

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน นวัตกรรมของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Communication Technology) ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก มีการศึกษาและวิจัยเพื่อพัฒนา ปรับปรุง ยกระดับคุณภาพทางเทคโนโลยีดังกล่าวให้สูงขึ้นเพื่อลดปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ทำให้การใช้งานมีความสะดวกรวดเร็วและเข้าถึงง่ายขึ้น อีกทั้งลดต้นทุนในการให้บริการและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Communication Technology) ลดลง ส่งผลให้มีปริมาณผู้ใช้งานเพิ่มปริมาณมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง มีส่วนช่วยเสริมเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านต่างๆ อย่างกลมกลืนจนรู้สึกได้ว่าจะขาดเสียมิได้ ช่วยลดอุปสรรคด้านระยะทาง เวลา การเดินทาง สามารถเชื่อมโยงสรรพสิ่งเข้าด้วยกันได้อย่างมากมาย ทำให้การกระจายข้อมูล แลกเปลี่ยนข่าวสาร สื่อความบันเทิงต่างๆ ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ที่ไม่รู้จบ ในขณะที่ต้นทุนการให้บริการที่ต่ำกว่าอดีตที่ผ่านมาอย่างมาก โดยมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้าหรือ ISP (Internet Service Providers) เป็นแกนกลางถือเป็นกระดูกสันหลังของระบบอินเทอร์เน็ต ISP มีหน้าที่ให้บริการและจัดการการเชื่อมโยงกันของเครื่องหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้บริการ ซึ่งมีความแตกต่างกันตามโครงสร้างของระบบตามแต่ละ ISP จะเป็นผู้จัดการและแจกจ่ายหมายเลขประจำเครื่องของผู้ใช้บริการ (IP Address) รวมถึงสิทธิในการเชื่อมต่อสัญญาณ จิตความสามารถในการส่งผ่านข้อมูล (Bandwidth) และการบริการสิทธิต่างๆ ที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะได้รับ ซึ่งภายในประเทศไทยเรานั้นประกอบด้วยผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้า (ISP) หลายราย จึงมีการแข่งทางการตลาดอย่างเข้มข้น เพื่อแย่งชิงลูกค้าให้มาใช้บริการของตนเพราะมีผลต่อรายได้และผลประกอบการขององค์กรที่ล้วนมุ่งมั่นเน้นที่ผลกำไรเป็นสำคัญ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้า (ISP) ที่มีสินค้าและบริการที่มากมาย และต้องรองรับพันธกิจที่หลากหลาย อีกทั้งต้องบริการด้านสาธารณะประโยชน์ที่มีมากกว่าบริษัทเอกชนทั่วไป ประกอบกับการเปลี่ยนสถานภาพจากรัฐวิสาหกิจมาเป็นบริษัทมหาชนที่ต้องมีการ

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารที่เป็นเชิงรุกมากขึ้นและต้องตอบสนองต่อสังคมพร้อมกันไปด้วย เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริหารและบริการ ตอบสนองการดำเนินงานขององค์กร สามารถต่อสู้กับคู่แข่งที่มีสินค้าและบริการรูปแบบคล้ายคลึงกัน ที่มุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการอย่างเป็นที่ประทับใจต่อลูกค้าในกลุ่มเดียวกันด้วย รูปแบบการบริหารภายใต้โครงสร้างรูปแบบบริษัท แต่การบริหารยังอยู่ภายใต้ร่มเงาของระบบราชการที่มีระบบระเบียบมากมายจึงเกิดสภาวะการบริหารที่ล่าช้าไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ

การพัฒนาทางนวัตกรรมทำให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งด้านช่องทาง เครื่องมือ วัสดุและอุปกรณ์ ทำให้การตอบสนองลูกค้าได้กว้างขึ้น จากแต่เดิมมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่อยู่บนพื้นฐานโครงข่ายสายโทรศัพท์เป็นหลักที่มีบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าตลาด เกิดการเปลี่ยนแปลงและขยายช่องทางเพิ่มมากขึ้น อาทิ โครงข่ายสายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ที่มีความเร็วการส่งถ่ายข้อมูลมากกว่า โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยี 3G ที่มีอัตราการส่งถ่ายข้อมูลได้สูงขึ้น สามารถตอบสนองได้มากกว่าการสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว เช่น เพลง ภาพยนตร์ สารคดี หนังสือ เป็นต้น อุปกรณ์สำหรับไวไฟใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่จำเป็นต้องอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์ มีอุปกรณ์ที่มีขนาดเล็ก กะทัดรัด สามารถพกพานำไปได้ทุกที่ ทำให้มีผู้ให้บริการในตลาดเพิ่มจำนวนมากขึ้นกว่าเดิมมาก ทั้งที่ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้จำหน่ายอุปกรณ์ ผู้ให้บริการข้อมูลต่างๆ เป็นต้น เป็นผลให้จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตภายใต้โครงข่ายโครงข่ายสายโทรศัพท์เป็นหลักมีปริมาณลดน้อยลง

ปัจจุบันผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยรายใหญ่มีทั้งสิ้นสามราย แบ่งตามการรับสัมปทานจากรัฐวิสาหกิจจำนวน 2 แห่ง ดังนี้ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS รับสัมปทานจากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ส่วนบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น หรือ True Move รับสัมปทานจากบริษัท กสท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด หรือ Dtac รับสัมปทานจากบริษัท กสท. จำกัด (มหาชน) โดยมีเงื่อนไขของสัญญาที่สำคัญก็คือผู้ประกอบการเหล่านี้จะต้องแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้แก่รัฐวิสาหกิจที่ให้สัมปทาน ประมาณร้อยละ 25 ไปจนกว่าสัญญาจะหมดอายุในปี 2558 หลังจากนั้น เมื่อสัมปทานหมดอายุสัญญา รัฐวิสาหกิจทั้ง 2 แห่งก็จะต้องประกอบการแทนเอกชน

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จะต้องประสบกับสถานะสูญเสียดำเนินการได้จำนวนมหาศาล หลังจากสิ้นสุดสัมปทาน ทางบริษัทฯ จะต้องดำเนินธุรกิจด้วยตนเองและต้องแข่งขันกับบริษัทเอกชนต่างๆ ในสถานะความเป็นรัฐวิสาหกิจ ที่อยู่ภายใต้ร่มเงาของผลประโยชน์ทางการเมืองซึ่งมีผลต่อการปรับตัวและทำให้การดำเนินกลยุทธ์ทางไม่มีความคล่องตัว เปลี่ยนแปลงอย่างเชื่องช้า ไม่ทันคู่แข่ง

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ เป็นอันดับสองรองจากเมืองหลวงคือ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยกิจการค้าขายมากมาย และมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย เพราะมีความมั่งคั่งทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เก้าแก้วล้านนา และเทศกาลต่างๆ เต็มไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติมากมายทั้งที่เป็นป่า เขา น้ำตก ลำธารและมีความหลากหลายของสัตว์ป่าต่างๆ พืชพันธุ์ทางการเกษตร ทำให้มีสถานที่ที่น่าสนใจทางธรรมชาติ และที่สร้างขึ้น เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานต่างๆ อาคารบ้านเรือนที่มีความงดงามทางสถาปัตยกรรมในสมัยต่างๆ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นเที่ยวชม หาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มีย่านการค้าที่หลากหลายที่มีความเก่าแก่ และพึงได้รับความนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณบริเวณถนนนิมมานเหมินท์ ถือว่าเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจแห่งหนึ่งของจังหวัด เป็นถนนสายที่มีทั้งร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก และแหล่งบันเทิงจำนวนมาก ทำให้ถนนสายนี้ได้รับการกล่าวขานว่าเป็นถนนที่มีความช้อปปิ้งที่สุดของเชียงใหม่ เป็นจุดศูนย์รวมของคนรุ่นใหม่ที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตแบบผสมผสาน ต้องการความสะดวกสบาย ชอบอิสระและค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ ต้องอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการดำรงชีวิตอยู่เสมอ ในทุกกิจกรรมของชีวิตประจำวันซึ่งร้านค้าที่ประกอบกิจการบริเวณนี้ เล็งเห็นความสำคัญ ความจำเป็นในการพิจารณาเลือกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างดีที่สุด เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจากร้านค้าของตนได้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างราบรื่นและมีความพึงพอใจ นับว่าเป็นการส่งเสริมการขายได้อีกทางหนึ่ง

จากเหตุผลและสภาพการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นดังกล่าว ผ�วนกกับภาระหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการตลาดและกำหนดแนวทางในการมอบสินค้าและบริการที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการและให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ให้บริการอย่างสูงสุด การดำเนินการวางแผนต่างๆ นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยข้อมูลที่เชื่อถือได้จากกระบวนการศึกษาวิจัยอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ มีขั้นตอนชัดเจน

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตของร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้า บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่ร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้า บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการให้คุณภาพการบริการอินเทอร์เน็ตแก่ร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้า บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อใช้ข้อมูลผลการศึกษารวบรวมการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ภาควิชาและบริหารภูมิภาคที่ 3 อำเภอสарภี จังหวัดเชียงใหม่

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ร้านค้า หมายถึง สถานที่ที่มีกิจกรรมทางการค้าที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่ลูกค้า ทั้งที่เสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย
2. ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้า (ISP) หมายถึง ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้ารายใหญ่ ภายในประเทศไทย
3. บริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง บริการอินเทอร์เน็ตที่ร้านค้านำไว้ให้บริการแก่ลูกค้า หรือผู้รับบริการทั้งที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย
4. ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ได้รับจากร้านค้าที่มีบริการอินเทอร์เน็ตไว้ให้บริการภายในร้าน
5. การเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง การตัดสินใจเลือกซื้อบริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้า (ISP) ของผู้ประกอบการร้านค้านที่มีบริการอินเทอร์เน็ต
6. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีอำนาจหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้สามารถตัดสินใจต่อการบริหารจัดการภายในร้านค้านที่มีบริการอินเทอร์เน็ต
7. ปัจจัยการประเมินคุณภาพ หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเครื่องมือสำหรับประเมินคุณภาพบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” มีจำนวน 5 ด้าน คือ

7.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) บริการที่ให้แกผู้รับบริการต้องแสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการ สามารถคาดคะเนคุณภาพการบริการได้ชัดเจน เช่น สถานที่ให้บริการมีความสะอาด สบาย และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ สวยงาม ทันสมัย เป็นต้น

7.2 ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่า การให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง

7.3 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตามต้องการ

7.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และความสามารถของผู้ให้บริการส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

7.5 การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ผู้ให้บริการ
ให้บริการโดยคำนึงถึงจิตใจ และความแตกต่างของผู้รับบริการตามลักษณะของแต่ละบุคคลเป็น
สำคัญ

1.5 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการร้านค้าที่
ตั้งอยู่บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved