

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" นี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่น ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร, ทักษะคิดเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย กับพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่น ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดในเรื่องของประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เทคนิคในการให้คะแนน การเก็บรวบรวมข้อมูล การทดสอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังต่อไปนี้

ประชากร

ได้แก่วัยรุ่นอายุ 13 - 21 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,677,410 คน (ที่มา : สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2543 สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร 1,677,410 คน โดยใช้วิธีเปิดตารางของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 33) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับผลการวิจัยได้ คืออย่างน้อย 392 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเขตศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานครเป็น 2 เขต คือ เขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นใน และ

เขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นนอก ซึ่งจากแต่ละเขตได้สุ่มตัวอย่างห้างสรรพสินค้าเขตละ 4 แห่ง ดังนี้

- เขตศูนย์การค้ากรุงเทพฯ ชั้นใน ได้แก่สยามสแควร์, ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม, ศูนย์การค้าเวสต์เทรตเซ็นเตอร์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว
- เขตศูนย์การค้ากรุงเทพฯ ชั้นนอก ได้แก่ศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค, ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ รามอินทรา, ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ถนนศรีนครินทร์, และศูนย์การค้าเซ็นทรัล บางนา

2. สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างพื้นที่ละ 50 คน จำนวนทั้งหมด 400 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 : วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้

ตัวแปรตาม : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

2. สมมติฐานข้อที่ 2 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

ตัวแปรตาม : ทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

3. สมมติฐานข้อที่ 3: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

ตัวแปรตาม : การแต่งกายตามแฟชั่น

4. **สมมติฐานข้อที่ 4:** ทศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : ทศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

ตัวแปรตาม : การแต่งกายตามแฟชั่น

5. **สมมติฐานข้อที่ 5:** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย สามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ดีที่สุด

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

ตัวแปรตาม : การแต่งกายตามแฟชั่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ เป็นการใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาของคำถาม โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร จำนวน 4 ข้อ

ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อชนิดต่างๆ จำนวน 6 ข้อประกอบด้วย

สื่อมวลชน (ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร) จำนวน 2 ข้อ

สื่อบุคคล (ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว คนรู้จัก ผู้จำหน่ายเสื้อผ้า ผู้ออกแบบเสื้อผ้า (Designer)) จำนวน 2 ข้อ

สื่อเฉพาะกิจ (ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา การจัดเดินแบบ การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า (Display)) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่น จำนวน 12 ข้อ เป็นการวัดโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale เป็นคำถามเชิงบวก 9 ข้อ และเชิงลบ 3 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่น จำนวน 10 ข้อ เป็นการวัดโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale เป็นคำถามเชิงบวก 8 ข้อ และเชิงลบ 2 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

1.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และนิตยสาร โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย ดังนี้

- ความบ่อยครั้งในการดูโทรทัศน์ และอ่านหนังสือพิมพ์

- | | | |
|----------------------------|---|-------|
| 1) ทุกวัน | 5 | คะแนน |
| 2) สัปดาห์ละ 5 - 6 ครั้ง | 4 | คะแนน |
| 3) สัปดาห์ละ 3 - 4 ครั้ง | 3 | คะแนน |
| 4) สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง | 2 | คะแนน |
| 5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย | 1 | คะแนน |

- ความบ่อยครั้งในการดูภาพยนตร์

- | | | |
|----------------------------|---|-------|
| 1) มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง | 5 | คะแนน |
| 2) เดือนละ 3 ครั้ง | 4 | คะแนน |
| 3) เดือนละ 2 ครั้ง | 3 | คะแนน |
| 4) เดือนละ 1 ครั้ง | 2 | คะแนน |
| 5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย | 1 | คะแนน |

- ความบ่อยครั้งในการอ่านนิตยสาร

- | | | |
|----------------------------|---|-------|
| 1) มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง | 5 | คะแนน |
| 2) เดือนละ 3 ครั้ง | 4 | คะแนน |
| 3) เดือนละ 2 ครั้ง | 3 | คะแนน |
| 4) เดือนละ 1 ครั้ง | 2 | คะแนน |
| 5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย | 1 | คะแนน |

- ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ในแต่ละครั้ง

1) มากกว่า 1 ชั่วโมง	5	คะแนน
2) 45 นาที - 1 ชั่วโมง	4	คะแนน
3) 31 นาที - 44 นาที	3	คะแนน
4) 15 นาที - 30 นาที	2	คะแนน
5) น้อยกว่า 15 นาที	1	คะแนน

- ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารในแต่ละครั้ง

1) มากกว่า 1 ชั่วโมง	5	คะแนน
2) 45 นาที - 1 ชั่วโมง	4	คะแนน
3) 31 นาที - 44 นาที	3	คะแนน
4) 15 นาที - 30 นาที	2	คะแนน
5) น้อยกว่า 15 นาที	1	คะแนน

1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว ผู้จำหน่ายเสื้อผ้า ผู้ออกแบบเสื้อผ้า (Designer) โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย ดังนี้

- สมาชิกในครอบครัว

1) ทุกวัน	5	คะแนน
2) สัปดาห์ละ 5 - 6 ครั้ง	4	คะแนน
3) สัปดาห์ละ 3 - 4 ครั้ง	3	คะแนน
4) สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา / เพื่อนฝูง / เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน

1) ทุกวัน	5	คะแนน
2) สัปดาห์ละ 5 - 6 ครั้ง	4	คะแนน
3) สัปดาห์ละ 3 - 4 ครั้ง	3	คะแนน
4) สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- ผู้จำหน่ายเสื้อผ้า ผู้ออกแบบเสื้อผ้า (Designer)

1) มากกว่าเดือนละ 6 ครั้ง	5	คะแนน
---------------------------	---	-------

2) เดือนละ 5 - 6 ครั้ง	4	คะแนน
3) เดือนละ 3 - 4 ครั้ง	3	คะแนน
4) เดือนละ 1 - 2 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- ระยะเวลาในการพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว, เพื่อนฝูง, เพื่อนบ้าน, เพื่อนร่วมงาน และผู้ออกแบบเสื้อผ้า (Designer) ในแต่ละครั้ง

1) มากกว่า 30 นาที	5	คะแนน
2) 20 นาที - 30 นาที	4	คะแนน
3) 10 นาที - 19 นาที	3	คะแนน
4) 5 นาที - 9 นาที	2	คะแนน
5) น้อยกว่านั้น	1	คะแนน

- ระยะเวลาในการพูดคุยกับผู้อำนวยการเสื้อผ้าในแต่ละครั้ง

1) มากกว่า 15 นาที	5	คะแนน
2) 11 นาที - 15 นาที	4	คะแนน
3) 6 นาที - 10 นาที	3	คะแนน
4) 1 นาที - 5 นาที	2	คะแนน
5) น้อยกว่านั้น	1	คะแนน

1.3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ การจัดเดินแบบ (Fashion Show) การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า (Display) โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย ดังนี้

- แผ่นพับ

1) มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง	5	คะแนน
2) เดือนละ 3 ครั้ง	4	คะแนน
3) เดือนละ 2 ครั้ง	3	คะแนน
4) เดือนละ 1 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- ไปสเตอร์

1) มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง	5	คะแนน
2) เดือนละ 3 ครั้ง	4	คะแนน
3) เดือนละ 2 ครั้ง	3	คะแนน
4) เดือนละ 1 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- ป้ายโฆษณา

1) มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง	5	คะแนน
2) เดือนละ 3 ครั้ง	4	คะแนน
3) เดือนละ 2 ครั้ง	3	คะแนน
4) เดือนละ 1 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- ดุงานจัดเดินแบบ (Fashion Show)

1) มากกว่าปีละ 5 ครั้ง	5	คะแนน
2) ปีละ 4 - 5 ครั้ง	4	คะแนน
3) ปีละ 2 - 3 ครั้ง	3	คะแนน
4) ปีละ 1 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า (Display)

1) มากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง	5	คะแนน
2) เดือนละ 3 ครั้ง	4	คะแนน
3) เดือนละ 2 ครั้ง	3	คะแนน
4) เดือนละ 1 ครั้ง	2	คะแนน
5) นานกว่านั้น / ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- ระยะเวลาในการดูสื่อเฉพาะกิจแต่ละสื่อในแต่ละครั้ง

1) มากกว่า 30 นาที	5	คะแนน
2) 20 นาที - 30 นาที	4	คะแนน
3) 10 นาที - 19 นาที	3	คะแนน
4) 5 นาที - 9 นาที	2	คะแนน
5) น้อยกว่านั้น	1	คะแนน

ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร เกิดจากผลคูณระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร กับระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารแต่ละครั้ง ได้เป็นคะแนน 1 – 25 คะแนน แล้วนำมาปรับใหม่ให้เป็น 1 – 5 คะแนน ดังนี้

1) คะแนน	21 - 25	5	คะแนน
2) คะแนน	16 - 20	4	คะแนน
3) คะแนน	11 - 15	3	คะแนน
4) คะแนน	6 - 10	2	คะแนน
5) คะแนน	1 - 5	1	คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของของความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารแต่ละครั้ง และปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยได้กำหนดคะแนนเพื่อจัดระดับ ออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1) คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก
- 2) คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง
- 3) คะแนนระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึงมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
- 4) คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
- 5) คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก

2. ทักษะคติเกี่ยวกับแพชชั่นการแต่งกาย โดยแบ่งระดับของความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ	
1) เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1	คะแนน
2) เห็นด้วย	4	2	คะแนน
3) ไม่แน่ใจ	3	3	คะแนน
4) ไม่เห็นด้วย	2	4	คะแนน
5) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5	คะแนน

การแปลความหมาย นำคะแนนของทักษะคติมาหาค่าเฉลี่ยและวัดระดับของค่าเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1) คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีทัศนคติทางลบมาก
- 2) คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีทัศนคติทางลบ

- 3) คะแนนระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีทัศนคติปานกลาง
- 4) คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีทัศนคติทางบวก
- 5) คะแนนระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง มีทัศนคติทางบวกมาก

3. การแต่งกายตามแฟชั่น มีเกณฑ์ในการวัด ดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ	
1) เป็นประจำ	5	1	คะแนน
2) บ่อยครั้ง	4	2	คะแนน
3) บางครั้ง	3	3	คะแนน
4) นาน ๆ ครั้ง	2	4	คะแนน
5) ไม่เคยเลย	1	5	คะแนน

การแปลความหมาย นำคะแนนของพฤติกรรมมาหาค่าเฉลี่ยและวัดระดับของค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1) คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นน้อยที่สุด
- 2) คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นน้อย
- 3) คะแนนระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นปานกลาง
- 4) คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นมาก
- 5) คะแนนระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นมากที่สุด

4. การแปลความหมายของค่าสหสัมพันธ์ มีเกณฑ์การแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1) คะแนนระหว่าง 0.000 – 0.199 หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
- 2) คะแนนระหว่าง 0.200 – 0.399 หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่ำ
- 3) คะแนนระหว่าง 0.400 – 0.599 หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง
- 4) คะแนนระหว่าง 0.600 – 0.799 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูง

คะแนนระหว่าง 0.800 – 1.000 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูงมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered)

แต่ถ้าในกรณีกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถกรอกแบบสอบถามได้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสอบถามตามแบบสอบถาม และบันทึกข้อมูลลงในแบบสอบถาม โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

การตรวจสอบเครื่องมือ

หลังจากทำแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่จะใช้ศึกษาไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรงแล้วนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 13 - 21 ปี จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนของแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายตรงตามผู้วิจัยต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากหรือง่ายเพียงใด หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ (α) จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อถือได้ขั้นต่ำ 0.70 เมื่อแก้ไขเรียบร้อยแล้ว จึงส่งแบบสอบถามนี้ออกไปเก็บข้อมูลให้ได้ครบจำนวน 400 ชุดตามที่กำหนดไว้

วิธีการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามนี้ เรียกว่า Alpha coefficient ของ Cronbach ซึ่งมีสูตรคำนวณดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534 : 114)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \cdot \frac{1 - \sum V_1}{V_t}$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าความเชื่อถือได้
	k	คือ	จำนวนข้อ
	V_1	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ
t

ค่าความเชื่อถือได้ของชุดคำถามที่วัดการเปิดรับข่าวสาร คือ $\alpha = 0.8964$

ชุดคำถามที่วัดทัศนคติ คือ $\alpha = 0.7125$ และ ชุดคำถามที่วัดพฤติกรรม คือ $\alpha = 0.7345$

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผู้วิจัยวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแสดงการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถามส่วนต่าง ๆ ได้แก่ คุณลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วยเพศ, ระดับอายุ, ระดับการศึกษา, ระดับรายได้, อาชีพ, ทัศนคติเกี่ยวกับแพ้น้ันการแต่งกาย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อชนิดต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- การทดสอบสมมติฐานที่ 1

วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้ันการแต่งกายต่างกัน

ใช้สถิติการคำนวณโดยหาค่าความแตกต่าง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) ตามแต่กรณี เพื่อทราบว่าผู้มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้ันการแต่งกายต่างกันหรือไม่

- การทดสอบสมมติฐานที่ 2

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้ันการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับแพ้น้ันการแต่งกายของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน โปรดักส์ โมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย กับตัวแปรตาม คือ ทศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

- การทดสอบสมมติฐานที่ 3

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน โปรดักส์ โมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย กับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่น

- การทดสอบสมมติฐานที่ 4

ทศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน โปรดักส์ โมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือทศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย กับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่น

- การทดสอบสมมติฐานที่ 5

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย สามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ดีที่สุด

ใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรใดสามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ดีที่สุด

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่ต้องการแล้ว จะนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Sciences)