

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

##### ขอบเขตการศึกษา

###### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Processes) และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล นอกจากนี้ยังศึกษาถึงปัญหาในการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม

###### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือผู้ที่มีกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่มาใช้บริการ ณ ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

###### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการเก็บข้อมูลโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีกล้องถ่ายภาพดิจิทัลอยู่แล้ว จำนวน 240 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากร้านค้าและศูนย์การค้าจำนวน 6 แห่งในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ได้แก่ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า สาขาเชียงใหม่ ศูนย์คอมพิวเตอร์ซีเอ็ม เชียงใหม่ ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้ว ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า ศูนย์แล็ปส์โกดักเอกซ์เพรส และศูนย์แล็ปส์ฟูจิเอกซ์เพรส แห่งละ 40 ตัวอย่าง เนื่องจากห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และศูนย์แล็ปส์ เป็นแหล่งจำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิทัล และอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ ที่มีผู้บริโภคที่สนใจเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source Data) โดยการใช้แบบสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีกล้องถ่ายภาพดิจิทัลและใช้บริการ ณ ศูนย์การค้าและร้านค้า 6 แห่ง ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ได้แก่ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า สาขาเชียงใหม่ ศูนย์คอมพิวเตอร์ซีเอ็ม เชียงใหม่ ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลคาสสวนแก้ว ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า ศูนย์แล็ปท็อปโกดักเอกซ์เพรส และศูนย์แล็ปท็อปฟูจิเอกซ์เพรสในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 240 ราย

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source Data) คำนวณว่าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

### การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ เป็นการให้ระดับความสำคัญด้วยคะแนน (Rating Scale) (อ้างในคุณวุฒิ เวชสาร, 2545: 111) โดยเกณฑ์การให้

คะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และ สำคัญน้อยที่สุด และกำหนดให้แทนความสำคัญในแต่ละระดับดังนี้

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

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2550

#### สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ศูนย์การค้าและร้านค้า 6 แห่ง ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ได้แก่ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า สาขาเชียงใหม่ ศูนย์คอมพิวเตอร์ซีเอ็ม เชียงใหม่ ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว ร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า ศูนย์แล็ปท็อป โกดักเอกซ์เพรส และ ศูนย์แล็ปท็อปฟูจิเอกซ์เพรส

All rights reserved