

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการชื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### 1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการชื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคชื้ออะไร ทำไม ผู้บริโภคจึงชื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจชื้อ ผู้บริโภคชื้อเมื่อใด ผู้บริโภคชื้อที่ไหน ผู้บริโภคชื้ออย่างไร รวมถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

##### 2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคที่ชื้อและใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองที่ศึกษาหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

##### 3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เมื่อไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงและเป็นการศึกษาระดับท้องถิ่นขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาควรมีจำนวนที่ 200-500 ราย (กฤษณี รื่นรัมย์ , 2549:187) เนื่องจากผู้ทำการศึกษาไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว

ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองที่แท้จริง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาระดับท้องถิ่นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่ 200 ราย

เก็บข้อมูลโดยทำการสุ่มตัวอย่างคัดเลือกตามสะดวก ( Convenience sampling) โดยเก็บข้อมูลจากร้านขายกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้และอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่นร้าน NN Camera ร้าน โบเกิ้ลคลับ ร้าน FOTO JAI ร้าน Photo bug ชมรมถ่ายภาพล้านนาโฟโต้คลับ เป็นต้น

## วิธีการศึกษา

### 1.ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1.1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างประชากรที่ซื้อและใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองที่ศึกษาหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

1.2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สถิติข้อมูล รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวบรวมได้จากหนังสือตำรา เอกสาร สิ่งพิมพ์ วารสาร และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

### 2.เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ เช่น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งประกอบไปด้วย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง

การตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้มีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (pre-test) จำนวน 20 ชุด และนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) กำหนดค่าการยอมรับไว้ที่มากกว่า 0.7 (Hair และคณะ, 1998)

เมื่อทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถาม จะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach เท่ากับ 0.820 ซึ่งมากกว่าค่าที่ยอมรับ จึงนำแบบสอบถามไปทำการศึกษาต่อไป

### 3.การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ( Frequency) ค่าร้อยละ ( Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าแบบ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้ Rating Scale (คุณทลี รื่นรมย์, 2549) จัดแบ่งระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อย และมีการกำหนดคะแนนดังนี้

## ระดับความสำคัญ ระดับคะแนน

น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80 หมายถึง ความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60 หมายถึง ความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40 หมายถึง ความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20 หมายถึง ความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00 หมายถึง ความสำคัญมากที่สุด

## ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึง สิงหาคม 2553

## สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามดำเนินการคือร้านขาย

กล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้และอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพ ใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่น ร้าน NN Camera ร้านโบเกิ้ลคลับ ร้าน FOTO JAI ร้าน Photo bug ชมรม  
ถ่ายภาพล้านนาโฟโต้คลับ เป็นต้นและใช้สถานที่ในการศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่