

**บทที่ 3**  
**วิธีการศึกษา**

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิ่ง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต เป็นแนวทางในการทำตลาดอินเทอร์เน็ตและการจัดทำเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสมตามแนวทางกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตที่ได้ศึกษาและวางแผนไว้ โดยมีวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

**3.1 ขอบเขตของเนื้อหา**

ในการศึกษาครั้งนี้ ครอบคลุมเนื้อหาโดยภาพรวมดังต่อไปนี้

- 1) ความต้องการทางการตลาดอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวและตัวแทนเดินทางในต่างประเทศ ข้อมูลในส่วนนี้จะเก็บจากแบบสัมภาษณ์ตัวแทนเดินทางในสาธาณรัฐเกาหลีจำนวน 5 ราย
- 2) สถานการณ์ปัจจุบันของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว ข้อมูลในส่วนนี้จะวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ

3) สถานการณ์ปัจจุบันด้านการตลาดของบริษัท วิ่ง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด โดยศึกษาสภาพทั่วไปของงานด้านการตลาด นโยบายและรูปแบบการให้บริการ จำนวนและลักษณะของนักท่องเที่ยว การจัดการและการบริหารงาน การดำเนินการด้านการตลาด และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของบริษัท วิ่ง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด

4) การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิ่ง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1) วิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ และสภาพรวมของตลาดปัจจุบัน ได้แก่

- สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว
- สถานการณ์การแข่งขันและคู่แข่งชั้น โดยศึกษาสถานการณ์การแข่งขันทางการตลาด รูปแบบการให้บริการ การดำเนินการด้านการตลาด และวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของบริษัทคู่แข่งชั้น
- สถานการณ์ทางธุรกิจของบริษัท วิ่ง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด โดยศึกษาระบบงานปัจจุบันของบริษัท และความต้องการของบริษัทที่มีต่อระบบการตลาดอินเทอร์เน็ต

4.2) ปัญหาและโอกาสทางการตลาด (Problem and Opportunity)

4.3) วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives and Goals)

ของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด

4.4) กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) และกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing strategy)

4.5) การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Segmentation Targeting and Positioning)

4.6) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

4.7) การปฏิบัติและการควบคุม (Implementation and Control)

### 3.2 ขอบเขตของประชากร

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต เป็นแนวทางในการทำการตลาดอินเทอร์เน็ต และเพื่อการจัดทำเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสมตามแนวทางกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตที่ได้ศึกษาและวางแผนไว้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญจึงต้องรวบรวมข้อมูลขั้นปฐมภูมิจากกรรมการผู้จัดการของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด และตัวแทนการเดินทาง

ตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด มีทั้งหมด 18 บริษัทในสาธารณรัฐเกาหลี แต่เนื่องจากมีเพียง 5 บริษัท ที่ติดต่อเป็นคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี จึงได้ทำการจำกัดขอบเขตของประชากรให้ครอบคลุมเพียง 5 บริษัทดังกล่าว ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ (Oversea Call Interview)

### 3.3 วิธีการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี 2 ลักษณะ คือ

#### 1) ข้อมูลปฐมภูมิ

การศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยการสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก (In-Depth-Interview) มีบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ กรรมการผู้จัดการบริษัทตัวแทนการเดินทางในสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อทราบทิศทางการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า

#### 2) ข้อมูลทุติยภูมิ

2.1) ค้นคว้าศึกษาเอกสารและข้อมูลรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2) บทความและบทสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว และการทำการตลาดอินเทอร์เน็ต

2.3) เอกสารการสรุปสถานะการแข่งขันด้านการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวใน สาธารณรัฐเกาหลี

2.4) ข้อมูลทางสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ ของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด ใช้วิธีศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth-Interview) ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ เพื่อทราบความต้องการทางด้านการตลาดอินเทอร์เน็ตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว และแนวโน้มในอนาคตอันใกล้ในด้านพฤติกรรมบริการ การท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปวิเคราะห์ความต้องการทางการตลาด อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวและตัวแทนเดินทางในสาธารณรัฐเกาหลี โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและสถานะการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวใน สาธารณรัฐเกาหลี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในการทำตลาดอินเทอร์เน็ตของการทำธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผล

เมื่อได้ข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ คือ การสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ บทความ บทสัมภาษณ์ เอกสาร รวมทั้งรายงานการวิจัยสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำการตรวจสอบและ ประมวลผลเพื่อเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผล โดยผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและ การรายงานผล ดังนี้

1) การรายงานผลการสัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการบริษัทตัวแทนเดินทางในสาธารณรัฐ เกาหลี ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอในบทที่ 4

2) การวิเคราะห์แนวโน้มและความจำเป็นในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการ ท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ อันได้แก่ โครงการศึกษาวิจัยแผนแม่บทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้าน การท่องเที่ยว และข้อมูลจากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ ของประชากรในสาธารณรัฐเกาหลี จากเว็บไซต์ของ NIDA (National Internet Development Agency of Korea) ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอ ใน บทที่ 4

- 3) วิเคราะห์แนวโน้มและความต้องการทางการตลาดอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวและบริษัทตัวแทนเดินทางในสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอในบทที่ 4
- 4) วิเคราะห์ความต้องการและความจำเป็นในการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด เพื่อการจัดทำเว็บไซต์ [www.wingcnx.com](http://www.wingcnx.com) ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอในบทที่ 4
- 5) นำผลสรุปจากข้อ 1)-4) มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต และทดลองปฏิบัติการแผนกลยุทธ์โดยการจัดทำเว็บไซต์ [www.wingcnx.com](http://www.wingcnx.com) และการตลาดอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอในบทที่ 5