

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการใช้สินค้าของผู้ชายในกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) รูปแบบต่างๆ ตามความเหมาะสม

ประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาคือ ผู้ชายไทยที่มีอายุ 12-49 ปี และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครขณะที่ทำการเก็บข้อมูล ซึ่งหมายถึงรวมถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นการชั่วคราวหรือผู้ที่เดินทางเข้ามาศึกษาหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานครด้วย

กลุ่มตัวอย่าง

หากอาศัยสูตรสำเร็จและตารางสำเร็จที่ Taro Yamane (1967) ได้คิดค้นขึ้น เมื่อคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่มีอยู่ จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างออกมาจำนวนประมาณ 400 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 200 คน รวมเป็น 600 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ขึ้น ทั้งนี้โดยหวังว่าจะทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับประชากรจริงมากขึ้น และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือผู้ชายไทยที่มีอายุระหว่าง 12-49 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครตามความหมายที่ให้ไว้กับประชากรในข้างต้น รวมทั้งสิ้น จำนวนประมาณ 600 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงประชากรมากที่สุด ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีลำดับของการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ลำดับที่ 1 หาจำนวนและรายชื่อเขตทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยข้อมูลจากกระทรวงมหาดไทย ในปี พ.ศ. 2542 ซึ่งได้ทำการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ โดยในแต่ละเขตการปกครองประกอบด้วยเขตต่างๆ รวมกันทั้งสิ้น 50 เขต ดังนี้

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบ เขตศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท และเขตราชเทวี
2. กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางกะปิ เขตบึงทองหลาง
3. กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา
4. กลุ่มศรีนครินทร์ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสาน เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขตคันนายาว
5. กลุ่มกรุงธนใต้ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตราษฎร์บูรณะ เขตทุ่งครุ เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางแค
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ มีทั้งหมด 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตทวีวัฒนา

ลำดับที่ 2 เลือกกรอบของการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) โดยการเทียบแผนที่การแบ่งเขตของกรุงเทพมหานคร (ดูแผนที่ที่ 1) กับแผนที่แสดงการใช้ที่ดินในเขตกรุงเทพมหานครปี พ.ศ.2539 (แผนที่นี้จะมีการปรับปรุงใหม่ทุก 5 ปี) ที่มีการแบ่งพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครออกเป็นสี่ต่างๆ ตามลักษณะการใช้งานโดยส่วนใหญ่ในพื้นที่นั้น (ดูแผนที่ที่ 2) ซึ่งประกอบไปด้วยพื้นที่พักอาศัย พื้นที่เชิงพาณิชย์กรรม พื้นที่อุตสาหกรรม พื้นที่คลังสินค้า พื้นที่สถาบันราชการ พื้นที่สถาบันศาสนา พื้นที่สถาบันการศึกษา พื้นที่สถาบันนันทนาการ พื้นที่เกษตรกรรม และพื้นที่โล่งหรือที่ว่าง ซึ่งจากขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้เขตที่เป็นพื้นที่พักอาศัย (แสดงด้วยสีเหลือง) จำนวน 30 เขต เขต ดังนี้

- | | | |
|--------------------------|--------------------|-------------------|
| 1. เขตภาษีเจริญ | 2. เขตจอมทอง | 3. เขตราษฎร์บูรณะ |
| 4. เขตบางพลัด | 5. เขตธนบุรี | 6. เขตบางคอแหลม |
| 7. เขตยานนาวา | 8. เขตดุสิต | 9. เขตบางซื่อ |
| 10. เขตพญาไท | 11. เขตราชเทวี | 12. เขตปทุมวัน |
| 13. เขตบางรัก | 14. เขตสาทร | 15. เขตพระนคร |
| 16. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | 17. เขตสัมพันธวงศ์ | 18. เขตคลองสาน |
| 19. เขตบางกอกน้อย | 20. เขตบางกอกใหญ่ | 21. เขตคลองเตย |
| 22. เขตสวนหลวง | 23. เขตพระโขนง | 24. เขตบางกะปิ |
| 25. เขตห้วยขวาง | 26. เขตดินแดง | 27. เขตลาดพร้าว |
| 28. เขตจตุจักร | 29. เขตดอนเมือง | 30. เขตบางเขน |

และผู้วิจัยได้ใช้เขต 30 เขตดังกล่าวเป็นกรอบของการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากพื้นที่โดยส่วน ใหญ่ในเขตต่างๆ นั้นถูกใช้เป็นที่พักอาศัยของประชาชน ซึ่งน่าจะมีความหลากหลายทางลักษณะ ประชากรมากกว่าเขตที่ถูกจัดเป็นพื้นที่การใช้งานแบบอื่นๆ และน่าจะทำให้การวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์ มากขึ้น

ลำดับที่ 3 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยระบุชื่อเขต ทั้งหมดจำนวน 30 เขต ลงในแผ่นกระดาษแต่ละแผ่น จากนั้นจับสลากเพื่อเลือกตัวแทนเขตในพื้นที่ พักอาศัยออกมาจำนวน 12 เขต ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดว่า ควรจะทำการสุ่มเขตออกมาจำนวนอย่าง น้อย 1 ใน 3 ของจำนวนเขตทั้งหมด เพื่อให้ได้จำนวนเขตมากพอที่จะครอบคลุมประชากรที่มี ลักษณะต่างๆ กัน ซึ่งปรากฏว่าได้รายชื่อเขตออกมาดังต่อไปนี้

- | | | |
|---------------------|----------------|-------------------|
| 1. เขตพญาไท | 2. เขตราชเทวี | 3. เขตปทุมวัน |
| 4. เขตบางรัก | 5. เขตสาทร | 6. เขตสัมพันธวงศ์ |
| 7. เขตจตุจักร | 8. เขตลาดพร้าว | 9. เขตพระโขนง |
| 10. เขตราชบุรีบูรณะ | 11. เขตบางซื่อ | 12. เขตดอนเมือง |

ลำดับที่ 4 กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตแบบไม่เทียบสัดส่วน โดยคำนวณจาก จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 600 คน ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตจำนวน 50 คน

ลำดับที่ 5 กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลในแต่ละเขต แต่ละช่วงอายุ โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุ (Quota Sampling) ดังนี้

อายุ 12-19 ปี จำนวน 17 คน

อายุ 20-29 ปี จำนวน 17 คน

อายุ 30-49 ปี จำนวน 17 คน

ดังนั้น ในแต่ละเขตจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 51 คน และได้จำนวน กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจาก 12 เขต จำนวน 612 คน

ลำดับที่ 6 ทำการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในบริเวณ แหล่งชุมชนสำคัญ เช่น ศูนย์การค้า โรงเรียน อาคารสำนักงาน สวนสาธารณะ ที่ทำการเขต วัด ตลาดสด โดยเก็บข้อมูลจากผู้ชายที่มีอายุ 12-49 ปี ในแต่ละเขตที่เลือกไว้ จำนวนเขตละ 51 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 612 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร (Demographics) และส่วนที่เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ระบุปริมาณการใช้สินค้าประเภทต่างๆ รวมทั้งสิ้น 23 หมวดหมู่ด้วยตัวเอง (Self-administered) โดยไม่มีตัวเลือก ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด และทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถทำได้ละเอียดและเป็นไปในแนวทางที่ต้องการได้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะทางประชากร (Demographics) ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส

ระดับหรือปริมาณในการใช้สินค้าประเภทต่างๆ โดยหมวดหมู่และประเภทสินค้าที่ทำการศึกษาทั้ง 23 หมวดหมู่นั้น เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) ทั้งประเภทสินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Products) และสินค้าเลือกซื้อ (Shopping Products) ตามแนวคิดที่กล่าวถึงในบทที่ 2 ว่าด้วยการจัดแบ่งประเภทสินค้า โดยมีรายละเอียดของสินค้าแต่ละหมวดหมู่ดังต่อไปนี้

1. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Alcoholic Beverages) ทำการศึกษาสินค้า 4 ประเภท ได้แก่
 - เหล้า
 - เบียร์
 - ไวน์
 - ไวน์คูลเลอร์
2. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcoholic Beverages) ทำการศึกษาสินค้า 6 ประเภท ได้แก่
 - น้ำอัดลม
 - ชา
 - กาแฟ
 - เครื่องดื่มให้พลังงาน (เช่น กระทิงแดง ลิโพ)
 - เครื่องดื่มเกลือแร่ (เช่น สปอนเซอร์ เกเตอร์เรด)
 - น้ำผลไม้ / น้ำผัก

3. ผลิตภัณฑ์นม (Dairy Products) ทำการศึกษาสินค้า 4 ประเภท ได้แก่
 - นมยูเอชที (UHT)
 - นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม
 - นมถั่วเหลือง
 - โยเกิร์ต
4. อาหารทานเล่นและของขบเคี้ยว (Snack Foods) ทำการศึกษาสินค้า 7 ประเภท ได้แก่
 - หมากฝรั่ง
 - มันฝรั่งกรอบ
 - ข้าวเกรียบ
 - ปลาเส้น
 - ช็อกโกแลต
 - คุกกี้, บิสกิต, เวเฟอร์
 - ไอศกรีม
5. อาหาร (Foods) ทำการศึกษาสินค้า 5 ประเภท ได้แก่
 - บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
 - ผลไม้กระป๋อง
 - อาหารกระป๋องสำเร็จรูป
 - ผงชูรส
 - ก้อนชูรส
6. อาหารนอกบ้าน (Outside-home Meals) ทำการศึกษาสินค้า 3 ประเภท ได้แก่
 - ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด
 - ภัตตาคาร
 - บริการส่งอาหารถึงที่
7. อาหารเสริมและวิตามิน (Vitamins & Supplementary Foods) ทำการศึกษาสินค้า 3 ประเภท ได้แก่
 - รังนก
 - ชูปไก่สกัด
 - แคปซูลอาหารเสริม

8. ยาสูบ (Tobacco) ทำการศึกษาสินค้า 1 ประเภท ได้แก่
 - บุหรี่
9. ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลผม (Hair Preparations) ทำการศึกษาสินค้า 5 ประเภท ได้แก่
 - แชมพู
 - ครีมนวดผม
 - เจล / มูส / สเปรย์ / ครีมแต่งผม
 - น้ำยาเปลี่ยนสีผม
 - ยาย้อมผมดำ
10. ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลช่องปาก (Oral Products) ทำการศึกษาสินค้า 4 ประเภท ได้แก่
 - ยาสีฟัน
 - น้ำยาบ้วนปาก
 - ไหมขัดฟัน
 - แปรงสีฟัน
11. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า (Facial Wash and Facial Nourishing Products) ทำการศึกษาสินค้า 5 ประเภท ได้แก่
 - สบู่ก้อนล้างหน้า
 - เจล/โฟมล้างหน้า
 - ครีมล้างหน้า
 - โลชั่น/ครีมบำรุงผิวหน้า
 - ครีมกันแดด
12. ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลผิวหน้า (Facial-care Products) ทำการศึกษาสินค้า 2 ประเภท ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์ลอกผิวเสี้ยน
 - ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ (แคปซูล/คอลลาเจน และอื่นๆ)
13. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย (Body Wash Products) ทำการศึกษาสินค้า 2 ประเภท ได้แก่
 - สบู่ก้อน
 - สบู่เหลว

14. ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลและบำรุงผิว (Skin-care Products) ทำการศึกษาสินค้า

6 ประเภท ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย
- ครีมกันแดด
- บอดี้โลชั่น / ครีมบำรุงผิว
- แป้งเด็ก
- แป้งหอม
- แป้งเย็น

15. เครื่องสำอาง (Cosmetics) ทำการศึกษาสินค้า 4 ประเภท ได้แก่

- ลิปมัน
- ลิปสติก
- แป้งพัฟ/แป้งฝุ่นตลับ
- แป้งแข็งผสมรองพื้น/ทูเวย์

16. ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด (Birth Control Products) ทำการศึกษาสินค้า 1 ประเภท ได้แก่

- ถุงยางอนามัย

17. ยา (Pharmaceuticals) ทำการศึกษาสินค้า 2 ประเภท ได้แก่

- ยาแก้ปวด
- ยาแก้ปวดกล้ามเนื้อ

18. กระดาษชำระ (Tissue Paper) ทำการศึกษาสินค้า 2 ประเภท ได้แก่

- กระดาษชำระ (ม้วน)
- กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)

19. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน (Home-care Products) ทำการศึกษาสินค้า

2 ประเภท ได้แก่

- น้ำยาล้างห้องน้ำ
- ผงซักฟอก

20. เครื่องแต่งกายชาย (Men Apparel) จะทำการศึกษาสินค้า 15 ประเภท ได้แก่

- ถุงเท้า
- กางเกงชั้นใน
- เสื้อกล้าม
- เสื้อยืดคอกลม
- เสื้อยืดคอโปโล

- เสื้อเชิ้ต
 - กางเกงสแล็ค (กางเกงผ้า)
 - กางเกงยีนส์
 - เนคไท
 - สูท
 - เข็มขัด
 - รองเท้าใส่ทำงาน
 - รองเท้ากีฬา
 - รองเท้าแตะ
 - รองเท้าใส่เล่น
21. เพลง (Music) ทำการศึกษาสินค้า 4 ประเภท ได้แก่
- เทปเพลงไทย
 - เทปเพลงสากล
 - ซีดีเพลงไทย
 - ซีดีเพลงสากล
22. อุปกรณ์ถ่ายภาพ (Photographic Products) ทำการศึกษาสินค้า 2 ประเภท ได้แก่
- ฟิล์มถ่ายรูป
 - กล้องถ่ายรูปชนิดใช้แล้วทิ้ง
23. อุปกรณ์สื่อสาร (Communication Equipment) ทำการศึกษาสินค้าประเภทเดียว ได้แก่
- โทรศัพท์มือถือ

การทดลองใช้แบบสอบถาม (Pre-test)

เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์มากขึ้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด ไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทราบถึงความเหมาะสมของลักษณะคำถามและความเหมาะสมในการใช้ภาษา ซึ่งหลังทำการทดสอบ ผู้วิจัยได้ทำการปรับลักษณะคำถามในส่วนของหน่วยการวัดปริมาณการบริโภคสินค้าเล็กน้อย เช่น จากหน่วยวันเป็นหน่วยสัปดาห์ จากหน่วยสัปดาห์เป็นหน่วยเดือนและจากหน่วยเดือนเป็นหน่วยปี เพื่อให้ใกล้เคียงกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น และเพื่อความชัดเจนในการสื่อสารกับผู้ตอบแบบสอบถามมากขึ้น

เกณฑ์การจัดกลุ่มผู้บริโภค

หลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ ผู้วิจัยได้แบบสอบถามที่กรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วเป็นจำนวน 612 ชุด และได้ทำการให้รหัสและลงรหัสสำหรับคำตอบทุกคำตอบที่ได้มาลง

ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และได้จัดเกณฑ์ของคำตอบ เพื่อจัดกลุ่มผู้บริโภคเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าในปริมาณมาก (Heavy Users) ผู้บริโภคสินค้าในปริมาณปานกลาง (Medium Users) และผู้บริโภคสินค้าในปริมาณน้อย (Light Users) โดยใช้เกณฑ์หลัก 2 เกณฑ์ ได้แก่

1. ค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ โดยค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 ขึ้นไปจะถูกจัดกลุ่มเป็นผู้บริโภคสินค้าในปริมาณมาก ค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 แต่ไม่ถึงค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 ถูกจัดกลุ่มเป็นผู้บริโภคสินค้าในปริมาณปานกลาง และค่าของข้อมูลที่ต่ำกว่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมาถูกจัดกลุ่มเป็นผู้บริโภคสินค้าในปริมาณน้อย

2. ค่าเฉลี่ยของคำตอบ (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในกรณีที่ไม่สามารถจัดกลุ่มตามหลักเกณฑ์ในข้อหนึ่งได้ เนื่องจากค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25, 50 และ 75 ไม่มีความแตกต่างกัน หรือ ค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 50 มีค่าเท่ากับค่าของข้อมูล ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 โดยการจัดกลุ่มใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยของคำตอบ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วทำการบวก และลบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเข้ากับค่าเฉลี่ย ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ว่า ค่าของคำตอบที่มีค่าตั้งแต่ค่าที่ได้จากการบวกส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเข้ากับค่าเฉลี่ย ($Mean + 1S.D.$) ขึ้นไป ถูกจัดกลุ่มเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณมาก ส่วนค่าของคำตอบที่มีค่าต่ำกว่าค่าที่ได้จากการลบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเข้ากับค่าเฉลี่ย ($Mean - 1S.D.$) ถูกจัดกลุ่มเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณน้อย และค่าทั้งหมดที่อยู่ในช่วงกลางระหว่าง 2 ค่านั้นถูกจัดเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณปานกลาง

จากเกณฑ์การจัดกลุ่มที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ได้ตัวเลขที่เป็นตัวแทนของการจัดกลุ่มปริมาณการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคดังนี้

ตารางที่ 3.1 : แสดงค่าของปริมาณการบริโภคสินค้า ณ ตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มผู้บริโภค

สินค้า	ค่า ณ ตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25	ค่า ณ ตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75	หน่วยวัดปริมาณ การบริโภคสินค้า
1. สุรา	5.00	31.50	แก้วต่อเดือน
2. เบียร์	3.00	15.00	แก้วต่อเดือน
3. น้ำอัดลม	2.50	7.00	กระป๋องต่อสัปดาห์

สินค้า	ค่า ณ ตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ที่ 25	ค่า ณ ตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ที่ 75	หน่วยวัดปริมาณ การบริโภคสินค้า
4. กาแฟ	3.00	7.00	แก้วต่อสัปดาห์
5. น้ำผลไม้	1.50	4.00	แก้วต่อสัปดาห์
6. นมยูเอชที	2.00	7.00	กล่องต่อสัปดาห์
7. นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม	1.00	5.00	กล่องต่อสัปดาห์
8. นมถั่วเหลือง	1.00	5.00	กล่องต่อสัปดาห์
9. มันฝรั่งอบ	1.00	3.00	ถุงเล็กต่อสัปดาห์
10. ไอศกรีม	1.00	4.00	ลูก/แท่งต่อสัปดาห์
11. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	2.50	10.00	ห่อต่อเดือน
12. ฟาสต์ฟู้ด	2.00	5.00	ครั้งต่อเดือน
13. ภัตตาคาร	1.00	4.00	ครั้งต่อเดือน
14. บริการส่งอาหารถึงที่	1.00	2.50	ครั้งต่อเดือน
15. แชมพู	4.00	8.00	ครั้งต่อสัปดาห์
16. ครีมนวดผม	2.00	6.00	ครั้งต่อสัปดาห์
17. เจล, มูส, สเปรย์	3.00	7.00	ครั้งต่อสัปดาห์
18. น้ำยาล้างปาก	2.00	7.00	ครั้งต่อสัปดาห์
19. แปรงสีฟัน	3.00	6.00	ด้ามต่อปี
20. ยาแก้ปวด	1.00	3.00	ครั้งต่อเดือน
21. กระดาษชำระ (ม้วน)	1.00	4.00	ม้วนต่อเดือน
22. กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง)	1.00	2.00	กล่องต่อเดือน
23. น้ำยาล้างห้องน้ำ	1.00	2.00	ครั้งต่อสัปดาห์
24. ผงซักฟอก	2.00	5.00	ครั้งต่อสัปดาห์
25. ถุงเท้า	4.13	12.00	คู่ต่อปี
26. กางเกงใน	5.00	12.00	ตัวต่อปี
27. เสื้อกล้าม	2.00	7.00	ตัวต่อปี
28. เสื้อยืดคอโปโล	1.00	5.00	ตัวต่อปี
29. เสื้อเชิ้ต	2.00	7.00	ตัวต่อปี
30. กางเกงสแล็ค	1.00	5.00	ตัวต่อปี
31. กางเกงยีนส์	2.00	3.50	ตัวต่อปี
32. เน็คไท	1.50	5.00	เส้นต่อปี

สินค้า	ค่า ณ ตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25	ค่า ณ ตำแหน่ง เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75	หน่วยวัดปริมาณ การบริโภคสินค้า
33. เช็มขัด	1.00	2.00	เส้นต่อปี
34. รองเท้าใส่ทำงาน (หนัง)	1.00	2.00	คู่ต่อปี
35. รองเท้าแตะ	1.00	3.00	คู่ต่อปี
36. รองเท้าใส่เล่น	1.00	2.00	คู่ต่อปี
37. เทปเพลงไทย	1.00	12.00	ม้วนต่อเดือน
38. เทปเพลงสากล	1.00	12.00	ม้วนต่อเดือน
39. ซีดีเพลงสากล	1.00	5.25	แผ่นต่อเดือน
40. फिल्मถ่ายรูป	3.00	10.00	ม้วนต่อปี

ตารางที่ 3.2 : แสดงค่าของปริมาณการบริโภคสินค้าที่ใช้ค่าเฉลี่ย บวกและลบส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานเป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มผู้บริโภค

สินค้า	ค่าเฉลี่ยลบส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยบวกส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน	หน่วยวัดปริมาณ การบริโภคสินค้า
1. ยาสีฟัน	1.39	2.83	ครั้งต่อวัน
2. สบู่ก้อนสำหรับล้างหน้า	1.01	3.43	ครั้งต่อวัน
3. เจล, โฟมล้างหน้า	1.10	2.96	ครั้งต่อวัน
4. สบู่ก้อนสำหรับผิวกาย	1.14	3.22	ครั้งต่อวัน
5. ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย	3.74	9.40	ครั้งต่อสัปดาห์
6. แป้งเด็ก	3.04	11.32	ครั้งต่อสัปดาห์
7. แป้งเย็น	2.86	10.58	ครั้งต่อสัปดาห์
8. เสื้อยืดคอกกลม	0*	9.07	ตัวต่อปี
9. สูท	0.39	1.81	ตัวต่อปี
10. รองเท้ากีฬา	0.45	2.25	คู่ต่อปี

หมายเหตุ : * จากตัวเลขที่ใช้เป็นเกณฑ์นี้ ทำให้ไม่มีกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าในปริมาณน้อย

จากตารางที่ 3.1 และ 3.2 เห็นได้ว่ามีสินค้านับรวมทั้งสิ้น 50 ประเภท (ในแบบสอบถาม
จริงมีสินค้า 90 ประเภท) สินค้า 50 ประเภทนี้ คือสินค้าที่มีผู้บริโภคสินค้าในปริมาณมากเป็น 50
อันดับแรก ทำให้ได้จำนวนของคำตอบที่มากพอและเหมาะสมที่จะนำมาทำการวิเคราะห์ต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคชายอย่างละเอียดในสินค้า 50 ประเภทนี้เท่านั้น

ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล คือ เดือนมีนาคมและเดือนเมษายน พ.ศ. 2543 ทั้งนี้เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่พร้อมจะนำมาวิเคราะห์และประมวลผลจำนวน 612 ชุด

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล หากพบว่าแบบสอบถามชุดใดขาดความสมบูรณ์ ก็ตัดแบบสอบถามชุดนั้นออก จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการลงรหัส (Coding) เพื่อเตรียมทำการบันทึกข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS for Windows version 9.0 ในการประมวลผลข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาทำการบันทึกข้อมูลให้ครบทุกตัวแปร ซึ่งมีการสร้างตัวแปรใหม่จากตัวแปรเดิม (Creating New Variable, Transformation or Grouping) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้น ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล และแสดงผลของการวิจัยโดยใช้

1. ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution Table) เพื่อแสดงจำนวนของตัวแปรต่างๆ
2. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแสดงสัดส่วนของค่าของตัวแปรต่างๆ
3. ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อแสดงค่าเฉลี่ยของตัวแปรต่างๆ
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงค่าความเบี่ยงเบนของข้อมูลของตัวแปรต่างๆ ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
5. เปอร์เซ็นไทล์ (Percentile) เพื่อแสดงค่าที่เป็นตัวแทนระดับหรือปริมาณการบริโภคสินค้าประเภทต่างๆ และเพื่อแสดงตำแหน่งเปอร์เซ็นไทล์ของค่าที่เป็นตัวแทนระดับหรือปริมาณการบริโภคสินค้าประเภทต่างๆ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้ดัชนี (Index) เพื่อเป็นตัวแทนแสดงปริมาณการบริโภคสินค้า และเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของปริมาณการบริโภคสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในลักษณะทางประชากรต่างๆ ด้วย (Sissors & Bumba, 1996, p. 201) โดยวิธีการหาค่าดัชนีการบริโภคนำมาจากสูตรดังนี้

$$\text{ดัชนีการบริโภคสินค้า} = \frac{\text{ร้อยละของผู้บริโภคในแต่ละลักษณะประชากร}}{\text{ร้อยละของผู้ตอบในแต่ละลักษณะประชากร}} \times \frac{\text{ร้อยละของผู้ตอบ (ที่ให้ข้อมูลสมบูรณ์) ทั้งหมด}}{\text{ร้อยละของผู้บริโภคสินค้าทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 3.3 : ตัวอย่างตารางเพื่อการคำนวณดัชนีการบริโภคสินค้า

ตัวแปร	ผู้ตอบ (คน)	ไม่บริโภค		บริโภค		ดัชนีการ บริโภค	ระดับการบริโภค						
							มาก		ปานกลาง		น้อย		
		คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ		คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	
อายุ													
12-19 ปี	198	166	83.8	32	16.2	48	5	15.6	16	50.0	11	34.4	
20-29 ปี	184	90	48.9	94	51.1	152	23	24.5	50	53.2	21	22.3	
30-49 ปี	189	123	65.1	66	34.9	104	19	28.8	32	48.5	15	22.7	
รวมผู้บริโภค													
ในแต่ละตัวแปร	571	379	66.5	192	33.6	100							

จากข้อมูลในตารางที่ 3.3 เมื่อคำนวณดัชนีการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคตามสูตรที่กล่าวไว้ข้างต้น จะได้ว่า

$$\begin{aligned} \text{ดัชนีการบริโภคสินค้าของ} &= \frac{32}{192} \\ \text{ผู้บริโภที่มีอายุ 12-19 ปี} &= \frac{198}{571} \\ &= \frac{16.7}{34.7} \\ &= 48 \end{aligned}$$

สำหรับดัชนีการบริโภคสินค้าทุกตัวแปรใช้วิธีการคำนวณในลักษณะเดียวกัน