

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษา “การรับรู้แอปพลิเคชันทรูยู การใช้งาน และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้า” ครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ประเภทของการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับประชากรที่แท้จริงและมีจำนวนมากพอที่จะอนุมานผลลัพธ์ไปสู่ประชากรได้ โดยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการเครือข่ายทรูและมีการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทรูยูมาใช้งาน
2. กลุ่มตัวอย่างเนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549, หน้า 4) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

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

กำหนดให้  $n$  = ขนาดตัวอย่าง

$P$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

$E =$  ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น (0.05)

$$\text{เมื่อแทนค่าสูตร } n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ( $n$ ) = 384.16 ตัวอย่าง แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บข้อมูล ดังนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามสำรองสำหรับงานวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 ตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “การรับรู้แอปพลิเคชันทฤษฎีการใช้งาน และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้า” โดยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form

### เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่กำหนดกรอบแนวคิด จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พื้นที่อาศัย ประเภทที่พักอาศัย และประเภทของสมาร์ทโฟน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ	เป็น	สเกลนามบัญญัติ
2. อายุ	เป็น	สเกลอัตราส่วน
3. สถานภาพ	เป็น	สเกลนามบัญญัติ
4. การศึกษา	เป็น	สเกลนามอันดับ
5. อาชีพ	เป็น	สเกลนามบัญญัติ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เป็น	สเกลนามอันดับ

7. พื้นที่อาศัย เป็น สเกลนามบัญญัติ

8. ประเภทของสมาร์ทโฟน เป็น สเกลนามบัญญัติ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันทฤษฎี ช่วงเวลาการเปิดใช้งาน ความถี่ในการเปิดใช้งาน สถานที่ในการใช้งาน หมวดหมู่ที่เข้าใช้งาน อันดับแรกหมวดหมู่ที่เข้าใช้งานบ่อย และเหตุผลในการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันทฤษฎีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจรายการ (Check List) ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว

1. ช่วงเวลาการเปิดใช้งานในแอปพลิเคชันทฤษฎี เป็น สเกลนามบัญญัติ

2. ความถี่ในการเปิดใช้งานในแอปพลิเคชันทฤษฎี เป็น สเกลนามบัญญัติ

3. สถานที่ในการใช้งานแอปพลิเคชันทฤษฎี เป็น สเกลนามบัญญัติ

4. หมวดหมู่ในแอปพลิเคชันทฤษฎีที่เข้าใช้งานอันดับแรก เป็น สเกลนามบัญญัติ

5. หมวดหมู่ในแอปพลิเคชันทฤษฎีที่เข้าใช้งานบ่อย เป็น สเกลนามบัญญัติ

6. เหตุผลในการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันทฤษฎี เป็น สเกลนามบัญญัติ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลด้านการรับรู้แอปพลิเคชันทฤษฎีโดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว

โดยตอนที่ 3 ถึงตอนที่ 5 เป็นการใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งจัดอยู่ในระดับการวัด ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีลักษณะ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดัง ต่อไปนี้

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

การแปลผลของข้อมูลพิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ย (Mean) ของช่วงระดับคะแนน (Class Interval) ของมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert) โดยเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในแอปพลิเคชันทฤษฎี มาเป็นตัวชี้วัด ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. การใช้งาน เป็น สเกลอัตราส่วน
2. การออกแบบ เป็น สเกลอัตราส่วน
3. สิทธิประโยชน์ เป็น สเกลอัตราส่วน

โดยการใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งจัดอยู่ในระดับการวัด ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีลักษณะ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน เช่นเดียวกับตอนที่ 3

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความภักดีของตราสินค้าทฤษฎี ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านทัศนคติ เป็น สเกลอัตราส่วน
2. ด้านพฤติกรรม เป็น สเกลอัตราส่วน

โดยการใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งจัดอยู่ในระดับการวัด ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีลักษณะ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน เช่นเดียวกับตอนที่ 3

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พื้นที่อาศัย ประเภทที่พักอาศัย และประเภท ของสมาร์ตโฟน ที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทฤษฎีโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้แอปพลิเคชันทฤษฎีโดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจในแอปพลิเคชันทฤษฎี โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความภักดีต่อตราสินค้าทอโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## 2. การทดสอบสมมติฐาน

2.1 สมมติฐานที่ 1 หาค่าความต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ใช้สถิติ t-test independence เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้สถิติ One-way Anova เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

2.2 สมมติฐานที่ 2 หาค่าความต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทอ โดย ใช้สถิติ t-test independence เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้สถิติ One-way Anova เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และใช้สถิติ Multiple Regression Analysis เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทอกับความภักดีของตราสินค้าทอ

2.3 สมมติฐานที่ 3 หาค่าความต่างของการรับรู้แอปพลิเคชันทอโดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่าง การรับรู้แอปพลิเคชันทอกับความภักดีของตราสินค้าทอ

2.4 สมมติฐานที่ 4 หาค่าความพึงพอใจในแอปพลิเคชันทอโดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่าง ความพึงพอใจในแอปพลิเคชันทอกับความภักดีของตราสินค้าทอ