

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้ เป็นการค้นคว้า โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถามเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการค้นคว้า คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในการชื้อก๋ล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารุ่นนี้ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในการชื้อก๋ล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ในการศึกษารุ่นนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยชื้อก๋ล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน ในกรุงเทพมหานคร

ขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 420 ราย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้บริโภคที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546:26) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$N = Z^2/4E^2$$

เมื่อ

n

แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z

แทน ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น

E

แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

$$N = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 385$$

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครายได้ที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้ขอเพิ่มเป็น 420 คน โดยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ศึกษาได้หาข้อมูลการแบ่งเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่ามีการแบ่งเป็นเขตการปกครอง 6 กลุ่มการปกครองตามระบบการบริหาร และการปกครองของกรุงเทพมหานคร (ราชัย ทองไทย, 2544 : 7) ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ และเขตบางรัก
- 2) กลุ่มบูรพา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
- 3) กลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว
- 4) กลุ่มเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา
- 5) กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม
- 6) กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค

2. จากนั้นผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกสุ่มตัวอย่างเขตแต่ละเขต จาก 6 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น โดยสุ่มจับฉลากกลุ่มละ 1 เขต ได้จำนวน 6 เขต ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงเขตในการเก็บตัวอย่าง โดยจำแนกตามกลุ่มการปกครองกรุงเทพมหานคร

กลุ่มการปกครอง	เขตที่จับผลึกได้
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตราชเทวี
กลุ่มบูรพา	เขตจตุจักร
กลุ่มศรีนครินทร์	เขตลาดกระบัง
กลุ่มเจ้าพระยา	เขตสาทร
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตภาษีเจริญ
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตบางขุนเทียน

1. ผู้ศึกษาได้กำหนดโควตา โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขตพื้นที่ ของเขตที่สุ่มจับได้ในข้อที่ 1 จำนวน 6 เขต รวมทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค จำแนกตามกลุ่มการปกครองของกรุงเทพมหานคร

เขตที่จับผลึกได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เขตราชเทวี	70
เขตจตุจักร	70
เขตลาดกระบัง	70
เขตสาทร	70
เขตภาษีเจริญ	70
เขตบางขุนเทียน	70
รวม	420

1. จากนั้นผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกตัวอย่างประชากรตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปจัดเก็บข้อมูล ตามเขตที่จับผลึกได้ในข้อที่ 2 จนครบจำนวนที่ต้องการ โดยแบ่งการเก็บแบบสอบถามกระจายพื้นที่ 6 เขต การปกครองตามสถานที่ต่างๆดังนี้ เขตราชเทวีเก็บแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เขตจตุจักรเก็บแบบสอบถามที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ร้านจำหน่ายกล้องโฟโต้ แล็บ เขตลาดกระบัง

เก็บแบบสอบถามที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ร้านจำหน่ายกล้องดิจิทัลโฮม สาขาศรีนครินทร์ เขตสาทรเก็บแบบสอบถามที่ศูนย์จำหน่าย – ซ่อมบำรุงกล้องยี่ห้อแคนนอน เขตภาษีเจริญเก็บแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ท่าพระ และเขตบางขุนเทียนเก็บแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าพระรามที่ 2

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริ โภคที่เคยซื้อ กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 ราย โดยใช้ แบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ระบบดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการซื้อ สื่อที่มีผลต่อการซื้อ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ สถานที่ซื้อ งบประมาณในการซื้อ และวิธีการชำระเงิน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจำนวน 420 ชุด ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (กุนฑ์ถึ เวชสาร, 2545:111)

ในการตอบแบบสอบถามโดยแบ่งความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

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

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 76-77)

ระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 – 4.49
ปานกลาง	2.50 – 3.49
น้อย	1.50 – 2.49
น้อยที่สุด	1.00 – 1.49

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาทั้งหมด ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2553 ถึง เดือน เมษายน 2554