

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ไว้ คือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ Winona และที่เคยเข้าเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ Winona และเคยเข้าเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ของ Winona ซึ่งจำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีกลุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด Taro Yamane (Taro Yamane , 1970 อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ซึ่งแสดงว่าหากประชากรมีจำนวนมากกว่า 100,000 คนขึ้นไป ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 นั้น สามารถใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 385 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผลการคำนวณ = 385

ดังนั้น จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำนวน 385 ตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้จำนวน 385 คน

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ได้แก่กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ Winona และเคยเข้าเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ของ Winona ที่เป็นประชาชนในสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งเพศชายและหญิง จำนวน 385 คน โดยกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ 2 วิธี คือ

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการแจกชุดแบบสอบถามแก่กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และผู้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ Winona บริเวณหน้าร้านค้าของผลิตภัณฑ์ Winona ตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าตามสถานที่ต่าง ๆ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Questionnaire)

กลุ่มตัวอย่างในลักษณะนี้จะเป็นกลุ่มตัวอย่างในลักษณะสมัครใจในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Selected) โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามแบบออนไลน์ที่สอบถามไปยังช่องทางออนไลน์ (Online Questionnaire) จากนั้นจึงขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือระหว่างเดือนกันยายนถึงธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยมี 2 วิธีการดังนี้

วิธีที่ 1 ผู้วิจัยจะตั้งกระดานสนทนาหรือกระทู้เพื่อขอความร่วมมือในการตอบสอบถามในช่อง Weibo ที่เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอันดับหนึ่งในสาธารณรัฐประชาชนจีน

วิธีที่ 2 ผู้วิจัยจะส่งที่อยู่เชื่อมโยง (Link) แบบสอบถามไปยังที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ของลูกค้า Winona ซึ่งข้อมูลลูกค้าที่ได้จากฐานข้อมูลลูกค้าของฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ Winona

3.3 ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาการรับรู้ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของแบรนด์เครื่องสำอาง Winona ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความพึงพอใจกับพฤติกรรมการซื้อ และความภักดีต่อแบรนด์ของผู้บริโภค

2) ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้ครอบคลุมพื้นที่ในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ Winona และเข้าถึงเว็บไซต์ของแบรนด์

3) ขอบเขตด้านเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะดำเนินการระหว่างเดือนกันยายนถึงธันวาคม พ.ศ. 2567

3.4 ตัวแปรในการวิจัย

1) ตัวแปรต้น (Independent Variables)

(1.1) การรับรู้ต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ Winona ผ่านเว็บไซต์

(1.2) ความพึงพอใจต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ Winona ผ่านเว็บไซต์

2) ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของ Winona

3.5 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามการวิจัยเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจะมีทั้งรูปแบบกระดาษคำตอบและรูปแบบออนไลน์จาก Google Forms โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนหลัก ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การรับรู้ต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ Winona ผ่านเว็บไซต์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ Winona ผ่านเว็บไซต์

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อและความภักดีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ Winona

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.6 การทดสอบเครื่องมือวิจัย

1) ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการทำวิจัย การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามการวิจัยผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบโดยได้แต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบ เพื่อหาข้อบกพร่องและปรับปรุงข้อคำถาม ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่สามารถวัดได้ครอบคลุมและสื่อความหมายระหว่าผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถามได้เที่ยงตรงที่สุด

2) ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Pre Test) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคำตอบที่ได้รับจากผู้ทำการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนวิเคราะห์ถึงความยากง่ายของภาษาที่ใช้ และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปหาคำนวนหาค่าความน่าเชื่อถือ โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ดังนี้

(2.1) การรับรู้ต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Winona ผ่านเว็บไซต์ ได้ค่าแอลฟาที่ระดับ 0.91

(2.2) ความพึงพอใจต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Winona ผ่านเว็บไซต์ ได้ค่าแอลฟาที่ระดับ 0.93

(2.3) พฤติกรรมการซื้อและความภักดีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Winona ได้ค่าแอลฟาที่ระดับ 0.93

3.7 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การทดสอบสมมุติฐาน

(2.1) การทดสอบค่าเฉลี่ย (t-test) เพื่อทดสอบว่าการรับรู้และความพึงพอใจแตกต่างจากระดับปานกลางหรือไม่

(2.2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความพึงพอใจกับพฤติกรรมการซื้อ

(2.3) การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการรับรู้และความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการซื้อ

3.8 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1) การรับรู้ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ Winina ต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ของ Winona โดยมีเกณฑ์ในการวัด คือ จะแบ่งเกณฑ์ให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตามการรับรู้ ได้แก่

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยมาก	1 คะแนน

โดยในแต่ละข้อจะนำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูล ดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	มีการรับรู้ต่อการสื่อสารในระดับสูงมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	มีการรับรู้ต่อการสื่อสารในระดับสูง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	มีการรับรู้ต่อการสื่อสารในระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	มีการรับรู้ต่อการสื่อสารในระดับต่ำ
ระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.51	มีการรับรู้ต่อการสื่อสารในระดับต่ำมาก

2) ความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ Winina ต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ของ Winona โดยมีเกณฑ์ในการวัด คือ จะแบ่งเกณฑ์ให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตามความพึงพอใจ ได้แก่

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยมาก	1 คะแนน

โดยในแต่ละข้อจะนำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูล ดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในระดับสูงมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในระดับสูง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในระดับต่ำ
ระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.51	มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในระดับต่ำมาก

3) พฤติกรรมการซื้อและความภักดีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Winona โดยมีเกณฑ์ในการวัดคือ จะแบ่งเกณฑ์ให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตามพฤติกรรมและความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ได้แก่

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยมาก	1 คะแนน

โดยในแต่ละข้อจะนำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูล ดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	มีพฤติกรรมและความภักดีในระดับสูงมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	มีพฤติกรรมและความภักดีในระดับสูง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	มีพฤติกรรมและความภักดีในระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	มีพฤติกรรมและความภักดีในระดับต่ำ
ระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.51	มีพฤติกรรมและความภักดีในระดับต่ำมาก

3.9 การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิสูจน์สมมติฐาน โดยเกณฑ์การจัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1 – 1.00 ตามระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2545)

- 1) ระดับความสัมพันธ์ 0.00 – 0.20 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
- 2) ระดับความสัมพันธ์ 0.21 – 0.40 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
- 3) ระดับความสัมพันธ์ 0.41 – 0.60 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
- 4) ระดับความสัมพันธ์ 0.61 – 0.79 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
- 5) ระดับความสัมพันธ์มากกว่า 0.80 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

3.10 การสรุปผลและรายงานวิจัย

1) สรุปผลการวิจัย

- (1.1) ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานการวิจัย
- (1.2) การอภิปรายผลการวิจัย จะใช้วิธีการเปรียบเทียบกับทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) การเขียนรายงานวิจัย

ผู้วิจัยจะจัดทำรายงานวิจัยตามรูปแบบมาตรฐาน (บทคัดย่อ บทนำ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล สรุปผล และข้อเสนอแนะ) ในรูปแบบพรรณนาประกอบตารางข้อมูล โดยนำเสนอตามหัวข้อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้