

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับการสื่อสารการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้ชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ในกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ค้าง เพศหญิงที่ใช้ชุดชั้นในวาโก้ รูปแบบมิซซี่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาค้างนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน (จากตารางหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากจำนวนประชากรของ Taro Yamane โดยระดับความเชื่อถือได้เท่ากับ 95 เปอร์เซ็นต์) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นตอน (Multi-Stage Sampling ค้างนี้)

ชั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Probability Sampling จากจำนวนห้างสรรพสินค้าที่มีจุดจำหน่ายชุดชั้นในวาโก้ สามารถแยกเป็นกลุ่มห้างค้างนี้

1.1 กลุ่มเซ็นทรัล ประกอบด้วย เซ็นทรัลปิ่นเกล้า เซ็น เซ็นทรัลสียลม เซ็นทรัลสียลมคอมเพล็กซ์ เซ็นทรัลลาดพร้าว เซ็นทรัลบางนา เซ็นทรัลรวมอินทรา, แฟชั่นไอร์แลนด์ เซ็นทรัลพระราม 3 เซ็นทรัลหัวหมาก เซ็นทรัลชิดลม เซ็นทรัลรังสิต เซ็นทรัลวังบูรพา เซ็นทรัลพระราม 2 และเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่า

1.2 กลุ่มโรบินสัน ประกอบด้วย โรบินสันสียลม โรบินสันรวมอินทรา โรบินสันรังสิต โรบินสันบางแค โรบินสันบางรัก โรบินสันสุขุมวิท โรบินสันรัชดา โรบินสันอนุสาวรีย์, โรบินสันชิดคอน สแควร์ โรบินสันดอนเมือง โรบินสันศรีนครินทร์ โรบินสันลาดหญ้า

1.3 กลุ่มเดอะมอลล์ ประกอบด้วย เดอะมอลล์หัวหมาก เดอะมอลล์บางแค เดอะมอลล์งามวงศ์วาน เดอะมอลล์บางกะปิ เดอะมอลล์รามคำแหง เดอะมอลล์ท่าพระ เอ็มโพเรียม โดยจับฉลากเลือกห้างเดอะมอลล์บางกะปิ

1.4 กลุ่มอื่นๆ ประกอบด้วย ห้างมาบุญครอง ไตคิว โซโก้ และอิเซตัน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) ด้วยการจับฉลากจากกลุ่มห้างในขั้นตอนที่ 1 ให้ได้กลุ่มห้างละ 1 แห่ง ผลปรากฏคือ

2.1 กลุ่มเซ็นทรัล สุ่มตัวอย่างได้ห้างเซ็นทรัลเวิร์ลด์พลาซ่า

2.2 กลุ่มโรบินสัน สุ่มตัวอย่างได้ห้างโรบินสันลาดหญ้า

2.3 กลุ่มเดอะมอลล์ สุ่มตัวอย่างได้ห้างเดอะมอลล์บางกะปิ

2.4 กลุ่มอื่นๆ สุ่มตัวอย่างได้ห้างมาบุญครอง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างห้างที่จับฉลากได้ในขั้นตอนที่ 2 ห้างละ 100 คน

ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ใช้ชุดชั้นในวาโก้ในพื้นที่ที่ทำการสำรวจอย่างไม่เจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวทั่วไป และลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมทั้งสถานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่าง ๆ และการเปิดรับข่าวสารจากชุดชั้นในวาโก้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิชชี

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้ค่าคำตอบ

ส่วนที่ 1 ข้อความที่ใช้วัดลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

1. อายุ แบ่งเป็น
 - 15-20 ปี
 - 21-25 ปี
 - 26-30 ปี
 - 30-35 ปี
 - มากกว่า35 ปี
2. สถานภาพ แบ่งเป็น
 - โสด
 - สมรส
 - หม้าย
 - หย่า
3. การศึกษา แบ่งเป็น
 - ประถมศึกษา
 - มัธยมศึกษา/ปวช.
 - ปวส. / อนุปริญญา
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
 - พนักงานเอกชน
 - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - ข้าราชการ อาชีพอิสระ
 - เจ้าของกิจการ
 - นักเรียน/ นักศึกษา
 - แม่บ้าน
 - อื่น ๆ _____
5. รายได้ของท่าน/ เดือน
 - < 5,000 บาท

- 5,000-9,999 บาท
- 10,000-19,999 บาท
- 20,000-29,999 บาท
- 30,000-39,999 บาท
- 40,000-49,999 บาท
- 50,000 บาท ขึ้นไป

6. ท่านซื้อ Wacoal รูปแบบ มิซซี่ บ่อยเพียงใด

- น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน
- 1 ครั้งต่อเดือน
- 2 ครั้งต่อเดือน
- 3 ครั้งต่อเดือน
- 4 ครั้งต่อเดือน
- มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

7. ปัจจุบันท่านใช้ชุดชั้นในยี่ห้อใดบ้างนอกเหนือจาก Wacoal

8. ยี่ห้อชุดชั้นในที่ประทับใจที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อความที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อต่าง ๆ และการเปิดรับ

ข่าวสารจากชุดชั้นในวาโก้ แบ่งออกเป็น

ความถี่ในการเห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่จากสื่อต่าง ๆ

(สื่อมวลชน: โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต)

(สื่อเฉพาะกิจ: ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ แผ่นพับ / ใบปลิว)

(สื่อบุคคล: บุคคลในครอบครัว เพื่อนสนิท คนรู้จัก พนักงานขาย) แบ่งเป็น

- บ่อยครั้งมาก
- บ่อย
- มีบ้าง
- นาน ๆ ครั้ง
- ไม่เคยเลย

ในข้อนี้ผู้ศึกษามีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

บ่อยครั้งมาก เท่ากับ 5

บ่อย เท่ากับ 4

มีบ้าง เท่ากับ 3

นาน ๆ ครั้ง เท่ากับ 2

ไม่เคยเลย เท่ากับ 1

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ย ในการอธิบายความถี่ในการเห็น/ฟัง/อ่านเกี่ยวกับชุดชั้น

ในวาโก้รูปแบบมิซซี่ ได้ใช้สูตรในการหาช่วงคะแนน คือ $\frac{5-1}{5} = 0.80$ ดังนั้น

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ไม่เคยเลย

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง นาน ๆ ครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีบ้าง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง บ่อย

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง บ่อยครั้งมาก

ส่วนที่ 3 ข้อความที่ชี้วัดความพึงพอใจที่มีต่อชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ แบ่งออกเป็น

3 หัวข้อคือ

1. ความพึงพอใจต่อสินค้าชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ มีรายละเอียดดังนี้

- ชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่เป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ
- เนื้อผ้าคุณภาพดี สัมผัสนุ่มสบาย ยืดหยุ่น
- สวมใส่แล้ว ช่วยจัดแต่งให้ทรงอกสวยงามเป็นธรรมชาติ
- คุณภาพวัตถุดิบดี ทนทาน (ตะขอ ยางยืด สายบ่า ฟองน้ำ)
- ดีไซน์ (ลวดลาย ลูกเล่น) สวยงาม ทันสมัย
- รูปแบบและทรงชุดชั้นใน เหมาะสมกับสรีระรูปร่าง
- มีขนาดคัพไซส์พอดีกับสรีระของคุณ
- มีรูปแบบชุดชั้นในหลากหลายให้เลือกเข้ากับการแต่งตัว
- ราคาสมเหตุสมผล
- มีสินค้าคอลเล็คชั่นใหม่ ๆ ออกมาสม่ำเสมอ
- สวมใส่แล้วทำให้แต่งตัวชั้นนอกได้อย่างสวยงาม
- Missy เป็นชุดชั้นในที่เหมาะสมกับตัวตนของท่าน

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย มีรายละเอียดดังนี้

- มีมารยาทที่ดี ความกระตือรือร้นในการบริการ
- ให้บริการสะดวก รวดเร็ว
- ความรู้จริงในผลิตภัณฑ์และสรีระ
- การเสนอแนะผลประโยชน์เพิ่มเติมให้แก่ลูกค้าอย่างครบถ้วน
- การบริการหลังการขาย (การคืน เปลี่ยน ซ่อมสินค้า)

3. ความพึงพอใจต่อพื้นที่ขาย มีรายละเอียดดังนี้

- บรรยากาศและการจัดเรียงสวยงาม ดึงดูดใจ
- การจัดเรียงสินค้าเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อ
- มีรูปแบบสินค้า / สี / ขนาด ครบตามที่ต้องการ ณ จุดขาย
- มีเอกสาร แผ่นพับ ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า ณ จุดขาย
- ป้ายชื่อคอลเลกชัน เห็นชัดเข้าใจง่าย
- ห้องลอง สะดวกสบาย เอื้อในการลองเสื้อผ้า
- ภาพลักษณ์พนักงานเหมาะสมกับบรรยากาศรวมร้าน

คะแนนความพึงพอใจต่อชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ มีเกณฑ์การให้ คะแนนดังนี้

น้อยสุด เท่ากับ 1 คะแนน

น้อย เท่ากับ 2 คะแนน

พอใช้ เท่ากับ 3 คะแนน

มาก เท่ากับ 4 คะแนน

มากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน

ส่วนเกณฑ์การประเมินความหมายของค่าเฉลี่ย ผู้ศึกษาได้กำหนดเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยสุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง พอใช้

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากสุด

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เมื่อออกแบบสอบถามที่ครบถ้วนตามประเด็นที่ต้องการแล้ว นำแบบสอบถามไปสร้างความเที่ยงตรง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำไปทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างก่อนจำนวน 30 ชุด และนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายของชุดชั้นในวาโก้ อยู่ ณ ห้างสรรพสินค้าผู้ศึกษาจึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากห้างสรรพสินค้าจำนวน 4 แห่ง ซึ่งได้แก่ ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ฟลาซ่า ห้างมาบุญครอง ห้างโรบินสันลาดหญ้า และห้างเดอะมอลล์ บางกะปิ แห่งละ 100 คน โดยเก็บข้อมูลในช่วงเวลาวันหยุด วันธรรมดา และเวลาต่าง ๆ กัน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้ ชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ในกรุงเทพมหานคร มีการศึกษาถึงพฤติกรรมความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับการสื่อสารการตลาดของผู้ใช้ชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่

โดยสมมติฐานมีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 อายุที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 สถานภาพที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้ รูปแบบมิซซี่ จากสื่อบุคคลแตกต่างกัน ได้เห็น/ฟัง/อ่าน เกี่ยวกับชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ จากสื่อเพื่อนสนิท คนรู้จัก และพนักงานขายแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการใช้ตารางแจกแจงความถี่ คือ อธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถามส่วนต่าง ๆ ตามลักษณะทางประชากร สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การเปิดรับข่าวสารจากชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่และความพึงพอใจต่อชุดชั้นในวาโก้รูปแบบมิซซี่ โดยใช้จำนวนค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร และการเปิดรับข่าวสารจากชุดชั้นในวาโก้ รูปแบบมิซซี่โดยใช้ สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จึงนำไปลงรหัส และประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR PC