

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม

ผู้เขียน

นายเศรษฐกร เลิศศรีมงคล

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.ชัชวดี ตั้งสมชัย

บทคัดย่อ

การศึกษาแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำนวน 196 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประเภทธุรกิจที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง เป็น กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-3 ปี มีทุนจดทะเบียน 500,001 - 1,000,000 บาท รายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี 5,000,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนพนักงานในองค์กร 51 - 100 คน จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตต่อวัน 101 - 500 คน/วัน

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมาก ในด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและ ด้านพนักงาน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อย่อยลำดับแรกคือ ความเร็วของเซิร์ฟเวอร์

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ เว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การค้นหาจาก Search Engine

ปัจจัยด้านพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ ตัวอย่างรายชื่อลูกค้าที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การบริการด้านบัญชีและเอกสาร

Independent Study Title	Satisfaction of Customers in Chiang Mai Province Towards Marketing Mix Factors of visit2cm.com
Author	Mr. Sattakorn Leartsrimongkol
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Chaiwuth Tangsomchai

ABSTRACT

This independent study aimed at studying about the satisfaction of customers in Chiang Mai Province towards marketing mix factors of visit2cm.com. The data were collected from 196 customers and were analyzed by applying the descriptive statistics, e.g., frequency, percentage and mean.

The result of the study showed that most of the respondents were female business owner with age between 26 to 35 years old. The highest education level is bachelor degree. Type of the business mostly is the travel agency. They had been running their business for 1 to 3 years. The capital was 500,001 to 1,000,000 Baht and the revenue was more than 5,000,000 Baht. They had 51 to 100 staffs and the number of visitors of company's website was between 101 to 500 each day.

The result of the study on the satisfaction of Customers in Chiang Mai Province towards marketing mix factors of visit2cm.com showed that the satisfaction was at highest level with promotion, price and product. Their satisfaction was at high level with process, physical evidence, place and people.

For product, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was server speed.

For price, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was the comparison between reasonable price.

For place, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was trust.

For promotion, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was being found from search engines.

For people, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was saleperson service.

For physical evidence, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was current customer list.

For process, the study found that the sub-factors which the respondents were satisfied with the most was accounting and documents.