

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในจังหวัดกรุงเทพมหานคร การศึกษาด้านต่างๆ คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาในแต่ละด้าน เป็นดังนี้

วิธีการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สระว่ายน้ำ โดยศึกษาความเป็นไปได้ใน 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การศึกษาสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ
2. การศึกษาสภาวะการแข่งขัน
3. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ
7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในจังหวัด กรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากรทั้งหมด 5 ราย กำหนดใช้ตัวอย่าง จำนวน 2 ราย

กลุ่มที่ 2 คือ ลูกค้านำจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในจังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น

- กลุ่มลูกค้าบริษัทและผู้รับเหมาก่อสร้างสระว่ายน้ำ/ติดตั้ง ที่มีความต้องการซื้อ อุปกรณ์เพื่อติดตั้งในสระว่ายน้ำก่อสร้าง ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนประชากรทั้งหมด 11 ราย การศึกษาในครั้งนี้ กำหนดใช้ตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 11 ราย (รายชื่อ สระว่ายน้ำ-ผู้รับเหมาก่อสร้างและขาย ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 12 พฤษภาคม 2554, บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน))
- กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัย (หมู่บ้านจัดสรร, อาคารชุด) และโรงแรม รีสอร์ท ที่มีความต้องการซื้ออุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษาสระว่ายน้ำเดิมที่มีอยู่แล้ว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนประชากรทั้งหมด 3,846 ราย กำหนดใช้ ตัวอย่าง จำนวน 350 ราย

ประชากรของหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,520 ราย (สถิติปริมาณการออกหนังสือใบอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินทั่วประเทศ (ทั้งโครงการ) ปี 2538-2554, กรมสำนักงานส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย)

ประชากรของอาคารชุดในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,307 ราย (สถิติการจดทะเบียนอาคารชุดทั่วประเทศ, กรมสำนักงานส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย)

ประชากรโรงแรมในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,019 ราย (ข้อมูลจดทะเบียนนิติบุคคล ประเภทโรงแรม-นิติบุคคลที่คงอยู่ วันที่ 24 มีนาคม 2554, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)

จำนวนประชากรทั้งหมด 3,846 ราย ประสิทธิภาพการสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยและโรงแรม คิดเป็นสัดส่วน 2,827:1,019 หรือ 3:1 กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Mogan (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ขนาดตัวอย่าง 3,846 ราย ที่ใช้ศึกษา ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 350 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่พักอาศัย จำนวน 262 ราย และกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าโรงแรม จำนวน 88 ราย ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling)

รวมประชากรกลุ่มลูกค้าบริษัทและผู้รับเหมาก่อสร้างสระว่ายน้ำ/ติดตั้ง และ กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัย (หมู่บ้านจัดสรร, อาคารชุด) และโรงแรม รีสอร์ท รวมทั้งสิ้น 3,857 ราย กำหนดขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 261 ราย

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

	กลุ่มประชากร	จำนวน ประชากร (ราย)	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง (ราย)
กลุ่มที่ 1 (ผู้ประกอบการ)	ผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับ สระว่ายน้ำในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	5	2
	รวม	5	2
กลุ่มที่ 2 (ลูกค้า)	บริษัทและผู้รับเหมาก่อสร้างสระว่ายน้ำ/ ติดตั้ง	11	11
	ที่พักอาศัย (หมู่บ้านจัดสรร, อาคารชุด, โรงแรม)	3,846	350
	รวม	3,857	361

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่อไปนี้

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) และเก็บข้อมูลจากลูกค้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ได้จากการรวบรวม ค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสาร เว็บไซต์ที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง การหาข้อมูลมูลค่าตลาดสระว่ายน้ำในประเทศไทย ข้อมูลการสำรวจตลาดเพื่อหาราคาขายของราคาคินค้าในตลาด และ ข้อมูลด้านการตลาดอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ความต้องการของตลาด ความสามารถในการตอบสนองของผู้จำหน่ายอุปกรณ์สระว่ายน้ำในปัจจุบัน คู่แข่งขัน และการประมาณการยอดขายของโครงการล่วงหน้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. **โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)** สำหรับผู้ประกอบการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านการตลาด เทคนิค การจัดการ และการเงิน โดยโครงสร้างแบบสอบถามมีส่วนประกอบ 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 คำถามด้านการตลาด ส่วนที่ 3 คำถามด้านเทคนิค ส่วนที่ 4 คำถามด้านการจัดการ และส่วนที่ 5 คำถามด้านการเงิน

2. **แบบสอบถาม (Questionnaire)** สำหรับลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านการตลาด โดยโครงสร้างแบบสอบถามมีส่วนประกอบ 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ส่วนที่ 3 ปริมาณ ความต้องการสั่งซื้อสินค้าและพฤติกรรมในการเลือกซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ใหม่ๆ ปัญหา และข้อเสนอแนะต่อร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากผู้ประกอบการ เป็นข้อมูลด้านการตลาด เทคนิค การจัดการ และการเงิน นำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด เทคนิค การจัดการ และการเงิน

ข้อมูลจากลูกค้า นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

เกณฑ์การให้คะแนน การวัดระดับความสำคัญต่อบริษัทด้านต่างๆ จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยลักษณะคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ย
ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

สมมุติฐานในการศึกษา

โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อสมมุติฐาน 2 ข้อ ดังนี้

1. เงินทุนเริ่มแรกของโครงการประกอบด้วย ส่วนของเจ้าของร้อยละ 75 และกู้จากสถาบันการเงินร้อยละ 25 โดยมีต้นทุนของเงินทุนเฉลี่ยเท่ากับ 17.57% , อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR + 3.25% คือ 10.38% (อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อระยะยาวเพื่อการประกอบธุรกิจเอสเอ็มอีของธนาคารกสิกรไทย ประจำวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2555) และต้นทุนของเงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นคือ 21% (ประมาณการจากอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกลุ่มธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในปี 2553) ชำระภาษีในอัตราร้อยละ 30 ต่อปี

ตารางที่ 3.2 แสดงการคำนวณต้นทุนถัวเฉลี่ยของเงินทุน (WACC)

ประเภท	สัดส่วน	ต้นทุนของ เงินทุน (ร้อยละ)	ต้นทุนของเงินทุน หลังหักภาษี (ร้อยละ)	ต้นทุนของเงินทุน ถัวเฉลี่ย (ร้อยละ)
เงินกู้	25.00	10.38	7.27	1.82
เงินทุนเจ้าของ	75.00	21.00		15.75
รวม	100.00			17.57

2. ยอมรับโครงการเมื่ออัตราผลตอบแทนในการลงทุนมากกว่าต้นทุนของเงินทุน หรือ ร้อยละ 17.57 มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากผู้ประกอบการดำเนินการที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ กรุงเทพมหานคร
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้า ดำเนินการที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และที่สำนักงานของบริษัทและผู้รับเหมาก่อสร้างสระว่ายน้ำ

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาในเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554 –

กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 7 เดือน