

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคติของผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการให้บริการเอทีเอสแอลของ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวรัชฎาภรณ์ ไชยชนะ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. รวี	लगानी	ประธานกรรมการ
อาจารย์บุญสุวาท	พฤทธิกานนท์	กรรมการ
อาจารย์เรณีส	เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทักษะคติของผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการให้บริการเอทีเอสแอลของ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในการศึกษารั้งนี้เก็บข้อมูลจากร้านบริการอินเทอร์เน็ต 166 แห่ง เป็นร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ติดตั้งบริการเอทีเอสแอลของ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) จำนวน 67 แห่ง และร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้ติดตั้งบริการเอทีเอสแอลของ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) จำนวน 99 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะคติของผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการให้บริการเอทีเอสแอลของ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยร้านบริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ 11 - 20 เครื่อง ค่าบริการอยู่ในช่วง 10 - 30 บาท ระยะเวลาในการเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ต 1 - 3 ปี ประเภทของธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว การตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างๆ จะเป็นการตัดสินใจของเจ้าของกิจการเอง

ด้านพฤติกรรมของร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ติดตั้งบริการเอดีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) มีการติดตั้งบริการเอดีเอสแอล เนื่องจากความต้องการให้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบริการเอดีเอสแอลคือ ได้รับการติดต่อจากพนักงานขาย นอกจากนี้ยังไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้ระบบอื่น รวมทั้งอาจจะแนะนำบริการเอดีเอสแอลให้ธุรกิจประเภทเดียวกัน ส่วนในด้านการขยายกิจการส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะขยายกิจการในอนาคต แต่ถ้าหากมีความต้องการที่จะขยายสาขาหรือกิจการร้านบริการอินเทอร์เน็ตกลุ่มนี้ก็จะยังใช้บริการเอดีเอสแอลแน่นอน และยังคงเลือกใช้ใช้บริการเอดีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) เนื่องจากให้บริการดีและรวดเร็ว ส่วนร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ได้รู้จักบริการเอดีเอสแอลแต่ไม่ได้ติดตั้งบริการเอดีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) พบว่าส่วนใหญ่รู้จักบริการเอดีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) โดยแหล่งข้อมูลสำคัญที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับบริการเอดีเอสแอล คือพนักงานขายหรือพนักงานติดตั้งบริการเอดีเอสแอล สาเหตุหลักที่ไม่ติดตั้งบริการเอดีเอสแอล เนื่องจากเห็นว่าระบบเดิมที่ใช้คืออยู่แล้ว ความสนใจในการติดตั้งบริการเอดีเอสแอลมีน้อย ในอนาคตไม่แน่ใจว่าจะติดตั้งบริการเอดีเอสแอลหรือไม่ และส่วนใหญ่จะรู้จักผู้ให้บริการเอดีเอสแอลรายอื่นๆนอกจาก บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)

ด้านความรู้ความเข้าใจในบริการเอดีเอสแอล ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจร้อยละ 67.88 เมื่อแยกเป็นกลุ่มตามการติดตั้งบริการเอดีเอสแอล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ติดตั้งบริการเอดีเอสแอลมีความรู้ความเข้าใจร้อยละ 83.96 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ติดตั้งบริการเอดีเอสแอลมีความรู้ความเข้าใจร้อยละ 57.01

ด้านความรู้สึกรู้สึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และด้านราคาตามลำดับ โดยด้านส่งเสริมการตลาดมีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับเห็นด้วยมาก เรื่องการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างทีทีแอนด์ทีและไอเอสพีทำให้บริการเอดีเอสแอลมีความน่าสนใจมากขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับเห็นด้วยมาก เรื่องการแก้ไขเหตุเสียหรือเหตุขัดข้องเป็นส่วนที่ทางทีทีแอนด์ทีควรจะมีการรับผิดชอบมากกว่าไอเอสพี ด้านสถานที่มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เรื่องสถานที่ติดต่อขอใช้บริการเอดีเอสแอลของทีทีแอนด์ทีอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเข้าไปติดต่อขอใช้บริการ และด้านราคามีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับเห็นด้วยมาก เรื่องระดับราคาเอดีเอสแอลควรต่ำกว่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอื่น ในระดับความเร็วใกล้เคียงกันและค่าบริการควรเปลี่ยนแปลงตามระดับความเร็วเท่านั้น

Independent Study Title The Attitudes of Internet Service Entrepreneurs Towards the ADSL Service of TT&T Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Ms. Ratchadaporn Chaichana

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Dr. Ravi Lonkani Chairperson

Lecturer Boonsawat Prugsiganon Member

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the attitudes of internet entrepreneurs towards ADSL service from TT&T Co. Ltd. (public) in Mueang District, Chiang Mai. The data were collected from 166 Internet shops, 67 of which were internet shops which used ADSL service from TT&T Co. Ltd., and 99 shops did not. Collecting tool for this study was questionnaire. Then, data were analyzed by frequency, percentage, and means.

It was found from the study that most respondents were males of 20-30 years old, with Bachelor's degree. Most shops offered Internet access and had 11-20 computers. The costs for the service were 10-30 baht per hour. They had been in business for 1-3years. The business was mainly one owner and business decision was done by the owner.

Regarding the behavior of internet entrepreneurs with ADSL service from TT&T Co. Ltd., it was found that respondents employed ADSL services because they wanted to increase the speed of their internet services. Their sources of ADSL information were from salespeople. They did not want to change to other systems and might consider recommended the ADSL service to other shops with similar business. As for business expansion, they were not sure if they

would want to expand but if they did they would certainly use ADSL service especially from TT&T Co. Ltd. because of the quality and the speed of TT&T service. When asking the internet shops that familiar with the ADSL service but did not use the ADSL service from TT&T Co. Ltd., it was found that they got ADSL information from salespeople and TT&T installation technicians. Main reason for not using ADSL service was because they satisfied with the system they were using. They had little interest in installing ADSL service. In the future, they were not certain of whether they would use ADSL service. Apart from TT&T Co. Ltd., most respondents knew about other ADSL service providers.

When asking whether total respondents knew about the ADSL service, 67.88 percent of respondents knew the system. Those who used ADSL knew about ADSL by the proportion of 83.96 percent, while those who did not use ADSL knew about ADSL by the proportion 57.01 percent.

Regarding the attitudes of respondents, the respondents reacted to marketing stimulants at the high level with the average level scores ranging from high to low in the following orders: Marketing promotion, product, place, and price respectively. For marketing promotion, level scores of attitudes were at "high" level. And from the results, the co-promotion between TT&T and ISP providers would enhance the attractiveness of ADSL system. As for product, system breakdown handling of providers was an important procedure that TT&T should respond more than ISP. This attitude was reflected in the "high" level scores. ADSL service places were convenient to contact and apply to use scoring as "high" level. For prices, the ADSL prices should be lower than high speed internet prices and the service prices should be adjusted according to the speed of system.