

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง ในครั้งนี้ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียง จากแหล่งจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงในอำเภอเมืองลำปาง ในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ ลักษณะของผู้บริโภค สินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เหตุผลในการซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการซื้อ ช่องทางหรือแหล่งที่ซื้อ และขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองลำปาง ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

#### 3.2 การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Ad-hoc (กฤษณี เวชสาร, 2546) ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการแหล่งจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียง ในอำเภอเมืองลำปาง ดังนี้ ร้านสยามทีวีลำปาง จำนวน 100 ราย ร้านสอาดลำปาง จำนวน 50 ราย ร้านเจียวพานิช จำนวน 50 ราย ร้านล็กกี้พลาซ่า จำนวน 50 ราย ร้านนิยมนพานิชลำปาง จำนวน 50 ราย ห้างบิ๊กซีลำปาง จำนวน 50 ราย และห้างเทสโก้-โลตัสลำปาง จำนวน 50 ราย รวมเป็น 400 ราย โดยวิธีการเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

### 3.3 แหล่งข้อมูลและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

**3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** การศึกษานี้จะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียง จากแหล่งจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยเก็บแบบสอบถามจากแหล่งจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สยามทีวีลำปาง สอาดลำปาง เจียวนิช ลักกีพลาซ่า นิยมพานิชลำปาง บิ๊กซีลำปาง และเทสโก้-โลตัสลำปาง จำนวน 400 ตัวอย่าง

**3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้ข้อมูลจากรายงานหรือการวิจัยที่มีผู้ทำไว้แล้ว รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายถึงลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ในรูปของ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

### 3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองลำปาง ใช้เวลาตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2552 และใช้เวลาในการเก็บข้อมูล ในเดือน กันยายน 2551

### 3.7 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่เก็บข้อมูล ได้แก่ แหล่งจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 7 แห่ง ได้แก่สยามทีวีลำปาง สอาดลำปาง เจียวพานิช ลักกี้พลาซ่า นิยมพานิช ลำปาง บิ๊กซีลำปาง เทสโก้-โลตัสลำปาง และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved