

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคำพึงพอใจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอีมอลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด ครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-13)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอีมอลล์ของบริษัทตลาดคอตคอมจำกัด (ตารางที่ 14-22)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอีมอลล์ของบริษัทตลาดคอตคอมจำกัด (ตารางที่ 23-31)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของส่วนประสมการตลาดบริการของอีมอลล์ของบริษัทตลาดคอตคอมจำกัด (ตารางที่ 33-42)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอีมอลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัดตามเพศ (ตารางที่ 43-51)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	105	52.50
ชาย	95	47.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.50

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	2	1.00
21 ปี – 30 ปี	18	9.00
31 ปี – 40 ปี	121	60.50
41 ปี – 50 ปี	40	20.00
51 ปีขึ้นไป	19	9.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.50 อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละและ 9.00 อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่า	3	1.50
อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า	39	19.50
ปริญญาตรี	122	61.00
สูงกว่าปริญญาตรี	36	18.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 19.50 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.00 และมัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจุดประสงค์การเปิดร้านค้าออนไลน์

จุดประสงค์การเปิดร้านออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
เป็นอาชีพหลัก	77	38.50
เป็นอาชีพเสริม	123	61.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การเปิดร้านออนไลน์เป็นอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 61.50 และรองลงมาเป็นอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 38.50

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2	1.63
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	25	20.33
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	76	61.78
รับจ้างทั่วไป	17	13.82
อื่นๆ	3	2.44
รวม	123	100

อื่นๆ ได้แก่ นักวิจัยอิสระ 1 ราย , พยาบาล 2 ราย

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 61.78 รองลงมาคือ ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.33 รับจ้างทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 13.82 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.63 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขายต่อเดือนของร้านค้าออนไลน์

ยอดขายต่อเดือนของร้านค้าออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	82	41.00
10,001 – 30,000 บาท	78	39.00
30,001 – 50,000 บาท	7	3.50
50,001 – 70,000 บาท	2	1.00
70,001 – 100,000 บาท	31	15.50
100,001 บาทขึ้นไป	82	41.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มียอดขายไม่เกิน 10,000 บาท และ 100,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือยอดขาย 10,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00 ยอดขาย 70,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ ยอดขาย 15.50 30,001 – 70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.50 และยอดขาย 50,001 – 70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุตสาหกรรมของธุรกิจผู้ใช้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้าและแฟชั่น	52	26.00
นาฬิกา จิวเวลรี่	24	12.00
อิเล็กทรอนิกส์	12	6.00
อาหารและสุขภาพ	44	22.00
หนังสือบันเทิง	1	0.50
ไลฟ์สไตล์	67	33.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีธุรกิจประเภทไลฟ์สไตล์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ เสื้อผ้าและแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 26.00 อาหารและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 22.00 นาฬิกา จิวเวลรี่ คิดเป็นร้อยละ 12.00 อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 6.00 และหนังสือบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแพ็คเกจปัจจุบันที่ใช้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่

ประเภทแพ็คเกจ	จำนวน	ร้อยละ
แพ็คเกจเบสิก	50	25.00
แพ็คเกจบรอนซ์	50	25.00
แพ็คเกจซิลเวอร์	50	25.00
แพ็คเกจพรีเมียมมอลด์	50	25.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้แพ็คเกจเบสิก แพ็คเกจบรอนซ์ แพ็คเกจซิลเวอร์ และแพ็คเกจพรีเมียมมอลด์ คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุสมาชิก

อายุสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	38	19.00
1 ปี	38	19.00
2 ปี	63	31.50
3 ปี	21	10.50
4 ปี	23	11.50
5 ปี	1	0.50
มากกว่า 5 ปี	16	8.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุสมาชิก 2 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 1 ปี และ อายุ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.50 อายุ 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.50 อายุมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.00 อายุ 5 ปี และคิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	124	62.00
จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	76	38.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 38.00

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกวัตถุประสงค์ของการใช้บริการร้านค้าออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการใช้บริการร้านค้าออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับหน้าร้านหลัก	107	53.50
เพื่อโปรโมทร้านค้า	12	6.00
เพื่อเป็นหน้าร้านหลัก	78	39.00
อื่นๆ	3	1.50
รวม	200	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ จำนวน 3 ร้าน

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการร้านค้าออนไลน์เพื่อเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับหน้าร้านหลัก คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ เพื่อเป็นหน้าร้านหลัก คิดเป็นร้อยละ 39.00 เพื่อโปรโมทร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 6.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนร้านค้าออนไลน์ในปัจจุบัน

จำนวนร้านค้าออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	122	61.00
2 ร้าน	51	25.50
3 ร้าน	13	6.50
4 ร้าน	14	7.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีร้านค้าออนไลน์ทั้งหมดจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือ 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.50 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และ 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ นอกเหนือเว็บตลาดคอตคอม

ช่องทางออนไลน์อื่นๆนอก จากตลาดคอตคอม	จำนวน	ร้อยละ
www.facebook.com	54	69.23
www.pamnicha.com	1	1.28
www.cmdjewelry.com	1	1.28
www.iwnshop.com	10	12.82
www.ihappy.com	1	1.28
www.otop.com	11	14.10
รวม	78	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่าส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีช่องทางออนไลน์อื่นๆนอกจากเว็บตลาดคอตคอม คือ www.facebook.com คิดเป็นร้อยละ 69.23 รองลงมาคือ www.otop.com คิดเป็นร้อยละ 14.10 www.iwnshop.com คิดเป็นร้อยละ 12.82 www.cmdjewelry.com www.ihappy.com และ www.pamnicha.com คิดเป็นร้อยละ 1.28 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอมจำกัด

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริการ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.1 บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	118 (59.00)	65 (32.50)	12 (6.00)	4 (2.00)	1 (0.50)	4.47 (มาก)
1.2 ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	103 (51.5)	74 (37.0)	22 (11.0)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.39 (มาก)
1.3 ผู้ให้บริการมีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย	95 (47.50)	70 (35.0)	30 (15.0)	5 (2.50)	0 (0.00)	4.28 (มาก)
1.4 ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ	111 (55.50)	63 (32.50)	13 (6.50)	10 (5.00)	1 (0.50)	4.37 (มาก)
1.5 ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ	89 (44.50)	85 (42.50)	12 (6.00)	13 (6.50)	1 (0.50)	4.20 (มาก)
1.6 ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่ายประหยัดเวลา	132 (66.00)	44 (22.00)	19 (9.50)	5 (2.50)	0 (0.00)	4.52 (มากที่สุด)
1.7 ผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย	70 (35.00)	97 (48.50)	30 (15.00)	1 (0.50)	2 (1.00)	4.16 (มาก)
1.8 ผู้ให้บริการมีอบรมสอนการใช้งานทุกเมนู	87 (43.50)	49 (24.50)	57 (28.50)	7 (3.50)	0 (0.00)	4.08 (มาก)
1.9 ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย	58 (29.00)	91 (45.50)	32 (16.00)	18 (9.00)	1 (0.50)	3.94 (มาก)
1.10 ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	96 (48.00)	59 (29.50)	44 (22.00)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.25 (มาก)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.11 การคิดค่าขนส่งสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	56 (28.00)	46 (23.00)	96 (48.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	3.77 (มาก)
1.12 การรองรับระบบเว็บติดกู่เกิ้ลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	117 (58.50)	22 (11.00)	51 (25.50)	9 (4.50)	1 (0.50)	4.22 (มาก)
1.13 รองรับชำระเงินออนไลน์	89 (44.50)	71 (35.50)	37 (18.50)	2 (1.00)	1 (0.50)	4.23 (มาก)
1.14 ผู้ใช้บริการสามารถปรับแต่งจัดรูปแบบเนื้อหาร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามความต้องการ	72 (36.00)	81 (40.50)	30 (15.00)	0 (0.00)	17 (8.50)	3.96 (มาก)
1.15 มีระบบสมาชิกสำหรับลูกค้าซื้อสินค้าออนไลน์	84 (42.00)	22 (11.00)	73 (36.50)	20 (10.00)	1 (0.50)	3.84 (มาก)
1.16 มีระบบVIP เพื่อร้านค้าขึ้นชั้นตัวตน	70 (35.00)	43 (21.50)	84 (42.00)	1 (0.50)	2 (1.00)	3.89 (มาก)
1.17 มีระบบรองรับทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	94 (47.00)	36 (18.00)	65 (32.50)	2 (1.00)	3 (1.50)	4.08 (มาก)
1.18 มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่เพื่อ่ง่ายในการค้นหา	115 (57.50)	40 (20.00)	44 (22.00)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						4.17 (มาก)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่ายประหยัดเวลา มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
2.1 ราคาเหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งาน	66 (33.00)	84 (42.00)	26 (13.00)	23 (11.50)	1 (0.50)	3.95 (มาก)
2.2 ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์รับแจ้งเขียน	57 (28.50)	74 (37.00)	40 (20.00)	11 (5.50)	18 (9.00)	3.71 (มาก)
2.3 มีการให้ส่วนลด	83 (41.50)	74 (37.00)	20 (10.00)	20 (10.00)	3 (1.50)	4.07 (มาก)
2.4 ราคาสามารถต่อรองได้	58 (29.00)	90 (45.00)	27 (13.50)	22 (11.00)	3 (1.50)	3.89 (มาก)
2.5 รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง	90 (45.00)	68 (34.00)	37 (18.50)	4 (2.00)	1 (0.50)	4.21 (มาก)
2.6 ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย	74 (37.00)	89 (44.50)	29 (14.50)	7 (3.50)	1 (0.50)	4.14 (มาก)
2.7 แสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	74 (37.00)	94 (47.00)	29 (14.50)	2 (1.00)	1 (0.50)	4.19 (มาก)
2.8 ค่าใช้จ่ายในการขอคำปรึกษาหรือแก้ปัญหาในการใช้งานปัจจุบัน	56 (28.00)	59 (29.50)	63 (31.50)	6 (3.00)	16 (8.00)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.98 (มาก)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3.1 สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	82 (41.00)	51 (25.50)	55 (27.50)	3 (1.50)	9 (4.50)	3.97 (มาก)
3.2 สำนักงานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนศูนย์การค้า	53 (26.50)	48 (24.00)	87 (43.50)	12 (6.00)	0 (0.00)	3.71 (มาก)
3.3 การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	73 (36.50)	80 (40.00)	44 (22.00)	2 (1.00)	1 (0.50)	4.11 (มาก)
3.4 การสมัครสมาชิกผ่านทางโทรศัพท์/โทรสาร	23 (11.50)	76 (38.00)	86 (43.00)	12 (6.00)	3 (1.50)	3.52 (มาก)
3.5 การสมัครสมาชิกผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	58 (29.00)	60 (30.00)	56 (28.00)	25 (12.50)	1 (0.50)	3.75 (มาก)
3.6 ป้ายบริษัทชัดเจน	53 (26.50)	69 (34.55)	76 (38.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.82 (มาก)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
ของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	63 (31.50)	44 (22.00)	65 (32.50)	10 (5.00)	18 (9.00)	3.62 (มาก)
4.2 มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลการให้บริการ	64 (32.00)	41 (20.50)	60 (30.00)	34 (17.00)	1 (0.50)	3.67 (มาก)
4.3 การบอกต่อจากผู้อื่นที่เคย ใช้บริการ	65 (32.50)	70 (35.00)	42 (21.00)	21 (10.50)	2 (1.00)	3.88 (มาก)
4.4 การบอกต่อจากเพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จัก/ ที่เคยใช้บริการ	66 (33.00)	55 (27.50)	59 (29.50)	19 (9.50)	1 (0.50)	3.83 (มาก)
4.5 ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของ ตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการ ให้บริการ	99 (49.50)	54 (27.00)	43 (21.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.24 (มาก)
4.6 ผู้ให้บริการมีการโฆษณา ตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter	107 (53.50)	45 (22.50)	47 (23.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.29 (มาก)
4.7 ผู้ให้บริการมีการจัด สัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับ ผู้ที่สนใจ	69 (34.50)	75 (37.50)	53 (26.50)	1 (0.50)	2 (1.00)	4.04 (มาก)
4.8 ผู้ให้บริการมีการแจ้ง ข่าวสารทางอีเมลไปยัง ผู้ให้บริการ	92 (46.00)	48 (24.00)	39 (19.50)	20 (10.00)	1 (0.50)	4.05 (มาก)
4.9 ผู้ให้บริการมีร้านค้า ออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ ทดลองใช้ฟรี	109 (54.50)	33 (16.50)	50 (25.00)	5 (2.50)	3 (1.50)	4.20 (มาก)
4.10 ผู้ให้บริการมีการร่วมมือ กับหน่วยงานภาครัฐและ เอกชนในการให้ความรู้ ทางด้านร้านค้าออนไลน์ สำเร็จรูป	95 (47.50)	35 (17.50)	65 (32.50)	3 (1.50)	2 (1.00)	4.09 (มาก)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.11 ให้ส่วนลดในครั้งต่อไป	67 (33.50)	80 (40.00)	31 (15.50)	20 (10.00)	2 (1.00)	3.95 (มาก)
4.12 ฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี	97 (48.50)	49 (24.50)	27 (13.50)	24 (12.00)	3 (1.50)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.99 (มาก)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทั้งหมดในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	96 (48.00)	25 (12.50)	79 (39.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.09 (มาก)
5.2 พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า	87 (43.50)	78 (39.00)	35 (17.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)
5.3 พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	87 (43.50)	95 (47.50)	17 (8.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.34 (มาก)
5.4 พนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	86 (43.00)	67 (33.50)	46 (23.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.19 (มาก)
5.5 พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	90 (45.00)	87 (43.50)	21 (10.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.33 (มาก)
5.6 พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ	89 (44.50)	95 (47.50)	15 (7.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.36 (มาก)
5.7 พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว	88 (44.00)	93 (46.50)	13 (6.50)	6 (3.00)	0 (0.00)	4.32 (มาก)
5.8 พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	99 (49.50)	65 (32.50)	10 (5.00)	25 (12.50)	1 (0.50)	4.18 (มาก)
5.9 พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆให้เหมาะสมกับลูกค้า	98 (49.00)	66 (33.00)	31 (15.50)	5 (2.50)	0 (0.00)	4.29 (มาก)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.10 มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	72 (36.00)	66 (33.00)	62 (31.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						4.24 (มาก)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทั้งหมดในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.1 บริษัทมีสถานที่กว้างขวาง สวยงาม เป็นระเบียบ เรียบร้อย	52 (26.00)	46 (23.00)	99 (49.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	3.74 (มาก)
6.2 สถานที่บริษัทมีความ ปลอดภัย	54 (27.00)	74 (37.00)	68 (34.00)	4 (2.00)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
6.3 มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน	71 (35.5)	93 (46.50)	34 (17.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.17 (มาก)
6.4 มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอ โปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการ ใช้งานให้ผู้ให้บริการ	72 (36.00)	91 (45.50)	28 (14.00)	8 (4.00)	1 (0.50)	4.13 (มาก)
6.5 มีพื้นที่จอดรถกว้าง เพียงพอ	55 (27.50)	91 (45.50)	50 (25.00)	2 (1.00)	2 (1.00)	3.98 (มาก)
6.6 การเดินทางมาติดต่อ บริษัท สะดวก ในการเดินทาง ทั้งรถส่วนตัวและรถ สาธารณะ	73 (36.50)	54 (27.00)	69 (34.50)	3 (1.50)	1 (0.50)	3.97 (มาก)
6.7 การแต่งกายของพนักงาน และบุคลิกของพนักงาน	72 (36.00)	49 (24.50)	71 (35.50)	6 (3.00)	2 (1.00)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.1 มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ	89 (44.50)	41 (20.50)	69 (34.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.09 (มาก)
7.2 ผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน	86 (43.00)	43 (21.50)	71 (35.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.08 (มาก)
7.3 ขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อ	80 (40.00)	83 (41.50)	35 (17.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.21 (มาก)
7.4 ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิก	80 (40.00)	71 (35.50)	48 (24.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.15 (มาก)
7.5 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก	80 (40.00)	90 (45.00)	27 (13.50)	1 (0.50)	2 (1.00)	4.22 (มาก)
7.6 มีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด	79 (39.50)	68 (34.00)	49 (24.50)	2 (1.00)	2 (1.00)	4.10 (มาก)
7.7 มีการจัดระดับของลูกค้ำที่ซื้อสินค้าในเว็บไซต์แต่ละราย	95 (47.50)	50 (25.00)	36 (18.00)	19 (9.50)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						4.14 (มาก)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
8.1 มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก	92 (46.00)	71 (35.50)	28 (14.00)	8 (4.00)	1 (0.50)	4.23 (มาก)
8.2 ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับอ็อปเททข้อมูลของร้านค้า	90 (45.00)	60 (30.00)	33 (16.50)	16 (8.00)	1 (0.50)	4.11 (มาก)
8.3 ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อหมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลของลูกค้า	113 (56.50)	42 (21.00)	44 (22.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.33 (มาก)
8.4 มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ	111 (55.50)	40 (20.00)	32 (16.00)	16 (8.00)	1 (0.50)	4.22 (มาก)
8.5 มีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark	94 (47.00)	50 (25.00)	47 (23.50)	9 (4.50)	0 (0.00)	4.14 (มาก)
8.6 มีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์	96 (48.00)	47 (23.50)	36 (18.00)	20 (10.00)	1 (0.50)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						4.19 (มาก)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัทตลาดคอตคอม

ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.14 มีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละแพ็คเกจ	81 (40.50)	72 (36.00)	23 (11.50)	23 (11.50)	1 (0.50)	4.04 (มาก)
7.15 ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางติดต่อกับผู้ให้บริการได้หลายช่องทาง	73 (36.50)	82 (41.00)	20 (10.00)	25 (12.50)	0 (0.00)	4.02 (มาก)
7.16 ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ	90 (45.0)	69 (34.50)	20 (10.00)	1 (0.50)	20 (10.00)	4.04 (มาก)
7.17 ระบบมีการทักทายลูกค้าด้วยการระบุชื่อทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในระบบ	44 (22.00)	87 (43.50)	65 (32.50)	3 (1.50)	1 (0.50)	3.85 (มาก)
7.18 ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ใช้บริการ	87 (43.50)	85 (42.50)	25 (12.50)	1 (0.50)	2 (1.003)	4.27 (มาก)
ค่าเฉลี่ย						4.04
(แปลผล)						(มาก)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการส่วนบุคคลทั้งหมดในระดับมาก

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.1 บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	59 (29.50)	93 (46.50)	46 (23.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	4.04 (มาก)
1.2 ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	50 (25.00)	83 (41.50)	56 (28.00)	11 (5.50)	0 (0.00)	3.86 (มาก)
1.3 ผู้ให้บริการมีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย	30 (15.00)	88 (44.00)	69 (34.50)	13 (6.50)	0 (0.00)	3.67 (มาก)
1.4 ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ	5 (2.50)	117 (58.50)	50 (25.00)	19 (9.50)	9 (4.50)	3.45 (ปานกลาง)
1.5 ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ	18 (9.00)	98 (49.00)	26 (13.00)	49 (24.50)	9 (4.50)	3.33 (ปานกลาง)
1.6 ร้านค้าออนไลน์สำเร็จ รูปใช้งานง่ายประหยัดเวลา	62 (31.00)	33 (16.50)	91 (45.50)	14 (7.00)	0 (0.00)	3.72 (มาก)
1.7 ผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย	9 (4.50)	100 (50.00)	65 (32.50)	14 (7.00)	12 (6.00)	3.40 (ปานกลาง)
1.8 ผู้ให้บริการมีอบรมสอนการใช้งานทุกเมนู	52 (26.00)	57 (28.50)	76 (38.00)	13 (6.50)	2 (1.00)	3.72 (มาก)
1.9 ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย	5 (2.50)	86 (43.00)	70 (35.00)	14 (7.00)	25 (12.50)	3.16 (ปานกลาง)
1.10 ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	45 (22.50)	86 (43.00)	63 (31.50)	4 (2.00)	2 (1.00)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.11 การคิดค่าขนส่งสินค้า ของร้านค้าออนไลน์ สำเร็จรูป	6 (3.00)	74 (37.00)	115 (57.50)	3 (1.50)	2 (1.00)	3.40 (ปานกลาง)
1.12 การรองรับระบบเว็บ ติดคู่มือของร้านค้าออนไลน์ สำเร็จรูป	53 (26.50)	57 (28.50)	81 (40.50)	7 (3.50)	2 (1.00)	3.76 (มาก)
1.13 รองรับชำระเงิน ออนไลน์	57 (28.50)	65 (32.50)	72 (36.00)	5 (2.50)	1 (0.50)	3.86 (มาก)
1.14 ผู้ใช้บริการสามารถ ปรับแต่งจัดรูปแบบเนื้อหา ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามความต้องการ	26 (13.00)	92 (46.00)	44 (22.00)	21 (10.50)	17 (8.50)	3.44 (ปานกลาง)
1.15 มีระบบสมาชิกสำหรับ ลูกค้าซื้อสินค้าออนไลน์	91 (45.50)	28 (14.00)	62 (31.00)	19 (9.50)	0 (0.00)	3.96 (มาก)
1.16 มีระบบVIP สำหรับร้านค้า ยืนยันตัวตน	75 (37.50)	44 (22.00)	74 (37.00)	6 (3.00)	1 (0.50)	3.93 (มาก)
1.17 มีระบบรองรับทะเบียน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	108 (54.00)	29 (14.50)	56 (28.00)	5 (2.50)	2 (1.00)	4.18 (มาก)
1.18 มีการแยกประเภท สินค้าของแต่ละร้านค้าตาม หมวดหมู่เพื่อง่ายในการ ค้นหา	104 (52.00)	34 (17.00)	42 (21.00)	19 (9.50)	1 (0.50)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.71 (มาก)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่

อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ ผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย การคิดค่าขนส่งสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป และผู้ใช้บริการสามารถปรับแต่งจัดรูปแบบเนื้อหาร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านราคาของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดดอกคอม จำกัด

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
2.1 ราคาเหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งาน	46 (23.00)	51 (25.50)	68 (34.00)	19 (9.50)	16 (8.00)	3.46 (ปานกลาง)
2.2 ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์รับจ้างเขียน	44 (22.00)	46 (23.00)	75 (37.50)	20 (10.00)	15 (7.50)	3.42 (ปานกลาง)
2.3 มีการให้ส่วนลด	61 (30.50)	64 (32.00)	21 (10.50)	42 (21.00)	12 (6.00)	3.60 (มาก)
2.4 ราคาสามารถต่อรองได้	46 (23.00)	34 (17.00)	45 (22.50)	60 (30.00)	15 (7.50)	3.18 (ปานกลาง)
2.5 รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง	68 (34.00)	65 (32.50)	50 (25.00)	15 (7.50)	2 (1.00)	3.91 (มาก)
2.6 ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย	44 (22.00)	84 (42.00)	44 (22.00)	25 (12.50)	3 (1.50)	3.70 (มาก)
2.7 แสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	68 (34.00)	80 (40.00)	26 (13.00)	25 (12.50)	1 (0.50)	3.95 (มาก)
2.8 ค่าใช้จ่ายในการขอคำปรึกษาหรือแก้ปัญหาในการใช้งานปัจจุบัน	9 (4.50)	63 (31.50)	89 (44.50)	18 (9.00)	21 (10.50)	3.10 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.54 (มาก)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริการด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากใน

เรื่องมีการให้ส่วนลด รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย และแสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ และอยู่ในระดับปานกลางในเรื่องราคาเหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งาน ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์รับจ้างเขียน ราคาสามารถต่อรองได้ และค่าใช้จ่ายในการขอคำปรึกษาหรือแก้ปัญหาในการใช้งานปัจจุบัน

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3.1 สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	49 (24.50)	73 (36.50)	30 (15.00)	47 (23.50)	1 (0.50)	3.61 (มาก)
3.2 สำนักงานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนศูนย์การค้า	31 (15.50)	71 (35.50)	44 (22.00)	37 (18.50)	17 (8.50)	3.31 (ปานกลาง)
3.3 การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	67 (33.50)	78 (39.00)	36 (18.00)	19 (9.50)	0 (0.00)	3.97 (มาก)
3.4 การสมัครสมาชิกผ่านทางโทรศัพท์/โทรสาร	26 (13.00)	63 (31.50)	66 (33.00)	42 (21.00)	3 (1.50)	3.33 (ปานกลาง)
3.5 การสมัครสมาชิกผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	12 (6.00)	73 (36.50)	81 (40.50)	10 (5.00)	24 (12.00)	3.20 (ปานกลาง)
3.6 ป้ายบริษัทชัดเจน	36 (18.00)	55 (27.50)	75 (37.50)	31 (15.50)	3 (1.50)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริการด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องสำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อ

การเดินทาง และการสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	53 (26.50)	19 (9.50)	87 (43.50)	30 (15.00)	11 (5.50)	3.36 (ปานกลาง)
4.2 มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลการให้บริการ	52 (26.00)	21 (10.50)	73 (36.50)	42 (21.00)	12 (6.00)	3.30 (ปานกลาง)
4.3 การบอกต่อจากผู้อื่นที่เคย ใช้บริการ	51 (25.50)	22 (11.00)	73 (36.50)	43 (21.50)	11 (5.50)	3.29 (ปานกลาง)
4.4 การบอกต่อจากเพื่อน/ ญาติ/ คนรู้จัก/ ที่เคยใช้บริการ	52 (26.00)	21 (10.50)	62 (31.00)	42 (21.00)	23 (11.50)	3.18 (ปานกลาง)
4.5 ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของ ตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการ ให้บริการ	52 (26.00)	55 (27.50)	57 (28.50)	27 (13.50)	9 (4.50)	3.57 (มาก)
4.6 ผู้ให้บริการมีการโฆษณา ตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter	65 (32.50)	25 (12.50)	84 (42.00)	17 (8.50)	9 (4.50)	3.60 (มาก)
4.7 ผู้ให้บริการมีการจัด สัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับ ผู้ที่สนใจ	54 (27.00)	37 (18.50)	78 (39.00)	21 (10.50)	10 (5.00)	3.52 (มาก)
4.8 ผู้ให้บริการมีการแจ้ง ข่าวสารทางอีเมลไปยัง ผู้ใช้บริการ	60 (30.00)	34 (17.00)	56 (28.00)	40 (20.00)	10 (5.00)	3.47 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.26 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.9 ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี	43 (21.50)	41 (20.50)	63 (31.50)	27 (13.50)	26 (13.00)	3.24 (ปานกลาง)
4.10 ผู้ให้บริการมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	46 (23.00)	65 (32.50)	59 (29.50)	18 (9.00)	12 (6.00)	3.58 (มาก)
4.11 ให้ส่วนลดในครั้งต่อไป	39 (19.50)	27 (13.50)	61 (30.50)	51 (25.50)	22 (11.00)	3.05 (ปานกลาง)
4.12 ฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี	78 (39.00)	57 (28.50)	8 (4.00)	45 (22.50)	12 (6.00)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ ผู้ให้บริการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter ผู้ให้บริการมีการจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ ผู้ให้บริการมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป และฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านบุคลากรของบริการ
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดดอกท่อม จำกัด

ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการร้านค้าออนไลน์ สำเร็จรูป	10 (5.00)	85 (42.50)	81 (40.50)	16 (8.00)	8 (4.00)	3.36 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามของลูกค้า	26 (13.00)	94 (47.00)	58 (29.00)	15 (7.50)	7 (3.50)	3.58 (มาก)
5.3 พนักงานสามารถอธิบาย วิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์ สำเร็จรูป	44 (22.00)	78 (39.00)	56 (28.00)	15 (7.50)	7 (3.50)	3.68 (มาก)
5.4 พนักงานสามารถนำเสนอ รายละเอียดผลิตภัณฑ์และ บริการ	35 (17.50)	73 (36.50)	70 (35.00)	15 (7.50)	7 (3.50)	3.57 (มาก)
5.5 พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้ม แย้ม แจ่มใส	28 (14.00)	99 (49.50)	52 (26.00)	14 (7.00)	7 (3.50)	3.63 (มาก)
5.6 พนักงานบริการด้วยความ เต็มใจ	30 (15.00)	104 (52.00)	45 (22.50)	14 (7.00)	7 (3.50)	3.68 (มาก)
5.7 พนักงานทำงานด้วยความ รวดเร็ว	29 (14.50)	86 (43.00)	62 (31.00)	16 (8.00)	7 (3.50)	3.57 (มาก)
5.8 พนักงานสามารถ ให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ	9 (4.50)	50 (25.00)	102 (51.00)	32 (16.00)	7 (3.50)	3.11 (ปานกลาง)
5.9 พนักงานสามารถให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการ เลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆให้ เหมาะสมกับลูกค้า	8 (4.00)	101 (50.50)	69 (34.50)	15 (7.50)	7 (3.50)	3.44 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.27(ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านบุคลากรของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.10 มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	8 (4.00)	82 (41.00)	77 (38.50)	26 (13.00)	7 (3.50)	3.29 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.49 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้า และพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของบริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดดอทคอม จำกัด

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.1 บริษัทมีสถานที่กว้างขวาง สวยงาม เป็นระเบียบ เรียบร้อย	4 (2.00)	93 (46.50)	82 (41.00)	19 (9.50)	2 (1.00)	3.39 (ปานกลาง)
6.2 สถานที่บริษัทมีความ ปลอดภัย	27 (13.50)	73 (36.50)	81 (40.50)	17 (8.50)	2 (1.00)	3.53 (มาก)
6.3 มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน	20 (10.00)	80 (40.00)	81 (40.50)	18 (9.00)	1 (0.50)	3.50 (มาก)
6.4 มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอ โปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการ ใช้งานให้ผู้ให้บริการ	50 (25.0)	56 (28.0)	73 (36.5)	20 (10.0)	1 (0.50)	3.67 (มาก)
6.5 มีพื้นที่จอดรถกว้าง เพียงพอ	20 (10.00)	32 (16.00)	94 (47.00)	51 (25.50)	3 (1.50)	3.08 (ปานกลาง)
6.6 การเดินทางมาติดต่อ บริษัท สะดวก ในการเดินทาง ทั้งรถส่วนตัวและรถ สาธารณะ	18 (9.00)	64 (32.00)	96 (48.00)	19 (9.50)	2 (1.50)	3.38 (ปานกลาง)
6.7 การแต่งกายของพนักงาน และบุคลิกของพนักงาน	19 (9.50)	61 (30.50)	97 (48.50)	21 (10.50)	2 (1.00)	3.37 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริษัทด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องสถานที่บริษัทมีความปลอดภัย มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่

ทันสมัย พร้อมใช้งาน และมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอโปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการใช้งานให้
ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านกระบวนการ
ให้บริการของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดดอกท่อม จำกัด

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.1 มีความสะดวก และ รวดเร็วในการติดต่อ เจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ	27 (13.50)	60 (30.00)	87 (43.50)	19 (9.50)	7 (3.50)	3.41 (ปานกลาง)
7.2 ผู้ให้บริการให้บริการ เป็นมาตรฐานเดียวกันกับ ทุกคน	28 (14.00)	72 (36.00)	74 (37.00)	19 (9.50)	7 (3.50)	3.47 (ปานกลาง)
7.3 ขั้นตอนการติดต่อ พนักงานให้บริการง่ายที่จะ ติดต่อ	26 (13.00)	104 (52.00)	48 (24.00)	15 (7.50)	7 (3.50)	3.63 (มาก)
7.4 ผู้ให้บริการมีการดูแลเอา ใจใส่ และให้คำปรึกษา ใน ระหว่างที่เป็นสมาชิก	56 (28.00)	59 (29.50)	61 (30.50)	17 (8.50)	7 (3.50)	3.70 (มาก)
7.5 ขั้นตอนการสมัคร สมาชิกไม่ยุ่งยาก	28 (14.00)	97 (48.50)	51 (25.50)	17 (8.50)	7 (3.50)	3.61 (มาก)
7.6 มีการปรับปรุงบริการ หลังการขายตลอด	24 (12.00)	29 (14.50)	116 (58.00)	19 (9.50)	12 (6.00)	3.17 (ปานกลาง)
7.7 มีการจัดระดับของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าในเว็บไซต์แต่ละ ราย	70 (35.00)	48 (24.00)	41 (20.50)	33 (16.50)	8 (4.00)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.53 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน และมีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
8.1 มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก	57 (28.50)	16 (8.00)	91 (45.50)	14 (7.00)	22 (11.00)	3.36 (ปานกลาง)
8.2 ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับอัปเดตข้อมูลของร้านค้า	72 (36.00)	17 (8.50)	75 (37.50)	28 (14.00)	8 (4.00)	3.59 (มาก)
8.3 ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อหมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลของลูกค้า	44 (22.00)	45 (22.50)	90 (45.00)	14 (7.00)	7 (3.50)	3.52 (มาก)
8.4 มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ	25 (12.50)	54 (27.00)	82 (41.00)	32 (16.00)	7 (3.50)	3.29 (ปานกลาง)
8.5 มีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark	64 (32.00)	39 (19.50)	70 (35.00)	20 (10.00)	7 (3.50)	3.67 (มาก)
8.6 มีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์	52 (26.00)	34 (17.00)	73 (36.50)	33 (16.50)	8 (4.00)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริษัทด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวอยู่ในระดับมาก และปานกลางเท่ากัน

โดยบริษัทย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับแอปพลิเคชันของร้านค้า ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลข โทรศัพท์ และอีเมลของลูกค้า มีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark ส่วนบริษัทย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ และมีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปของบริษัท ตลาดคอมพิวเตอร์ จำกัด

ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
9.1 มีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภท	38 (19.00)	53 (26.50)	68 (34.00)	34 (17.00)	7 (3.50)	3.41 (ปานกลาง)
9.2 ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อกับผู้ให้บริการได้หลายช่องทาง	30 (15.00)	46 (23.00)	78 (39.00)	18 (9.00)	28 (14.00)	3.16 (ปานกลาง)
9.3 ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ	17 (8.50)	62 (31.00)	75 (37.50)	15 (7.50)	31 (15.50)	3.10 (ปานกลาง)
9.4 ระบบมีการทักทายลูกค้าด้วยการระบุชื่อทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในระบบ	21 (10.50)	27 (13.50)	93 (46.50)	37 (18.50)	22 (11.00)	2.94 (ปานกลาง)
9.5 ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ใช้บริการ	80 (40.00)	42 (21.00)	55 (27.50)	15 (7.50)	8 (4.00)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.29 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริการให้บริการส่วนบุคคลโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการให้บริการส่วนบุคคลส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก

4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของส่วนประสมการตลาดบริการของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดดอกคอม จำกัด

จากการศึกษาระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอีโมลล์ของ บริษัท ตลาดดอกคอม จำกัด พบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 3.50 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ที่ 4.04 ดังนั้นจึงทำให้เกิดจุดตัดแกน $X = 3.50$ (ความพึงพอใจ) และจุดตัดแกน $Y = 4.04$ (ระดับความสำคัญ) และสร้างเป็น Quadrants ได้ดังตารางที่ 28 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.32 ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

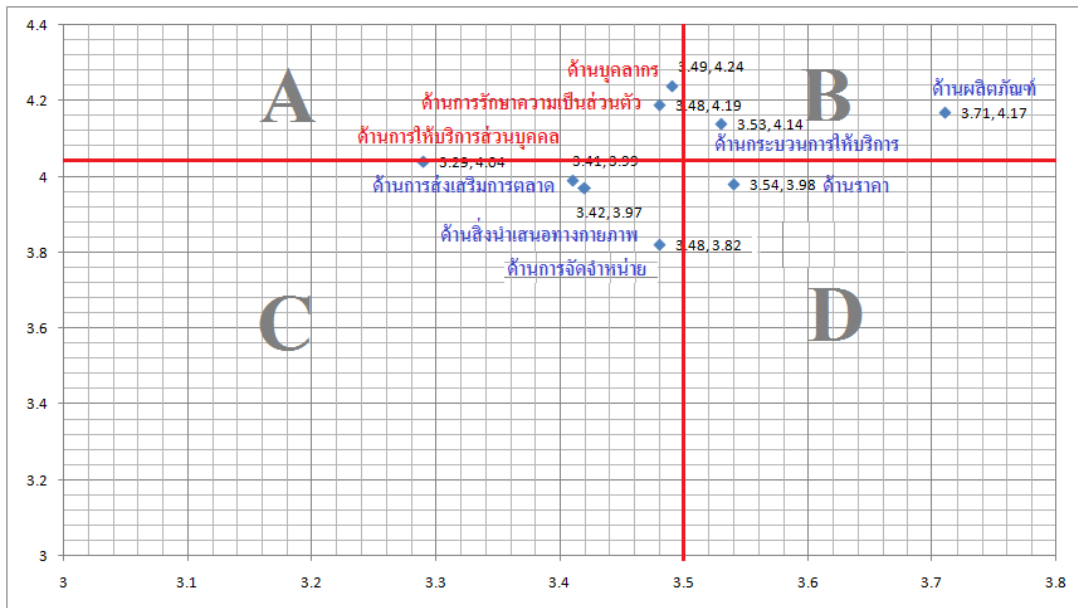
Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	4.04-5.00	1.00-3.50
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก	4.04-5.00	3.50-5.00
C	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้าผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน	1.00-4.04	1.00-3.50
D	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า	1.00-4.04	3.50-5.00

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUADRANTS
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.17	3.71	B
ด้านราคา (Price)	3.98	3.54	D
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	3.82	3.48	C
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.99	3.41	C
ด้านบุคลากร (People)	4.24	3.49	A
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.97	3.42	C
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.14	3.53	B
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)	4.19	3.48	A
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization)	4.04	3.29	A
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04	3.50	

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทำการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการตามจุดตัดแกน $X = 3.50$ (ความพึงพอใจ) และจุดตัดแกน $Y = 4.04$ (ระดับความสำคัญ) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ใน Quadrants B ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ อยู่ใน Quadrants C ด้านราคาอยู่ใน Quadrants D

ในขณะที่ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และด้านการให้บริการส่วนบุคคลอยู่ใน Quadrants A ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน



ภาพที่ 4.1 แสดงตำแหน่งจุดระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการของอีโมลส์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของอีโมดัลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.47	4.04	B	0.43
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	4.39	3.86	B	0.53
ผู้ให้บริการมีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย	4.28	3.67	B	0.61
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ	4.37	3.45	A	0.92
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ	4.20	3.33	A	0.87
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ประหยัดเวลา	4.52	3.72	B	0.80
ผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย	4.16	3.40	A	0.76
ผู้ให้บริการมีอบรมสอนการใช้งานทุกเมนู	4.08	3.72	B	0.36
ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย	3.94	3.16	C	0.78
ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.25	3.84	B	0.41
การคิดค่าขนส่งสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	3.77	3.40	C	0.37
การรองรับระบบเว็บคิกูเกิ้ลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.22	3.76	B	0.46
รองรับการชำระเงินออนไลน์	4.23	3.86	B	0.37
ผู้ใช้บริการสามารถปรับแต่งจัดรูปแบบเนื้อหาร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามความต้องการ	3.96	3.44	C	0.52
มีระบบสมาชิกสำหรับลูกค้าซื้อสินค้าออนไลน์	3.84	3.96	D	-0.12
มีระบบVIP เพื่อร้านค้าขึ้นชั้นตัวคน	3.89	3.93	D	-0.04
มีระบบรองรับทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.08	4.18	B	-0.10
มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่ เพื่อง่ายในการค้นหา	4.34	4.10	B	0.24

จากตารางที่ 4.34 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ และผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ระยะเวลา รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย ผู้ให้บริการมีประสบการณ์ 3 การรองรับระบบเว็บติดกุ๊กกึ่งของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป รองรับการชำระเงินออนไลน์ ผู้ให้บริการมีอบรมสอนการใช้งานทุกเมนู มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่เพื่อง่ายในการค้นหา และมีระบบรองรับทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านราคาของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านราคา	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
ราคาเหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งาน	3.95	3.46	C	0.49
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์รับจ้างเขียน	3.71	3.42	C	0.29
มีการให้ส่วนลด	4.07	3.60	B	0.47
ราคาสามารถต่อรองได้	3.89	3.18	C	0.71
รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง	4.21	3.91	B	0.30
ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย	4.14	3.70	B	0.44
แสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	4.19	3.95	B	0.24
ค่าใช้จ่ายในการขอคำปรึกษาหรือแก้ปัญหาในการใช้งานปัจจุบัน	3.67	3.10	C	0.57

จากตารางที่ 4.35 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาที่ต้องเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้น เนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีการให้ส่วนลด รองลงมาคือ ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง และแสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดดอกคอม จำกัด

ด้านการจัดจำหน่าย	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.97	3.61	D	0.36
สำนักงานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนศูนย์การค้า	3.71	3.31	C	0.40
การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	4.11	3.97	B	0.14
การสมัครสมาชิกผ่านทางโทรศัพท์/โทรสาร	3.52	3.33	C	0.19
การสมัครสมาชิกผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	3.75	3.20	C	0.55
ป้ายบริษัทชัดเจน	3.86	3.45	C	0.41

จากตารางที่ 4.36 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นได้แก่ การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ เนื่องจากอยู่ใน Quadrants B

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

การส่งเสริมการตลาด	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	3.62	3.36	C	0.26
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการให้บริการ	3.67	3.30	C	0.37
การบอกต่อจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.88	3.29	C	0.59
การบอกต่อจากเพื่อน/ญาติ/ คนรู้จัก/ ที่เคยใช้บริการ	3.83	3.18	C	0.65
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ	4.24	3.57	B	0.67
ผู้ให้บริการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter	4.29	3.60	B	0.69
ผู้ให้บริการมีการจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้สนใจ	4.04	3.52	B	0.52
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข่าวสารทางอีเมลไปยังผู้ใช้บริการ	4.05	3.47	A	0.58
ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี	4.20	3.24	A	0.96
ผู้ให้บริการมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.09	3.58	B	0.51
ให้ส่วนลดในครั้งต่อไป	3.95	3.05	C	0.90
ฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี	4.06	3.72	B	0.34

จากตารางที่ 4.37 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีการแจ้งข่าวสารทางอีเมลไปยังผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้น เนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ ผู้ให้บริการมีการจัด

สัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ ผู้ให้บริการมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป และฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านบุคลากรของอีโมดัลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านบุคลากร	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.09	3.36	A	0.73
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า	4.26	3.58	B	0.68
พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.34	3.68	B	0.66
พนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	4.19	3.57	B	0.62
พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.33	3.63	B	0.70
พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ	4.36	3.68	B	0.68
พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว	4.32	3.57	B	0.75
พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	4.18	3.11	A	1.07
พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆให้เหมาะสมกับลูกค้า	4.29	3.44	A	0.85
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.05	3.29	A	0.76

จากตารางที่ 4.38 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆให้เหมาะสมกับลูกค้า มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว ร่องลงมาคือ พนักงานมีอรรถาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป และพนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของอีโมลส์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
บริษัทมีสถานที่กว้างขวาง สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.74	3.39	C	0.35
สถานที่บริษัทมีความปลอดภัย	3.89	3.53	D	0.36
มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน	4.17	3.50	B	0.67
มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอโปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการใช้งานให้ผู้ให้บริการ	4.13	3.67	B	0.46
มีพื้นที่จอดรถกว้างเพียงพอ	3.98	3.08	C	0.90
การเดินทางมาติดต่อบริษัท สะดวก ในการเดินทาง ทั้งรถส่วนตัวและรถสาธารณะ	3.97	3.38	C	0.59
การแต่งกายของพนักงานและบุคลิกของพนักงาน	3.92	3.37	C	0.55

จากตารางที่ 4.39 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน ร่องลงมาคือ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอโปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการใช้งานให้ผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการของอีโมลด์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านกระบวนการให้บริการ	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ	4.09	3.41	A	0.68
ผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน	4.08	3.47	A	0.61
ขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อ	4.21	3.63	B	0.58
ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิก	4.15	3.70	B	0.45
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก	4.22	3.61	B	0.61
มีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด	4.10	3.17	A	0.93
มีการจัดระดับของลูกค้ำที่ซื้อสินค้าในเว็บไซต์แต่ละราย	4.10	3.69	B	0.41

จากตารางที่ 4.40 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด ร่องลงมาคือมีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้น เนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิก ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก และมีการจัดระดับของลูกค้ำที่ซื้อสินค้าในเว็บไซต์แต่ละราย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวของอีเมลล์ของบริษัท ตลาดคอมพิวเตอร์ จำกัด

ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก	4.23	3.36	A	0.87
ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับอ็อปเททข้อมูลของร้านค้า	4.11	3.59	B	0.52
ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลล์ของลูกค้า	4.33	3.52	B	0.81
มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ	4.22	3.29	A	0.93
มีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark	4.14	3.67	B	0.47
มีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์	4.08	3.44	A	0.64

จากตารางที่ 4.41 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก รองลงมาคือ มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบและมีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับอ็อปเททข้อมูลของร้านค้า ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลล์ของลูกค้า และมีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark ตามลำดับ

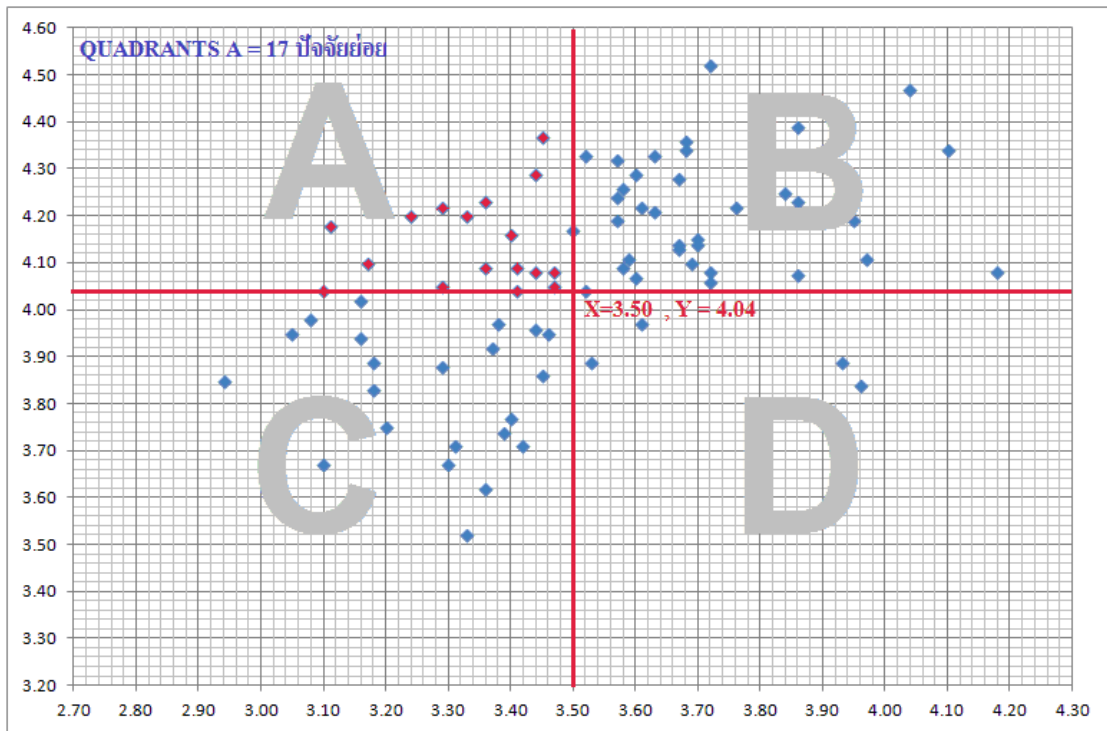
ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านการให้บริการส่วนบุคคลของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	การวิเคราะห์ IPA			
	ความสำคัญ I	ความพึงพอใจ S	QUAD RANTS	ผลต่าง I-S
มีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละแพ็คเกจ	4.04	3.41	A	0.63
ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อกับผู้ให้บริการได้หลายช่องทาง	4.02	3.16	C	0.86
ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงเมื่อต้องการความช่วยเหลือ	4.04	3.10	A	0.94
ระบบมีการทักทายลูกค้า ด้วยการระบุชื่อทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในระบบ	3.85	2.94	C	0.91
ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ	4.08	3.86	B	0.22

จากตารางที่ 4.42 จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละแพ็คเกจ และลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้น เนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 4.2 แสดงตำแหน่งจุดระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วน
 ประสมการตลาดบริการของอีมอลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำแนกตามแพ็คเกจ

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแพ็คเกจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แพ็คเกจของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แพ็คเกจเบสิก			แพ็คเกจบรอนซ์			แพ็คเกจซิลเวอร์			แพ็คเกจพรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance
บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.56	4.48	B	4.28	3.64	B	4.52	3.96	B	4.54	4.08	B
ผู้ให้บริการมีประสบการณ์	4.56	4.44	B	4.30	3.60	B	4.42	3.52	A	4.28	3.88	B
ผู้ให้บริการมีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย	4.66	3.96	A	4.04	3.48	D	4.40	3.78	B	4.00	3.48	B
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ	4.44	4.00	B	4.34	3.20	B	4.52	3.40	A	4.20	3.20	A
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ	4.50	3.90	A	4.30	2.92	A	4.20	3.40	A	4.00	3.12	A
ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ประหยัดเวลา	4.74	3.80	A	4.32	3.24	B	4.66	3.98	B	4.34	3.84	B
ผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย	4.40	3.98	B	4.28	3.00	A	4.16	3.28	C	3.80	3.34	D
ผู้ให้บริการมีอบรมสอนการใช้งานทุกเมนู	4.70	4.64	B	4.00	3.42	D	3.92	3.46	C	3.70	3.36	D
ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย	4.46	4.00	B	4.06	3.04	A	3.68	3.00	C	3.54	2.60	C
ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.52	4.00	B	4.08	3.40	B	4.34	4.24	B	4.04	3.72	B
การคิดค่าขนส่งสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.36	3.92	A	3.92	3.20	D	3.42	3.20	C	3.40	3.26	C

ตารางที่ 4.43 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟกเตอร์

ด้านผลิตภัณฑ์	แฟกเตอร์ของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟกเตอร์เบสิก			แฟกเตอร์บรอนซ์			แฟกเตอร์ซิลเวอร์			แฟกเตอร์พรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance
การรองรับระบบเว็บติดถูกเกลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.14	4.04	D	4.24	3.28	B	4.48	4.06	B	4.04	3.66	B
รองรับการชำระเงินออนไลน์	4.52	4.40	B	4.06	3.42	B	4.18	3.80	B	4.14	3.82	B
ผู้ใช้บริการสามารถปรับแต่งจัดรูปแบบเนื้อหาร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามความต้องการ	4.20	4.06	D	4.06	3.06	A	4.04	3.64	D	3.52	3.02	C
มีระบบสมาชิกสำหรับลูกค้าซื้อสินค้าออนไลน์	4.18	4.70	D	3.94	3.50	D	3.96	4.02	D	3.28	3.60	D
มีระบบVIP สำหรับร้านค้าขึ้นยืนตัวคน	4.20	4.64	D	4.06	3.54	B	3.88	3.86	D	3.42	3.68	D
มีระบบรองรับทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.20	4.64	D	4.30	3.70	B	4.26	4.36	B	3.56	4.02	D
มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่เพื่อ่ง่ายในการค้นหา	4.24	4.76	D	4.40	3.64	B	4.60	4.26	B	4.14	3.76	B

จากตารางที่ 4.43 จากการศึกษาพบว่าแฟกเตอร์เบสิก สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีแฟกเตอร์ให้เลือกหลากหลาย ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ และการคิดค่าขนส่งสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ ผู้ให้บริการมีคู่มือสอน

การใช้งานที่เข้าใจง่าย ผู้ให้บริการมีประสบการณ์ รองรับการชำระเงินออนไลน์ บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และ ผู้ให้บริการมีอบรมสอนการใช้งานทุกเมนู ตามลำดับ

แฟ้มเกจบรอนซ์พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ รองลงมาคือผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย ผู้ให้บริการมีบริการหลังการขาย และ ผู้ใช้บริการสามารถปรับแต่งจัดรูปแบบเนื้อหาร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามความต้องการ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ประหยัดเวลา การรองรับระบบเว็บติดดูเกิ้ลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่เพื่อง่ายในการค้นหา ผู้ให้บริการมีประสบการณ์ ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก รองรับการชำระเงินออนไลน์ มีระบบรองรับทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีระบบVIP เพื่อร้านค้ายืนยันตัวตนตามลำดับ

แฟ้มเกจซิลเวอร์ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีประสบการณ์ และร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีแฟ้มเกจให้เลือกหลากหลาย บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การรองรับระบบเว็บติดดูเกิ้ลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป รองรับการชำระเงินออนไลน์ มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่เพื่อง่ายในการค้นหา ระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป และมีระบบรองรับทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ

แฟ้มเกจพรีเมียมมอลด์ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ผู้ให้บริการมีแฟ้มเกจให้เลือกหลากหลาย รองลงมาคือ ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปใช้งานง่าย ประหยัดเวลา บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ผู้ให้บริการมีประสบการณ์ การรองรับระบบเว็บติดดูเกิ้ลของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป มีการแยกประเภทสินค้าของแต่ละร้านค้าตามหมวดหมู่เพื่อง่ายในการค้นหา

รองรับการชำระเงินออนไลน์ และระบบรายการตระกร้าสินค้าของร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแพ็คเกจ

ปัจจัยด้านราคา	แพ็คเกจของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แพ็คเกจเบสิก			แพ็คเกจบรอนซ์			แพ็คเกจซิลเวอร์			แพ็คเกจพรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance
ราคาเหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งาน	4.24	4.30	D	4.08	2.86	A	3.90	3.42	C	3.60	3.26	C
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์รับจ้างเขียน	4.26	4.20	B	3.90	2.84	C	3.48	3.40	C	3.18	3.24	C
มีการให้ส่วนลด	4.18	4.18	D	4.14	2.92	A	4.26	3.78	B	3.70	3.52	D
ราคาสามารถต่อรองได้	4.22	3.44	C	3.82	2.42	C	3.90	3.54	C	3.62	3.32	D
รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง	4.36	4.24	B	4.00	3.32	D	4.34	4.24	B	4.14	3.84	B
ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย	4.08	3.80	C	4.08	3.06	A	4.36	4.14	B	4.04	3.82	B
แสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	4.06	4.28	D	4.28	3.26	B	4.32	4.12	B	4.10	4.12	B
ค่าใช้จ่ายในการขอคำปรึกษาหรือแก้ปัญหาในการใช้งานปัจจุบัน	4.20	3.66	C	3.82	2.74	C	3.46	3.24	C	3.18	2.78	C

จากตารางที่ 4.44 จากการศึกษาพบว่าแพ็คเกจเบสิก สำหรับปัจจัยด้านราคา ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์รับจ้างเขียน ตามลำดับ

แพ็คเกจบронซ์ สำหรับปัจจัยด้านราคา ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับฟังก์ชันการใช้งาน รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลด และราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ แสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ

แพ็คเกจซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านราคา ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีการให้ส่วนลด รองลงมาคือ ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย แสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ และรูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง ตามลำดับ

แพ็คเกจพรีเมียมมอลด์ สำหรับปัจจัยด้านราคา ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ รูปแบบการชำระค่าสมาชิกร้านค้าออนไลน์หลากหลายช่องทาง รองลงมาคือ ราคาแพ็คเกจมีให้เลือกหลากหลาย และแสดงราคาแพ็คเกจไว้อย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของอิมอลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟกเกจ

ด้านการจัดจำหน่าย	แฟกเกจของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟกเกจเบสิก			แฟกเกจบรอนซ์			แฟกเกจซิลเวอร์			แฟกเกจพรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance
สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.98	3.74	C	4.08	3.10	A	4.24	3.94	B	3.58	3.66	D
สำนักงานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนศูนย์การค้า	4.00	3.58	C	3.82	3.32	D	3.52	3.02	C	3.50	3.32	D
การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ	4.10	4.22	D	3.94	3.30	D	4.32	4.08	B	4.08	4.26	B
การสมัครสมาชิกผ่านทางโทรศัพท์/โทรสาร	3.68	3.68	C	3.60	3.24	D	3.48	3.20	C	3.32	3.22	C
การสมัครสมาชิกผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	4.14	3.66	C	3.64	3.14	C	3.54	2.76	C	3.66	3.22	C
ป้ายบริษัทชัดเจน	4.04	3.84	C	4.08	3.32	B	3.70	3.28	C	3.62	3.36	D

จากตารางที่ 4.45 จากการศึกษาพบว่าแฟกเกจเบสิก สำหรับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายไม่มีปัจจัยย่อยใดอยู่ใน Quadrants A และ B เลยดังนั้นทางบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด อาจทำการพัฒนาปัจจัยที่อยู่ใน Quadrants C ได้แก่ การสมัครสมาชิกผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ สำนักงานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนศูนย์การค้า สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และป้ายบริษัทชัดเจน

แฟกเกจบรอนซ์ สำหรับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ป้ายบริษัทชัดเจน

แฟกเกจซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ สำนักงานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางรองลงมาคือ การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

แฟ้มเพจฟรีเมียมมอลล์ สำหรับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ การสมัครสมาชิกผ่านหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของอีโมดัลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟ้มเพจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	แฟ้มเพจของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟ้มเพจเบสิก			แฟ้มเพจบรอนซ์			แฟ้มเพจซิลเวอร์			แฟ้มเพจพรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance
มีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	4.04	3.92	C	4.04	3.22	D	3.16	3.28	C	3.24	3.04	C
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการให้บริการ	3.90	3.88	C	3.94	3.20	D	3.56	3.26	C	3.26	2.84	C
การบอกต่อจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	4.24	3.88	C	3.88	3.08	C	3.72	3.26	C	3.66	2.96	C
การบอกต่อจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/ที่เคยใช้บริการ	4.12	3.86	C	4.00	3.10	C	3.64	3.06	C	3.56	2.72	C
ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ	4.08	4.00	D	4.16	3.44	B	4.42	3.56	A	4.30	3.28	B
ผู้ให้บริการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter	4.18	4.00	D	4.30	3.44	B	4.50	3.56	A	4.18	3.40	B
ผู้ให้บริการมีการจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ	4.04	3.96	C	4.06	3.34	B	4.00	3.52	C	4.06	3.26	A
ผู้ให้บริการมีการแจ้งข่าวสารทางอีเมลไปยังผู้ให้บริการ	4.08	4.06	D	4.10	3.32	B	4.14	3.46	C	3.88	3.04	A
ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี	4.06	3.74	C	4.20	3.22	B	4.40	2.96	A	4.14	3.04	A

ตารางที่ 4.46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟกเตอร์

ด้านการส่งเสริมการตลาด	แฟกเตอร์ของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟกเตอร์เบสิก			แฟกเตอร์บรอนซ์			แฟกเตอร์ซิลเวอร์			แฟกเตอร์พรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance
ผู้ให้บริการมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.14	4.38	D	4.04	3.40	D	4.26	3.32	A	3.92	3.20	A
ให้ส่วนลดในครั้งต่อไป	3.66	3.22	C	4.02	2.94	C	4.34	3.08	A	3.78	2.96	C
ฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี	4.06	4.38	D	4.06	3.26	B	4.36	3.86	B	3.78	3.38	D

จากตารางที่ 4.46 จากการศึกษาพบว่าแฟกเตอร์เบสิก สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีปัจจัยย่อยใดอยู่ใน Quadrants A และ B เลยดังนั้นทางบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด อาจทำการพัฒนาปัจจัยที่อยู่ใน Quadrants C ได้แก่ ให้ส่วนลดในครั้งต่อไป รองลงมาคือ การบอกต่อจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี การบอกต่อจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/ที่เคยใช้บริการ มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ผู้ให้บริการมีการจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการให้บริการ ตามลำดับ

แฟกเตอร์บรอนซ์ สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter ฟรีค่าจดโดเมนเนม 1 ปี ผู้ให้บริการมีการแจ้งข่าวสารทางอีเมลไปยังผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีการจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ และผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ ตามลำดับ

แฟกเตอร์ซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี รองลงมาคือให้ส่วนลดในครั้งต่อไป ผู้ให้บริการมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ผู้ให้บริการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter และผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ปรึกษาคาดโดเมนเนม 1 ปี เนื่องจากอยู่ใน

แพ็คเกจพรีเมียมมอลด์ สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ผู้ให้บริการมีร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีการแจ้งข่าวสารทางอีเมลไปยังผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีการจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ และผู้ให้บริการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ทางด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ผู้ให้บริการมีเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อนำเสนอข้อมูลการให้บริการ รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีโฆษณาตามสื่อออนไลน์ทาง facebook/twitter ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของอีโมลด์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟกเตอร์

ด้านบุคลากร	แฟกเตอร์ของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟกเตอร์เบสิค			แฟกเตอร์บรอนซ์			แฟกเตอร์ซิลเวอร์			แฟกเตอร์พรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.22	3.78	C	4.32	3.18	A	3.98	3.40	C	3.82	3.10	A
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า	4.44	4.00	B	4.08	3.14	A	4.42	3.86	B	4.10	3.34	B
พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป	4.42	4.42	B	4.16	3.32	B	4.52	3.62	B	4.26	3.38	B
พนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	4.46	4.04	B	4.04	3.20	D	4.32	3.72	B	3.94	3.32	B
พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.70	3.96	A	4.12	3.26	B	4.18	3.80	B	4.30	3.52	B
พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ	4.42	3.98	B	4.16	3.36	B	4.50	3.82	B	4.36	3.56	B
พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว	4.42	3.96	A	4.04	3.18	C	4.54	3.74	B	4.26	3.40	B
พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	4.46	3.48	A	3.96	2.84	C	4.38	3.24	A	3.92	2.88	A
พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแฟกเตอร์ต่างๆให้เหมาะสมกับลูกค้า	4.46	3.96	A	4.06	3.12	A	4.50	3.46	A	4.12	3.22	A
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.16	4.04	D	4.14	2.94	A	4.20	3.26	A	3.70	2.92	C

จากตารางที่ 4.47 จากการศึกษาพบว่าแฟกเตอร์เบสิค สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแฟกเตอร์ต่างๆให้เหมาะสมกับลูกค้า และพนักงานทำงานด้วยความรวดเร็วตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ พนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ และพนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ตามลำดับ

แฟ้มเกจบรอนซ์ สำหรับปัจจัยด้านบุคลากร ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการรองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า และพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแฟ้มเกจต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้า ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส รองลงมาคือ พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป และพนักงานบริการด้วยความเต็มใจ ตามลำดับ

แฟ้มเกจซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านบุคลากร ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแฟ้มเกจต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้า และมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป รองลงมาคือ พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ พนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า และพนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส ตามลำดับ

แฟ้มเกจพรีเมียมมอลด์ สำหรับปัจจัยด้านบุคลากร ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแฟ้มเกจต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้า และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ พนักงานสามารถอธิบายวิธีการใช้งานร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป รองลงมาคือ พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็ว พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส พนักงานสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า และพนักงานสามารถนำเสนอรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดดอกท่อม จำกัด จำแนกตามแฟ้มเกจ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	แฟ้มเกจของบริษัทตลาดดอกท่อมสาขาเชียงใหม่											
	แฟ้มเกจ เบสิก			แฟ้มเกจ บรอนซ์			แฟ้มเกจ ซิลเวอร์			แฟ้มเกจ พรีเมียมมอลล์		
	ความ สำคัญ	พึง พอใจ	Quad rance	ความ สำคัญ	พึง พอใจ	Quad rance	ความ สำคัญ	พึง พอใจ	Quad rance	ความ สำคัญ	พึง พอใจ	Quad rance
บริษัทมีสถานที่กว้างขวาง สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.14	3.84	C	3.66	2.94	C	3.82	3.50	C	3.32	3.28	D
สถานที่บริษัทมีความปลอดภัย	4.16	3.64	C	3.80	3.22	D	3.94	3.66	D	3.66	3.60	D
มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้ งาน	4.40	3.68	A	4.06	3.24	B	4.32	3.60	A	3.88	3.48	B
มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอ โปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการใช้ งานให้ผู้ให้บริการ	4.46	4.40	B	3.98	3.34	D	4.18	3.44	A	3.88	3.50	B
มีพื้นที่จอดรถกว้างเพียงพอ	4.44	2.92	A	3.88	2.78	C	4.00	3.40	C	3.58	3.20	C
การเดินทางมาติดต่อบริษัท สะดวก ในการเดินทาง ทั้งรถ ส่วนตัวและรถสาธารณะ	4.42	3.92	A	3.88	2.94	C	4.12	3.46	C	3.48	3.18	C
การแต่งกายของพนักงานและ บุคลิกของพนักงาน	4.08	3.64	C	3.86	3.06	C	4.02	3.64	D	3.70	3.14	C

จากตารางที่ 4.48 จากการศึกษาพบว่าแฟ้มเกจเบสิก สำหรับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีพื้นที่จอดรถกว้างเพียงพอ รองลงมาคือมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน และการเดินทางมาติดต่อบริษัท สะดวก ในการเดินทาง ทั้งรถส่วนตัวและรถสาธารณะ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอโปรเจกเตอร์สำหรับอบรมการใช้งานให้ผู้ให้บริการ

แฟ้มเก็บรอนซ์ สำหรับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน

แฟ้มเก็บซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอโปรเจคเตอร์สำหรับอบรมการใช้งานให้ผู้ให้บริการ รองลงมาคือ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน ตามลำดับ

แฟ้มเก็บพรีเมียมมอลด์ สำหรับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน รองลงมาคือ มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จอโปรเจคเตอร์สำหรับอบรมการใช้งานให้ผู้ให้บริการ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของอิมอลล์ของบริษัท ตลาดดอกท่อม จำกัด จำแนกตามแฟกเกจ

ด้านกระบวนการให้บริการ	แฟกเกจของบริษัทตลาดดอกท่อมสาขาเชียงใหม่											
	แฟกเกจเบสิก			แฟกเกจบรอนซ์			แฟกเกจซิลเวอร์			แฟกเกจพรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quad rance
มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ	4.16	3.82	C	4.18	3.14	A	4.40	3.76	B	3.62	2.90	C
ผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน	4.16	3.82	C	4.18	3.18	A	4.38	3.90	B	3.58	3.00	C
ขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อ	4.36	4.02	B	4.12	3.38	B	4.40	3.76	B	3.94	3.38	B
ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิก	4.40	4.46	B	4.08	3.36	B	4.30	3.80	B	3.82	3.18	A
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก	4.38	4.02	B	4.12	3.32	B	4.46	3.70	B	3.94	3.40	B
มีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด	4.24	3.42	C	4.14	2.86	A	4.28	3.34	A	3.74	3.06	C
มีการจัดระดับของลูกค้ำที่ซื้อสินค้าในเว็บไซต์แต่ละราย	4.20	4.26	D	4.02	3.32	D	4.40	4.04	B	3.80	3.16	C

จากตารางที่ 4.49 จากการศึกษาพบว่าแฟกเกจเบสิก สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิก และขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อ ตามลำดับ

แฟกเกจบรอนซ์สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ผู้ให้บริการ และมีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด รองลงมาคือ มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคนตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา และในระหว่างที่เป็นสมาชิกขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อ ตามลำดับ

แฟ็กเกจซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือมีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่ และผู้ให้บริการขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิกผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน และมีการจัดระดับของลูกค้ำที่ซื้อสินค้าในเว็บไซต์แต่ละราย ตามลำดับ

แฟ็กเกจพรีเมียมมอลด์ สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษา ในระหว่างที่เป็นสมาชิก

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ขั้นตอนการติดต่อพนักงานให้บริการง่ายที่จะติดต่อ รองลงมาคือ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวของอีเมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟ้มเอกสาร

ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	แฟ้มเอกสารของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟ้มเอกสารเบสิก			แฟ้มเอกสารบรอนซ์			แฟ้มเอกสารซิลเวอร์			แฟ้มเอกสารพรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance
มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก	4.24	4.24	D	4.04	3.24	D	4.50	3.12	A	4.12	2.84	A
ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับวัตถุประสงค์ของร้านค้า	4.14	4.30	D	4.04	3.20	D	4.42	3.96	B	3.84	2.88	A
ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลล์ของลูกค้า	4.18	3.80	C	4.28	3.10	A	4.66	4.10	B	4.22	3.10	A
มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ	4.16	3.74	C	4.16	3.00	A	4.58	3.62	B	3.98	2.80	A
มีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark	4.22	4.18	D	3.98	3.42	D	4.42	3.84	B	3.96	3.22	A
มีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์	4.18	4.16	D	3.94	3.24	D	4.42	3.56	A	3.80	2.82	C

จากตารางที่ 4.50 จากการศึกษาพบว่าแฟ้มเอกสารเบสิก ไม่มีปัจจัยย่อยใดที่ควรปรับปรุงแก้ไข

แฟ้มเอกสารบรอนซ์สำหรับปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ รองลงมาคือไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลล์ของลูกค้า ตามลำดับ

แฟ้มเอกสารซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก รองลงมาคือมีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์ ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ รองลงมาคือ มีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลข โทรศัพท์ และอีเมลของลูกค้า และใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับวัตถุประสงค์ของร้านค้า ตามลำดับ

แพ็คเกจพรีเมียมมอลล์ สำหรับปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก รองลงมาคือ มีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลข โทรศัพท์ และอีเมลของลูกค้า ใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัสข้อมูลระบบสำหรับวัตถุประสงค์ของร้านค้า และมีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น TRUSTe, VeriSign, TrustMark ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลของอีโมลล์ของบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด จำแนกตามแฟกเตอร์

ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	แฟกเตอร์ของบริษัทตลาดคอตคอมสาขาเชียงใหม่											
	แฟกเตอร์เบสิก			แฟกเตอร์บรอนซ์			แฟกเตอร์ซิลเวอร์			แฟกเตอร์พรีเมียมมอลล์		
	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance	ความสำคัญ	พึงพอใจ	Quadrance
มีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละแฟกเตอร์	4.22	3.70	C	3.90	3.04	C	4.34	3.92	B	3.72	2.96	C
ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อกับผู้ให้บริการได้หลายช่องทาง	4.40	3.52	A	3.90	3.06	C	4.32	3.60	A	3.44	2.46	C
ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ	4.48	3.58	A	4.10	2.92	A	4.30	3.30	A	3.28	2.58	C
ระบบมีการทักทายลูกค้าด้วยการระบุชื่อทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในระบบ	3.58	3.26	C	3.78	2.94	C	4.34	3.12	A	3.70	2.44	C
ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ	4.20	4.22	D	4.22	3.38	B	4.56	4.30	B	4.10	3.52	B

จากตารางที่ 4.51 จากการศึกษาพบว่าแฟกเตอร์เบสิก สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ รองลงมาคือ ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อกับผู้ให้บริการได้หลายช่องทาง ตามลำดับ

แฟกเตอร์บรอนซ์ สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ

แฟกเตอร์ซิลเวอร์ สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ได้แก่ ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อกับผู้ให้บริการได้

หลายช่องทาง รองลงมาคือ ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ และระบบมีการทักทายลูกค้า ด้วยการระบุชื่อทุกครั้ง que ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในระบบตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ มีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละแพ็คเกจ และชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

แพ็คเกจพรีเมียมมอลล์สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล ที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นเนื่องจากอยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อของผู้ให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved