

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา คือ กำหนดขอบเขตของการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูล ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โดยมุ่งศึกษาตามกรอบแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าและ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ เจ้าของกิจการหรือผู้มีอำนาจแทนของสถานพักแรมที่เป็นลูกค้าของร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ประกอบด้วย โรงแรม 10 รายและเกสต์เฮ้าส์ 43 ราย รวมจำนวนทั้งหมด 53 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ปี 2552)

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม(Questionnaire) ที่เป็นลูกค้าของร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำนวน 53 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านโฮเทลช้อปปิ้ง อินเทอร์เน็ตชั้นแนล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านโฮเทลช้อปปิ้ง อินเทอร์เน็ตชั้นแนล

ส่วนที่3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านโฮเทลช้อปปิ้ง อินเทอร์เน็ตชั้นแนล มี 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

#### คะแนน

#### ระดับความพึงพอใจ

5

มากที่สุด

4

มาก

3

ปานกลาง

2

น้อย

1

น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>จัดอยู่ในระดับ</u>
4.50 – 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	พึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	พึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	พึงพอใจน้อย
1.00 – 1.49	พึงพอใจน้อยที่สุด

#### **สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล**

ร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ตชั้นแนล, สถานประกอบการที่เป็นลูกค้าของร้านโฮเทลช้อป อินเทอร์เน็ต ชั้นแนล และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### **ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา**

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 7 เดือน โดยเริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2552 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2552