

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต ของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด

ผู้เขียน นางสาวปิติกานต์ คำศรี

ปริญญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ ประธานกรรมการ
 อาจารย์ไจรัตน์ จตุรภัทรพร กรรมการ
 อาจารย์เดชนะ สิโรรส กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต ของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด” มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมงานด้านการตลาดและเป็นแนวทางในการจัดทำเว็บไซต์ที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบการสร้างรายได้ของบริษัท

การศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสัมภาษณ์ โดยทำการคัดเลือกประชากรจากบริษัทคู่ค้าเพื่อศึกษาความต้องการทางการตลาดอินเทอร์เน็ต และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การรายงานผลและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการบรรยาย โดยแบ่งเป็นการรายงานผลการสัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการบริษัทตัวแทนเดินทางในสาธารณรัฐเกาหลี และการวิเคราะห์แนวโน้มและความต้องการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการนำเสนอแผนกลยุทธ์ของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า บริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด ได้กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาดอินเทอร์เน็ต คือ สร้างมาตรฐานในการให้บริการ เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของตัวแทนเดินทางและผู้ชมเว็บไซต์ โดยการให้บริการด้านข้อมูลที่รวดเร็วกว่า สร้างรูปแบบการบริการและการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบเวลาจริงกับตัวแทนเดินทางและขยายสู่ตลาดผู้บริโภคเพื่อเพิ่มปริมาณลูกค้า โดยมีกลยุทธ์หลักคือ มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของการบริการ มุ่งเน้นการตอบสนองเฉพาะรายมากขึ้น สร้างความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งคือตัวแทนเดินทาง นักท่องเที่ยวและผู้ชมเว็บไซต์ บริหารความสัมพันธ์

กับลูกค้าเพื่อให้มีความซื่อสัตย์ในตราสินค้าและเป็นการป้องกันการโจมตีของกลุ่ม สื่อสารทาง การตลาดแบบบูรณาการ โดยใช้ทั้งสื่อแบบดั้งเดิมและการสื่อสารทางการตลาดคืออิเล็กทรอนิกส์ และ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดอินเทอร์เน็ท (6 P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการที่ดีมีคุณภาพ ราคา เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือโคเม้นแนมที่จดจำง่าย การส่งเสริม การจำหน่ายและโฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้บริการแบบเจาะจง และการรักษาความเป็นส่วนตัว ของลูกค้า

จากการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ท ผู้ศึกษาได้พัฒนาเว็บไซต์ www.wingcnx.com ขึ้นใช้งาน พบว่าบริษัทมีความคล่องตัวสูงขึ้นในการติดต่อกับตัวแทนเดินทางใน สาธารณรัฐเกาหลี ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัทได้ เป็นการเพิ่ม ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการตลาด ลักษณะของเว็บไซต์ เป็นแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนเดินทาง รวมทั้งการเปิดตลาด ใหม่สู่นักท่องเที่ยวโดยตรง (B2C) และเป็นบริษัทแรกในภาคเหนือที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์โดยการจัดทำเว็บไซต์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Planning of Internet Marketing Strategy for Wing Travel Chiangmai Co., Ltd.

Author Miss Pitikan Khumsri

Degree Master of Science (Information Technology and Management)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Nittaya Jariangprasert	Chairperson
Lecturer Jairat Jaturapataraporn	Member
Lecturer Dejana Siroros	Member

Abstract

The independent study titled “Planning of Internet Marketing Strategy for Wing Travel Chiangmai Co., Ltd. ” has objective to planning internet marketing strategy for support marketing site and making the website in the correct way which suitable for the company.

Primary data for this study was from interview form collected from travel agencies. The secondary data was gathered from related documents and research from the internet. The analysis spread out a trend of internet marketing needs in the electronic commerce in tourism industry. The study divided into two parts, first is an oversea telephone interview CEO of Korea Tourism Agencies, second is an analysis a trend of electronic commerce on tourism industry, and presented planning of internet marketing strategies for Wing Travel Chiangmai Co., Ltd. This study found that Wing Travel Chinagmai was fixed the objectives and goals of internet marketing to build the standard of service for the highest customer’s satisfaction by the faster information services, build the services differentiate from the competitors, decrease the expenses, increase buyer and expand to B2C, increase the communication channel in real time with the customers. The main strategies are the services differentiate, personality customer needs and satisfaction, customer relationship management (CRM) for defend new competitors, integrated the

communication and used the 6 P's marketing mix for the good qualities services, reasonable price, effective domain name, promotion and advertising, personality services and privacy policy.

On operation of marketing plan and internet marketing strategies, the studier created website named www.wingcnx.com for open the new communication channel with travel agencies and search for the new groups of customers which has been changed by the effect of internet technology. The study found the agencies and prospect target groups can click and log on the site to contact the company in validities and conveniences. These are the other hand on services, internet marketing can decrease the expense in business operation. Type of website transaction can be done B2B for the good relationship between the partners and B2C for the expecting target groups. Wing Travel Chiangmai Co., Ltd. is the priority of the travel website and internet marketing company in the northern part of Thailand.