

อสังหาริมทรัพย์ในเชียงใหม่ รองลงมาคือ ข้อมูลปลีกย่อยของอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ในการค้นหา และคัดกรอง

ผลการประเมินด้านชุมชนออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนประเมินผลการใช้งานในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย ระบบเว็บบอร์ด และระบบแสดงความคิดเห็นต่อประกาศซื้อขาย

ผลการประเมินด้านการติดต่อสื่อสาร ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนประเมินผลการใช้งานในเรื่องของจำนวนช่องทางการติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์ ในระดับดี

ผลการประเมินด้านการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนประเมินผลการใช้งานในเรื่องของเนื้อหาของเว็บไซต์ที่สามารถค้นหาผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาข้อมูล เช่น Google ในระดับดี

ผลการประเมินด้านการพาณิชย์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนประเมินผลการใช้งานในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย การจัดวางพื้นที่โฆษณาและจำนวนพื้นที่โฆษณา รูปแบบของโฆษณา และเนื้อหาของโฆษณา

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นๆ มากเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา อันดับสาม คือ ด้านชุมชนออนไลน์ อันดับสี่ คือ ด้านบริบท โดยอันดับที่ 1-4 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ในขณะที่อันดับที่ 5-7 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสำคัญปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพาณิชย์ และด้านการบริการเป็นรายบุคคล ตามลำดับ

Independent Study Title	Website Evaluation of Homeschiangmai.com
Author	Mr. Ukrit Nantachaipan
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Nittaya Jariangprasert

ABSTRACT

The objective of this independent study is to evaluate homechiangmai.com website, and the results will be used as a guideline for improving the website in order to increase a competitiveness and create a sustainable growth. Questionnaires were used as research instruments to collect data, and they were distributed to 300 homechiangmai.com website users by using convenience sampling. The data were statistically analyzed by using frequency, percentage and mean.

The study revealed that most of the respondents evaluated the performance of homechiangmai.com website according to the success factors of e-commerce website at a good level. The highest score were (1) the Connection, (2) Content, (3) Communication, (4) Context, (5) Commerce, and (6) Community, which was ranked at the lowest mean score of 3.46, respectively. For the customization, homechiangmai.com has not involved with this factor yet.

For the Context of the website, the respondents evaluated at a good level. The sub-elements with the highest mean score were the design focusing on the simplicity, which helped the users to read the content easily. The second was the user's friendliness, which the users needed not to read the instructions, and the overall website layout, respectively.

For the Content, the respondents evaluated at a good level. The sub-elements with the highest mean score were the real estate category and the adequate amount of buy-sell posts that attract customers to buy or rent the real estates in Chiang Mai. The second was the property details used for searching and filtering, respectively.

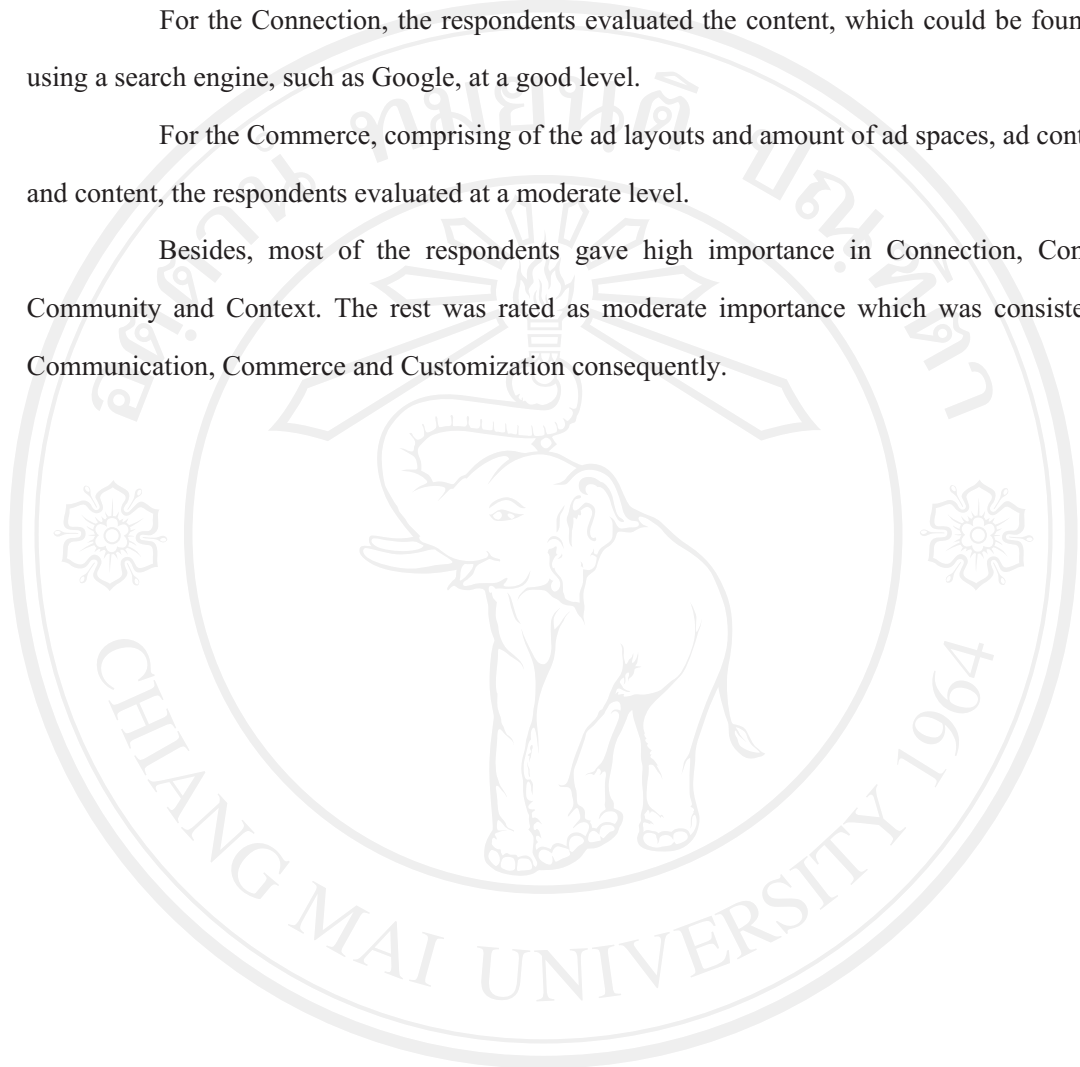
For the Community, comprising of the web board and comment systems, the respondents evaluated at a moderate level.

For the Communication, the respondents evaluated at a good level in terms of the communication channel with webmaster.

For the Connection, the respondents evaluated the content, which could be found by using a search engine, such as Google, at a good level.

For the Commerce, comprising of the ad layouts and amount of ad spaces, ad context and content, the respondents evaluated at a moderate level.

Besides, most of the respondents gave high importance in Connection, Content, Community and Context. The rest was rated as moderate importance which was consisted of Communication, Commerce and Customization consequently.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved