

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์”
ในบทนี้เป็นการศึกษาวิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่สมัครใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์
มากกว่า 1,000,000 คน (เคทีบี เน็ตแบงก์, 2561)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่สมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน เคทีบี
เน็ตแบงก์ มากกว่า 1,000,000 คน โดยเทียบตารางสำเร็จรูปของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967)
ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากจำนวนประชากร
ทั้งหมด โดยใช้สูตรหลักการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่มีค่าความคลาดเคลื่อนที่
ยอมรับได้ เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ดังภาพที่ 3.1

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติจึงไม่สามารถใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ภาพที่ 3.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ทั้งนี้ จะทำการการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (รัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร, 2557) โดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากลูกค้าที่สมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน เกทีบี เน็ตแบงก์ และยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเท่านั้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ประกอบด้วย ส่วนสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เป็นข้อคำถามที่สอบถามประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้ให้บริการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้อง เคทีบี เน็ตแบงก์ ประกอบด้วย Facebook, Google+, Instagram, Twitter, Line และ E-mail

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ ได้แก่ ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์เพื่อธุรกรรมอะไร ใช้ที่ไหน ช่วงเวลาไหนที่ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์ ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์บ่อยแค่ไหน ใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์เพราะได้รับอิทธิพลจากใคร โอกาสในการใช้บริการ เงินที่ทำธุรกรรม และความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ

2.1 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้มีการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือโดยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ถอดเนื้อหาจากบทความ แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของตัวแปรทั้งหมด จากบทที่ 2 จากนั้นจึงนำมาเรียบเรียงเพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยก่อนนำแบบสอบถามไปให้ผู้วิจัยได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นผู้ตรวจความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม และปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เมื่อปรับปรุงข้อมูลเนื้อหาตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลองแจก (Pilot test) จำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ขึ้นไป แสดงว่า แบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

2.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

2.2.1 ตัวแปรอิสระ (*Independent Variables*) ประกอบด้วย

- 1) ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่
 - (1) เพศ
 - (2) อายุ
 - (3) อาชีพ
 - (4) ระดับการศึกษา
 - (5) รายได้ต่อเดือน
 - (6) สถานภาพ
- 2) การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
 - (1) Facebook
 - (2) Google+
 - (3) Instagram
 - (4) Twitter
 - (5) Line
 - (6) E-mail

2.2.2 ตัวแปรตาม (*Dependent Variables*) ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์ ประกอบด้วย

- 1) ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์เพื่อธุรกรรมอะไร
- 2) ใช้ที่ไหน
- 3) ช่วงเวลาไหนที่ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์
- 4) ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์บ่อยแค่ไหน
- 5) ใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์เพราะได้รับอิทธิพลจากใคร
- 6) โอกาสในการใช้บริการ
- 7) จำนวนเงินที่ทำธุรกรรม
- 8) ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่สมัครใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ทำให้ได้ขอความร่วมมือจากลูกค้าที่ใช้บริการ โหลดแอปพลิเคชัน เคทีบี เน็ตแบงก์ และเก็บรวบรวมข้อมูลที่เข้ามาใช้บริการจริง โดยจำนวนแบบสอบถามที่แจกมี 400 ชุด ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วยตนเอง และทำการตรวจสอบความถูกต้อง หากพบแบบสอบถามฉบับไหนไม่ครบถ้วนหรือกรอกข้อมูลผิดพลาด ผู้วิจัยจะดำเนินการสอบถามซ้ำอีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติต่างๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งการสร้างเครื่องมือ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความงานวิจัย จุลสาร วารสาร และเอกสารต่างๆ จากวารสาร อินเทอร์เน็ต (Internet) และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์
- 2) ทำการลงรหัสแบบสอบถามและบันทึกข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
- 3) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน แต่ละส่วนวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เป็นข้อคำถามที่สอบถามประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้ให้บริการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับ เคทีบี เน็ตแบงก์ ประกอบด้วย Facebook, Google+, Instagram, Twitter, Line และ E-mail จำนวน 6 ข้อ วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยกำหนดการให้คะแนนสำหรับระดับของคำตอบ ดังนี้

มากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลค่าคะแนน

เกณฑ์ความหมายของค่าเฉลี่ย โดยการหาค่าพิสัยและอันตรภาคชั้น และนำผลต่างที่ได้มากำหนดเกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ย ใช้สูตรในการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุดข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดข้อมูล}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{1} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดความสำคัญของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเคทีบี เน็ตแบงก์ ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ ได้แก่ ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์เพื่อธุรกรรมอะไร ใช้ที่ไหน ช่วงเวลาไหนที่ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์ ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์บ่อยแค่ไหน ใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์เพราะได้รับอิทธิพลจากใคร โอกาสในการใช้บริการ เงินที่ทำธุรกรรม และความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมการใช้บริการเคทีบี เน็ตแบงก์ ที่ตอบแบบสอบถามด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) วิเคราะห์ระดับการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 3) วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้บริการเคทีบี เน็ตแบงก์ แตกต่างกัน
- 4) วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์

