

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทเข้ามาสู่การดำเนินชีวิตของบุคคลต่างๆ ในสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเพื่อธุรกิจเพื่อความบันเทิงเพื่อการศึกษาและอีกหลาย ๆ อย่าง จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าคอมพิวเตอร์เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่สำคัญมากที่บุคคลทุกกลุ่มทุกวัยต้องใช้ด้วยความจำเป็นทำให้ความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตของแต่ละพื้นที่นั้นมีสูง แต่ก็เป็นเรื่องยากในการที่ทุกคนจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นมีราคาค่อนข้างสูงจึงทำให้ธุรกิจที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่า “ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่” เข้ามามีบทบาทและมีการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นอย่างน่าสนใจ

จากรายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า จำนวนและอัตราการขยายตัวของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามภาคการใช้อินเทอร์เน็ตจากยอดรวมทั้งหมด 57,803 คน โดยมีเขตกรุงเทพมหานครมีผู้ใช้คิดเป็นร้อยละ 26.9 เขตภาคกลางร้อยละ 10.1 ภาคเหนือร้อยละ 9.7 ภาคใต้ร้อยละ 8.1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 5.6 และอัตราขยายตัวของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามกลุ่มอายุพบว่ากลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุระหว่าง 15-19 ปี มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 20-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และกลุ่มอายุ 25-29 คิดเป็น 44.9 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 2.2 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2547 : ออนไลน์)

จากจำนวนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องเพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรวบรวมสารสนเทศจากทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน จึงเปรียบเสมือนชุมทรัพย์ข้อมูลข่าวสารที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ อินเทอร์เน็ตนับเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ประกอบด้วยเครือข่ายย่อย ๆ จำนวนมากกระจายอยู่ทั่วโลก ซึ่งสามารถส่งและรับข้อมูลได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อความตัวหนังสือ ภาพกราฟิก รูปภาพ ข้อมูลที่เป็นภาพเคลื่อนไหว หรือภาพวีดิทัศน์รวมทั้งข้อมูลที่เป็นเสียง ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ดังนั้น เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตจึงถือได้ว่าเป็นการสื่อสารหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในการค้นคว้าข้อมูล อินเทอร์เน็ตจัดเป็นเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคของสังคมข่าวสาร ซึ่งมีเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ทุกมุมโลก สมาชิกสามารถใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่

ตั้งอยู่จุดใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่สำนักงาน หรือศูนย์บริการแห่งใดแห่งหนึ่ง เพื่อส่งข่าวสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ และผู้ใช้ซีกโลกหนึ่งสามารถติดต่อกับผู้ใช้ซีกโลกหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์และสะดวกเป็นอย่างมากสำหรับผู้ใช้งาน เพราะสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, 2538 : 1)

การที่อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างสูงทั่วประเทศทำให้ความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตทุกที่ทุกเวลาเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว จึงเกิดธุรกิจบริการเช่าใช้อินเทอร์เน็ตสำเร็จรูปขึ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้จากธุรกิจบริการที่มีชื่อว่าร้านเน็ต ไชน์เน็ต อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต่อเชื่อมเข้าอินเทอร์เน็ตเรียบร้อยแล้วไว้คอยบริการ ผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้บริการได้เสมือนเครื่องของตนเอง และได้รับความสะดวกสบาย ความพึงพอใจจากบรรยากาศที่แปลกใหม่พร้อมอุปกรณ์ครบครัน และบริการคอยช่วยเหลือ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งปวงจากผู้ให้บริการ กลุ่มผู้ใช้นอกจากชาวต่างชาติแล้วยังมีนักธุรกิจและกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไปนับว่าเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คาดว่าธุรกิจที่เปิดบริการแบบนี้จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และจะเป็นที่พบปะของวัยรุ่นหนุ่มสาวยุคใหม่อย่างแน่นอน (Thailand's Internet Cafe' Communication, 2000) การจัดบริการอินเทอร์เน็ตเช่นนี้มีกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดในประเทศไทย และได้รับความนิยมสูงเช่นเดียวกัน

จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตดังกล่าวข้างต้น ลูกค้าส่วนมากจะประกอบไปด้วย กลุ่มนักเรียนนักศึกษา นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปและลักษณะการให้บริการธุรกิจอินเทอร์เน็ตก็มีลักษณะ โดยทั่วไปคล้ายคลึงกับธุรกิจให้บริการทั่วโลกที่เน้นให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้บริการได้เสมือนเครื่องของตนเองและได้รับความสะดวกสบาย ความพึงพอใจจากบรรยากาศแปลกใหม่พร้อมอุปกรณ์ครบครันและบริการคอยช่วยเหลือเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต ธุรกิจอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด มีลักษณะการขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับที่อื่น ๆ ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลผู้ศึกษา พบว่าในปี 2550 มีร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ดเพิ่มขึ้นเป็น 14 ร้าน และจากจำนวนร้านทั้งหมดมีบางร้านที่เลิกกิจการไปและมีร้านเพิ่มขึ้นใหม่ จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าการให้บริการอินเทอร์เน็ตจะเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง โดยดูจากสัดส่วนของร้าน และจากจำนวนประชากร ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจอยู่เหนือคู่แข่ง ผู้ประกอบการจึงต้องใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในอนาคต เพราะในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีความสลับซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในอนาคต และธุรกิจจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น ถ้าหากขาดความชำนาญด้านกลยุทธ์ จะทำให้ธุรกิจต่อสู้แข่งขันไม่ได้

จากสาเหตุที่ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันทางการตลาดสูง แต่บางร้านก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้จึงต้องเลิกกิจการไป สาเหตุอาจเนื่องมาจากปัจจุบันระบบธุรกิจได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในหลักการบริหาร และการจัดการทางธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การจัดการระบบการผลิต และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเปลี่ยนแปลงตามอิทธิพลของระบบสารสนเทศในยุคปัจจุบัน

จากสภาพธุรกิจดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด เนื่องจากธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วแต่ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในการดำเนินการทางการตลาด อีกทั้งในการดำเนินธุรกิจยังเป็นการดำเนินการแบบเดิมคือขาดการศึกษาผู้บริโภคและยัง ไม่มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จึงเป็นสาเหตุให้การดำเนินธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จและปิดกิจการในที่สุด ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้จะได้ข้อสนเทศที่จะนำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีขนาดของร้านแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการให้บริการลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด

สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่ใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดร้อยเอ็ดในร้านที่มีขนาดต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาดังนี้มุ่งศึกษาร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 384 คน การศึกษาในครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2552

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม – ธันวาคม 2552

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ขนาดของร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกเป็น

4.1.1 ขนาดใหญ่

4.1.2 ขนาดเล็ก

4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ตามส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน (Kotler, 2000 : 43, อ้างอิงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 337)

4.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

4.2.2 ด้านราคา

4.2.3 ด้านสถานที่

4.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.2.5 ด้านบุคลากรหรือพนักงาน

4.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

4.2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งทำหน้าที่สำคัญในการเชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดตัวอื่น ๆ ให้กลมกลืนกันเป็นเนื้อเดียวในการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ได้แก่ สินค้าหรือบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย คน สภาพแวดล้อมทางกายภาพและกระบวนการ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ความพึงพอใจต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ สุขใจในการรับบริการจากร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมใช้งาน อุปกรณ์ที่ครบครัน เพียงพอตามความต้องการของลูกค้าและลูกค้าสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้อย่างต่อเนื่อง
2. ด้านราคา หมายถึง คิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้จริง เหมาะสมกับเวลาที่ใช้และคิดป้ายบอกราคาชัดเจน
3. ด้านสถานที่ หมายถึง สถานที่อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน มีความปลอดภัย อยู่ในเส้นทางที่สัญจรเป็นประจำ และที่ติดตั้งชัดเจน
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง มีการจัดรายการวิทยุส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลดแก่ลูกค้า สร้างความแตกต่างจากร้านอื่นในการให้บริการ มีการสมนาคุณลูกค้า กำหนดค่าบริการเหมาะสมกับระดับการให้บริการ และมีการจัดโฆษณาของร้านอย่างต่อเนื่อง
5. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน หมายถึง พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง กระตือรือร้นในการให้บริการ และมีความชำนาญในการให้บริการ
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง มีบริการน้ำดื่มไว้สำหรับลูกค้า บริเวณภายในร้านมีความสะอาด และมีห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า
7. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง มีขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ มีความรวดเร็วในการเชื่อมต่อเข้าเครือข่าย มีการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า

ร้านอินเทอร์เน็ต หมายถึง ร้านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ต โดยคิดค่าตอบแทนจากบุคคลที่เข้าไปใช้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Access) ตามระยะเวลาและอัตราที่กำหนดไว้ของแต่ละร้านในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งจำแนกเป็น

1. ขนาดใหญ่ หมายถึง ร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการ 11 เครื่องขึ้นไป
 2. ขนาดเล็ก หมายถึง ร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการไม่เกิน 10 เครื่อง
- ลูกค้า (Consumer) หมายถึง ประชาชนที่เข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจ เพื่อใช้ประกอบการในการพิจารณาและเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของการดำเนินธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ของผู้บริโภค