

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 รูปแบบงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพ (qualitative data) และเชิงปริมาณ (quantitative data) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเกิดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ ได้แก่ การสำรวจลักษณะทางกายภาพ และบริบทโดยรอบของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน การสังเกตพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน การสอบถามผู้ใช้บริการ และผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ ผลงานวิจัยทางวิชาการ วารสาร เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เพื่อนำไปวิเคราะห์ และสรุปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคลต่อไป

3.2 พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร เนื่องจากเป็นสถานีที่เปิดให้บริการร้านค้า อยู่ในปัจจุบันเพียง 4 สถานี จาก 11 สถานี และศึกษาถึงลักษณะเด่น ลักษณะด้อยทางด้านกายภาพ ของร้านค้า ทำการเปรียบเทียบเพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่แตกต่างกันในแต่ละสถานี ซึ่งทำให้เสนอแนวทางการปรับปรุงได้ตรงตามปัญหาที่เกิดขึ้น โดยจะทำการสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่จริง ซึ่งประกอบด้วย

1. แผนผังพื้นที่ใช้งานทั้งหมดของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร
2. แผนผังและประเภทของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร
3. บริบทโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร ในรัศมี 500 เมตร

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้บริการร้านค้า และกลุ่มผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร โดยมีรายละเอียดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. กลุ่มผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร จำนวน 381 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ณ ช่วงความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ โดยใช้การเทียบตารางจำนวนประชากรเพื่อหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ เนื่องจากทราบกลุ่มจำนวนประชากรที่ใช้บริการร้านค้า ซึ่งได้ข้อมูลมาจากบริษัท แบลคคอก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (มหาชน) เป็นจำนวนเฉลี่ยของผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ในปี 2552 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคม ได้แก่ สถานีสุขุมวิท 3,120 คน สถานีพหลโยธิน 1,706 คน สถานีสวนจตุจักร 1,907 คน และสถานีกำแพงเพชร 3,210 คน รวมทั้งสิ้น 9,943 คน จากนั้นจึงคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนพื้นที่ที่ทำการศึกษาทั้ง 4 แห่ง ซึ่งผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามโดยบังเอิญจากผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน ดังนี้

- 1.1) ผู้ใช้บริการร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท จำนวน 120 คน
- 1.2) ผู้ใช้บริการร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินพหลโยธิน จำนวน 63 คน
- 1.3) ผู้ใช้บริการร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสวนจตุจักร จำนวน 74 คน
- 1.4) ผู้ใช้บริการร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินกำแพงเพชร จำนวน 124 คน

2. กลุ่มผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี จำนวน 42 ราย ซึ่งได้มาจากการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1) ผู้เช่าร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท จำนวน 11 ราย
- 1.2) ผู้เช่าร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินพหลโยธิน จำนวน 7 ราย
- 1.3) ผู้เช่าร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสวนจตุจักร จำนวน 13 ราย
- 1.4) ผู้เช่าร้านค้าสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินกำแพงเพชร จำนวน 11 ราย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพ (qualitative data) และเชิงปริมาณ (quantitative data) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งประกอบด้วย

1. สำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ ๑ฉบับที่ก และถ่ายภาพจากปรากฏการณ์จริง ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพทั้งในพื้นที่ร้านค้า พื้นที่ใช้สอยในสถานี่ รวมถึงบริบทโดยรอบของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ได้แก่ สถานีสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ และเปรียบเทียบกับกรณีศึกษา ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินของต่างประเทศ 3 ตัวอย่าง

2. แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินและผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่ร้านค้า แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานของผู้ที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งแบ่งคำถามออกเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่

1. ตำแหน่งทิศทางและการเข้าถึงร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
2. สัดส่วนและความหลากหลายของประเภทร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
3. สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
4. สิ่งอำนวยความสะดวกสบายของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
5. การจัดการกรรมส่งเสริมการขายของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน

ซึ่งข้อคำถามชนิดมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับมีการพิจารณาความหมายทั้ง 5 ระดับ
ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย		ความหมาย
คะแนนเฉลี่ยในช่วง 4.21 - 5.00	=	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยในช่วง 3.41 - 4.20	=	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ยในช่วง 2.61 - 3.40	=	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยในช่วง 1.81 - 2.60	=	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ยในช่วง 1.00 - 1.80	=	เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาของการประกอบธุรกิจในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และนำข้อมูลไปวิเคราะห์หาลักษณะเด่นของร้านค้า เพื่อนำมาสร้างแนวคิด (concept) ให้กับร้านค้าในแต่ละสถานี

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาที่จะทำการสอบถาม โดยพิจารณาจากความชัดเจนของโครงสร้าง เนื้อหา ภาษาที่ใช้ และนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วไปทำการทดสอบโดยการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน จำนวน 20 ชุด เพื่อดูว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในการทำแบบสอบถาม

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.1) ทำการสำรวจลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ได้แก่ สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท สถานีพหลโยธิน สถานีสวนจตุจักร และสถานีกำแพงเพชร ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจากทั้งผู้วิจัย และบริษัท แบนคอก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (มหาชน) มีรายละเอียด ดังนี้

- ข้อมูลที่ได้จากผู้วิจัย ได้แก่ ข้อมูลจากการสำรวจเส้นทางการสัญจรของผู้ใช้บริการ สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และสัดส่วนประเภทร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน

- ข้อมูลที่ได้จาก บริษัท แบนคอก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ แผนผังของร้านค้า และสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 4 สถานี ข้อมูลพื้นฐานของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และกฎระเบียบของผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน

1.2) ทำการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล จากบริษัท แบนคอก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (มหาชน)

1.3) ทำแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยแจกแบบสอบถามตามวัน และเวลา ดังนี้

- วันเสาร์-อาทิตย์ที่ 6-7 กุมภาพันธ์ เวลา 8.00-18.00 น. สถานีสวนจตุจักร

- วันเสาร์-อาทิตย์ที่ 13-14 กุมภาพันธ์ เวลา 8.00-18.00 น. สถานีกำแพงเพชร

- วันจันทร์-อังคารที่ 15-16 กุมภาพันธ์ เวลา 8.00-18.00 น. สถานีสุขุมวิท

- วันพุธ-พฤหัสบดี 17-18 กุมภาพันธ์ เวลา 8.00-18.00 น. สถานีพหลโยธิน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) รวบรวมข้อมูลจาก เอกสารงานวิจัย วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทางวิชาการที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3.6 การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจลักษณะทางกายภาพ และมีการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกรณีศึกษา (ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินของต่างประเทศ) กับร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคลทั้ง 4 สถานี ภายใต้ปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และวิเคราะห์ถึงความแตกต่างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล

2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและผู้เช่าร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้โปรแกรม SPSS (statistical package for the social sciences) ประกอบด้วยการนำเสนอข้อมูลสถิติพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย One Way Anova

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายเปิด และข้อมูลเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้เช่าร้านค้าด้วยการวิเคราะห์แนวคิด

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปกระบวนการวิจัยและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	แหล่งข้อมูล	วิธีการตรวจสอบข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
ศึกษาลักษณะทางกายภาพของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และทำการเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาเพื่อวิเคราะห์ถึงความแตกต่าง	สำรวจลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงการรวบรวมข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลจากเจ้าหน้าที่บริษัท แบนคอก เมโทร เนทเวิร์คส์ จำกัด (มหาชน)	แบบสำรวจลักษณะทางกายภาพ	ทำการวิเคราะห์เชิงกายภาพ
ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน พร้อมกับนำปัจจัยที่ได้วิเคราะห์กับกรณีศึกษาเพื่อหาลักษณะเด่นของแต่ละปัจจัยที่เกิดขึ้นจากกรณีศึกษา	วารสาร ผลงานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	คัดเลือกข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และได้รับการตีพิมพ์	ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา
วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนมาใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน เพื่อหาข้อสรุป และเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล	ผู้เช่าร้านค้า	แบบสอบถาม - คำถามปลายเปิด	ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา
	ผู้ใช้บริการร้านค้า	แบบสอบถาม - คำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ	- สถิติพื้นฐาน - เปรียบเทียบความแตกต่างด้วยสถิติพื้นฐาน และ ประมวลผลด้วย One Way Anova

หมายเหตุ: สรุปโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2552

ภาพที่ 3.1
แผนผังการทำวิจัย



