

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องโครงการจัดตั้งชุมชนวิถีชีวิตแบบร่วมสมัยสำหรับคนรักการสะสม เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อมุ่งศึกษาลักษณะโครงสร้างและวิธีการจัดการโครงการ ทั้งวิธีการดำเนินงานและ แนวทางการบริหาร ประกอบกับเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาถึงความสนใจใน การใช้บริการไลฟ์สไตล์สโตร์ (Lifestyle Store) รูปแบบต่างๆ

พร้อมกันนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารทางธุรกิจ และงานวิจัยที่มีความ เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อทราบถึงวิธีการทำงาน และการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางใน การจัดการช่องทางสื่อสารถึงผู้บริโภค ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ลำดับขั้นตอนของการศึกษาไว้ดังนี้

3.1 การศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้น

ผู้ศึกษาได้ทำการหาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อรวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นที่ผู้ศึกษา สนใจจะศึกษา โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากวารสาร หนังสือ และงานวิจัยในห้องสมุดเพื่อศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชุมชนวิถีชีวิตแบบร่วมสมัยสำหรับ คนรักการสะสม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.2 ประมวลข้อมูลและสรุปประเด็นปัญหา

หลังจากการกำหนดประเด็นศึกษาในองค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชุมชนวิถีชีวิต แบบร่วมสมัยสำหรับคนรักการสะสมแล้ว ผู้ศึกษาจะได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกถึงโอกาส ทางการตลาด การประเมินสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อใช้เป็น ส่วนประกอบพิจารณาในองค์กรที่เกี่ยวข้องที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชุมชนฯ จากผลการศึกษาที่ ได้จึงสรุปเป็นขอบเขตของการจัดตั้งโครงการ

3.3 กลุ่มประชากรที่ศึกษา

กลุ่มประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ เป็นกลุ่มประชากรจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามจุดประสงค์ของการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้แบ่งขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลดังนี้

แหล่งข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษาในเชิงลึกจะต้องอาศัยการค้นคว้าจากหลายแหล่งข้อมูล โดยจัดแบ่งข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมเป็น 2 แหล่งข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ

การวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าข้อมูลทั้งจากเอกสาร ข่าว บทความในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แนวคิด ทฤษฎี และกรณีศึกษา เพื่อทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชุมชนวิถีชีวิตแบบร่วมสมัยสำหรับคนรักการสะสม เพื่อใช้สำหรับการศึกษางานในเชิงลึก และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาที่จะใช้เป็นแนวทางในการหาข้อมูลเพิ่มเติมในขั้นตอนต่อไป

ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

1. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีความชื่นชอบในการใช้บริการไลฟ์สไตล์สตรีตโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 9 คน
2. สัมภาษณ์ความคิดเห็นตามแบบฟอร์มบันทึกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น ซึ่งในการสำรวจครั้งนี้ จะทำการกำหนดกลุ่มประชากรเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรเป้าหมาย ส่วนการกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane)³¹ เพื่อกำหนดขนาดประชากรจากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น

³¹ ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น, 2538), น. 297.

5,695,956 คน (ข้อมูลจากประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

การกำหนดขนาดประชากร

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากรหญิงในกรุงเทพมหานคร
 e^2 = ความคลาดเคลื่อน

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{5,695,956}{1 + 2,936,081 (0.05)^2} \\ &= 399.95 \end{aligned}$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Random Sampling) เพื่อให้ได้ทัศนคติที่หลากหลาย โดยจะเลือกเก็บข้อมูลตามแหล่งชุมชนต่างๆ โดยเน้นเฉพาะบริเวณใจกลางเมือง ซึ่งที่ตั้งของ Lifestyle Store ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า และในการแจกแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถามแบ่งเป็น

1. เขตสุขุมวิท บริเวณซอยสุขุมวิท 55 จำนวน 200 ชุด
2. เขตปทุมวัน บริเวณถนนพระราม 1 จำนวน 200 ชุด

การแบ่งกลุ่มตัวอย่างจะใช้เกณฑ์การแบ่งตามลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร คือ การแบ่งตามเกณฑ์อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยทำการแบ่งกลุ่มที่จะศึกษาออกเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีช่วงอายุ 18 ปีขึ้นไป

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการสังเกตและทำการสอบถามเบื้องต้นเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตรงตามกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาให้มากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษารั้วนี้ กำหนดเครื่องมือสำหรับใช้ในการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่หนึ่ง คือ แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งทำการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการกับกลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบในการใช้บริการไลฟ์สไตล์สตรี เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกิดธุรกิจไลฟ์สไตล์สตรีในอนาคต ลักษณะของแบบสัมภาษณ์จะเป็นคำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง โดยมีหัวข้อเรื่องในการสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นต่างๆ ไว้อย่างชัดเจนครบถ้วน และทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เพื่อให้ได้คำตอบที่ครบถ้วนตรงประเด็นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ส่วนที่สอง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจ ซึ่งเป็นการสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยให้บุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการที่มีต่อการใช้บริการไลฟ์สไตล์สตรี จำนวน 400 ชุด เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนการบริหารจัดการ

โครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามชนิดปลายเปิด ปลายปิด และการกำหนดความสำคัญโดยการเลือกตอบตามลำดับ เพื่อใช้สำรวจพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภค โดยมีโครงสร้างคำถามทั้งหมดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเชิงประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้และความสนใจของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษานำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ให้อาจารย์ที่ปรึกษาแก้ไข และตรวจสอบเนื้อหา อีกทั้งนำไปทดสอบกับกลุ่มประชากร เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในภาษา และ

เนื้อหา เพื่อนำเครื่องมือมาปรับแก้แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง และนำไปใช้กับ
กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) และการศึกษาจาก
เอกสาร โดยมุ่งศึกษาลักษณะโครงสร้างองค์กร การดำเนินงาน และการจัดการธุรกิจที่มีลักษณะ
เป็นไลฟ์สไตล์สตรี เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจต่อไป

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในขั้นปฐมภูมิและทุติยภูมิแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาจัด
หมวดหมู่ เพื่อแปรผลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้สถิติบรรยาย
(Descriptive Statistics) สรุปความถี่จากจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อประมวลผลหาตัวแปร
ต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการ
สรุปผลจากการศึกษาทฤษฎีและกรณีศึกษาธุรกิจตัวอย่าง แล้วจึงนำข้อสรุปที่ได้มาเป็นแนวทางใน
การกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสมต่อไป