดแล้วซื้อ	รวม
		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ทัศนคติการเดินทางด้วย	ราคาถูก	3.35	3.41	3.67	3.44
	ใช้เวลาเดินทางลดลง	4.79	4.73	4.87	4.79
	สถานีอยู่ใกล้บ้าน	3.87	3.89	4.15	3.94

	สถานีอยู่ใกล้ที่ทำงาน	4.43	4.18	4.16	4.28
--	-----------------------	------	------	------	------

8. ทักษะการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนจำแนกตามพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร

ทักษะการใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพื่อเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน		ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ใช้พื้นที่จอดแล้วจรเพราะอยู่ติดกับสถานี	ใช่	70	57.38	51	48.571	43	60.56	50.15
	ไม่ใช่	52	42.62	54	51.429	28	39.44	40.98
	รวม	122	100.00	105	100.000	71	100.00	91.13
ค่าเฉลี่ยระยะห่างที่เหมาะสม		121.35		115.22		84.08		107.80
Std. Deviation		225.510		204.852		169.534		197.188

9. พฤติกรรมซื้อสินค้าจำแนกตามพฤติกรรมใช้พื้นที่จอดแล้วจร

พฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความถี่การซื้อสินค้า	น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	34	27.87	41	39.05	37	52.11	37.58
	1-2 วัน/สัปดาห์	50	40.98	41	39.05	24	33.80	38.59
	3-4 วัน/สัปดาห์	15	12.30	15	14.29	4	5.63	11.41
	5-6 วัน/สัปดาห์	21	17.21	6	5.71	2	2.82	9.73
	ทุกวัน	2	1.64	2	1.90	4	5.63	2.68
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
ระยะเวลา	น้อยกว่า 30 นาที	21	17.21	18	17.14	8	11.27	15.77

พฤติกรรมการใช้พื้นที่	ผู้ที่จอดแล้วจร		ผู้ที่จอดเพื่อรับส่ง		ผู้ที่จอดแล้วซื้อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	
จอดแล้วจร								
30 นาที - 1 ชั่วโมง	58	47.54	38	36.19	37	52.11	44.63	
1 ชั่วโมง - 1 ชั่วโมง 30 นาที	13	10.66	7	6.67	4	5.63	8.05	
1 ชั่วโมง 30 นาที - 2 ชั่วโมง	22	18.03	33	31.43	17	23.94	24.16	
มากกว่า 2 ชั่วโมง	8	6.56	9	8.57	5	7.04	7.38	
รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00	
ค่าเฉลี่ย	74.92		83.33		77.96		78.61	
Std. Deviation	39.595		43.537		37.783		40.651	
มูลค่าการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง (บาท)	น้อยกว่า 500 บาท	54	44.26	44	41.90	38	53.52	45.64
	501 - 1,000 บาท	40	32.79	41	39.05	26	36.62	35.91
	1,001 - 1,500 บาท	13	10.66	5	4.76	0	0.00	6.04
	1,501 - 2,000 บาท	13	10.66	10	9.52	5	7.04	9.40
	มากกว่า 2,000 บาท	2	1.64	5	4.76	2	2.82	3.02
	รวม	122	100.00	105	100.00	71	100.00	100.00
	ค่าเฉลี่ย	895.49		951.43		786.62		889.26
	Std. Deviation	642.117		672.090		658.947		657.566

10. ทศนคติการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

ทัศนคติการใช้พื้นที่ จุดแล้วจรเพื่อซื้อ สินค้า		ผู้ที่จุดแล้วจร		ผู้ที่จุดแล้วรับส่ง		ผู้ที่จุดแล้วซื้อ		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
ซื้อสินค้าเพราะมีที่ จอดรถ	ใช่	111	90.98	73	69.52	39	54.93	74.83
	ไม่ใช่	11	9.02	32	30.48	32	45.07	25.17
	รวม	122	100.0 0	105	100.0 0	71	100.00	100.00
ถ้าไม่มีที่จุดจะซื้อ สินค้า	ใช่	54	44.26	53	50.48	40	56.34	49.33
	ไม่ใช่	68	55.74	52	49.52	31	43.66	50.67
	รวม	122	100.0 0	105	100.0 0	71	100.00	100.00
ซื้อสินค้า เพราะ ไฮเปอร์มาร์เก็ตอยู่ติด กับสถานี	ใช่	62	50.82	56	53.33	48	67.61	55.70
	ไม่ใช่	60	49.18	49	46.67	23	32.39	44.30
	รวม	122	100.0 0	105	100.0 0	71	100.00	100.00
ค่าเฉลี่ยระยะห่างที่ เหมาะสม	128.73		148.57		77.04		123.41	
Std. Deviation	207.072		335.586		139.513		249.48 2	

ภาคผนวก ข

ข้อมูลการตอบแบบสอบถาม

1. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจร กับพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

Crosstabs

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด * ใช้ระบบขนส่งเดินทางเป็นประจำ	298	100.0%	0	0.0%	298	100.0%

วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด * ใช้ระบบขนส่งเดินทางเป็นประจำ Crosstabulation

			ใช้ระบบขนส่งเดินทางเป็นประจำ		Total
			ไม่ใช้ BTS เดินทางเป็นประจำ	ใช้ BTS เดินทางเป็นประจำ	
วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	ผู้จอดแล้วจร	Count	29	93	122
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	23.8%	76.2%	100.0%
ผู้จอดเพื่อรับส่ง	ผู้จอดแล้วรับส่ง	Count	68	37	105
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	64.8%	35.2%	100.0%
ผู้จอดแล้วชั่วคราว	ผู้จอดแล้วชั่วคราว	Count	47	24	71
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	66.2%	33.8%	100.0%
Total		Count	144	154	298
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	48.3%	51.7%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	49.897 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	51.855	2	.000
Linear-by-Linear Association	39.387	1	.000
N of Valid Cases	298		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34.31.

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.379			.000
Interval by Interval	Pearson's R	-.364	.053	-6.727	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.377	.053	-7.005	.000 ^c
N of Valid Cases		298			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

2. ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	จอตกรมากกว่า 3 ชม., เพศหญิง, อัตราการใช้รถยนต์ต่อคนเดินทางมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1 อาชีพพนักงาน ความถี่ออกวัน, มีบัตร Rabbit หรือไม่มี, จำนวนรถยนต์, รายได้สูง, เข้ามาจอตกรในช่วงเช้า, ผู้ถี่ออกแล้วจร, เป็นสมาชิกที่จอตกรรายเดือนของห้าง lotus ^b		Enter

a. Dependent Variable: ความถี่การเดินทาง/วัน

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.405	.382	1.747

a. Predictors: (Constant), จอตกรมากกว่า 3 ชม., เพศหญิง, อัตราการใช้รถยนต์ต่อคนเดินทางมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1 , อาชีพพนักงาน, ความถี่ออกวัน, มีบัตร Rabbit หรือไม่มี, จำนวนรถยนต์, รายได้สูง, เข้ามาจอตกรในช่วงเช้า, ผู้ถี่ออกแล้วจร, เป็นสมาชิกที่จอตกรรายเดือนของห้าง lotus

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.680	.940		-1.787	.075
	เพศหญิง	.641	.217	.138	2.948	.003
	รายได้สูง	-.444	.224	-.099	-1.981	.049
	อาชีพพนักงาน	-.210	.218	-.047	-.965	.335
	เป็นสมาชิกที่จอตกรรายเดือนของห้าง lotus	1.004	.407	.172	2.464	.014
	มีบัตร Rabbit หรือไม่มี	1.989	.224	.447	8.861	.000
	จำนวนรถยนต์	.276	.159	.086	1.735	.084
	อัตราการใช้รถยนต์ต่อคนเดินทางมากกว่าหรือเท่ากับ 1:1	-.021	.235	-.005	-.089	.929
	ผู้ถี่ออกแล้วจร	1.508	.272	.334	5.554	.000
	ความถี่ออกวัน	.050	.051	.050	.967	.334
	เข้ามาจอตกรในช่วงเช้า	.373	.311	.074	1.200	.231
	จอตกรมากกว่า 3 ชม.	.297	.283	.064	1.049	.295

a. Dependent Variable: ความถี่การเดินทาง/วัน

3. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่จอดแล้วจรกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต

Crosstabs

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด * ซื้อสินค้าเป็นประจำ	298	100.0%	0	0.0%	298	100.0%

วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด * ซื้อสินค้าเป็นประจำ Crosstabulation

		ซื้อสินค้าเป็นประจำ		Total	
		ไม่ได้ซื้อสินค้าเป็นประจำ	ซื้อสินค้าเป็นประจำ		
วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	ผู้จอดแล้วจร	Count	84	38	122
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	68.9%	31.1%	100.0%
	ผู้จอดเพื่อรับส่ง	Count	82	23	105
	% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	78.1%	21.9%	100.0%	
	ผู้จอดแล้วซื้อ	Count	61	10	71
	% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	85.9%	14.1%	100.0%	
Total		Count	227	71	298
		% within วัตถุประสงค์การใช้ที่จอด	76.2%	23.8%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.529 ^a	2	.023
Likelihood Ratio	7.773	2	.021
Linear-by-Linear Association	7.486	1	.006
N of Valid Cases	298		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16.92.

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.157			.023
Interval by Interval	Pearson's R	-.159	.054	-2.766	.006 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.159	.055	-2.769	.006 ^c
N of Valid Cases		298			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่การซื้อสินค้า

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เข้ามาจอตกรกใน แขวงเย็น, ผู้ที่จอตแล้วซื้อ, เพศหญิง, รายได้ปานกลาง, อาชีพพนักงาน, ความถี่จอต/วัน, เป็นสมาชิกที่จอต รายเดือนของห้าง lotus, ระยะเวลาที่จอต กรก ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ความถี่การซื้อสินค้า

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.353 ^a	.124	.100	1.81057

a. Predictors: (Constant), เข้ามาจอตกรกในแขวงเย็น, ผู้ที่จอตแล้วซื้อ, เพศหญิง, รายได้ปานกลาง, อาชีพพนักงาน, ความถี่จอต/วัน, เป็นสมาชิกที่จอตรายเดือนของห้าง lotus, ระยะเวลาที่จอตกรก

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.532	8	16.817	5.130	.000 ^b
	Residual	947.387	289	3.278		
	Total	1081.919	297			

a. Dependent Variable: ความถี่การซื้อสินค้า

b. Predictors: (Constant), เข้ามาจอตกรกในแขวงเย็น, ผู้ที่จอตแล้วซื้อ, เพศหญิง, รายได้ปานกลาง, อาชีพพนักงาน, ความถี่จอต/วัน, เป็นสมาชิกที่จอตรายเดือนของห้าง lotus, ระยะเวลาที่จอตกรก

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.314	.324		4.059	.000
	เพศหญิง	.379	.223	.095	1.701	.090
	รายได้ปานกลาง	-.187	.225	-.048	-.833	.405
	อาชีพพนักงาน	-.320	.221	-.083	-1.446	.149
	เป็นสมาชิกที่จอตรายเดือนของห้าง lotus	.996	.489	.198	2.039	.042
	ผู้ที่จอตแล้วซื้อ	-.202	.265	-.045	-.764	.445
	ความถี่จอต/วัน	.235	.053	.273	4.472	.000
	ระยะเวลาที่จอตกรก	-.001	.001	-.154	-1.483	.139
	เข้ามาจอตกรกในแขวงเย็น	-.262	.246	-.068	-1.064	.288

a. Dependent Variable: ความถี่การซื้อสินค้า

5. ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อขายสินค้า

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เข้ามาจอตกรกใน ช่วงเย็น, ผู้ที่จอดแล้วขับ, เพศหญิง, รายได้สูง, จำนวนผู้พักอาศัย ทั้งหมดในรัศมี สามกิโลเมตร, ความถี่จอดวัน เป็นสมาชิกที่ จอดรถรายเดือน ของห้าง lotus, ระยะเวลาที่จอด ตรก ^b		Enter

a. Dependent Variable: ท่านมักจะซื้อสินค้าเฉลี่ยครั้งละเท่าไร? ระบุ

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.371 ^a	.138	.114	619.059

a. Predictors: (Constant), เข้ามาจอตกรกในช่วงเย็น, ผู้ที่จอดแล้วขับ, เพศหญิง, รายได้สูง, จำนวนผู้พักอาศัยทั้งหมดในรัศมีสามกิโลเมตร, ความถี่จอดวัน, เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนของห้าง lotus, ระยะเวลาที่จอดรถ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17665871.24	8	2208233.905	5.762	.000 ^b
	Residual	110754766.3	289	383234.486		
	Total	128420637.6	297			

a. Dependent Variable: ท่านมักจะซื้อสินค้าเฉลี่ยครั้งละเท่าไร? ระบุ

b. Predictors: (Constant), เข้ามาจอตกรกในช่วงเย็น, ผู้ที่จอดแล้วขับ, เพศหญิง, รายได้สูง, จำนวนผู้พักอาศัยทั้งหมดในรัศมีสามกิโลเมตร, ความถี่จอดวัน, เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือนของห้าง lotus, ระยะเวลาที่จอดรถ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	700.952	119.231		5.879	.000
	เพศหญิง	-94.278	76.394	-.069	-1.234	.218
	รายได้สูง	420.561	77.022	.318	5.460	.000
	เป็นสมาชิกที่จอดรถรายเดือน ของห้าง lotus	-211.707	166.057	-.122	-1.275	.203
	จำนวนผู้พักอาศัยทั้งหมดในรัศมี สามกิโลเมตร	61.738	19.764	.175	3.124	.002
	ผู้ที่จอดแล้วขับ	-106.211	90.261	-.069	-1.177	.240
	ความถี่จอดวัน	-25.954	17.959	-.088	-1.445	.149
	ระยะเวลาที่จอดรถ	.186	.326	.059	.570	.569
	เข้ามาจอตกรกในช่วงเย็น	-44.171	84.958	-.033	-.520	.604

a. Dependent Variable: ท่านมักจะซื้อสินค้าเฉลี่ยครั้งละเท่าไร? ระบุ

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายปรีวรรต แม่นศิริ เกิดเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2534 ที่จังหวัดร้อยเอ็ด สำเร็จ การศึกษาระดับมัธยมปลายจากโรงเรียนร้อยเอ็ดวิทยาลัย ในปี 2557 จบการศึกษาระดับปริญญา ตี สาขาวิชาสถาปัตยกรรมเมืองและชุมชน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในปี 2559 ได้เข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการวางแผน ภาคและเมืองมหابัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

