

### บทที่ 3



### วิธีดำเนินการวิจัย

#### รูปแบบการวิจัย

การศึกษาการวิจัยเรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Konvy.com สำหรับธุรกิจเครื่องสำอางของผู้จำหน่ายในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ (qualitative and quantitative research) โดยที่รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลีของผู้ประกอบการ Konvy.com เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ พฤติกรรมการรับสื่อและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นเชิงปริมาณ และกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลี Konvy.com เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทั้งปริมาณ

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook ที่กด Like หน้า Page ธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลีของผู้จำหน่ายในประเทศไทย Konvy.com จำนวน 717,542 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2559)

##### กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook ที่กด Like หน้า Page ธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลีของผู้จำหน่ายในประเทศไทย Konvy.com เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้

$$สูตร \quad n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
 $P$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด  
 $e$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง  
 $Z$  = ระดับความเชื่อมั่น 95%  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96

$$\text{แทนสูตร } n = \frac{(0.50)(1 - 0.50)(1.96)^2}{0.50^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือเท่ากับ } 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง เพื่อการสุ่มเสียของแบบสอบถาม 4% เท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### เครื่องมือวิจัย

ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (questionnaire online) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับกลุ่มผู้บริโภค และแบบประเมินการใช้สื่อของธุรกิจเครื่องสำอางเกาหลีของผู้จำหน่ายในประเทศไทย Konvy.com โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำราเรียนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ และเครื่องสำอาง
2. ศึกษางานวิจัยและเอกสารเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องและความเหมาะสม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสื่อความหมายจากคำถามให้ตรงประเด็น เพื่อส่งต่อให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency, IOC)
4. นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยวิธีการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง และค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม โดยมีแหล่งข้อมูลคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลมาสนับสนุนข้อมูลปฐมภูมิ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. รูปแบบลักษณะการเป็นสื่อใหม่ของสื่อสังคมออนไลน์ Konvy.com เป็นการสังเกตและบรรยาย พฤติกรรมจากผู้ประกอบการ konvy.com โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic)
2. รูปแบบการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า และกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะตรวจให้คะแนน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายและวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอเป็น ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
3. การแปลความหมายค่าเฉลี่ยอาศัยเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน ตั้งแต่ เดือนมกราคม 2560 ถึง เดือน

เมษายน 2560

แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนกิจกรรม	2560			
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี/งานวิจัย (เพิ่มเติม)				
2. สร้างเครื่องมือวิจัย				
3. ทดสอบและปรับปรุงเครื่องมือวิจัย				
4. เก็บรวบรวมข้อมูล				
5. วิเคราะห์ข้อมูล				
6. สรุปผลการวิจัย				
7. เขียนรายงานการวิจัย				