

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมกรซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้หญิงทำงาน” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-49 ปี ที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 1,770,900 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547) เหตุผลที่เลือกผู้หญิงวัยทำงานในช่วงอายุนี้ เพราะเป็นช่วงอายุที่มีความพร้อมทางการเงิน และสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างอิสระ รวมทั้งมีแนวโน้มว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าจำพวกเสื้อผ้าและเครื่องประดับในระดับสูง

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมดหรือขนาดของประชากร

e^2 คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้

โดย N ของการวิจัยครั้งนี้ คือจำนวนผู้หญิงทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-49 ปี ที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 1,770,900 คน และ e^2 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 5%

ดังนั้นแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{1.770.900}{1 + [(1,770,900) \times (0.05)^2]}$$

$$n = 399.91$$

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่จำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกรอบในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame)

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ขอบเขตพื้นที่ และการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2542) ประกอบกับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดิน ซึ่งประกอบด้วย ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย – ปานกลาง – มาก ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม ที่ดินประเภทอุตสาหกรรม ที่ดินประเภทคลังสินค้า ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ที่ดินประเภทสถาบันศาสนา ที่ดินประเภทสถาบันราชการ สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2542a) โดยนำเอกสารทั้งสองมาพิจารณาร่วมกันในการกำหนดกรอบการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีคนวัยทำงานหนาแน่นมากกว่าบริเวณอื่น ซึ่งช่วยให้การเก็บข้อมูลสามารถทำได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยเขตที่ดินบริเวณดังกล่าวมีจำนวน 16 เขต ดังนี้

- | | |
|-------------------|---------------|
| 1) เขตสัมพันธวงศ์ | 2) เขตปทุมวัน |
| 3) เขตราชเทวี | 4) เขตบางรัก |
| 5) เขตพญาไท | 6) เขตสาทร |
| 7) เขตจตุจักร | 8) เขตคลองสาน |

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| 9) เขตคลองเตย | 10) เขตธนบุรี |
| 11) เขตลาดพร้าว | 12) เขตบางกะปิ |
| 13) เขตบางเขน | 14) เขตห้วยขวาง |
| 15) เขตพระโขนง | 16) เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย |

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการเขียนชื่อทั้ง 16 เขตลงในกระดาษ 16 ใบ แล้วจับสลากขึ้นมาจำนวน 2 ใน 3 ของจำนวนสลากทั้งหมด เพื่อให้ได้จำนวนที่เพียงพอต่อการเป็นตัวแทนของเขตที่ดินประเภทพาณิชยกรรม โดยเขตที่จับสลากได้จำนวน 10 เขต ได้แก่

- | | |
|----------------|-------------------------|
| 1) เขตคลองสาน | 2) เขตสาทร |
| 3) เขตห้วยขวาง | 4) เขตราชเทวี |
| 5) เขตจตุจักร | 6) เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย |
| 7) เขตพญาไท | 8) เขตบางกะปิ |
| 9) เขตธนบุรี | 10) เขตสัมพันธวงศ์ |

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling)

ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนตัวอย่างในการเก็บข้อมูลของแต่ละเขตเป็นจำนวนเท่ากัน คือ เขตละ 43 คน ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายอยู่ในแต่ละเขตเท่าๆ กัน

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการเก็บข้อมูลในแหล่งธุรกิจและชุมชนที่คาดว่าจะพบประชากรกลุ่มเป้าหมายในแต่ละเขต เช่น อาคารสำนักงาน ย่านธุรกิจ ศูนย์ประชุม ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์รวมร้านค้าสินค้าแฟชั่น เป็นต้น

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรไว้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลด้านแฟชั่น

ตัวแปรอิสระ: รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม: การแสวงหาข้อมูลด้านแฟชั่น

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น

ตัวแปรอิสระ: รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม: พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงาน และการแสวงหาข้อมูลด้านแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น

ตัวแปรอิสระ: รูปแบบการดำเนินชีวิต และการแสวงหาข้อมูลด้านแฟชั่น

ตัวแปรตาม: พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยอาศัยข้อมูลทั้งจากตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม รวมทั้งขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย

แหล่งที่มาของคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมและนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถาม ได้แก่ Plummer, 1971; Well & Tigert, 1971; Summer, 1970; เกษรา เกิดมงคล, 2546; เลิศหญิง หิรัญโญ, 2545

ส่วนแหล่งที่มาของคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข้อมูลและการซื้อสินค้าแฟชั่น ใช้แนวคิดและงานวิจัยต่างๆ มาเป็นแนวทาง ดังต่อไปนี้

- 1) คำถามเกี่ยวกับลักษณะการแสวงหาข้อมูล (คำถามข้อ 3.1) ดัดแปลงมาจากแนวคิดของ Assael, 1998
- 2) คำถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล (คำถามข้อ 3.2) ดัดแปลงมาจากแนวคิดของ Belch & Belch, 2004
- 3) คำถามเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่น (คำถามข้อ 3.3) ดัดแปลงมาจากแนวคิดของ Levy & Weitz, 1996; Rath et al., 1994 และงานวิจัยของ Kawabata & Rabolt, 1999
- 4) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น (คำถามข้อ 3.5) ดัดแปลงมาจากแนวคิดของ Assael, 1998; Levy & Weitz, 1996

5) คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้าแฟชั่น (คำถามข้อ 3.6) ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Kawabata & Rabolt, 1999

6) คำถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น (คำถามข้อ 3.7) ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Kawabata & Rabolt, 1999; Leung & Taylor, 2002

ทั้งนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบด้วย การจัดสรรเวลาให้กับกิจกรรมต่างๆ จำนวน 36 ข้อ ความสนใจและการจัดลำดับความสำคัญของเรื่องต่างๆ จำนวน 30 ข้อ ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวในประเด็นต่างๆ จำนวน 30 ข้อ รวมเป็นจำนวน 96 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การแสวงหาข้อมูลด้านแฟชั่น จำนวน 21 ข้อ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น จำนวน 43 ข้อ รวมเป็นจำนวน 64 ข้อ

หมายเหตุ ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามที่เตรียมไว้ ผู้วิจัยจะทำการสอบถามผู้ให้สัมภาษณ์ว่ามีคุณสมบัติตรงตามที่งานวิจัยนี้กำหนดไว้หรือไม่ กล่าวคือ ผู้ให้สัมภาษณ์จะต้องเป็นผู้หญิงที่มีอายุ 20-49 ปี และทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร หากมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ก็จะปิดการสัมภาษณ์

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแก้ไข ก่อนจะนำไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นจะนำคำตอบที่ได้ไปหาค่า (Reliability) ของแบบสอบถาม เช่นเดียวกับการทดสอบหลังจากเก็บข้อมูลจริง ด้วยวิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(1-k)} \left[\frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ	α	คือ ค่าความน่าเชื่อถือ
	k	คือ จำนวนข้อ
	V_i	คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบ (Pre-test) และได้ค่าความเชื่อถือ ดังนี้

คำถามเกี่ยวกับกิจกรรม	=	.656
คำถามเกี่ยวกับความสนใจ	=	.765
คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น	=	.813
คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลด้านแพชั่น	=	.682
คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าแพชั่น	=	.772

และหลังการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 422 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยไปทดสอบค่าความเชื่อถืออีกครั้งหนึ่ง ซึ่งผลการทดสอบมีรายละเอียด ดังนี้

คำถามเกี่ยวกับกิจกรรม	=	.802
คำถามเกี่ยวกับความสนใจ	=	.814
คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น	=	.873
คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลด้านแพชั่น	=	.781
คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าแพชั่น	=	.882

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร โดยใช้มาตราวัดระดับความถี่แบบ Likert Scales ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การจัดสรรเวลาให้กับกิจกรรมต่างๆ แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

2. ความสนใจและการจัดลำดับความสำคัญต่อเรื่องต่างๆ แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

3. ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวในประเด็นต่างๆ แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

4. การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่น แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

5. พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

การรวบรวมข้อมูล

ก่อนจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้จะอบรมผู้ช่วยวิจัยให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัย พร้อมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถาม และขั้นตอนการเก็บข้อมูล เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด ก่อนที่จะเริ่มทำการเก็บข้อมูลจริงในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม พ.ศ. 2548 โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการลงรหัส (Coding) แล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Window เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายตัวแปรกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น การแสวงหาข้อมูลและพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น

2. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) นำมาใช้ในการลดจำนวนตัวแปร (Data Reduction) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน โดยการสกัดปัจจัยใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component) ที่ค่า Eigenvalue มากกว่า 1 และหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax ตามขั้นตอนต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยขั้นที่ 1: วิเคราะห์องค์ประกอบ โดยแยกคำถามของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ออกจากกันเพื่อทำการจัดกลุ่ม

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยขั้นที่ 2: วิเคราะห์องค์ประกอบของกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความสนใจ และกลุ่มความคิดเห็น รวมกันเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงาน

3. การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลสินค้าแฟชั่น และรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้หญิงวัยทำงาน

4. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ว่า ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับ การแสวงหาข้อมูล ตัวแปรใดจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น และสามารถใช้ร่วมกันในการพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นได้เป็นสัดส่วนมากน้อยเพียงใด