

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง 196 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.6 มีอายุ 26 - 35 ปี ร้อยละ 39.3 ส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 83.7 ประเภทธุรกิจที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง เป็น กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 36.7 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1 - 3 ปี ร้อยละ 45.4 มีทุนจดทะเบียน 500,001 - 1,000,000 บาท ร้อยละ 41.3 ส่วนใหญ่รายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี 5,000,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 58.2 มีจำนวนพนักงานในองค์กร 51 - 100 คน ร้อยละ 57.1 มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณทางอินเทอร์เน็ตต่อวัน 101 - 500 คน/วัน ร้อยละ 58.2

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม

ในภาพรวม ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.93 ด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.41 และด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ตามลำดับ

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเร็วของเซิร์ฟเวอร์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 ความเสถียรของเครื่องเซิร์ฟเวอร์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 และระบบป้องกันไวรัสและอีเมลขยะ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ตามลำดับ

**ด้านราคา** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 ราคาเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 และการระบุราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ดูน่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 เว็บไซต์ของผู้ให้บริการใช้งานง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 และจดจำชื่อเว็บไซต์ได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การค้นหาจาก Search Engine โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 และ ส่วนลด/ของแถม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.89 ตามลำดับ

**ด้านพนักงาน** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การบริการของพนักงานขาย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 และการบริการของพนักงานขาย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 ตามลำดับ

**ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวอย่างรายชื่อลูกค้าที่ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 ชื่อเสียงของบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และรูปแบบเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการ** พบว่า ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การบริการด้านบัญชีและเอกสาร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.65 การแจ้งเตือนวันหมดอายุและการต่ออายุ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 และความถูกต้องในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า

จากข้อมูลการศึกษา เรื่องพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิถีชีวิตชุมชน  
ดอกท้อสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 50 ตารางแสดงรายละเอียดและจำนวนปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เว็บไซต์บางส่วนใช้งานไม่ครบถ้วน</li> <li>- เว็บไซต์ไม่มีระบบให้ความคิดเห็น</li> <li>- ปรับปรุงเว็บไซต์ซ้ำมาก</li> <li>- เว็บไซต์ไม่ค่อยอัปเดต</li> <li>- อยากให้ปรับปรุงเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ</li> <li>- อยากให้อัปเดตเว็บไซต์บ่อยๆ</li> <li>- ช่วงเวลาหวัค้เว็บไซต์ทำงานช้า</li> <li>- มีระบบป้องกันข้อมูลหาย</li> <li>- เว็บไซต์เพิ่มระบบติดต่อสื่อสาร</li> <li>- ระบบล่มค่อนข้างบ่อย</li> <li>- อีเมลแจ้งเตือน</li> <li>- เว็บไซต์ทำงานช้า</li> <li>- บางเมนูใช้งานยากและบางครั้งเกิดข้อผิดพลาด</li> <li>- ต้องการให้พัฒนาระบบชำระเงิน</li> <li>- ควรพัฒนาระบบตอบรับอัตโนมัติ</li> <li>- เว็บไซต์ไม่ค่อยอัปเดต</li> <li>- บางเมนูใช้งานไม่ได้</li> <li>- เว็บไซต์หลุดบ่อย</li> <li>- เพิ่มระบบป้องกันอีเมลขยะ</li> </ul>	19

## ตารางที่ 50 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน
ด้านราคา		0
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- เพิ่มช่องทางการติดต่อหัวหน้าผู้ดูแลหรือเจ้าของ	1
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	- อยากให้มีการโปรโมทมากกว่านี้	1
ด้านบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานไม่ดูแลลูกค้าดีเท่าที่ควร</li> <li>- พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้</li> <li>- พนักงานให้หรือโทรศัพท์นานมาก</li> <li>- พนักงานตอบคำถามที่ถามไม่ได้และแจ้งให้รอ แต่ไม่มีการติดต่อกลับ</li> <li>- พนักงานไม่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า</li> <li>- พนักงานไม่เอาใจใส่</li> <li>- พนักงานตอบคำถามไม่ได้</li> <li>- พนักงานตอบปัญหาต่างๆ ไม่ได้</li> <li>- พนักงานพูดไม่สุภาพหากถามคำถามมาก</li> <li>- เพิ่มพนักงานดูแลรับโทรศัพท์มากกว่านี้</li> <li>- อบรมให้พนักงานมีความรู้มากกว่านี้</li> <li>- พนักงานไม่เอาใจใส่ในบริการ</li> <li>- พนักงานตอบคำถามบางคำถามไม่ได้</li> <li>- เพิ่มจำนวนพนักงาน</li> <li>- ทักษะบริการพนักงานไม่ดี</li> <li>- พนักงานไม่ค่อยใส่ใจ</li> <li>- อบรมพนักงานให้ใส่ใจลูกค้ามากขึ้น</li> <li>- เพิ่มทักษะให้พนักงาน</li> </ul>	29

## ตารางที่ 50 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานไม่ดูแล</li> <li>- คัดเลือกพนักงานก่อนทำงาน</li> <li>- จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ</li> <li>- พนักงานตอบช้า</li> <li>- พนักงานให้คำตอบไม่ได้ในบางครั้ง</li> <li>- พนักงานขาดความเชี่ยวชาญ</li> <li>- พนักงานทำงานซ้ำ</li> <li>- การทำงานของพนักงานซ้ำมาก</li> <li>- พนักงานควบคุมดูแลลูกค้ามากกว่านี้</li> <li>- เพิ่มพนักงาน</li> <li>- ทักษะพนักงานมีน้อย</li> </ul>	
ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		0
ด้านกระบวนการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เมื่อชำระเงินแล้วได้รับการยืนยันล่าช้า</li> <li>- เมื่อติดต่อทางอีเมล การตอบรับล่าช้า</li> <li>- ดูแลไม่ค่อยดี</li> <li>- การดูแลไม่ค่อยดี</li> <li>- บริการล่าช้า</li> <li>- อีเมลไปไม่ได้รับการตอบรับ</li> <li>- นโยบายและกระบวนการชัดเจน</li> <li>- เพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน</li> <li>- การติดต่อสื่อสารล่าช้า</li> <li>- การติดต่อสื่อสารล่าช้าและล่าช้า</li> <li>- เวลากลางคืนการติดต่อยาก</li> </ul>	16

## ตารางที่ 50 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงกระบวนการหลังการขาย</li> <li>- การบวนการแก้ไขก่อนข้งนาน</li> <li>- เพิ่มความเร็วในกระบวนการแก้ไข</li> <li>- แก้ไขปัญหามีการระบุเวลาที่ชัดเจน</li> <li>- ปรับปรุงการบริการให้รวดเร็ว</li> </ul>	

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วิทยุซีเอ็มคอตคอม สามารถใช้แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดของวิทยุซีเอ็มคอตคอม พบว่า บัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงาน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การค้นหาจาก Search Engine รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และส่วนลดหรือของแถม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อนวัช กองมงคล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาด อิเล็กทรอนิกส์ตามลักษณะคุณภาพบริการของไอเดีย พลัส คอท เน็ต พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านราคา** ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือราคาเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น และการระบุนราคาสินค้า ซึ่งจากการศึกษาของ อนวัช กองมงคล (2552) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ ผลการศึกษาของชมพูนุท หงส์จจร (2547) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการบนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา Hostpacific.com พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจทางด้านราคาอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับการศึกษาของ อนวัช กองมงคล (2552) ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าการบริการด้านราคาของวิสิตูซีเอ็มคอตคอมทำได้ดีกว่า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเร็วของเซิร์ฟเวอร์ รองลงมาคือความเสถียรของเซิร์ฟเวอร์ และระบบป้องกันไวรัสและอีเมลขยะ ซึ่งจากการศึกษาของ อนวัช กองมงคล (2552) ซึ่งพบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ ชมพูนุท หงส์จจร (2547) ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน แสดงว่าการให้บริการของวิสิตูซีเอ็มคอตคอม ให้บริการด้านนี้ได้เหนือความต้องการของลูกค้า ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้บริการด้านบัญชีและเอกสาร รองลงมาคือการแจ้งเตือนวันหมดอายุและการต่ออายุ และความถูกต้องในการให้บริการ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ อนวัช กองมงคล (2552) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง แต่ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชมพูนุท หงส์จจร (2547) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการให้บริการหรือกระบวนการอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวอย่างรายชื่อลูกค้าที่ใช้บริการ รองลงมาคือชื่อเสียงของบริษัท และการรับประกันความพอใจและการคืนเงิน ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของอนวัช กองมงคล (2552) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ซึ่งไม่ต้องการให้แสดงรายชื่อลูกค้า

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ดูน่าเชื่อถือ รองลงมาคือเว็บไซต์ของผู้ให้บริการใช้งานง่าย และจดจำชื่อเว็บไซต์ได้ง่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อนวัช กองมงคล (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านพนักงาน ลูกคามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การบริการของพนักงานขาย รองลงมาคือความรู้ ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา และความใส่ใจของพนักงานขาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อนุวัช กองมงคล (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกคามีความพึงพอใจในด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า เว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มให้บริการด้านพนักงานหรือบุคลากรได้ดีกว่าเว็บไซต์ไอเดียพลัสคอทเน็ต

### ข้อค้นพบ

จากความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอทคอมเรียงตามลำดับ พบว่าลูกคามีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็ม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงาน

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อย พบว่า 10 ลำดับที่ลูกคามีความพึงพอใจน้อยที่สุดสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 51

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอทคอมต่ำสุด 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
จำนวนปีที่ให้บริการ	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.16 (ปานกลาง)	1
จดจำชื่อเว็บไซต์ได้ง่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.55 (มาก)	2
ความใส่ใจของพนักงานขาย	ด้านพนักงาน	3.61 (มาก)	3
การสั่งซื้อและชำระเงิน	ด้านกระบวนการ	3.76 (มาก)	4



ตารางที่ 51 (ต่อ)

ปัจจัยย่อยส่วนประสม การตลาด	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ลำดับ
เว็บไซต์ของผู้ให้บริการใช้ งานง่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.81 (มาก)	5
บริการหลังการขาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	6
สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มี ปัญหา	ด้านกระบวนการ	3.89 (มาก)	7
การรับประกันความพอใจ และการคืนเงิน	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.91 (มาก)	8
ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการ แก้ปัญหา	ด้านพนักงาน	3.92 (มาก)	9
การบริการของพนักงานขาย	ด้านพนักงาน	3.94 (มาก)	10

จากข้อมูลการศึกษา พบว่า เพศมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยความพึงพอใจในภาพรวม เพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อปัจจัยในแต่ละด้าน พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมากที่สุด

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยความพึงพอใจในภาพรวม ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่ำกว่า 1 ปีและ 1 - 3 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก และ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 4 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อปัจจัยในแต่ละด้าน พบว่าระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่ำกว่า 1 ปี 1 - 3 ปี และ 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด

ทุนจะเบียนมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนการตลาด โดยความพึงพอใจในภาพรวม ทุนจดทะเบียน 1 - 500,000 บาท และ 5,000,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทุนจดทะเบียน 500,001 - 1,000,000 บาท และ 1,000,001 - 5,000,000 บาทมีความพึง

พอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อปัจจัยแต่ละด้าน พบว่าทุกกิจกรรมมีความพึงพอใจ การส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด

รายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปีมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาด โดยความพึงพอใจในภาพรวม รายได้จากการประกอบธุรกิจ 5,000,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจรวมในระดับมากที่สุด รายได้จากการประกอบธุรกิจ 1 – 500,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รายได้จากการประกอบธุรกิจ 1,000,001 – 5,000,000 บาท มีความพึงพอใจรวมในระดับมาก และ รายได้จากการประกอบธุรกิจ 501,000 – 1,000,000 บาท มีความพอใจรวมในระดับมาก

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และ เสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการ ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยอ้างอิงจากตารางที่ 17 ได้ดังต่อไปนี้

**ปัจจัยด้านพนักงาน** ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับต่ำสุด แสดงว่าด้านพนักงานของวิสิตูซีเอ็มคอตคอม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้น้อยต้องทำการแก้ไข โดยสิ่งที่จะต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพื่อความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น คือการนำกลยุทธ์ CRM (Customer Relationship Management) เข้ามาประยุกต์ใช้กับองค์กร ซึ่ง CRM คือ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งหมายถึงวิธีการที่เราจะบริหารให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันกับสินค้า,บริการ หรือองค์กร เมื่อลูกค้ามีความผูกพันในทางที่ดีแล้วก็ลูกค้านั้นไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปจากสินค้าหรือบริการ ทำให้มีฐานลูกค้าที่มั่นคง และนำมาซึ่งความมั่นคงของบริษัท ดังนั้น การที่จะรู้ซึ่งถึงสถานะความสัมพันธ์กับลูกค้าได้นั้น ต้องอาศัยการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเกี่ยวข้องระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้ากับกลยุทธ์ทางการตลาด กระบวนการทำงานของระบบ CRM มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. Identify เก็บข้อมูลว่าลูกค้าของบริษัทเป็นใคร เช่น ชื่อลูกค้า ข้อมูลสำหรับติดต่อกับลูกค้า
2. Differentiate วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละคน และจัดแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามคุณค่าที่ลูกค้ามีต่อบริษัท

3. Interact มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระยะยาว

4. Customize นำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมเฉพาะตัวกับลูกค้าแต่ละคน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้าตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในลำดับที่ 6 การพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายและตอบสนองลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ควรดำเนินการโดย การปรับปรุงตัวเว็บไซต์ โดยการพัฒนาปรับปรุงบริบทภาพรวม เช่น การออกแบบระบบการทำงานภายในเว็บไซต์ใหม่ให้ใช้งานง่าย โดยอาจทำการศึกษาหรือสำรวจความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุง การออกแบบให้มีความสวยงามล้ำสมัยที่ยังผสมผสานประโยชน์เข้ากับความสะดวก ให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าในการใช้งานในส่วนนั้นๆ การปรับปรุงเนื้อหาของเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ไม่เพียงแค่นำเสนอแต่เรื่องการค้า หากแต่ต้องเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน การเพิ่มระบบมัลติมีเดียมีผลต่อผู้ใช้งานให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น เพราะหากเป็นเพียงตัวอักษรจะก่อให้เกิดความน่าเบื่อและสับสนในการใช้งานได้ การสร้างระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Community) เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าได้แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างลูกค้าด้วยกันเอง หรือแม้กระทั่งการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการเว็บไซต์ การตอบสนองเฉพาะบุคคล สิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ เพราะผู้ให้บริการเว็บไซต์จำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเฉพาะบุคคลหรือกิจการ ประเภทธุรกิจ เพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาของเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้านั้นๆ สิ่งนี้สามารถตอบสนองความพึงพอใจเฉพาะบุคคล ซึ่งมีส่วนสำคัญทำให้ผู้ใช้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป การปรับปรุงช่องทางการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารแบ่งได้เป็น 2 ช่องทาง คือ การสื่อสารทางเดียวจากผู้ให้บริการไปถึงลูกค้า เช่นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และการสื่อสารสองทาง คือเมื่อผู้ให้บริการเว็บไซต์ส่งสารให้กับลูกค้า ลูกค้าสามารถตอบกลับมายังองค์กรได้ เช่น แบบฟอร์มการถามตอบอัตโนมัติ การสร้างความสัมพันธ์ เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ซึ่งสามารถดำเนินการโดยการแบ่งกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน ทำ link เพื่อเชื่อมโยงติดต่อกัน วิธีนี้ยังสามารถให้ลูกค้าใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง ในการตัดสินใจเพื่อซื้อซ้ำในอนาคตได้ และสุดท้ายคือการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรสร้างเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย และ มีการรับรองจากองค์กรภายในประเทศหรือระหว่างประเทศเรื่องความปลอดภัย

**ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ซึ่งลูกค้าตอบแบบสอบถามโดยมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับที่ 5 แสดงว่าเว็บไซต์วิสิตทุซีเอ็มยังคงจำเป็นต้องดำเนินการปรับปรุงเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยปัจจัยย่อยที่

ลูกค้าพึงพอใจน้อยที่สุดคือเรื่องการจัดจำหน่ายเว็บไซต์ ซึ่งทางเว็บไซต์จำเป็นต้องศึกษาในเรื่องการตั้งชื่อให้สอดคล้องกับความต้องการโฆษณาของลูกค้า เช่น การเปลี่ยนชื่อจาก วิสิตทูซีเอ็มดอทคอม (visit2cm.com) เป็น วิสิตทูเชียงใหม่ดอทคอม (visit2chiangmai.com) เพื่อเป็นการง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภค (Customer Recognition) ทั้งยังสามารถสื่อสารได้ชัดเจนว่า เป็นเว็บโฆษณาของจังหวัดเชียงใหม่ เพราะ คำว่าซีเอ็มซึ่งเป็นคำย่อ อาจยังสื่อสารได้ไม่ชัดเจนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** โดยลูกค้าตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในลำดับที่ 4 โดยปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือเรื่อง การสั่งซื้อและการชำระเงิน และการสามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีความปัญหา ดังนั้นเว็บไซต์วิสิตทูซีเอ็มจึงต้องพัฒนาและปรับปรุงด้านดังกล่าว โดยการปรับปรุงและสร้างความเชื่อมั่นทางการสั่งซื้อและการชำระเงิน เช่นการเพิ่มสัญลักษณ์ความปลอดภัยเช่น TrustMark, TRUSTe (ของรัฐบาลไทย โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) บนเว็บไซต์เพื่อให้สามารถตรวจสอบและติดตามความคืบหน้าได้ และอีกทั้งการกำชับพนักงานในด้านความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า โดยมีดัชนีชี้วัดให้แก่พนักงานในแง่ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการลูกค้า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าตอบแบบสอบถาม โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในลำดับที่ 3 แสดงว่าเว็บไซต์วิสิตทูซีเอ็มสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านนี้ได้ดี การเพิ่มความพึงพอใจอาจทำได้โดยการสร้างพื้นที่ให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็น (Webboard) บนเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ โดยลูกค้าสามารถติชมบริการของเว็บไซต์ได้โดยตรงและทันที ทั้งนี้ทางเว็บไซต์ต้องมีระบบตรวจสอบผู้มาแสดงความคิดเห็นว่าเป็นบุคคลจริงหรือไม่ สามารถป้องกันโฆษณาแฝงต่างๆ และมีการกรองคำหยาบหรือคำไม่สุภาพเพื่อไม่ให้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เสียหาย ด้านความหลากหลายของการบริการ ควรให้พนักงานเพิ่มการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เช่นคำแนะนำในการเลือกใช้งานแบบ Package ต่างๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และที่สำคัญต้องมีการบันทึกข้อมูลเพื่อตรวจสอบถึงความถูกต้องเหมาะสมของแต่ละบริการและ Package ต่างๆ

**ปัจจัยด้านราคา** ลูกค้าตอบแบบสอบถามโดยมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในลำดับที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาของเว็บไซต์วิสิตทูซีเอ็มมากที่สุด จากจุดแข็งดังกล่าวผู้ให้บริการเว็บไซต์ควรรักษามาตรฐานลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น เช่น Value-based pricing ซึ่งเป็นการกำหนดราคาโดยการศึกษาเพิ่มเติมว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร และคาดหวังคุณค่าอะไร และนำข้อมูล

เหล่านั้นมากำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจจะให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าตอบแบบสอบถามโดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มจึงควรเสริมทางด้านนี้ให้มากขึ้น เช่น การทำ CSR การคืนกำไรสู่สังคม โดยผู้ให้บริการจะต้องทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นถึงการใส่ใจต่อสังคมของผู้ให้บริการ การเพิ่มโฆษณาทางวารสาร นิตยสาร และเว็บไซต์อื่นๆ การจัดทำข่าวสารประจำวันเพื่อเพิ่มยอดเข้าชมเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ การเขียนและเผยแพร่บทความที่เป็นประโยชน์ เช่น การใช้งานอินเทอร์เน็ต การป้องกันไวรัส เป็นต้น โดยทำการเพิ่มบทความที่เป็นประโยชน์ต่างๆ เหล่านี้บนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ เพื่อเป็นประโยชน์ และเพิ่มเติมความรู้ให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ และผู้เข้าชมเว็บไซต์

อ้างอิงจากข้อค้นพบในตารางที่ 51 พบว่าเมื่อเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยย่อยจะสามารถแยกกลุ่มเพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ปัจจัยย่อยเรื่องจำนวนปีที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด หากนับถึงปีปัจจุบันเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอมดำเนินงานมาแล้วเป็นเวลา 6 ปีซึ่งหากพิจารณาจากวัฏจักรธุรกิจ และพิจารณาถึงรายได้ของเว็บไซต์ตามที่ผู้ศึกษาสอบถามมา ธุรกิจกำลังเริ่มเข้าสู่ช่วงถดถอย (Recession) ซึ่งในช่วงดังกล่าวทางเว็บไซต์มีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงธุรกิจของตน โดยอาจนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ การสร้างตนเองให้แตกต่างจากผู้บริการรายอื่น (Differentiate) ก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งเพื่อทำให้ธุรกิจกลับมาอยู่ในช่วงเจริญเติบโตอีกครั้ง

2. ปัจจัยย่อยเรื่องการจดจำชื่อเว็บไซต์ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด รองลงมา เว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มตั้งชื่อโดยใช้อักษรย่อของจังหวัดเชียงใหม่ คือซีเอ็ม หากแต่อาจทำให้กลุ่มลูกค้าของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์เข้าใจผิดได้ เพราะซีเอ็มสามารถย่อได้จากหลายคำ ดังนั้นเว็บไซต์จึงควรปรับปรุงชื่อเว็บไซต์ใหม่โดยอาจจะเปลี่ยนจากคำว่าซีเอ็มเป็นคำเต็มว่า เชียงใหม่ก็ได้ เช่น [www.visit2cm.com](http://www.visit2cm.com) เป็น [www.visit2chiangmai.com](http://www.visit2chiangmai.com) ทั้งนี้ยังทำให้ลูกค้าจดจำชื่อเว็บไซต์ได้ง่ายและไม่ก่อให้เกิดความสับสนได้

3. ปัจจัยย่อยเรื่องความใส่ใจของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุดในลำดับที่สาม ดังนั้นผู้ให้บริการจึงมีความจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงและกำชับพนักงานให้พูดคุยและบริการลูกค้าด้วยความสุภาพอ่อนโยน เพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหา การเพิ่มช่องทางการติดต่อให้หลากหลายเช่น การสร้างหรือเพิ่มช่องทางการติดต่อ

ผ่านหน้าเว็บไซต์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง การกำหนดเวลาตอบกลับที่ชัดเจน และที่สำคัญไม่ควรมีค่าใช้จ่ายในการให้คำปรึกษาในแต่ละครั้ง

4. ปัจจัยย่อยเรื่องการสั่งซื้อและการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในลำดับที่สี่ ในปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญมากเนื่องจากปัจจุบันมีการจารกรรมข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเว็บไซต์มีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือ โดยเจรจากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือว่าการชำระเงินที่มีการรับรองโดยองค์กรการเงินสำคัญเช่น VISA หรือ Master Card เป็นต้น การปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายเช่น สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต หรือผ่านตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการ

5. ปัจจัยย่อยเรื่องเว็บไซต์ของผู้ให้บริการใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในลำดับที่ห้า การปรับปรุงเรื่องการสมัครใช้บริการผ่านเว็บไซต์เป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการสมัคร อีกทั้งยังลดเวลาที่ลูกค้าผู้ใช้บริการต้องใช้ในการสมัครที่หน้าเว็บไซต์ อาจดำเนินการโดยการเพิ่มระบบการเติมคำอัตโนมัติ (Auto complete) หรือนอกเหนือการสมัครด้วยตนเอง อาจเพิ่มการสั่งซื้อการให้บริการโดยการสั่งซื้อผ่านระบบอัตโนมัติและให้พนักงานดำเนินการต่อให้จนแล้วเสร็จ โดยจะต้องกำหนดกรอบระยะเวลาแล้วเสร็จที่แน่นอน อีกทั้งการระบุนการชำระเงินที่ชัดเจน

6. ปัจจัยย่อยเรื่องบริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในลำดับที่หก ผลิตภัณฑ์บริการหลังการขายที่นำเสนอแก่ลูกค้าควรมีความชัดเจน เช่น เวลาให้บริการ ซึ่งควรเป็น 24 ชั่วโมง การป้องกันข้อมูลสูญหายและหากสูญหายการกู้ระบบจะใช้เวลาเท่าไร เบอร์ติดต่อสายด่วน ควรมีในคู่มือลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความอุ่นใจว่าสามารถติดต่อได้เสมอ

7. ปัจจัยย่อยเรื่องสามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีความปัญหา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในลำดับที่เจ็ด ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสืบเนื่องจากระบบการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าดำเนินการได้อย่างล่าช้า โดยสาเหตุดังกล่าวอาจเกิดจากความแออัดของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งหากมีผู้ใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมากอาจก่อให้เกิดปัญหาในการติดต่อได้ ทางผู้ให้บริการควรปรับปรุงโดยการเพิ่มคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) ให้มากขึ้น เพื่อรองรับการทำงานพร้อมกันได้หลายสิ่ง

8. ปัจจัยย่อยเรื่องการรับประกันความพอใจและการคืนเงิน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในลำดับที่แปด เนื่องจากปัจจุบันเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอมยังไม่มี ความชัดเจนในการนำเสนอต่อลูกค้าในเรื่องความพอใจและการคืนเงิน ดังนั้นข้อกำหนดดังกล่าวจึงควรถูกนำขึ้นระบุไว้บนเว็บไซต์ในขณะที่ทำการสมัคร เพื่อให้ลูกค้าได้อ่านและเกิดความชัดเจนในการใช้

บริการ การรับประกันและการคืนเงินควรอยู่บนเงื่อนไขเช่นเดียวกับผู้ให้บริการรายอื่น ซึ่งผู้ให้บริการควรศึกษาจากกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการเว็บไซต์ด้วยกัน

9. ปัจจัยย่อยเรื่องความรู้ ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในลำดับที่เก้า เว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอมควรเริ่มแก้ไขตั้งแต่ต้นเหตุ คือเริ่มตั้งแต่การรับสมัครคนเข้ามาทำงาน สำหรับพนักงานที่ทำงานอยู่ในปัจจุบันควรมีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะความรู้และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะ ทางด้านเทคนิคการแก้ปัญหาเบื้องต้น การจัดทำ แผนการดำเนินการภายใน เพื่อให้พนักงานสามารถรู้ได้ทันทีว่า ระดับปัญหาใด ฝ่ายใด ระดับใด และใครควรเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อความรวดเร็วในการบริการลูกค้าและแก้ปัญหาได้ทันที

10. ปัจจัยย่อยเรื่องการบริการของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดเป็นลำดับที่สิบ พนักงานเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำพองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายและผลสำเร็จ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญเรื่องการฝึกอบรมการให้บริการลูกค้า การฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง การสร้างแรงจูงใจในการให้บริการ (Service Mind) การให้รางวัลเมื่อทำดี และควรมีการประเมินการทำงาน การบันทึกการสนทนาเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการในครั้งต่อไป และควรมีการให้คะแนนหลังจากสนทนากับลูกค้าในทุกๆ ครั้ง สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดแรงผลักดันและกระตุ้นให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงาน และตั้งใจในการปฏิบัติงานทุกครั้ง

และจากปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าสามารถจำแนกกลุ่มและเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัญหาแรกคือบางส่วนของเว็บไซต์ไม่สามารถใช้งานได้ ระบบล่าช้า การปรับปรุงเพิ่มเติมข้อมูลล่าช้า และข้อมูลสูญหาย ดังนั้นผู้ให้บริการเว็บไซต์จึงควร นำข้อมูลดังกล่าวเพื่อไปดำเนินการปรับปรุงต่อไป โดยควรดำเนินการอย่างมีระเบียบแบบแผนเพื่อที่จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าได้ การดำเนินการดังกล่าวอาจดำเนินการวงจรเดมิง (Deming Cycle) ซึ่งการดำเนินการจะเริ่มต้นจากการวางแผน (Plan) คือการสำรวจปัญหา วางแผนในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ขั้นตอนต่อไปคือการลงมือแก้ไข (Do) เมื่อรับทราบปัญหาและวางแผนดำเนินการอย่างเป็นระบบเรียบร้อยแล้วต้องลงมือปฏิบัติการแก้ไขอย่างทันที ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจสอบหลังการแก้ไข (Check) เมื่อทำการแก้ไขแล้วควรมีการดำเนินการตรวจสอบการใช้งานว่าการแก้ไขเรียบร้อยหรือไม่ และขั้นสุดท้ายคือการปรับปรุงแก้ไข (Action) กล่าวคือเมื่อมีการตรวจสอบแล้วต้องนำมาประเมินว่าสิ่งใดควรทำต่อ หรือสิ่งใดควรอยู่ดำเนินการ ซึ่งหากดำเนินการตามวงจร PDCA อยู่สม่ำเสมอจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กล่าวคือลูกค้าต้องการให้มีช่องทางในการติดต่อกับทางเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น การสมัคร การชำระเงิน ควรเพิ่มช่องทางให้หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า และเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการหรือต่ออายุบริการต่อไป

3. ด้านบุคคล ปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านนี้มีจำนวนมาก ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรใส่ใจในการดำเนินการปรับปรุงด้านบุคลากร เพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ปัญหาที่พบส่วนมากคือ การดูแลเอาใจใส่ การช่วยเหลือแก้ปัญหา ทักษะของพนักงาน จำนวนพนักงานไม่เพียงพอก่อให้เกิดความล่าช้า ผู้ให้บริการเว็บไซต์ควรทำการประเมินทางด้านดังกล่าว (Assessment) ว่าจำนวนบุคลากรเพียงพอหรือไม่ ความรู้และทักษะของบุคลากรเป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด เมื่อได้ผลการประเมิน ควรนำมาสรุปผลเพื่อเร่งดำเนินการปรับปรุงต่อไป

4. ด้านกระบวนการ พบว่าลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกสบายจะระบบบริการลูกค้า ความยุ่งยากของกระบวนการที่ก่อให้เกิดความล่าช้า ลูกค้าไม่เข้าใจและรับทราบถึงกระบวนการในการแก้ปัญหาของเว็บไซต์ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรเร่งดำเนินการทำความเข้าใจกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการ (Process) ของเว็บไซต์โดยอาจจัดทำเป็นคู่มือการใช้งานก็ได้