

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
ตามลักษณะคุณภาพการบริการของ ไอเดีย พลัส คอท เน็ต

ผู้เขียน นายอนวัช กองมงคล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัฐ เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ตามลักษณะคุณภาพการบริการของ ไอเดีย พลัส คอท เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ตามลักษณะคุณภาพการบริการของไอเดีย พลัส คอท เน็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าทั้งหมดของไอเดีย พลัส คอท เน็ต จำนวน 143 ราย ทำการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งเป็นองค์การ/กิจการเป็นหน่วยงานเอกชน มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นภาคบริการ มีตำแหน่งงานเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีระยะเวลาการจัดตั้งกิจการ/องค์กรอยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ในแต่ละปัจจัยหลัก ปรากฏผลดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของ Package การให้บริการ รองลงมาคือสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถปรับ เพิ่ม-ลด คุณสมบัติการใช้งาน

ภายหลังจากการสมัครใช้บริการได้ เช่น การเพิ่ม-ลด พื้นที่ในการเก็บข้อมูล และ ปริมาณการรับส่งข้อมูล เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาต่อพื้นที่ที่เช่าทำเว็บไซต์ รองลงมาคือไม่มีค่าธรรมเนียมในการติดตั้งระบบ และราคามีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การสมัครใช้บริการผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการเว็บโฮสติ้ง รองลงมาคือการรับสมัครทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อีเมล และการรับสมัครทางโทรศัพท์/โทรสาร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ฟรีค่าจดทะเบียนโดเมนเนม 1 ปี รองลงมาคือให้ส่วนลดในการใช้บริการครั้งถัดไป และเพิ่มพื้นที่การใช้งานจากปกติ เช่น พื้นที่ให้บริการ 100 Mb เพิ่มเป็น 120 Mb เป็นต้น

ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ได้แก่ ไม่เผยแพร่ข้อมูลรายชื่อ หมายเลขบัตรเครดิตที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลของลูกค้า รองลงมาคือมีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก และไม่ส่งเอกสาร ข่าวสาร ไปยังอีเมลของลูกค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต

ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือลูกค้าสามารถเลือกช่องทางในการติดต่อกับผู้ให้บริการได้หลายช่องทาง และการให้บริการผ่านเว็บไซต์สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละองค์กรหรือรายบุคคลได้

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Electronic Marketing Mix
Factors Based on the Quality of Services by Idea Plus Dot Net

Author Mr. Anawat Kongmongkol

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Piyaphan Klunklin Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study electronic marketing mix factors affecting customer satisfaction based on quality of services by Idea Plus Dot Net. The data was collected from questionnaire distributed to 143 Idea Plus Dot Net customers and then analyzed by using descriptive analysis namely frequency, percentage and mean.

It was found from the study that most questionnaire respondents were private organizations. Most were service businesses. Most held positions related to information technology. Most had been in business for 1-5 years.

The electronic marketing mix factors which the respondents were satisfied with at the high level were in the following order: privacy, price, and product. The electronic marketing mix factors which the respondents were satisfied with at the medium level were in the following order: promotion, personalization and place.

The first 3 important sub-factors that affected customer satisfaction in each category were as follows. For product, the first 3 important sub-factors were variety of service packages, fast access to the website, and working space could be conveniently expanded or cut down after registering to use the web site.

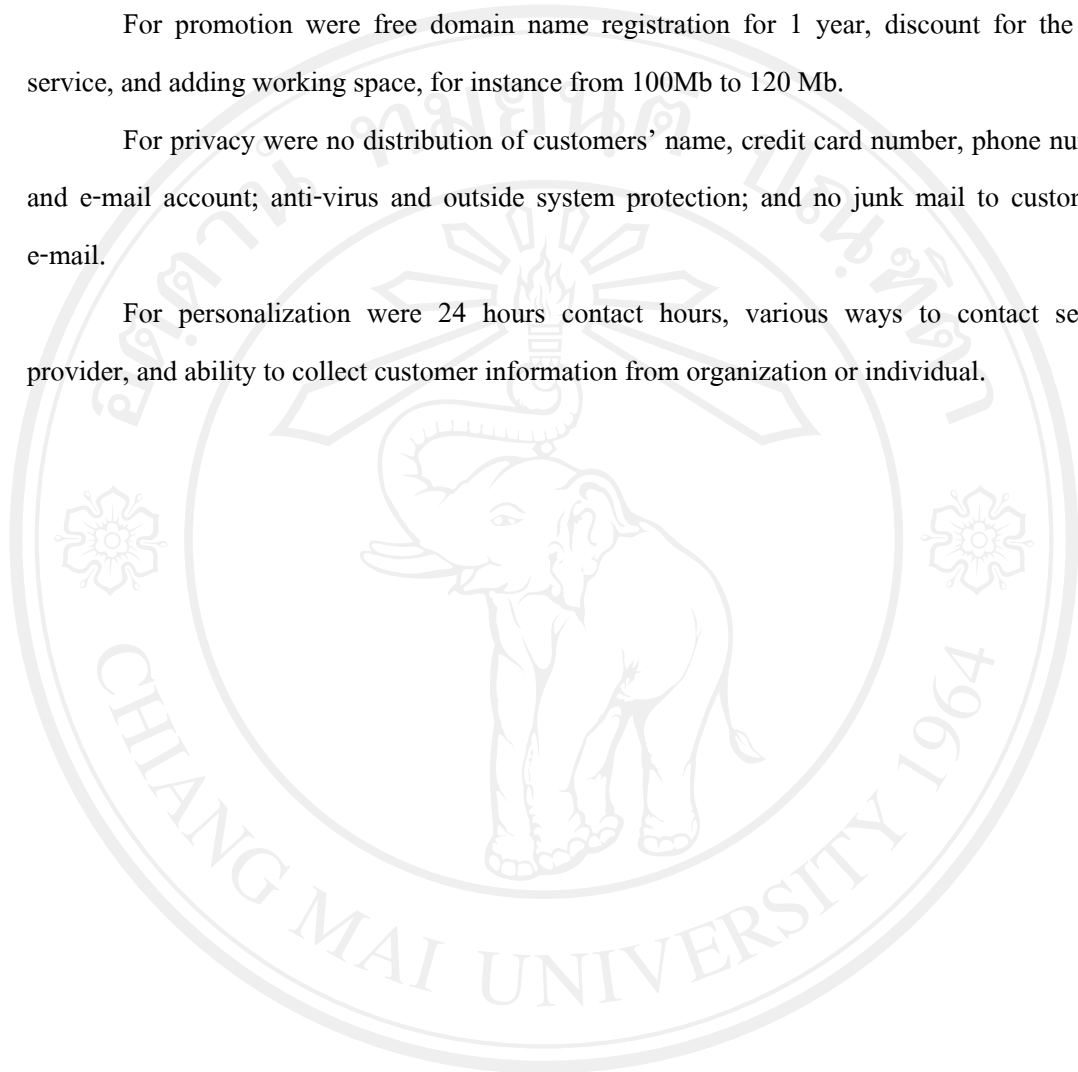
For price were price per unit of web space, no registering fee for setting up the system, and fair price.

For place where application could be done through the web, application via e-mail, and application via phone or fax.

For promotion were free domain name registration for 1 year, discount for the next service, and adding working space, for instance from 100Mb to 120 Mb.

For privacy were no distribution of customers' name, credit card number, phone number and e-mail account; anti-virus and outside system protection; and no junk mail to customers' e-mail.

For personalization were 24 hours contact hours, various ways to contact service provider, and ability to collect customer information from organization or individual.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved