

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกาบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ สตรีในวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 21 – 60 ปี ซึ่ง มีจำนวน 1,626,070 คน (ข้อมูลจากการสำรวจจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ 50 เขต (ที่มา: กองนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, 2541)

เขตการปกครองของกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต ได้แก่

- | | | | |
|-----------------|-----------------|----------------|------------|
| 1. พระนคร | 17. บางขุนเทียน | 33. ราชเทวี | 49. บางบอน |
| 2. คูสิต | 18. ภาษีเจริญ | 34. ลาดพร้าว | 50. บางนา |
| 3. หนองจอก | 19. หนองแขม | 35. ดลิ่งชัน | |
| 4. บางรัก | 20. ราษฎร์บูรณะ | 36. บางกอกน้อย | |
| 5. บางเขน | 21. บางพลัด | 37. หลักสี่ | |
| 6. บางกะปิ | 22. ดินแดง | 38. สายไหม | |
| 7. ปทุมวัน | 23. บึงกุ่ม | 39. คันนายาว | |
| 8. ป้อมปราบ | 24. สาทร | 40. สะพานสูง | |
| 9. พระโขนง | 25. บางซื่อ | 41. วังทองหลาง | |
| 10. มีนบุรี | 26. จตุจักร | 42. คลองสามวา | |
| 11. ลาดกระบัง | 27. บางคอแหลม | 43. ้วยขวาง | |
| 12. ขานนาวา | 28. ประเวศ | 44. คลองสาน | |
| 13. สัมพันธวงศ์ | 29. คลองเตย | 45. บางแค | |
| 14. พญาไท | 30. สวนหลวง | 46. วัฒนา | |
| 15. ธนบุรี | 31. จอมทอง | 47. ทวีวัฒนา | |
| 16. บางกอกใหญ่ | 32. ดอนเมือง | 48. ทุ่งครุ | |

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

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

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้

การวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนกลุ่มประชากร 1,626,070 คน และในการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดความเชื่อถือได้ 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% อาจแทนสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,626,070}{1 + 1,626,070 (0.05)^2} \\ &= 399.90 \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. คัดเลือกเขตตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากเลือกเขตที่จะเป็นตัวแทนของแต่ละเขตจำนวน 17 เขตซึ่งนับเป็น 1 ใน 3 ของจำนวนเขตทั้งหมด 50 เขต ดังนี้

- | | | | |
|---------------|--------------|------------------|------------|
| 1. คลองเตย | 2. บางกะปิ | 3. ปทุมวัน | 4. พระโขนง |
| 5. ดินแดง | 6. ธนบุรี | 7. บางกอกใหญ่ | 8. คลองสาน |
| 9. บางกอกน้อย | 10. ลาดพร้าว | 11. หลักสี่ | 12. บางนา |
| 13. พญาไท | 14. ห้วยขวาง | 15. ราชบุรีบูรณะ | 16. พระนคร |
| 17. หนองแขม | | | |

2. เลือกสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งออกเป็นกลุ่ม (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งสตรีวัยทำงานออกเป็น 6 อาชีพ ซึ่งแต่ละอาชีพ ผู้วิจัยจะกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) และแยกเก็บแบบสอบถามตามสัดส่วนของอาชีพของสตรีวัยทำงานที่ปัจจุบันทำงานอยู่ในหน่วยงานของรัฐบาล เอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น (ข้อมูลจากกองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ) ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|--------------|
| 1. พนักงานบริษัทฯ | จำนวน 150 คน |
| 2. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | จำนวน 82 คน |
| 3. ผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย | จำนวน 62 คน |
| 4. รับจ้างทั่วไป/ งานบริการ | จำนวน 60 คน |
| 5. แม่บ้าน | จำนวน 31 คน |
| 6. ผู้ที่ไม่มีอาชีพ | จำนวน 21 คน |

3. แต่ละเขตเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามแหล่งชุมชนต่างๆ ในเขตกรุงเทพฯ ที่กำหนดไว้จนครบจำนวนตามต้องการ โดยผู้วิจัยจะมอบหมายให้ผู้ช่วยวิจัยที่ได้รับการฝึกอบรมในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดีแล้วเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 406 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์หรือให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานะภาพสมรส และขนาดของครอบครัว
1. ทักษะคดีที่มีต่อสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทย ของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
5. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ

ตัวแปรดังกล่าวแจกแจงตามสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยจากสื่อประเภทต่างๆของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย

ตัวแปรอิสระ - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน: โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร; สื่อบุคคล ได้แก่ กลุ่มเพื่อน คนในครอบครัวญาติ พนักงานขาย เพื่อนร่วมงาน

ตัวแปรตาม - ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทย

ตัวแปรอิสระ - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน: โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร; สื่อบุคคล ได้แก่ กลุ่มเพื่อน คนในครอบครัวญาติ พนักงานขาย เพื่อนร่วมงาน

ตัวแปรตาม - ทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยจากสื่อประเภทต่างๆของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย

ตัวแปรอิสระ - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน:โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร; สื่อบุคคล ได้แก่ กลุ่มเพื่อน คนในครอบครัวญาติ พนักงานขาย เพื่อนร่วมงาน

ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4: ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และขนาดของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย

ตัวแปรอิสระ - อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ขนาดของครอบครัว สถานภาพสมรสของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยจากสื่อประเภทต่างๆ และลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย

ตัวแปรอิสระ - ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย ทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยจากสื่อประเภทต่างๆ และลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลและเกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1) ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 ตอนที่ 2) ทักษะคิดที่มีต่อสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 ตอนที่ 3) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 ตอนที่ 4) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 ตอนที่ 5) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนน และกำหนดมาตรฐานในการวัดตัวแปรในแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1) ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

- | | |
|----------|-------------------|
| 1.1 อายุ | 1.1.1) 20 - 30 ปี |
| | 1.1.2) 31 - 40 ปี |
| | 1.1.3) 41 - 50 ปี |
| | 1.1.4) 51 - 60 ปี |

- | | |
|-----------|--------------------------------------|
| 1.2 อาชีพ | 1.2.1) ธุรกิจเอกชน / พนักงานบริษัทฯ |
| | 1.2.2) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | 1.2.3) ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย |
| | 1.2.4) รับจ้างทั่วไป / งานบริการ |
| | 1.2.5) ผู้ไม่มีอาชีพ |
| | 1.2.6) แม่บ้าน |

1.3 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน (รวมรายได้ทุกอย่าง)

- 1.3.1) ต่ำกว่า 5000 บาท
- 1.3.2) 5,001 - 10,000 บาท
- 1.3.3) 10,001 - 20,000 บาท
- 1.3.4) 20,001 - 30,000 บาท
- 1.3.5) 30,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2) ทักษะติดต่อลักษณะที่ดี/ ไม่ดี เหมาะสม/ ไม่เหมาะสม ฯลฯของสินค้าไทยในด้านคุณภาพ รูปแบบ ราคา ใช้คำถามทั้งหมด 14 ข้อ โดยมีข้อความที่กำหนดเป็นตัวชี้วัด การวัดตัวแปรใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ทั้งเชิงบวก (5 4 3 2 1) และเชิงลบ (1 2 3 4 5)

	<u>เชิงบวก</u>	<u>เชิงลบ</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน	5 คะแนน

แล้วนำมากำหนดทักษะติดต่อลักษณะสินค้าไทยได้ดังนี้

1.00 – 1.49	หมายถึง	ทักษะดีเชิงลบมาก
1.50 – 2.49	หมายถึง	ทักษะดีเชิงลบ
2.50 – 3.49	หมายถึง	ทักษะดีเป็นกลาง
3.50 – 4.49	หมายถึง	ทักษะดีเชิงบวก
4.50 – 5.00	หมายถึง	ทักษะดีเชิงบวกมาก

ตอนที่ 3) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทย จากสื่อต่างๆ

1) การเปิดรับสื่อ

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล มีเกณฑ์การวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับและระยะเวลาที่เปิดรับสื่อ โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

1.1) ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

ไม่เปิดรับเลย	1 คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	2 คะแนน
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	3 คะแนน
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	4 คะแนน
ทุกวัน	5 คะแนน

1.2) ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ

สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน คนในครอบครัวญาติ พนักงานขาย เพื่อนร่วมงาน

ครั้งละไม่เกิน 15 นาที	1 คะแนน
ครั้งละ 30 นาที - 1 ชั่วโมง	2 คะแนน
ครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง	3 คะแนน
ครั้งละ 2 - 3 ชั่วโมง	4 คะแนน
ครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง	5 คะแนน

1.3) ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อบุคคล

ไม่เคยเลย	1 คะแนน
เดือนละ 1 - 2 ครั้ง	2 คะแนน
สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง	3 คะแนน
สัปดาห์ละ 3 - 4 ครั้ง	4 คะแนน
ทุกวัน	5 คะแนน
อื่นๆ (โปรดระบุ)	6 คะแนน

1.4) ปริมาณข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยที่ได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ

ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยมาจำนวน 5 เรื่อง และได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างระบุว่าจะเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวสารเรื่องใดบ้างและจากสื่อใด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ไม่เคย 0 คะแนน

เคย 1 คะแนน

ตอนที่ 4) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามในด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสินค้าไทยจำนวน 15 ข้อ และได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ คำตอบที่ผิดเป็น 0 คะแนน และ คำตอบที่ถูกต้องเป็น 1 คะแนน แล้วนำมากำหนดระดับความรู้ในเรื่องสินค้าไทยเป็น 3 ระดับ คือ

มีความรู้สูง	มากกว่า	$X + 0.5 SD$
มีความรู้ปานกลาง	ระหว่าง	$X \pm 0.5 SD$
มีความรู้ต่ำ	น้อยกว่า	$X - 0.5 SD$

คะแนนสูงสุดที่เป็นไปได้คือ 15 คะแนน

คะแนนต่ำสุดที่เป็นไปได้คือ 0 คะแนน

ตอนที่ 5) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย โดยกำหนดคำถาม ซึ่งมีการกำหนดค่าคะแนนไว้ 5 ระดับ ดังนี้

บ่อยที่สุด	- 5 คะแนน
บ่อยมาก	- 4 คะแนน
พอสมควร	- 3 คะแนน
ไม่บ่อย	- 2 คะแนน
นานๆ ครั้ง	- 1 คะแนน

แล้วนำมากำหนดระดับของการบริโภคสินค้าไทยได้ดังนี้

- | | | |
|-------------|---------|---------------------------------|
| 1.00 – 1.49 | หมายถึง | บริโภคสินค้าไทยในระดับต่ำที่สุด |
| 1.50 – 2.49 | หมายถึง | บริโภคสินค้าไทยในระดับต่ำ |
| 2.50 – 3.49 | หมายถึง | บริโภคสินค้าไทยในระดับปานกลาง |
| 3.50 – 4.49 | หมายถึง | บริโภคสินค้าไทยในระดับสูง |
| 4.50 – 5.00 | หมายถึง | บริโภคสินค้าไทยในระดับสูงที่สุด |

ความทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการดังนี้

- 1) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขและเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรงและครอบคลุมเรื่องนั้นๆ มาใช้ในการสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
- 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำส่วนของคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อลักษณะของสินค้าไทยซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ดังนี้

(วิเชียร เกตุสิงห์ 2537: 116)

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

เมื่อ α คือ ความเชื่อถือได้

k คือ จำนวนข้อ

V_i คือ ความแปรปรวนของคะแนนทุกข้อ

V_t คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามและนำกลับมาทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 406 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง และมีผู้ช่วยวิจัยอีก 4 คน ซึ่งได้ทำการชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนออกไปเก็บข้อมูลจริง เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจตรงกันในเรื่องขอบเขตและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามและสามารถรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยทำการดำเนินการ ดังนี้

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยอีก 4 คน จะสุ่มกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ทั้ง 17 เขต โดยนำแบบสอบถามไปติดต่อขอพบเจ้าของสถานประกอบการนักธุรกิจเพื่อขอข้อมูล และฝากแบบสอบถามไว้ประมาณ 3-5 วัน โดยจะมีจดหมายชี้แจงและขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามไว้กับผู้รับเรื่องในเบื้องต้น โดยแลกนามบัตรไว้ให้ติดต่อได้ และคอยประสานงานโทรศัพท์ถึงบุคคลที่ได้นำแบบสอบถามไปฝากไว้หรือรับเรื่องไว้ เพื่อนัดวันรับแบบสอบถามคืน ทั้งนี้ เวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 4 สัปดาห์ ตั้งแต่ 1 ก.พ. 2542 ถึง 28 ก.พ. 2542

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการลงรหัส (Coding) แล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์คือ

ทดสอบสมมุติฐานข้อ 1: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ทดสอบสมมุติฐานข้อ 2: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ทดสอบสมมุติฐานข้อ 3: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ทดสอบสมมุติฐานข้อ 4 : ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย

1) แบบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

นำข้อมูลด้านลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ขนาดของครอบครัว มาหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร

2) แบบการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1) อายุของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

2.2) อาชีพของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

2.3) รายได้ของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

2.4) ระดับการศึกษาของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

2.5) ขนาดของครอบครัวของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

2.6) สถานภาพสมรสของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ทดสอบหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

ทดสอบสมมุติฐานข้อ 5: ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย ทักษะคดีที่มีต่อสินค้าไทย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทย ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครได้

ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย ทักษะคดีที่มีต่อสินค้าไทย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทย ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครสามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Multiple Regression เพื่อทดสอบ