

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) ในครั้งนี้ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา ประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การเปรียบเทียบทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) ทั้ง 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึกต่อส่วนประสมด้านการตลาดบริการ (Affective Component of Marketing Mix 7P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการให้บริการ (Process) บุคลากรผู้ให้บริการ (People) และการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการ โดยสารระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) โดยมีผู้ที่ใช้บริการผ่านระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) มากถึง 0.2 ล้านคนต่อวัน และผ่านระบบขนส่งมวลชน การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) มากถึง 0.25 ล้านคนต่อวัน (รายงานจำนวนผู้ใช้บริการและรายได้ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย, 2547)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Yamane (ชัยสิทธิ์ เกลิมมีประเสริฐ 2544 : 31 อ้างจาก Yamane, 1973 : 725) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง จากจำนวนผู้ใช้บริการโดยสารระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) มีจำนวนที่ไม่แน่นอนในแต่ละวัน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกการเก็บบริเวณ สถานีรถไฟฟ้าที่เป็นจุดที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากของแต่ละเส้นทาง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภท ซึ่งสถานที่ที่เลือกในการเก็บตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงสถานที่และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) (บีทีเอส)		การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ)	
สถานีพหลโยธิน (หมอชิต)	50 ตัวอย่าง	สถานีบางซื่อ	50 ตัวอย่าง
สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	50 ตัวอย่าง	สถานีรัชดาภิเษก	50 ตัวอย่าง
สถานีสยาม	50 ตัวอย่าง	สถานีสีลม	50 ตัวอย่าง
สถานีโอโศก	50 ตัวอย่าง	สถานีหัวลำโพง	50 ตัวอย่าง
รวม	200 ตัวอย่าง	รวม	200 ตัวอย่าง

ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาได้แบ่งช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ช่วงระยะเวลา ได้แก่ ช่วงเวลาเช้า 7.00-8.00 น. ช่วงระยะเวลาระหว่างวัน 11.00-14.00 น. และช่วงเวลาเย็น 16.00-18.00 น. โดยจากการเก็บข้อมูลตามระยะเวลาดังกล่าว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาเช้า และช่วงระยะเวลาเย็น ค่อนข้างน้อย เนื่องจากช่วงระยะเวลาเร่งด่วนในการเดินทางไปทำงาน และเดินทางกลับบ้าน ฉะนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ใช้การเดินทางอยู่ในช่วงระยะเวลาระหว่างวัน

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการโดยสารระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชนของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ)

ส่วนที่ 3 ทักษะด้านความรู้สึกต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชนของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ)

ส่วนที่ 4 ทักษะด้านแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชนของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ)

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) รวมทั้งใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ Chi-Square test และ Paired-Sample t-test

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามในส่วนที่เป็นปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่พบจากการเลือกใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชนของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) เป็นแบบสอบถามของการให้ความสำคัญเรียงลำดับความคิดเห็น ตามมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541: 168 อ้างจาก Zikmund William G., 1997: 358) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความคิดเห็นแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงการกำหนดระดับคะแนนต่อระดับความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมาย ได้กำหนดไว้โดยใช้มาตราวัดตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์ มาแบ่งเป็นช่วงเท่า ๆ กัน ตั้งแต่ 1- 5 คะแนน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 58) ซึ่งถ้าหากคำถามเป็นข้อความในเชิงบวกให้คะแนนหรือนำหนักจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปหาไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็น 5 ถึง 1 ตามลำดับ และหากคำถามเป็นข้อความเชิงลบให้คะแนนหรือนำหนักจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปหาไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็น 1 ถึง 5 ตามลำดับ (สุปัญญาไชยชาญ, 2546: 73) ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมาย ดังนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงการกำหนดระดับค่าเฉลี่ย ต่อการแปลความหมายจัดอันดับ

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมายจัดอยู่ในอันดับ
4.50-5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.50-4.49	เห็นด้วย
2.50-3.49	ไม่แน่ใจ
1.50-2.49	ไม่เห็นด้วย
1.00-1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

และการใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ) โดยใช้การทดสอบค่า Paired-Sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

การกำหนดสมมุติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

กำหนดให้ H_0 : $\mu_1 = \mu_2$

H_1 : $\mu_1 \neq \mu_2$

โดย μ_1 หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้บริการระบบ
ขนส่งมวลชน ของบริษัทระบบขนส่งมวลชน
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส)

μ_2 หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้บริการระบบ
ขนส่งมวลชน ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน
แห่งประเทศไทย (เอ็มอาร์ทีเอ)

และการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงคุณภาพ Cosstabulation เป็นการวิเคราะห์หาคุณลักษณะของ
ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน พร้อมทั้งหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม
โดยการทดสอบ Chi-Square test เพื่ออธิบายลักษณะของผู้ใช้ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะประเภท
รถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบ

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 8 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือน
กรกฎาคม พ.ศ. 2548 จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.
2548 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved