

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติในการสื่อสารระหว่างผู้ค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างชาติ” ศึกษาถึงการรับรู้แบบเหมารวม (Stereotype) และทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติ (intergroup attitude) ของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติ และศึกษาพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาตินั้น รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติ โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

รูปแบบและวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบสหวิธีการ (Multiple Methodology) ซึ่งอาศัยการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์ (Survey Interview) โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ คนไทยที่มีอาชีพค้าขายสินค้าหรือให้บริการแก่ชาวต่างชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. ผู้ส่งออกหรือผู้ขายสินค้าในงานแสดงสินค้าในประเทศหรือนานาชาติ ที่มีการซื้อขายกับชาวต่างชาติ เช่น ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ อาทิ Made in Thailand, Food Fair, Bangkok International Gifts and Housewares เป็นต้น
2. พ่อค้าแม่ค้าที่ขายของในศูนย์การค้าที่มีชาวต่างชาติเข้าไปซื้อสินค้าค่อนข้างมาก ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น MBK, Central World เป็นต้น และในเขตเมืองพัทยา จ.ชลบุรี
3. พ่อค้าแม่ค้าที่ขายของในสถานที่ท่องเที่ยวและตลาดต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร, สวนลุม ไนท์บาซาร์ เป็นต้น และในเขตเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

ทั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีวิจัย ดังนี้

1. การสำรวจด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Stratified Random Sampling) กลุ่มละ 50 คน จำนวน 3 กลุ่ม รวม 150 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะกระจายตามเพศ อายุ และแหล่งที่ตั้ง
2. การสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม (จากข้อ 2) กลุ่มละ 5 คน รวม 15 คน
3. การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในสถานที่ต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างให้บริการแก่ชาวต่างชาติ ทั้งทั้งงานแสดงสินค้า ศูนย์การค้า สถานที่ท่องเที่ยวและตลาดต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเข้าถึงแหล่งข้อมูล

ในเบื้องต้น ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารงานวิจัยและหนังสือต่าง ๆ เพื่อศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้แบบเหมารวม ทศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติ ทั้งการเอาวัฒนธรรมตนเป็นหลัก และการมีอคติ รวมทั้งสื่อสารต่างวัฒนธรรม เพื่อให้ทราบถึงประเด็นที่ควรศึกษาวิจัย

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อสอบถามข้อมูลจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ศูนย์การค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานีเกี่ยวกับรายชื่อและรายละเอียดของงานแสดงสินค้าที่จะมีขึ้น เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ เลือกงานแสดงสินค้าที่สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการและระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2549 ถึงเดือนมกราคม 2550 รวมระยะเวลา 3 เดือน

2. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

ออกแบบแนวคำถามเพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาจากเอกสาร หนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 2

เมื่อผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบเครื่องมือ (Pilot Test) เพื่อหาจุดบกพร่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้ทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามสามารถใช้งานได้จริง และสามารถหาคำตอบให้กับปัญหานำวิจัยได้อย่างที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ ซึ่งลำดับขั้นตอนการทดสอบเครื่องมือมีรายละเอียดดังนี้

- นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาให้ช่วยตรวจทานแก้ไขในขั้นแรก
- นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ไปให้ผู้ที่มีอาชีพค้าขายสินค้าและบริการแก่ชาวต่างชาติทั้ง 3 กลุ่ม รวมประมาณ 10 คนได้ลองทำ เพื่อหาข้อบกพร่องและนำไปปรับปรุงแก้ไข
- เมื่อได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้กระชับและรัดกุม เพื่อให้เป็นเครื่องมือที่ช่วยหาคำตอบให้กับปัญหาคำวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์
- นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขในครั้งที่ 2 ออกไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยจะเลือกช่วงเวลาที่มีการซื้อขายค่อนข้างน้อย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ใช้การสังเกตปฏิสัมพันธ์ของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติโดยตรง ทั้งการแสดงส่ายตา กิริยาท่าทาง สีหน้า น้ำเสียง ระยะห่าง การสัมผัสและระยะเวลาที่ใช้ รวมทั้งการใช้วัจนภาษา อาทิ ระดับภาษาที่ใช้ ลักษณะคำหรือภาษาที่ใช้ เช่น การใช้สรรพนาม ระดับความสุภาพของคำที่ใช้ ฯลฯ ปริมาณเนื้อหาหรือข้อมูลที่ให้ เช่น มีความพยายามอธิบายหรือให้ข้อมูลสินค้ามาก ฯลฯ โดยจะเลือกช่วงเวลาที่มีการซื้อขายค่อนข้างมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลมากและหลากหลาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจ จะเป็นแบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interviews Questionnaire) ซึ่งมีคำถามเหมือน ๆ กัน แต่ผู้วิจัยจะเป็นผู้อ่านคำถามและกรอกข้อมูลให้แก่กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเกรงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อาจไม่สะดวกในการกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึก จะใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกหรือข้อมูลเพิ่มเติมในรายละเอียด เป็นแบบสอบถามชนิดกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interviews) ซึ่งแนวคำถามสามารถปรับเปลี่ยนตามประสบการณ์และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยรายละเอียดของเครื่องมือแต่ละชนิดมีดังต่อไปนี้

1. แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเรียงตามปัญหานำวิจัย ดังนี้

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 ผู้ค้าชาวไทย มีการรับรู้แบบเหมารวม (Stereotype) และทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติ (intergroup attitude) ต่อลูกค้าชาวต่างชาติหรือไม่ อย่างไร

1. ข้อมูลเกี่ยวกับชาวต่างชาติที่สังเกตได้
 - เชื้อชาติของลูกค้าส่วนมาก
 - สิ่งที่ใช้พิจารณาความเป็นเชื้อชาติ (ลักษณะกายภาพ การแต่งกาย สำเนียงภาษา ฯลฯ)
 - วิธีเลือกดูสินค้าหรือต่อรองราคา
 - ความน่าเชื่อถือหรือน่าไว้วางใจ ฯลฯ
2. ข้อมูลการสื่อสารกับชาวต่างชาติ
 - ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร (ไทย, ต่างชาติ)
 - ระยะเวลาที่ใช้ในการสื่อสาร
 - ชื่อที่ใช้เรียกลูกค้าเฉพาะเชื้อชาติ ฯลฯ
3. ทัศนคติที่มีต่อชาวต่างชาติ
 - ก่อนและหลังมีปฏิสัมพันธ์โดยตรง
 - ก่อนและหลังทราบสัญชาติ
 - ความรู้สึกในการติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติ
 - ความคิดเห็นต่อชาวต่างชาติ
 - เชื้อชาติของลูกค้าที่รู้สึกดีในการมีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด
 - สาเหตุที่ชอบเชื้อชาตินั้น ฯลฯ

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 2 การรับรู้และทัศนคติของผู้ค้าชาวไทย ส่งผลต่อพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติหรือไม่ อย่างไร

1. ลักษณะการสื่อสารกับชาวต่างชาติ
 - ระดับภาษา
 - สรรพนาม
 - น้ำเสียง ฯลฯ
2. ความคิดเห็นและการแสดงออก
 - คาดเดาพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละชาติ

- เลือกใช้วิธีการสื่อสารให้เหมาะสม
- การดูแล ให้ความสนใจ ฯลฯ

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 3 ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรับรู้แบบเหมารวม (Stereotype) และทัศนคติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติ

1. คำถามด้านลักษณะทางประชากรและข้อมูลส่วนบุคคล

- อายุ
- เพศ
- เชื้อชาติ
- ระดับการศึกษา
- ประเภทสินค้าที่ขาย
- ขนาดของร้านค้า
- ระยะเวลาและความถี่ที่มีการติดต่อกับลูกค้าชาวต่างชาติ ฯลฯ

2. แหล่งหรือสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับชาวต่างชาติ

- ปฏิสัมพันธ์โดยตรง
- การบอกเล่าจากคนใกล้ชิด
- เลียนแบบบุคคลอื่น
- ได้รับการสั่งสอนมาตั้งแต่เด็ก
- เปิดรับสื่อมวลชน ฯลฯ

3. การใช้ภาษาและความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ

- ภาษาที่สามารถสื่อสารได้
- สำเนียงของภาษาที่ใช้
- ความคล่องแคล่วในการสื่อสาร ฯลฯ

2. แนวคำถามที่ใช้ในการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ผู้ที่มีอาชีพค้าขายสินค้าและให้บริการแก่ชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งโครงสร้างคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้า

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลการรับรู้แบบเหมารวม ทัศนคติและพฤติกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการพูดคุย สทนาต่าง ๆ กับพ่อค้าแม่ค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จะนำมาประมวลรวมกับกลุ่มข้อมูลในส่วนของที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์มากที่สุด โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ลักษณะคือ

1. แบบบรรยาย (Descriptive) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยลักษณะการวิเคราะห์คำตอบจากการสัมภาษณ์จะใช้วิธีการแยกประเด็นที่น่าสนใจเป็นหมวดหมู่ และนำมาวิเคราะห์เพื่อเสริมข้อมูลจากแบบสอบถามให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น และเพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้สามารถตอบปัญหานำวิจัยได้ครอบคลุมที่สุด

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อหาการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการนำเสนอตารางอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง และเมื่อเก็บข้อมูลได้เรียบร้อยแล้ว ทำการตรวจสอบข้อมูลแล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้

➔ หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำผลการวิจัยไปเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำเสนอไปในบทที่ 2 เพื่อค้นหาความเหมือน ความต่างของข้อค้นพบในครั้งนี้ กับแนวคิดและทฤษฎีในอดีต