

สมมุติฐานในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัญหาและแนวโน้มทางการตลาดของสวนสนุกในเขตกรุงเทพมหานครดังกล่าวมาแล้วนั้น ผู้เขียนได้กำหนดแนวเหตุผลสมมุติฐานที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ความไม่แน่นอนของอุปสงค์ คือปัญหาหลักในการวางแผนการตลาดของสวนสนุก
2. ตลาดสวนสนุกที่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากได้นำวิธีการดำเนินงานทางการตลาดมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ความต้องการด้านตลาดสวนสนุกยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาปัญหาและแนวโน้มทางการตลาดของสวนสนุกในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ผู้เขียนได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยเฉพาะสวนสนุกขนาดใหญ่ที่มีอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจุบันมีอยู่เพียงสองแห่งเท่านั้น คือ แคนเนรมิต และสวนสยาม

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยผู้เขียนได้กำหนดขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

1. การเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัย มีวิธีการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้
 - 1.1 การออกแบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อศึกษาข้อมูลจากผู้บริหาร โดยทำการกำหนดและร่างแบบสอบถามที่จะใช้ในการวิจัย แล้วทำการทดสอบเบื้องต้น (Pre-Test) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนในรายละเอียดต่าง ๆ ว่า มีปัญหาหรือข้อขัดข้องอะไรบ้าง ในการทดสอบเบื้องต้นนี้ใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เมื่อทดสอบแล้วนำข้อมูลมาพิจารณาและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้ว ก็ได้จัดส่งแบบสอบถามออกไปใหม่ โดยผู้เขียนได้ส่งแบบสอบถามไปให้ผู้บริหารเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยคุณพิสัยส่วนตัว (Judgment Sampling) และพยายามให้การ