

บทที่ 1

บทนำ

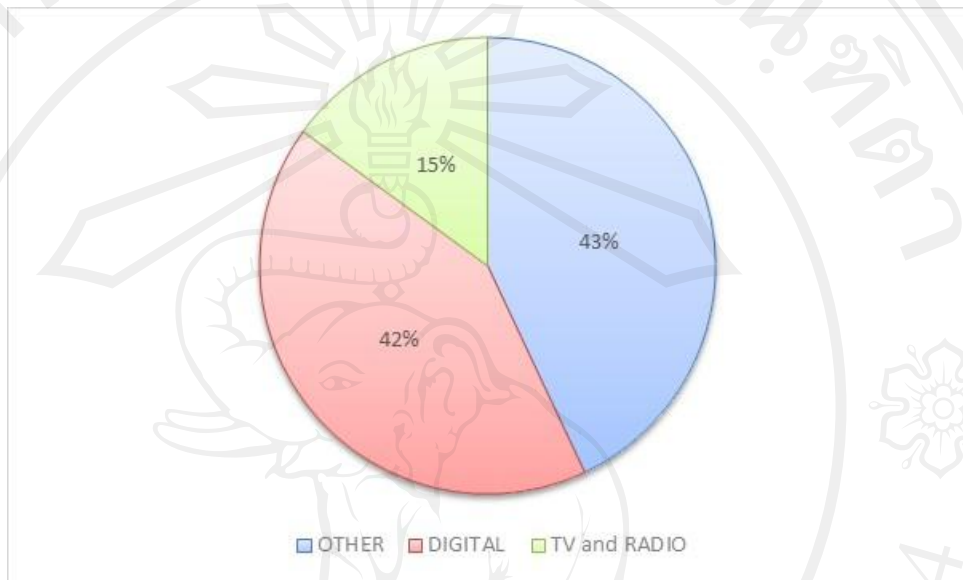
หลักการและเหตุผล

เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ต ได้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของแต่ละครัวเรือน โดยปัจจุบันมีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประมาณร้อยละ 15 ของจำนวนประชากร 60 ล้านคน ซึ่งเทียบได้เท่ากับ 9.3 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551) ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าประชากรมีความสนใจในสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก กอปรกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ดังนั้นผู้ดำเนินธุรกิจจึงพยายามใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อสร้างบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และนำไปสู่การปรับปรุงและนำมาซึ่งการเป็นผู้นำในตลาดบริการนั้นๆ อีกทั้งสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตสามารถเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยจากการศึกษาพบว่าการเข้าถึงประชากรจำนวน 30 ล้านคน สื่อประเภทวิทยุ ใช้เวลา 12 ปี, เคเบิลทีวี ใช้เวลา 7 ปี, โทรทัศน์ใช้เวลา 6 ปี และอินเทอร์เน็ตใช้เวลาเพียง 5 ปี (Ha and James, 1998: ออนไลน์)

จากข้อมูลข้างต้น เทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเข้าถึงประชากรได้รวดเร็วมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต ดังเห็นได้จากการที่ข่าวแต่ละมุมโลกซึ่งสามารถแสดงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้ในเวลาเพียงวินาที ข่าวดังกล่าวสามารถแสดงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อถ่ายทอดต่อประชากรอีกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเมื่อข่าวสารข้อมูลต่างๆ สามารถแสดงได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่จำเป็นพื้นฐานต่างๆ จึงถูกเรียกสืบค้นเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน โดยเว็บไซต์ google.co.th มีผู้เข้าสืบค้นข้อมูลกว่า 10 ล้านครั้งต่อวัน (Google Analytic, 2010: ออนไลน์)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของจังหวัดเชียงใหม่ แต่ละปีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นธุรกิจต่างๆ จึงให้ความสำคัญต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพราะก่อให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น รวมถึงประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวพยายามลดค่าใช้จ่ายลง การเดินทางไปสถานที่ต่างๆ จึงลดน้อยลงตาม นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีการวางแผนการเดินทางเพิ่มขึ้น โดยใช้ข้อมูลหลักในการท่องเที่ยวหลักจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนมาก ดังนั้นธุรกิจให้บริการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน การเติบโตของการลงทุนโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมีมากถึงร้อยละ 90.91 คิดเป็นมูลค่า 21 ล้านบาท (กรุงเทพธุรกิจ, 2553: ออนไลน์) และจาก

การศึกษาข้อมูลการวิจัยสัดส่วนการเลือกใช้สื่อในประเทศไทย ประจำปี 2553 พบว่ามีการใช้สื่อดิจิทัลมากถึงร้อยละ 42 (ภาพที่ 1) ปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่มีการดำเนินธุรกิจโฆษณาประเภทนี้ 20 รายหลัก ตัวอย่างเช่น openchiangmai.com และ cmprice.com เป็นต้น



ภาพที่ 1 สัดส่วนการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2553: ออนไลน์)

เว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม (www.visit2cm.com) เป็นเว็บไซต์หนึ่งที่ทำให้บริการข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว และข้อมูลของสถานที่ต่างๆ โดยเจ้าของกิจการสามารถทำการลงโฆษณาได้ด้วยตนเอง และจะได้รับการอนุมัติจากผู้ดูแลระบบกลับภายใน 24 ชั่วโมง ก่อนที่ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำขึ้นเผยแพร่บนเว็บไซต์เป็นลำดับต่อไป เว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มมีแนวคิดเบื้องต้นในการให้บริการโฆษณาฟรี เพื่อรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบกิจการให้มีจำนวนมากพอเป็นฐานข้อมูล และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกิจการของวิสิตูซีเอ็ม อีกทั้งเพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้นทำให้สามารถเจรจาต่อรองต่อลูกค้าเป็นต้น ทางเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็ม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2550 ดำเนินงานมาแล้วโดยประมาณ 3 ปี มีฐานลูกค้าในปัจจุบันประมาณ 400 ราย และมีอัตราการเข้าชม UIP วันละ 1,000 ราย และผู้เข้าเยี่ยมชมมากที่สุด คือ จากกรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ ตามลำดับ (Google Analytic Admin Tools, 2010: ออนไลน์) และจากข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่ปี 2551 ของกระทรวงพาณิชย์ เฉพาะกิจการตัวอย่างที่จดทะเบียนมี 8,992 ราย ดังนั้นการดำเนินการกิจการโฆษณาของวิสิตูซีเอ็ม จึงมีโอกาสมากในการดำเนินการในอนาคต

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้า ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้

มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อใช้บริการ ทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อเว็บไซต์และเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริษัทผู้ให้บริการตลาดของเว็บไซต์ วิสิตทูซีเอ็มคอตคอม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริษัทผู้ให้บริการตลาดของเว็บไซต์ วิสิตทูซีเอ็มคอตคอม
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้จริงและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการลงโฆษณาบนเว็บไซต์ วิสิตทูซีเอ็มคอตคอม โดยลูกค้าอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก และเป็นสถานที่ให้ข้อมูลจำนวนผู้เข้าชม

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้บริโภค ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการ กับความคาดหวังของผู้บริโภค

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาด ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายใช้ในการตอบสนอง ต่อความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ กระบวนการ (Process)

เว็บไซต์ หมายถึง ที่อยู่ของเว็บบนระบบค้นหาและเข้าถึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต หรือคือพื้นที่ที่ผู้จัดทำใช้เพื่อสื่อสาร แสดง กับผู้รับชมเว็บไซต์ ซึ่งส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์

เว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม หมายถึง เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้บริการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้ชื่อ “www.visit2cm.com”

The logo of Chiang Mai University is a large, faint watermark in the background. It features a central elephant with a flame on its trunk, surrounded by a circular border with the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" and Thai script. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved