

ชื่อหัวข้อสารนิพนธ์	การรับรู้และการประเมินของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ของ บมจ.ทีไอที
นักศึกษา	นางธารินี จันทร์สุมา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผศ. ดร. อนุชิต ศิริกิจ
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจซื้อขายออนไลน์ที่มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการปรับตัวไปสู่รูปแบบการทำธุรกิจแบบออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ ที่ต้องใช้ความสามารถทางด้านการตลาดและกลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบเว็บไซต์กับรับรู้ของผู้ใช้บริการและการประเมินตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของ บมจ.ทีไอที และความน่าเชื่อถือความไว้วางใจกับการรับรู้ของผู้ใช้บริการและการประเมินตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของ บมจ.ทีไอที รวมทั้งความเป็นส่วนตัวกับการรับรู้ของผู้ใช้บริการและการประเมินตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของ บมจ.ทีไอที ได้กำหนดการศึกษาลเฉพาะในกลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น โดยการใช้วิธีเชิงสำรวจ (Survey Method) และทำการเก็บจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) มานำเสนอในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

จากการศึกษาการรับรู้และการประเมินของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของ บมจ.ทีไอที ในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านความเชื่อถือ/ความไว้วางใจในการให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ของผู้ใช้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการประเมินตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ การออกแบบเว็บไซต์ กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการใช้โทนสีภายในเว็บไซต์และการพัฒนา

เนื้อหาที่สร้างสรรค์ ส่วนด้านความเป็นส่วนตัวของผู้ให้บริการให้ความสำคัญในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูล ที่เจ้าของข้อมูลต้องให้ความยินยอมในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล ด้านการรับรู้ของ ผู้ให้บริการทั้งในส่วนจากร้านค้าและผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ ราคา การให้บริการ และการรับประกันของสินค้า อีกทั้งการประเมินตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวข้องกับการใช้ บริการมากขึ้นให้ความสำคัญในเรื่องการซื้อสินค้าบริการเพิ่มย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าหรือ บริการ และสิทธิประโยชน์หรือข้อเสนอที่ดีช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้า ส่วนการสื่อสาร แบบปากต่อปากให้ความสำคัญในเรื่องการส่งผ่านข่าวสารต่อ ๆ กันโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล, MSN, Facebook เป็นต้น เกิดการแพร่กระจายได้อย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว ทั้งนี้ ผู้บริหารควร

ในการศึกษาครั้งต่อไปนั้น ประการแรกคือ ควรขยายกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ออกไปยังผู้ให้บริการต่างจังหวัด โดยจำแนกตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งกลุ่มผู้ให้บริการจะมี ความแตกต่างกันทั้งเรื่องเศรษฐกิจ สังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการ กำหนดทิศทาง พิจารณาแก้ไข และวางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้าให้มากที่สุด และประการที่ สอง ควรมีการศึกษาในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับผู้บริหารระดับสูงทุกระดับที่มี แนวคิดในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในเชิงธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงนโยบาย และการวางแผนกลยุทธ์ ในการทำธุรกิจออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ และมีผู้ให้บริการเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น