

เดินไป ปั่นไป



bike
walk

9-10 March 2018

Thailand Bike and Walk Forum

การประชุมการส่งเสริมการเดินทางและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน

Mode Shift : Bike & Walk to Public Transport Connection



เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน ของสังคมไทย

ดร.จิรเวทย์ รักชาติ

สถาบันการเดินและการจักรยานไทย

ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา

Thailand Walking and Cycling Institute

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

- การปั่นจักรยานได้รับความนิยมมากขึ้น แต่เหตุผลของการปั่นจักรยานเปลี่ยนไปจากการปั่นแบบอดีตที่เน้นประโยชน์ในการเดินทาง ไปสู่เหตุผลอื่นๆ เช่น การออกกำลังกาย รักสิ่งแวดล้อม เข้าสังคม และอื่นๆ หรือไม่
- เหตุผลของผู้ปั่นจักรยานกับที่ปรากฏในสื่อมวลชนมีความแตกต่างกันอย่างไร

สถาบันการเดินและการจักรยานไทย

Thailand Walking and Cycling Institute

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย
2. เพื่ออธิบายสาเหตุของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย
3. เพื่อเข้าใจถึงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

การเดินและการจักรยานไทย
Thailand Walking and Cycling Institute

ขอบเขตของการวิจัย

- ศึกษาเหตุผลของการปั่นจักรยานจากผู้ใช้จักรยานในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่
- ศึกษาเหตุผลของการปั่นจักรยานที่ปรากฏในสื่อมวลชนปี 2559
 - 1) รายการโทรทัศน์ที่รณรงค์ในการปั่นจักรยาน คือ Life Cycling และ Do the Ride Thing
 - 2) โฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารที่เกี่ยวกับจักรยาน คือ Cycling Plus Thailand และ Sport Street Magazine

วิธีดำเนินการวิจัย

- การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ
 - 1) ศึกษาเหตุการณ์ใช้จักรยานในพื้นที่สื่อ ทั้งรายการโทรทัศน์ และโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)
 - 2) ศึกษาแบบแผนการเลือกใช้จักรยานของผู้ปั่นจักรยาน ทั้งในเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ภาคสนาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คาดว่าการศึกษาเหตุผลของการเลือกปั่นจักรยานของคนในสังคมไทยจะนำไปสู่ความเข้าใจพฤติกรรมการใช้จักรยานของคนในสังคมไทยได้อย่างแท้จริง
2. เพื่อให้สามารถนำไปสู่การผลิตเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการสนับสนุนการปั่นจักรยานสำหรับสื่อมวลชนและสื่อทางเลือกอื่นๆ ให้เหมาะสมกับเหตุผลของการเลือกใช้จักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทยปัจจุบัน
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการสำหรับการขับเคลื่อนการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันอย่างเป็นรูปธรรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

- **ตรรกะของการบริโภค** หมายถึง ระดับของความสำคัญในการใช้เหตุผลต่างๆ เพื่อเลือกซื้อสินค้าระหว่างผู้บริโภคและสินค้าซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะหมายถึงจักรยานหรือการปั่นจักรยานในบริบทของสังคมไทยในปัจจุบัน
- **เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์** หมายถึง การเลือกใช้สินค้าเพื่อความต้องการใช้ประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้าเหล่านั้นเอง

Thailand Walking and Cycling Institute

นิยามศัพท์เฉพาะ

- เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน หมายถึง การเลือกใช้สินค้านั้นด้วยเหตุผลที่สามารถนำไปใช้แลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่นๆ ได้ อย่างคุ้มค่า หรืออย่างน้อยก็คาดหวังว่าสินค้าที่ได้รับมานั้นจะ คุ้มค่าเท่ากับสิ่งที่สูญเสียไปในการแลกเปลี่ยน
- เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในสินค้า หมายถึง การเลือกใช้สินค้านั้นด้วยเหตุผลว่า สินค้าเหล่านั้นได้ให้ความหมายบางอย่าง ในรูปแบบของสัญลักษณ์ต่อผู้ใช้เอง และอาจคาดหวังว่าผู้อื่นจะ เข้าใจความหมายแบบเดียวกันนั้นด้วย

นิยามศัพท์เฉพาะ

- เหตุผลจากการนำสินค้าในฐานะของสัญลักษณ์บางอย่างไป แลกเปลี่ยนกัน หมายถึง การเลือกซื้อสินค้านั้นด้วยเหตุผลที่สินค้านั้นๆ มีความหมายในทางสัญลักษณ์บางอย่างที่ นอกเหนือไปจากประโยชน์ในการใช้งานจริงของตัวเอง หรือ ประโยชน์ที่จะได้จากการนำสินค้านั้นไปขายเพื่อแลกกับเงิน หรือ แลกเปลี่ยนกับทรัพย์สินอื่นๆ

สถาบันการเดินและการจักรยานไทย
Thailand Walking and Cycling Institute

ทฤษฎีและทฤษฎี

1. แนวคิดที่ว่าด้วยตรรกะวิทยาแห่งการบริโภค
(Logic of Consumption)
2. ทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์
(Critical Semiology)

สถาบันการเดินและการจักรยานไทย

Thailand Walking and Cycling Institute

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การศึกษาเหตุผลของการใช้จักรยานในสื่อมวลชน
 - รายการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมให้เกิดการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน 2 รายการ ได้แก่ Life Cycling (ช่อง MCOT) และรายการ Do the Ride Thing (Voice TV) จำนวนรายการละ 10 ตอนที่ออกอากาศปี 2559
 - นิตยสารที่เกี่ยวกับการปั่นจักรยาน ซึ่งมีการตีพิมพ์โฆษณาเกี่ยวกับจักรยาน 2 ฉบับ คือ Cycling Plus และ Sports Street อย่างละ 12 ฉบับ ในปี 2559 รวม 24 ฉบับ

ระเบียบวิธีการวิจัย

2. การศึกษาเหตุผลของการใช้จักรยานของผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน

- เชิงปริมาณ – เลือกใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานจักรยานในชีวิตประจำวัน ในพื้นที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ แห่งละ 200 ชุด รวม 400 ชุด

สถาบันการเดินและการจักรยานไทย

Thailand Walking and Cycling Institute

ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

2. การศึกษาเหตุผลของการใช้จักรยานของผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน

- เชิงคุณภาพ

- การสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field observation) แบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้จักรยานทั่วไป และกลุ่มจักรยานเพื่อสุขภาพในพื้นที่สาธารณะของกรุงเทพฯ และเชียงใหม่
- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน จำนวน 17 คน ทั้งในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่

ระเบียบวิธีการวิจัย: เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- สัญลักษณ์และความหมายของการปั่นจักรยานจากสื่อมวลชน และผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน
 1. ค้นหาสัญลักษณ์เกี่ยวกับการปั่นจักรยาน/จักรยานในสื่อมวลชน
 2. หาความหมายของสัญลักษณ์นั้นๆ
 3. สรุปความหมายที่ค้นพบ แล้วเปรียบเทียบกับตรรกะของการบริโภคทั้ง 4 ด้าน

ระเบียบวิธีการวิจัย: เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน โดยศึกษาผู้ปั่นจักรยาน ทั้งแบบสอบถาม สัมภาษณ์เชิงลึก และสังเกตการณ์
 1. การระบุถึงคุณลักษณะเด่นของจักรยาน (ราคา/ยี่ห้อและรุ่น/สมรรถนะ/โปรโมชั่น)
 2. คุณค่าจะการใช้จักรยาน
 3. ลักษณะเด่นของการใช้จักรยาน(รูปลักษณ์/ภาพลักษณ์ผู้ปั่น/วิธีการปั่น)
 4. การเลือกใช้ตรากระทรวงการบริโภค 4 ระดับ

ผลของการวิเคราะห์ตัวบท

1. สื่อรายการโทรทัศน์

- คุณลักษณะเด่นของจักรยาน (ยี่ห้อและรุ่น/สมรรถนะของจักรยาน)
- คุณค่าจากการเลือกใช้จักรยาน (ความสนุกตื่นเต้นจากการแข่งขัน/การรวมกลุ่ม การเข้าสังคม และการสร้างตัวตนกลุ่ม/พาหนะเดินทาง/การสร้างอิสระใจการใช้ชีวิต/ออกกำลังกาย/โก้เก๋ทันสมัย/แก้เหงา งานอดิเรก ฆ่าเวลา/อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)

Thailand Walking and Cycling Institute

ผลของการวิเคราะห์ตัวบท

1. สื่อรายการโทรทัศน์

- เหตุผลในการใช้จักรยาน

- 1) คุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์(พาหนะเดินทาง/ออกกำลัง/ใช้แข่งขัน)
- 2) คุณค่าเชิงสัญลักษณ์(ความเป็นนักกีฬา/ผู้ที่ได้รับความสนใจหรือเป็นที่ยอมรับ/ผู้ชนะหรือผู้นำ/ผู้มีอิสระในการใช้ชีวิต/ جایแห่งความเร็ว/ความเป็นสากลและระดับโลก/ความเป็นคนมีสไตล์ หรือเอกลักษณ์ ทันสมัย นำสมัย/ความสนุกสนาน/เพื่อนเดินทาง/ผู้แข็งแกร่ง)

ผลของการวิเคราะห์ตัวบท

2. สื่อนิตยสาร(โฆษณาจักรยานในนิตยสารจักรยาน)

- คุณลักษณะเด่นของจักรยาน (ยี่ห้อและรุ่น/สมรรถนะของจักรยาน/ราคาของจักรยาน/โปรโมชั่นที่มากับการซื้อขาย)
- คุณค่าจากการเลือกใช้จักรยาน (ความสนุกตื่นเต้นจากการแข่งขัน/ การรวมกลุ่ม การเข้าสังคม การสร้างตัวตนกลุ่ม/ พาหนะเดินทาง/สร้างอิสระในการใช้ชีวิต/ออกกำลังกาย/ คุ่มค่าคุ่มราคา/โก้เก๋ ทันสมัย/แก้เหงา งานอดิเรก ฆ่าเวลา)
- ลักษณะเด่นของการปั่น(รูปลักษณ์/ภาพลักษณ์ผู้ปั่น/วิธีการปั่น)

ผลของการวิเคราะห์ตัวบท

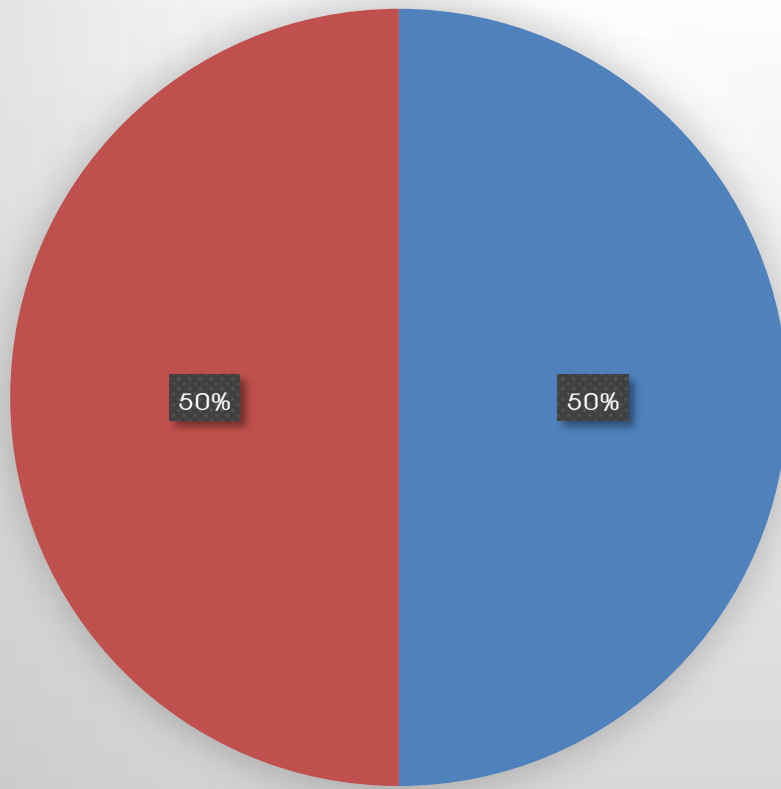
2. สื่อนิตยสาร(โฆษณาจักรยานในนิตยสารจักรยาน)

- เหตุผลในการใช้จักรยาน

- 1) คุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์(พาหนะเดินทาง/ออกกำลัง/ใช้แข่งขัน)
- 2) คุณค่าจากการแลกเปลี่ยน(ราคาถูกลง)
- 3) คุณค่าเชิงสัญลักษณ์(ความเป็นนักกีฬา/ผู้ที่ได้รับความสนใจหรือเป็นที่ยอมรับ/ผู้ชนะหรือผู้นำ/ผู้มีอิสระในการใช้ชีวิต/นักบุกเบิก/ เจ้าแห่งความเร็ว/ความเป็นไทย/ความสะดวกสบาย/ความเป็นสากลและระดับโลก/ความเป็นคนมีสไตล์ หรือเอกลักษณ์ ทันสมัย นำสมัย/ความสนุกสนาน/เพื่อนเดินทาง/ผู้แข็งแกร่ง/การปลื้มตัวออกจากสังคม)

ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

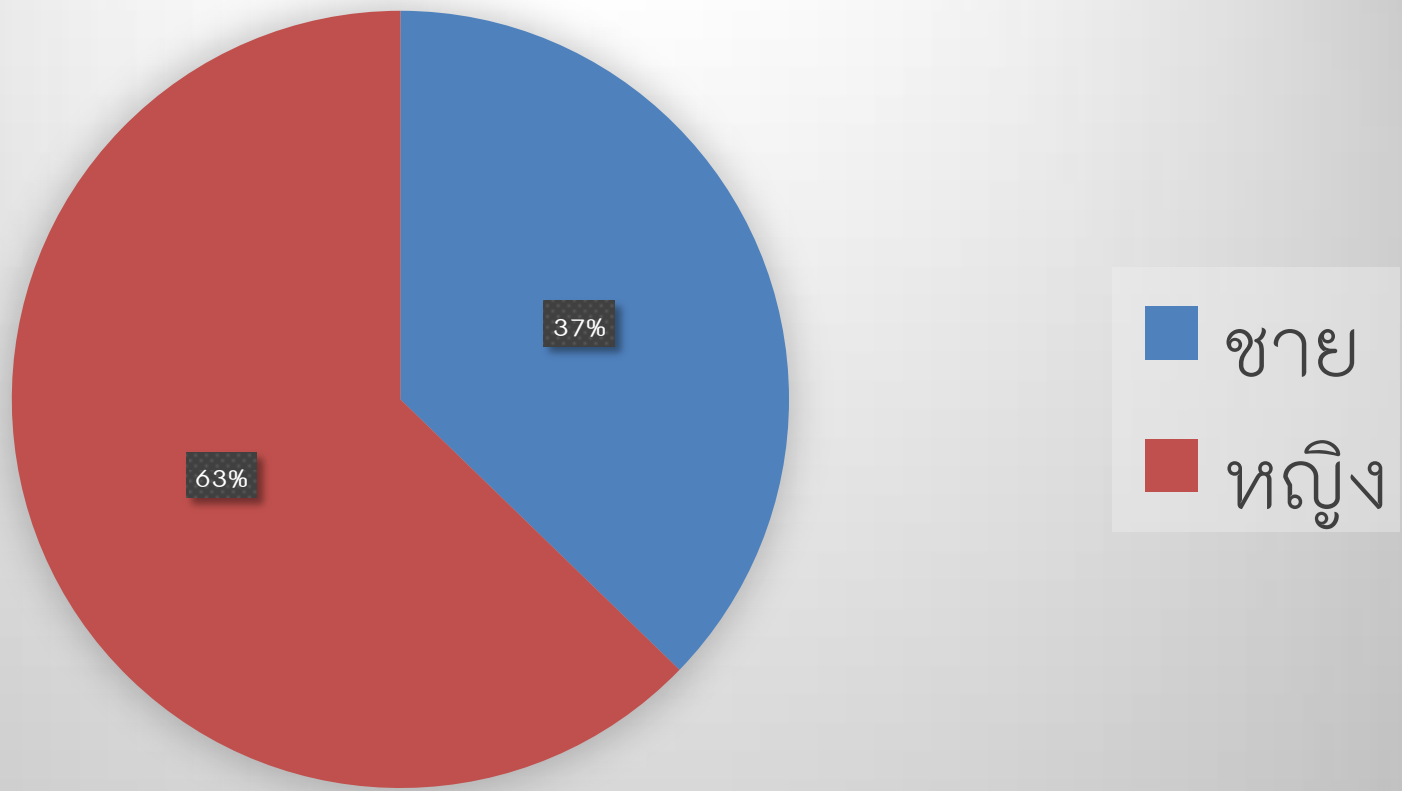
แบ่งตามพื้นที่ของผู้ทำแบบสอบถาม



- กรุงเทพมหานคร
- เชียงใหม่

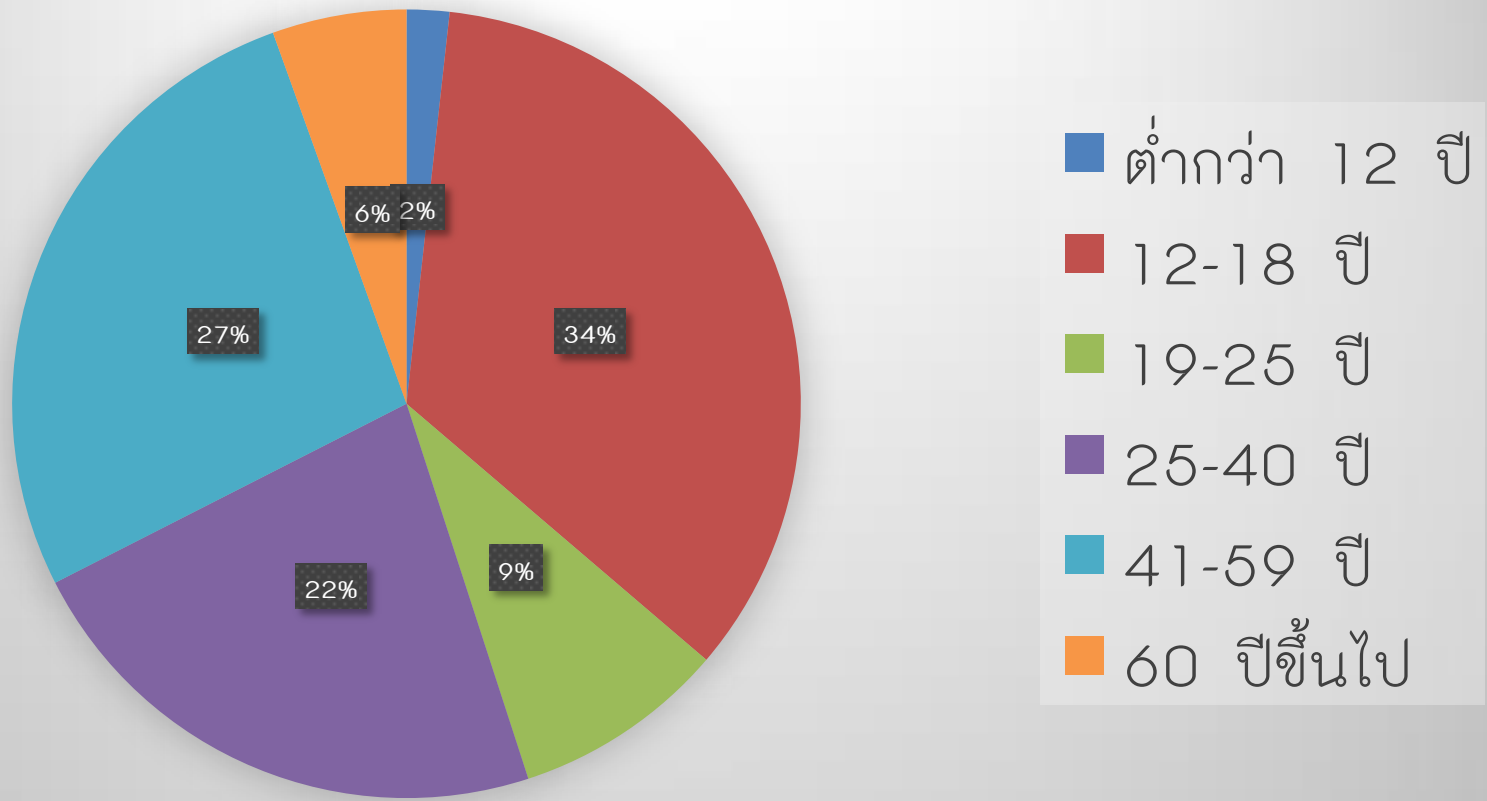
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ



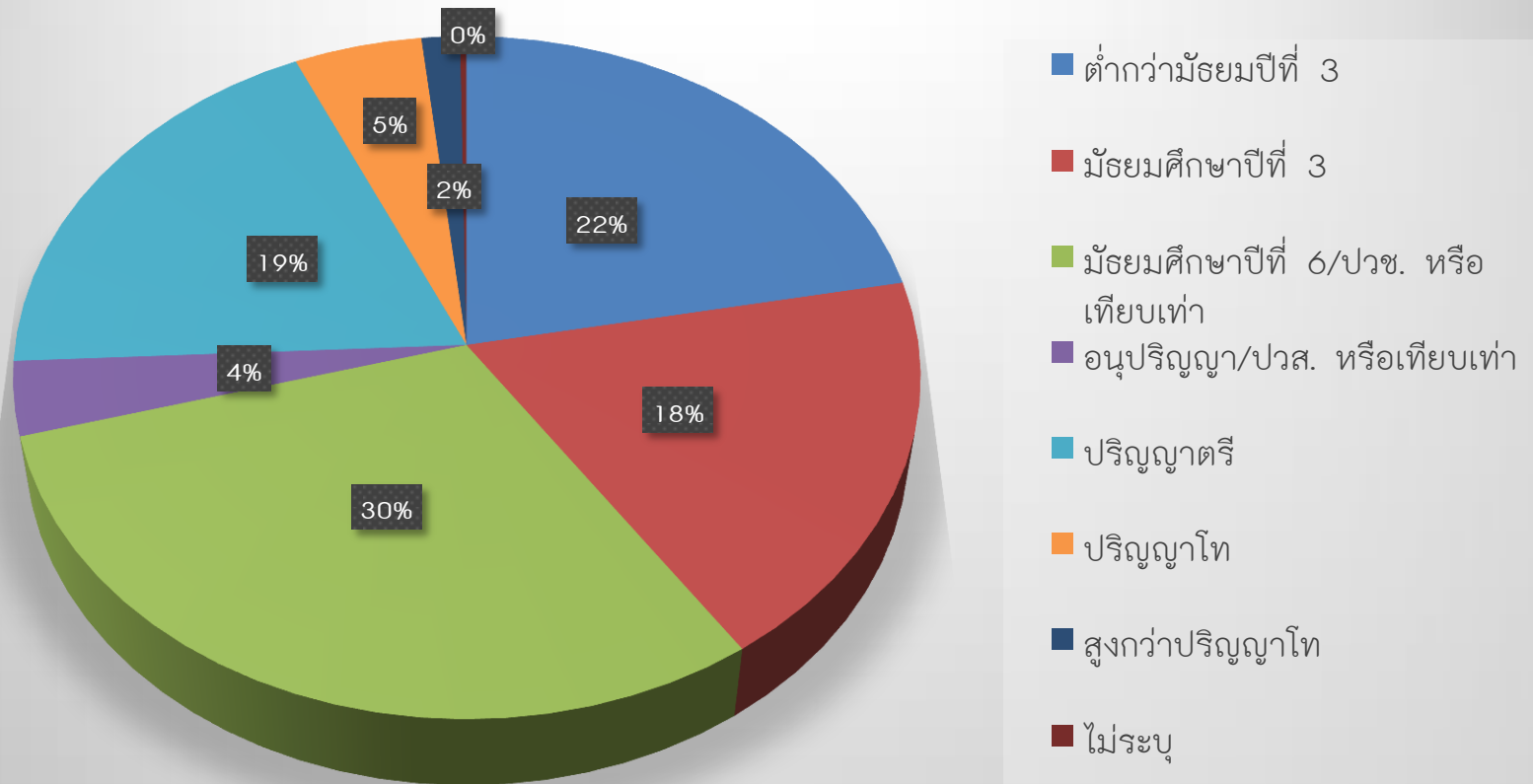
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ



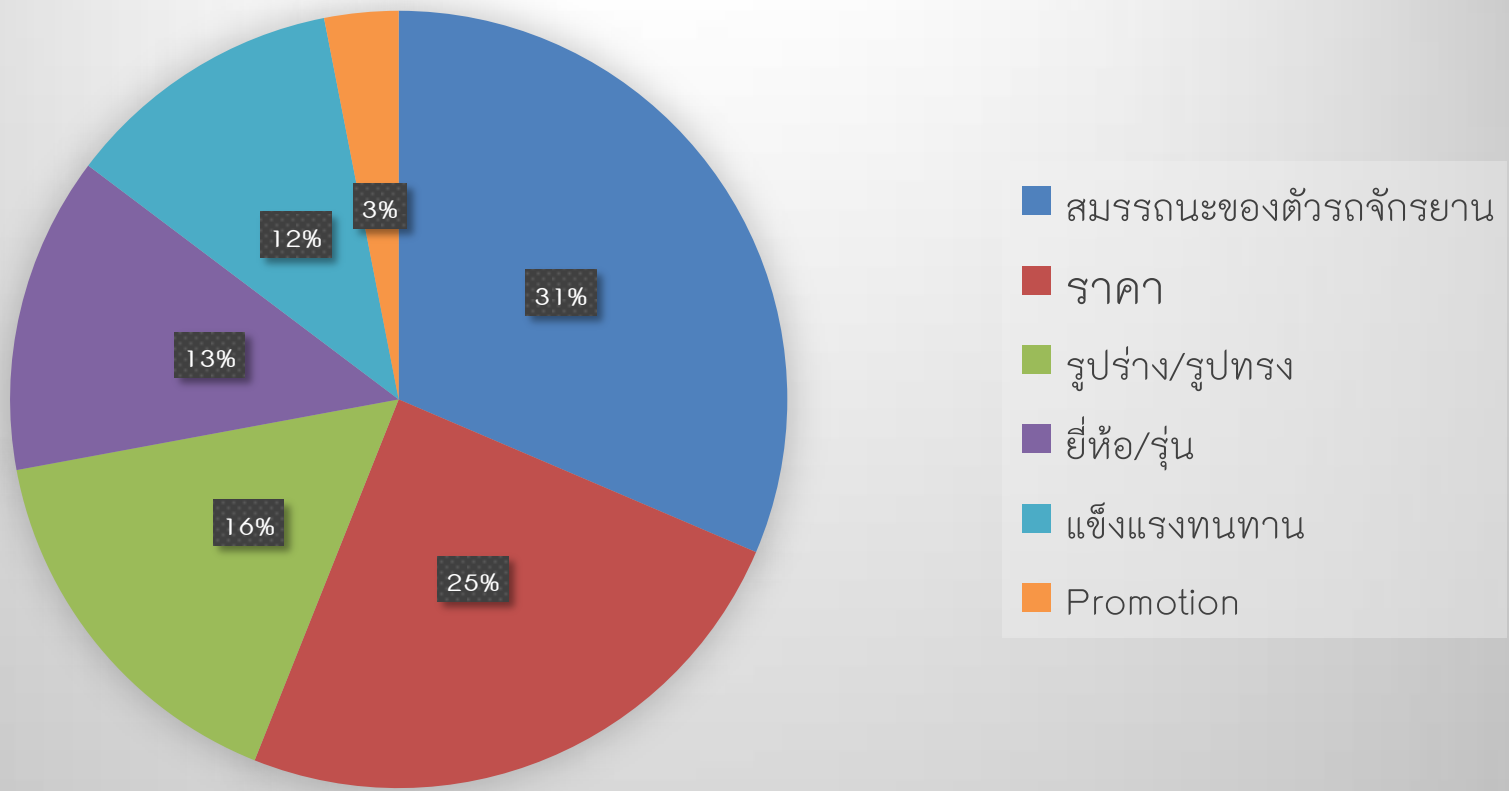
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามวุฒิการศึกษา



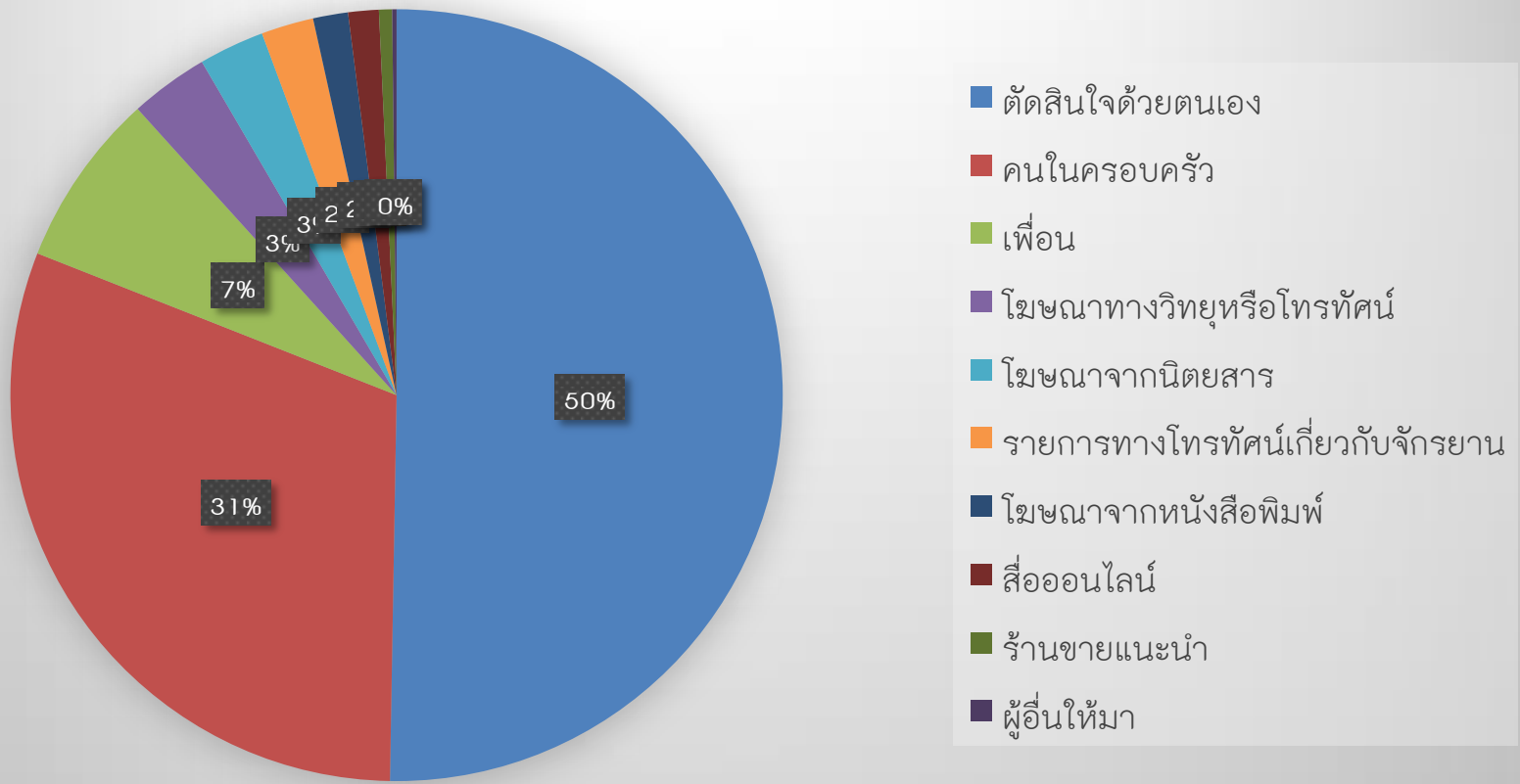
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

สิ่งที่ชอบในจักรยานคันปัจจุบัน



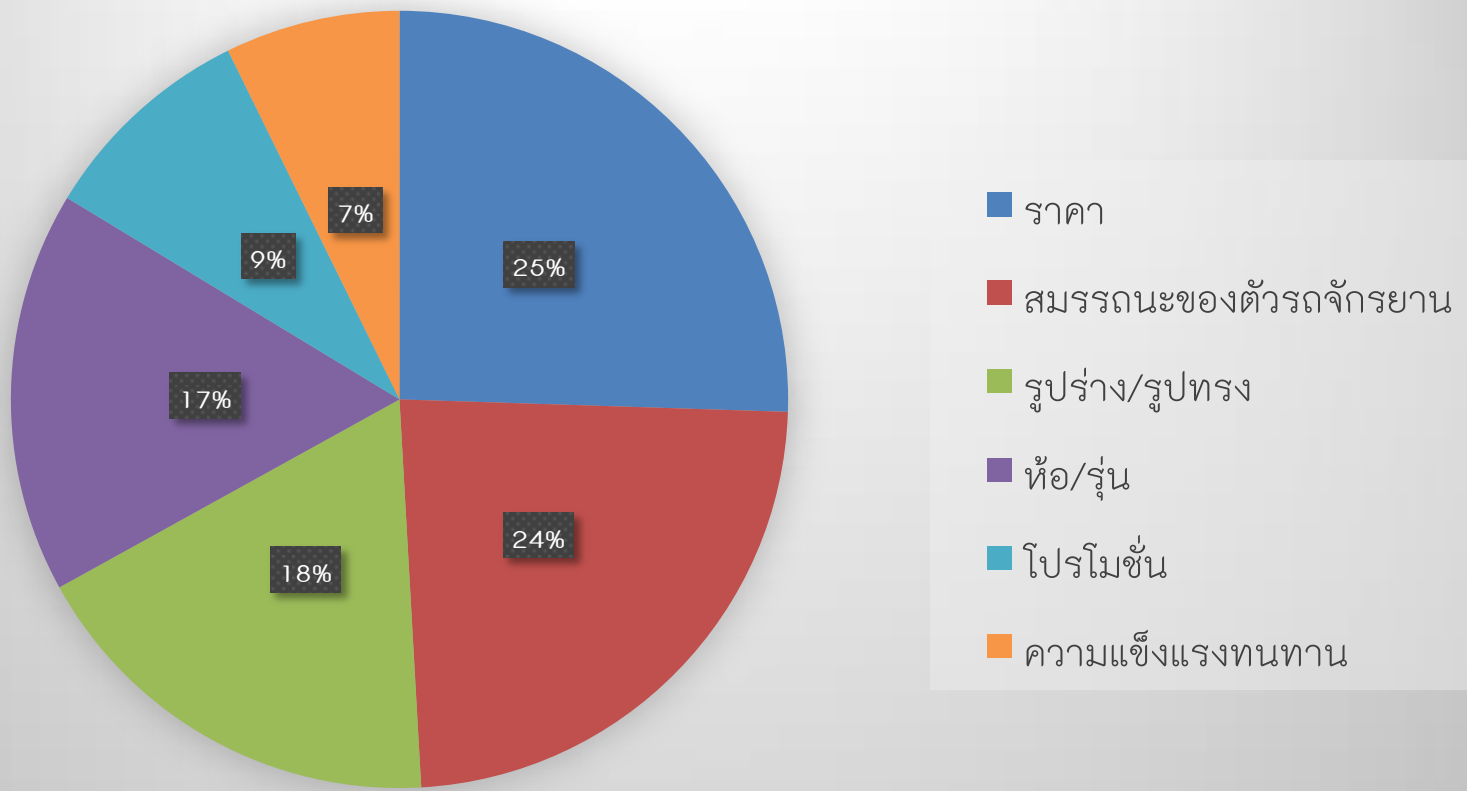
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

สื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจักรยาน



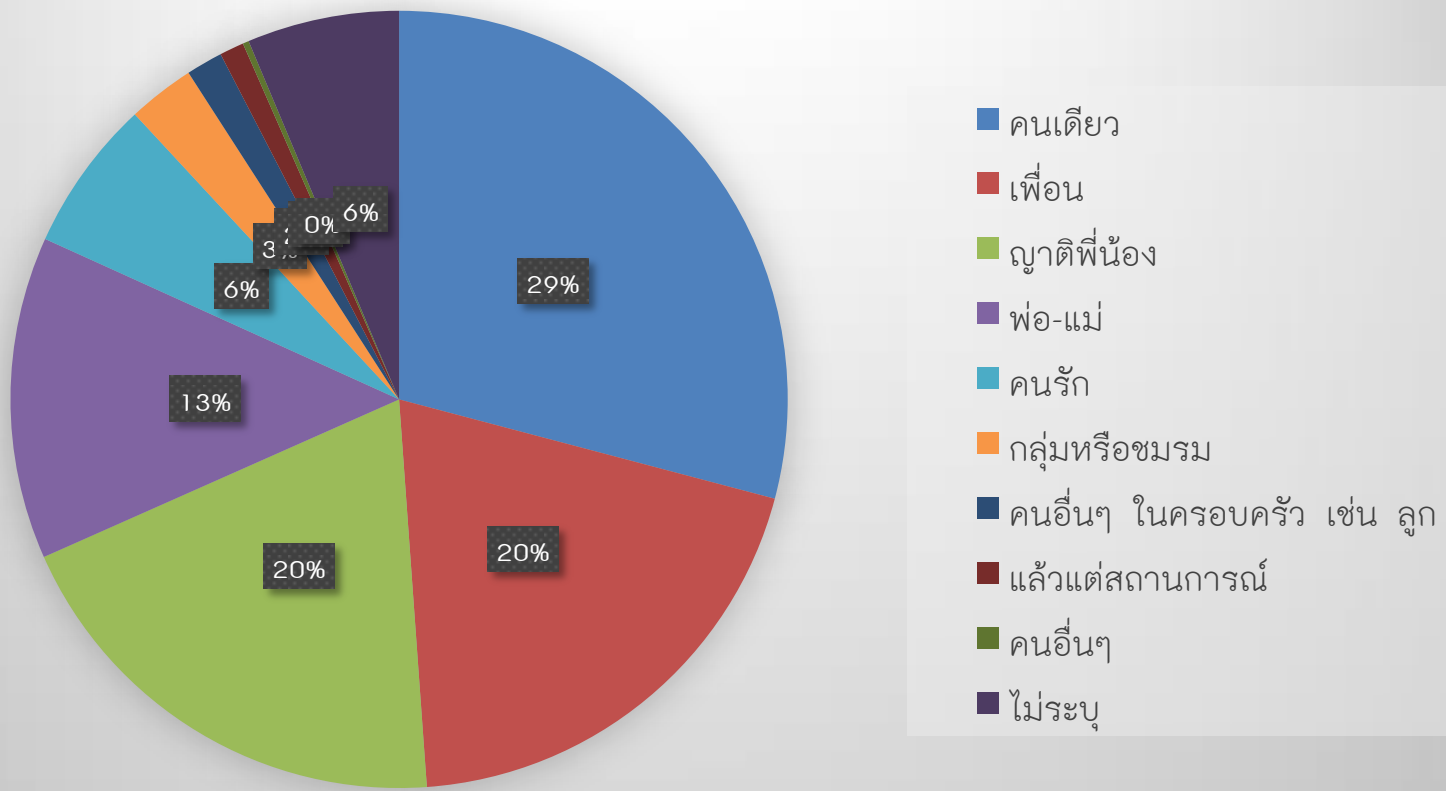
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

คุณลักษณะที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจักรยาน



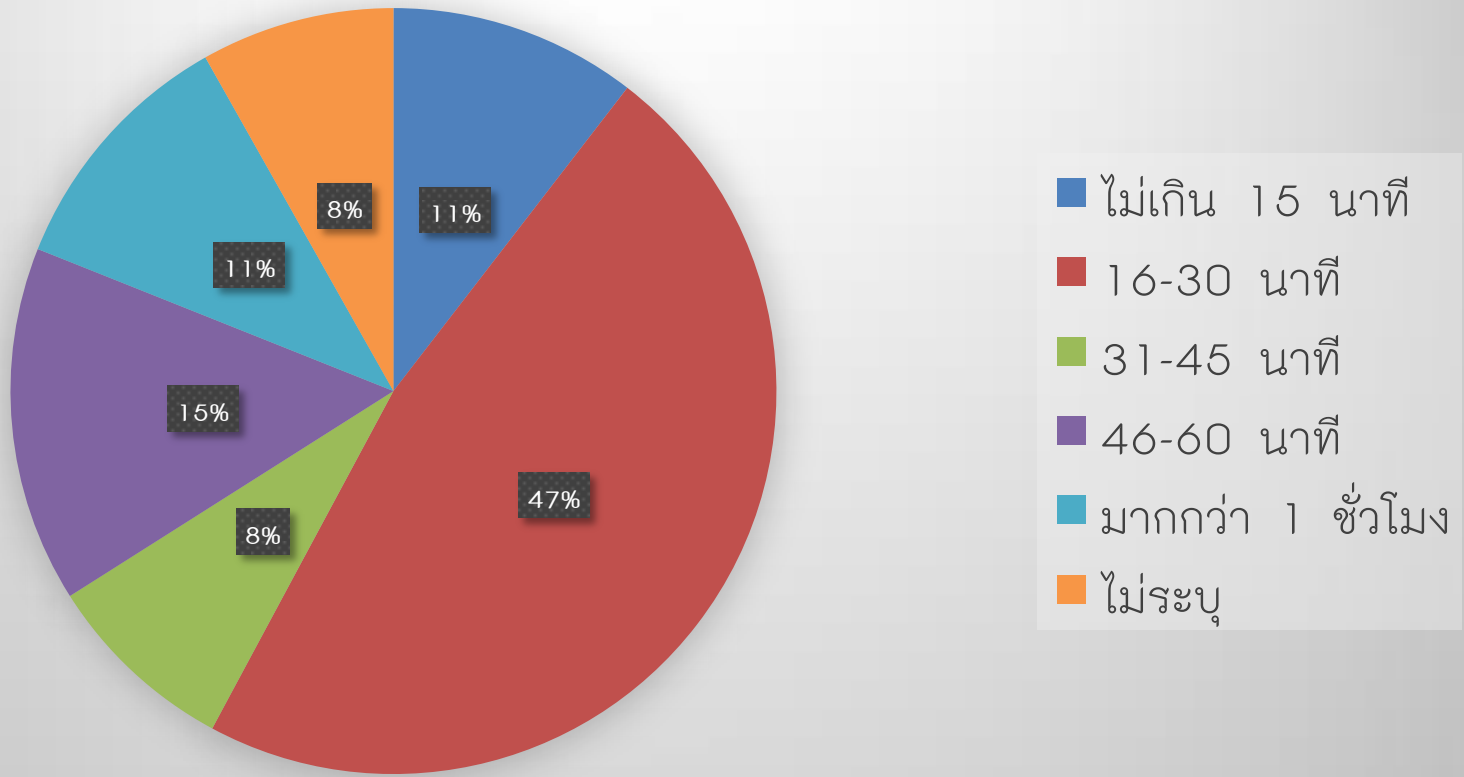
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

บุคคลที่ร่วมปั่นจักรยานด้วยมากที่สุด



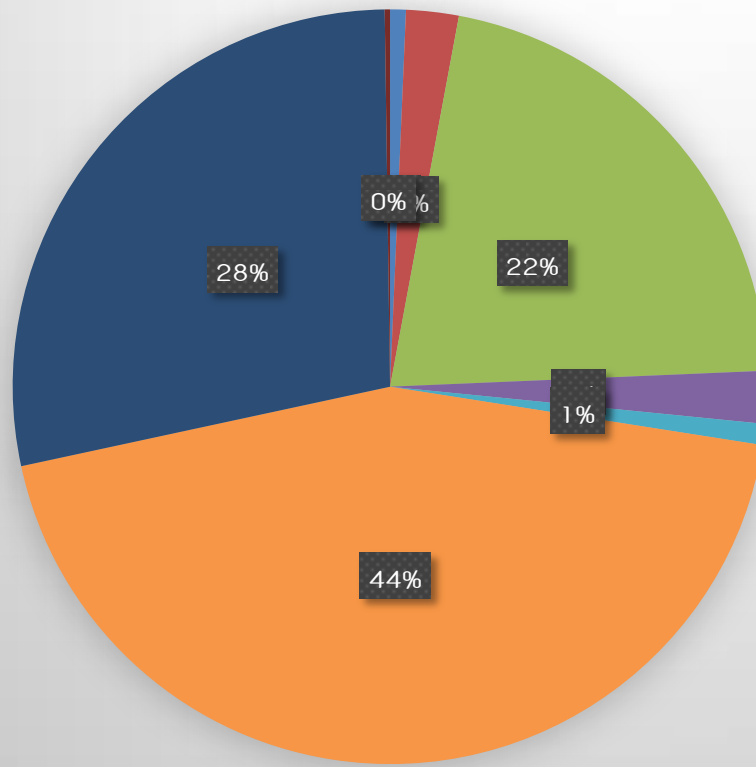
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

ระยะเวลาเฉลี่ยในการปั่นจักรยาน



ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

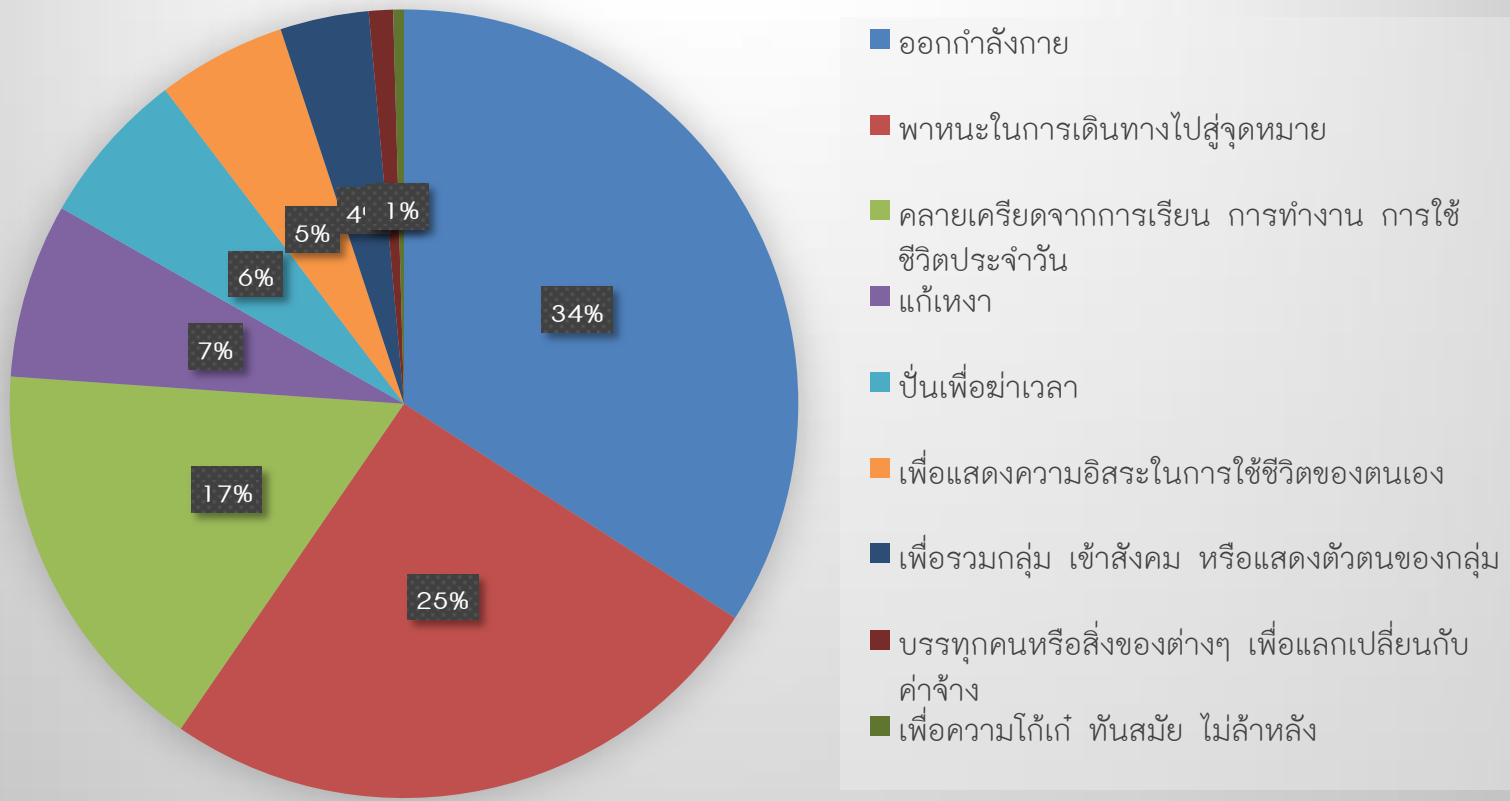
ช่วงเวลาที่ปั่นจักรยาน



- 00.01-03.00 น.
- 03.01-06.00 น.
- 06.01-09.00 น.
- 09.01-12.00 น.
- 12.01-15.00 น.
- 15.01-18.00 น.
- 18.01-21.00 น.
- 21.01-24.00 น.

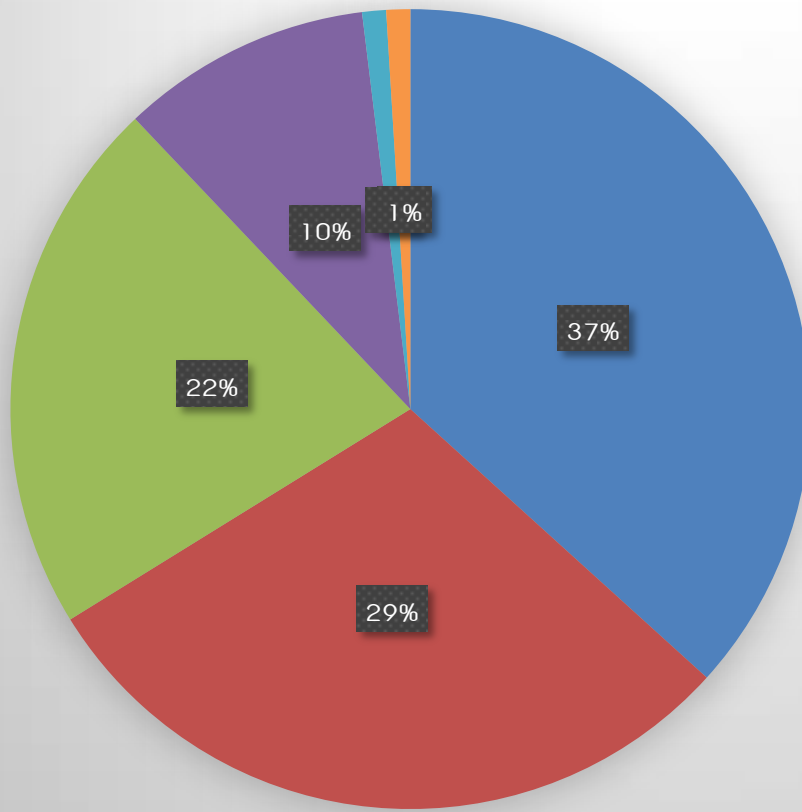
ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

ประโยชน์ที่ได้จากการปั่นจักรยาน



ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

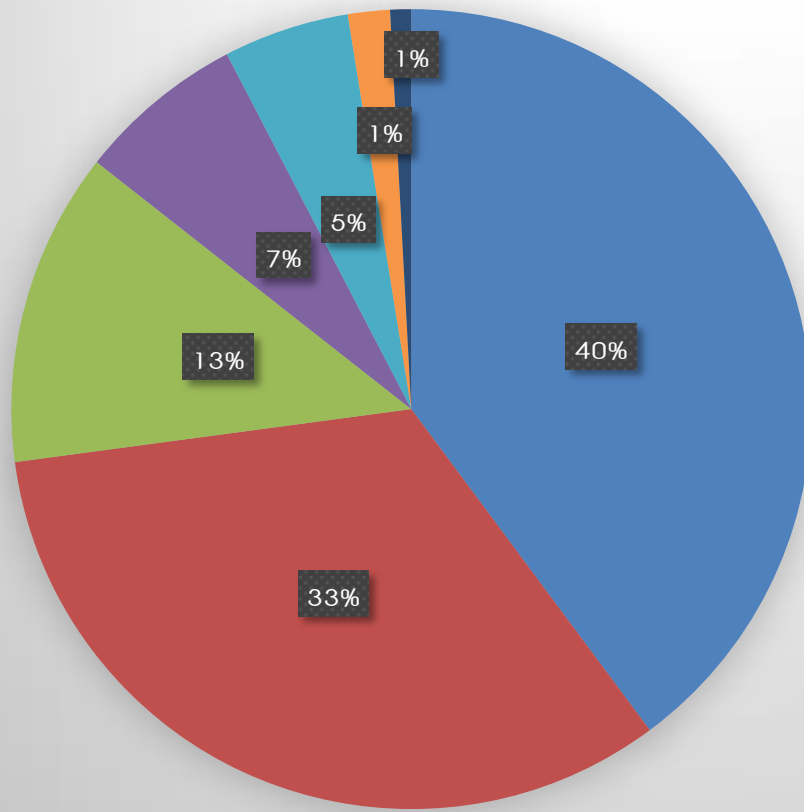
เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าการปั่นจักรยานสำคัญต่อชีวิต



- ใช้ออกกำลังกายให้มีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง และผ่อนคลายจิตใจ
- สะดวกในการใช้งาน หาที่จอดได้ง่าย
- ต้องใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน เช่น ซื้อของ เดินทางไกลๆ ไม่มีพาหนะทางเลือก
- ประหยัด ไม่สิ้นเปลืองค่าเดินทาง
- ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม
- เป็นพาหนะสำรอง

ผลของแบบสอบถามผู้ปั่นจักรยาน

เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นว่าการปั่นจักรยานสำคัญต่อชีวิต



- มีพาหนะทางเลือกอื่น เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์
- ไม่ได้ใช้เป็นประจำ ไม่มีเวลาใช้ นานๆ ใช้ครั้งหนึ่ง
- ใช้เป็นทางเลือกหนึ่งเมื่อต้องการออกกำลังกาย
- อื่นๆ ได้แก่ ช้ำ ขี้เกียจ ไม่ชอบจักรยาน
- ชอบเดินมากกว่า
- สถานที่ไม่เอื้อต่อการใช้จักรยาน เช่น อันตรายน หรือไม่สะดวกต่อจักรยาน
- ไม่เหมาะกับสภาพร่างกาย หรืออายุ

ผลของการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

การสัมภาษณ์เชิงลึก

- ผู้ใช้จักรยานในปัจจุบัน มีพื้นฐานการใช้จักรยานตั้งแต่อดีตอยู่แล้ว
- วัตถุประสงค์ในการใช้จักรยานเน้นไปที่เหตุผลจริงในการใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นพาหนะเดินทางและออกกำลังกาย
- ให้เหตุผลจากมูลค่าการแลกเปลี่ยนและคุณค่าเชิงสัญลักษณ์รองลงมาตามลำดับ
- วิธีการใช้จักรยานด้วยคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย
- ได้รับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เช่น การได้รับการยอมรับ เข้ากลุ่มทางสังคม ได้รับมิตรภาพ เรียนรู้กฎสังคม และมีเอกลักษณ์/ทันสมัย/นำสมัย

ผลของการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

การสังเกตการณ์ภาคสนาม

- สวนรถไฟ กรุงเทพมหานคร
- ถนนย่านสาทร กรุงเทพมหานคร
- กลุ่มผู้ปั่นจักรยานวันอาทิตย์ ประตูท่าแพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- สนามกีฬาสมโภช 700 ปี จ.เชียงใหม่
- พื้นที่สวนราชพฤกษ์(พืชสวนโลก) ต.แม่เหียะ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

สรุปผลการวิจัย: เหตุผลของการปั่นจักรยาน ในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

เหตุผลของการใช้จักรยานในพื้นที่สื่อ		เหตุผลของการใช้จักรยานในชีวิตจริง	
รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน	โฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารจักรยาน	ข้อมูลจากแบบสอบถาม	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์
1. เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)	1. เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)	1. เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)	1. เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)
2. เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)	2. เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)	2. เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of exchange value)	2. เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of exchange value)
	3. เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of exchange value)	3. เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)	3. เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)

สรุปผลการวิจัย: เหตุผลของการปั่นจักรยาน ในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

1. ผู้ปั่นจักรยานและสื่อมวลชนที่นำมาศึกษาเลือกเหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในการปั่นจักรยาน
2. เหตุผลที่รองมาจากคุณค่าจริง พื้นที่สื่อเน้นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ แต่ผู้ปั่นจริงเน้นมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน(ราคา)

สถาบันการเดินและการจักรยานไทย

Thailand Walking and Cycling Institute

สรุปผลการวิจัย: สาเหตุของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

1. ใช้เพื่อประโยชน์จริง(พาหนะ และการออกกำลังกาย) ใช้จักรยานเป็นเวลานานมากกว่า 3 ปี และเน้นสมรรถนะของจักรยานเป็นหลัก
2. เหตุผลที่รองลงมาคือ เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (ราคา)
3. การให้ความสำคัญกับเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ปรากฏน้อยมาก
4. สื่อมีผลต่อการซื้อจักรยานน้อยมาก เมื่อเทียบกับการตัดสินใจส่วนบุคคลและอิทธิพลจากคนรอบข้าง

สรุปผลการวิจัย: ความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

ความหมายของการใช้จักรยานในพื้นที่สื่อ		ความหมายของการใช้จักรยานในชีวิตจริง
รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน	โฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารจักรยาน	ข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์
<p>เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)</p> <ol style="list-style-type: none"> พาหนะเดินทาง อุปกรณ์ออกกำลังกาย อุปกรณ์การแข่งขัน 	<p>เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)</p> <ol style="list-style-type: none"> พาหนะเดินทาง อุปกรณ์ออกกำลังกาย อุปกรณ์การแข่งขัน 	<p>เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of use value)</p> <ol style="list-style-type: none"> พาหนะเดินทาง อุปกรณ์ออกกำลังกาย อุปกรณ์เพื่อความเพลิดเพลิน
	<p>เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of exchange value)</p> <ol style="list-style-type: none"> สินค้าลดราคา สินค้าได้ของแถม สินค้าผลิตจำนวนจำกัด 	<p>เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of exchange value)</p> <ol style="list-style-type: none"> สินค้าราคาเหมาะสม
<p>เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)</p> <ol style="list-style-type: none"> ความเป็นนักกีฬา ผู้ได้รับความสนใจ/เป็นที่ยอมรับ ผู้ชนะ/ผู้นำ ผู้มีอิสระในชีวิต เจ้าแห่งความเร็ว ความเป็นสากล/ระดับโลก ความเป็นคนมีสไตล์หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมมุย ความสนุกสนาน เพื่อนเดินทาง เพื่อนออกกำลังกาย ผู้แข็งแกร่ง 	<p>เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)</p> <ol style="list-style-type: none"> ความเป็นนักกีฬา ผู้ได้รับความสนใจ/เป็นที่ยอมรับ ผู้ชนะ/ผู้นำ ผู้มีอิสระในชีวิต เจ้าแห่งความเร็ว ความเป็นสากล/ระดับโลก ความเป็นคนมีสไตล์หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมมุย ความสนุกสนาน เพื่อนเดินทาง เพื่อนออกกำลังกาย ผู้แข็งแกร่ง นักบุกเบิก ความเป็นไทย ความสะอาดสวยงาม ความเก่าแก่ การปลีกตัวออกจากสังคม 	<p>เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of sign value)</p> <ol style="list-style-type: none"> ความเป็นนักกีฬา ผู้ได้รับการยอมรับ/ได้รับความสนใจ ผู้มีอิสระในชีวิต ความเป็นคนมีสไตล์หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมมุย การได้รับมิตรภาพ การได้เรียนรู้กฎสังคม ได้รับความพึงพอใจส่วนตัว อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม/ช่วยเหลือชุมชน ผู้รักสุขภาพ ความยุติธรรม/มีฐานะ นักท่องเที่ยว ความสนุกสนาน ความสามัคคี การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ผู้คิดวางทางจราจร นักปั่นตัวดำ ผู้สร้างความรำคาญให้แก่ผู้ใช้รถใช้ถนน

ข้อเสนอแนะ

1. ความหมายของการปั่นจักรยานในพื้นที่สีอมวลชนไม่ได้สะท้อนความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของผู้ปั่นจักรยานส่วนใหญ่ในสังคมไทยอย่างแท้จริง
2. ควรให้ความสำคัญกับราคาของจักรยานควบคู่ไปกับสนับสนุนประโยชน์ของการปั่นจักรยานจากการออกกำลังกายมากยิ่งขึ้น
3. คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ ของการปั่นจักรยานไม่สำคัญเท่ากับคุณค่าของการใช้ประโยชน์จริงและราคาของจักรยานที่มีความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

4. มิติด้านการทำงานของการปั่นจักรยานปรากฏอยู่น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับมิติด้านการใช้เวลาว่าง การสนับสนุนให้ปั่นเพื่อไปทำงานอาจต้องพึ่งพาความพร้อมด้านเส้นทางมากกว่านี้
5. ความหมายเชิงลบของการปั่นจักรยานเป็นอุปสรรคสำหรับการสนับสนุนการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน ควรสร้างค่านิยมในการปั่นจักรยานในเชิงบวกมากขึ้น

ติดต่อผู้นำเสนอ

อ.ดร.จิรวาทย์ รักชาติ

โทร: 08-9750-7394

e-mail: jirawaterugchat@gmail.com

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อ.ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา

โทร: 08-1472-5341

e-mail: viroj352@hotmail.com