

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วน
 ประสมการตลาดบริการของอีโมลของบริษัทตลาดคอตคอมจำกัด

ผู้เขียน นางสาวกนกพร คำหมื่นของ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. วรวิทย์ วิณิช

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบการใน
จังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอีโมลของบริษัทตลาดคอตคอมจำกัด

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับ
ปริญญาตรี มีจุดประสงค์การเปิดร้านออนไลน์เป็นอาชีพเสริม มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มียอดขายไม่เกิน
10,000 บาท และ 100,001 บาทขึ้นไป ธุรกิจประเภทไลฟ์สไตล์ อายุสมาชิก 2 ปี ไม่ได้จดทะเบียน
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการร้านค้าออนไลน์เพื่อเสริมช่องทางการจัด
จำหน่ายให้กับหน้าร้านหลัก มีร้านค้าออนไลน์ทั้งหมดจำนวน 1 ร้าน มีร้านค้าออนไลน์
นอกเหนือจากเว็บตลาดคอตคอม คือ www.facebook.com

เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้วยเทคนิค IPA พบว่าปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ใน Quadrants B ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ อยู่ใน Quadrants C ด้านราคาอยู่ใน Quadrants D
ในขณะที่ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และด้านการให้บริการส่วนบุคคลอยู่ใน
Quadrants A ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการ
ตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นบริษัท ตลาดคอตคอม จำกัด ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนและเมื่อทำ
การวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้อยู่ใน Quadrants A ทั้งสิ้น

ด้านร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูปมีฟังก์ชันใช้งานตรงตามความต้องการ ด้านร้านค้า
ออนไลน์สำเร็จรูปสามารถยืดหยุ่น ปรับแต่งตามความต้องการ ด้านผู้ให้บริการมีคู่มือสอนการใช้งาน
ที่เข้าใจง่าย ด้านผู้ให้บริการมีการแจ้งข่าวสารทางอีเมลไปยังผู้ใช้บริการ ด้านผู้ให้บริการมีร้านค้า
ออนไลน์สำเร็จรูปตัวอย่างให้ทดลองใช้ฟรี ด้านพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ

ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป ด้านพนักงานสามารถให้บริการได้ถูกต้องแม่นยำ ด้านพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกใช้งานแพ็คเกจต่างๆให้เหมาะสมกับลูกค้า ด้านมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ด้านมีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการ ด้านผู้ให้บริการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับทุกคน ด้านมีการปรับปรุงบริการหลังการขายตลอด ด้านมีระบบรักษาความปลอดภัยจากไวรัสและการโจมตีระบบจากภายนอก ด้านมีการแจ้งนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวให้ลูกค้าทราบ ด้านมีการเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าแต่ละเว็บไซต์ ด้านมีฟังก์ชันและเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละแพ็คเกจ และด้านลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อต้องการความช่วยเหลือ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Satisfaction of Entrepreneurs in Chiang Mai Province Towards
Services Marketing Mix of E-Mall of Tarad Dot Com Company
Limited

Author Miss Kanokporn Khammuenyong

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Lecturer Dr. Warat Winit

ABSTRACT

This independent study aimed at investigating satisfaction of entrepreneurs in Chiang Mai province towards Services Marketing Mix of E-Mall of Tarad Dot Com Company Limited.

The findings revealed that respondents were female in the age of 31-40 years old with Bachelor's degree and launched online shop as their part-time job. They were business owner/entrepreneur, of which the amounts of circulation were found at lesser than 10,000 THB and over than 100,001 THB. Their business was classified in the lifestyle category. Their membership had been activated for 2 years and their shop had not been registered for the electronic commercial registration. The objective of attaching their shop to the online shopping website was to expand its distribution channel. They had launched only one online shop. Beyond promoting their shop through www.tarad.com, they had done it on www.facebook.com.

Based upon the IPA analysis on service marketing mix, the results presented that the factors of product and service process were classified in Quadrant B, the factors of place, promotion and physical evidence were classified in Quadrant C and the factor of price was classified in Quadrant D. In the meanwhile, the people factor, especially for privacy and individual service aspects, was classified in Quadrant A – denoting the service attributes that were important to customers; but did not respond to them adequately. Consequently, Tarad Dot Com Company

Limited needed to urgently perform improvement to this factor. Hereafter were shown the elements being classified in Quadrant A.

In an aspect of ready online shopping website, the elements included having practical website functions as needed and being flexible to any adjustment according to customer need. In an aspect service provider, the elements included having understandable manual, circulating news to users via email message, and offering free-trial of ready online shopping webpage. In an aspect of people, the elements included having skillful staff to provide the online shopping service, being offered accurate services by its staff, being suggested for the selection of right package from its staff and having sufficient numbers of staff to serve customers. The elements also included the convenience and rapidness in making contact to officer and service provider, the single standard service being offered to all customers, the improvement of after-sales services being done at all times, the anti-virus and firewall security systems, the announcement of privacy policy to customers, the record of customer usage in each website, the appropriate function and facilities being provided to customers in each package, and the availability to be in contact with service provider when the assistance was needed at 24-hours.