บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ข้อมูล ข่าวสาร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวันของทุกคน และต่อการดำเนินงานของทุกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่สังคมและเศรษฐกิจมีการแข่งขันกันสูงอย่างในปัจจุบัน ไม่ว่าบุคคลหรือองค์กรใดที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ย่อมสามารถที่จะมีโอกาสสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันได้มากกว่า ซึ่งความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารนั้นมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีในการสื่อสาร ยิ่งเทคโนโลยีมีความทันสมัยเพียงใด การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารก็จะมีความทันสมัยมากขึ้น ซึ่งถ้าจะกล่าวถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความทันสมัยและมีจำนวนผู้ใช้ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นทุกวันได้แก่ อินเตอร์เน็ต (ปิยะวรรณ หอมถวิล, 2543 : 86) โดยในทุก ๆ วันทั่วโลกจะมีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตรายใหม่เพิ่มขึ้นถึง 52,000 คนต่อวัน ส่งผลให้ยอดจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทั่วโลกในปัจจุบันมีจำนวน 1,086 ล้านคน (internetworldstats.com , 2549)

การใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยได้เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2530 โดยระยะแรกยังคงใช้ในสถาบันการศึกษา จนกระทั่งต้นปี 2538 จึงได้มีองค์กรที่ให้บริการอินเตอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์แห่งแรกคือ บริษัทอินเตอร์เน็ตแห่งประเทศไทย จำกัด ซึ่งให้บริการการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตแก่บุคคล และนิติบุคคลโดยเรียกเก็บค่าเชื่อมต่อ บริษัทที่มีลักษณะการให้บริการแบบนี้เรียกว่า “ผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ต” หรือ Internet Service Provider(ISP) (สมนึก คีรีโต , 2537 : 157-158) ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตได้พัฒนาจาก การเชื่อมต่อด้วยโมเด็ม 56Kbps ผ่านสายโทรศัพท์ มาเป็น การเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตความเร็วสูง โดยอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงที่กำลังนิยมในปัจจุบันนี้ จะมีทั้งลักษณะการเชื่อมต่อผ่านสายโทรศัพท์ที่เรียกว่า เอ ดี เอส แอล (ADSL)และการเชื่อมต่อผ่านผู้ให้บริการสายเคเบิล หรือผู้ให้บริการเคเบิลทีวี ซึ่งเรียกการเชื่อมต่อแบบนี้ว่าเคเบิลโมเด็ม (Cable Modem) (นิธิพงศ์ บุลลพ์วานิช , 2547 : 18) นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมต่อแบบไร้สาย(Wi-Fi) ด้วยอินเตอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง โดยสามารถใช้อินเตอร์เน็ตในทุก ๆ ที่ ที่มีสัญญาณการเชื่อมต่อ (Hot Spot) (สุคนธพันธุ์ วีรวรรณ , 2546 : 174) เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีทางด้านอินเตอร์เน็ตอย่างแพร่หลายทำให้ในปัจจุบันในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นจำนวน 8.42 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ของประชากรในประเทศ โดยเติบโตจากปี 2543 เป็นจำนวนร้อยละ 266.1 (internetworldstats.com , 2549)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อินเตอร์เน็ต เคเบิลโมเด็ม เป็นการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงโดยผ่านทางเครือข่ายเคเบิลทีวี โดยจะผ่านทางสื่อสายสัญญาณ แบบใช้สายโคแอ็กเชียล(Coaxial) และไฟเบอร์ออปติค (Fiber Optic) ร่วมกัน ซึ่งมีข้อดีคือสามารถรองรับความเร็วได้สูงกว่าการเชื่อมต่อผ่านสายโทรศัพท์ แต่จะมีการแบ่งสัญญาณขนาดของช่องทางในการรับส่งข้อมูลของผู้ใช้งานโดยขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้ทำการเชื่อมต่อ แต่เนื่องจากการใช้สาย โคแอ็กเชียล (Coaxial) และไฟเบอร์ออปติค (Fiber Optic) มีขนาดของช่องทางในการส่งสัญญาณ ที่สูงกว่าสายโทรศัพท์ธรรมดามาก แม้ว่าในอนาคตจะมีผู้เข้ามาแบ่งสัญญาณทำให้ความเร็วลดลงแต่ผู้ให้บริการอาจจะแก้ไขโดยการเพิ่มจำนวนช่องสัญญาณให้มีความเร็วเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้งาน โดยข้อดีของเคเบิลโมเด็มที่เหนือกว่าเอดีแอสแอล(ADSL) คือคุณภาพสัญญาณการเชื่อมต่อนั้นไม่ขึ้นอยู่กับระยะทางที่เดินสาย (นิธิพงศ์ บุลลพ์วานิช , 2547 : 12-20) โดยในปัจจุบันผู้ให้บริการ อินเตอร์เน็ตเคเบิลโมเด็มในประเทศไทยมีเพียงรายเดียวได้แก่ บริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด

บริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด ได้ก่อตั้งในปี 2538 โดยมีเป้าหมายในการให้บริการทางด้านอินเตอร์เน็ต ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ซึ่งบริษัททรูอินเตอร์เน็ต ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้บริการอินเตอร์เน็ต ด้วยเทคโนโลยีเคเบิลโมเด็ม (Cable Modem)ในเขตอำเภอเมือง โดยการประยุกต์ใช้สายเคเบิลทีวีซึ่งได้มีการติดตั้งไว้ในอดีตโดยบริษัท ทรูมีเดียร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือทรูคอปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) ส่งผลให้บริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด มีต้นทุนที่ต่ำกว่าบริษัทอื่นในการติดตั้งสายเคเบิล ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เกิดการแข่งขันระหว่าง อินเตอร์เน็ตเอดีเอสแอล(ADSL) และเคเบิลโมเด็ม(Cable Modem) ขึ้น ซึ่งลูกค้าที่ใช้บริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ส่วนหนึ่งได้เลือกใช้เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ต เอดีเอสแอล (ADSL) เนื่องจากสามารถความสะดวกในการติดตั้ง โดยใช้เพียงสายโทรศัพท์ในการเชื่อมต่อ และมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดหลากหลายในการจูงใจผู้บริโภค (กฤษดา สุรชาติชัยกุล, 2543 : 6) ส่งผลให้อัตราการเติบโตของลูกค้าในบริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จึงน้อยกว่าการอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ดังนั้นบริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด จึงต้องการหากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อช่วยรักษาส่วนแบ่งการตลาด (สัญญา อินแสง : สัมภาษณ์)

การวัดความพึงพอใจเป็น วิธีหนึ่งที่ช่วยให้ทราบถึงความรู้สึกของลูกค้าหลังการใช้บริการ และสามารถส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของลูกค้าว่าจะใช้บริการต่อไปหรือไม่ โดยจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่า ช่วยรักษาส่วนแบ่งการตลาดผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ตในขณะเดียวกัน ความพึงพอใจยังส่งผลต่อ การบอกต่อของลูกค้าไปยังบุคคลอื่น เป็นการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงในการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่อีกด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 337) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตเคเบิลโมเด็ม ของบริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ต ในการทราบถึงความพึงพอใจลูกค้าในปัจจุบัน นำไปสู่การปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงาน และพัฒนารูปแบบการให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตเคเบิลโมเด็ม ของบริษัท ทรูอินเตอร์เน็ต จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเตอร์เน็ตเคเบิลโมเด็ม ของบริษัท ทรูอินเตอร์เน็ตจำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทที่ใช้บริการ อินเตอร์เน็ตเคเบิลโมเด็ม ของบริษัท
2. สามารถนำไปสู่การปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานในปัจจุบัน และพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าของบริษัท ในการออกผลิตภัณฑ์ในอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า โดยในที่นี้จะวัดความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้า หมายถึงกลุ่มบุคคล ธุรกิจ อุตสาหกรรม ที่ใช้บริการอินเตอร์เน็ต เคเบิลโมเด็มของบริษัท ทรู อินเตอร์เน็ต จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น2 กลุ่มได้แก่

1) ลูกค้าองค์กรหรือร้านอินเตอร์เน็ต ที่มีการใช้อินเตอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์
2) ลูกค้าบุคคลทั่วไปที่ใช้อินเตอร์เน็ตตามบ้าน

อินเตอร์เน็ตเคเบิลโมเด็ม หมายถึง เครือข่ายอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงที่ใช้ตัวกลางในการรับหรือส่งข้อมูลผ่านสายเคเบิลของเคเบิลทีวี หรือสายเคเบิลของผู้ให้บริการสายเคเบิล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved