

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร การดำเนินการศึกษา ประกอบด้วย

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.2 ขอบเขตประชากร

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

3.4 วิธีการศึกษา

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจของธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีราคาห้องพักราคาตั้งแต่ 1,600 บาทขึ้นไปจำนวน 88 แห่ง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ตลอดจนข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายกล้องโทรทัศน์วงจรปิดต่อไป

3.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือฝ่ายจัดซื้อหรือผู้มีอำนาจการตัดสินใจของโรงแรมที่มีราคาห้องพักราคาตั้งแต่ 1,600 บาทขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโรงแรมที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร ในปี 2549 จำนวน 112 ราย (บริษัท โมโนทราเวล จำกัด, 2549)

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967: 1088) โดยใช้สูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่มเก็บ
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 112 แห่ง
 e = ความคลาดเคลื่อน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{112}{1 + [112 \times (0.05)^2]}$$

$$n = 87.50$$

จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 88 แห่ง โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.4 วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมจาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจโรงแรม ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจของธุรกิจโรงแรมที่มีราคาห้องพักราคาตั้งแต่ 1,600 บาท ขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นสมาชิกโรงแรมที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร ในปี 2549 จำนวน 88 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง และ ข้อมูลที่ค้นคว้าผ่าน Internet

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- | | |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด |
| ส่วนที่ 3 | ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด |

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จาก แบบสอบถาม (Questionnaire) จะนำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้มาตรา Likert Seale (บุศรี วงศ์รัตน์, 2534 : อ้างใน ปรีชา ศิริโชค, 2549) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาก	ให้ 4 คะแนน
มีอิทธิพลในการตัดสินใจปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
มีอิทธิพลในการตัดสินใจน้อย	ให้ 2 คะแนน
มีอิทธิพลในการตัดสินใจน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

มีการกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการวิเคราะห์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง มีอิทธิพลในการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง มีอิทธิพลในการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง มีอิทธิพลในการตัดสินใจน้อยที่สุด