

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในยุคแห่งสังคมข่าวสารในปัจจุบัน การสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ได้ทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเครือข่ายที่เชื่อมโยงให้ผู้คนในแต่ละซีกโลกได้สื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างรวดเร็วนั้น เป็นที่รู้จักกันในชื่อของ “อินเทอร์เน็ต” (Internet) อันมีขอบข่ายครอบคลุมพื้นที่แทบทุกมุมโลก จากการคาดการณ์โดยประมาณปัจจุบันมีเครือข่ายทั่วโลกที่เชื่อมเข้าเป็นอินเทอร์เน็ตราว 45,000 เครือข่าย จำนวนคอมพิวเตอร์ในทุกเครือข่ายรวมกันประมาณ 4 ล้านเครื่อง โดยหากประมาณจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกคาดว่าจะมีประมาณ 1,733 ล้านคน หรือ 25.6 % ของประชากรทั่วโลก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (วิกิพีเดีย, 2552: ออนไลน์) เราจึงกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่อันกว้างขวางที่สุด มีการขยายตัวสูงที่สุด และมีจำนวนผู้ใช้มากที่สุดในโลก

อินเทอร์เน็ต (Internet) ได้กลายมาเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยปราศจากข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลา อีกทั้งยังเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอันทันสมัยแบบนาที่ต่อหน้าที่ จึงมีผู้สนใจต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ซึ่งสถานที่ที่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ อย่างในองค์กรและสถานศึกษาต่างๆ อาจมีเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ เนื่องจากจำนวนเครื่องที่มีให้บริการมีจำนวนน้อยกว่าความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น (ทูโปโต้ดอทคอม, 2550: ออนไลน์) ประกอบกับข้อจำกัดด้านทุนทรัพย์ของผู้ให้บริการเอง จึงได้เกิดบริการรูปแบบใหม่ขึ้น คือ การให้บริการเช่าเครื่องคอมพิวเตอร์ในสถานที่จัดไว้เฉพาะ หรือที่เรียกว่า ร้านอินเทอร์เน็ต

ร้านอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในประเทศไทยได้ไม่นานนัก โดยในช่วงแรก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ เช่น นักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับ ต่างประเทศเท่านั้น เนื่องจากค่าบริการในการใช้อินเทอร์เน็ตที่คิดเป็นรายชั่วโมงค่อนข้างสูง การให้บริการจึงมีอยู่แต่เพียงในโรงแรม แหล่งท่องเที่ยว และย่านศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใหญ่ๆ บางจังหวัดเท่านั้น แต่ในปัจจุบัน ค่าบริการในการใช้อินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลงมาก ในขณะที่คุณภาพและความเร็วในการรับส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็พัฒนาเพิ่มขึ้นด้วย จึงมีผู้ใช้บริการเพิ่ม

มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งนอกจากกลุ่มลูกค้ายุคใหม่จะมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงาน หาข้อมูล และติดต่อสื่อสารแล้ว ยังมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงอื่น อย่างการเล่นแชต (Chat) และเกมออนไลน์ โดยจากสถิติในปี 2546 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนระดับมัธยมปลายและอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมือง มีความนิยมในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตถึง 50% และมีถึง 10% ที่เข้าร้านอินเทอร์เน็ตบ่อยถึง 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์เพื่อการเล่นแชตและเกมออนไลน์ ทำให้มีร้านอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพราะสามารถทำรายได้อย่างมากให้กับผู้ประกอบการ (ไทยออลดอทคอม, 2548: ออนไลน์)

การที่มีจำนวนผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นนั่นเอง ที่ส่งผลให้เกิดภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ เริ่มต้นจากการแข่งขันทางด้านราคา โดยค่าบริการต่อชั่วโมงของแต่ละร้าน ได้ปรับลดลงมาเรื่อย ๆ ต่อมา ผู้ประกอบการจึงได้หันมาเน้นการแข่งขันด้วยความทันสมัยของเกมส์ ความหลากหลายของเกมส์ในร้าน เป็นต้น จากนั้น ได้มีการนำปัจจัยเสริมอื่นๆ มารองรับความต้องการของลูกค้า เช่น รับสแกนภาพลงแผ่นดิสก์ รับพิมพ์งาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการเอาใจนักเล่นเกมส์ทั้งหลายด้วยการนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูง และรองรับการเล่นหลายคนในระบบเครือข่าย LAN มาให้บริการ รวมถึงการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง และการตกแต่งร้านให้มีความทันสมัย หรูหรา นำเข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพื่อความอยู่รอดในสมรภูมิแห่งการแข่งขันทางธุรกิจอันมีแนวโน้มที่จะรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ด้วยผลจากการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง ผนวกกับมาตรการของรัฐบาลที่ได้เข้ามาควบคุมทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจำกัดเวลาเปิด-ปิดของร้าน การจำกัดอายุของผู้ที่เข้ามาใช้บริการและการจำกัดชั่วโมงการเล่นอินเทอร์เน็ต มาตรการทางด้านภาษี มาตรการทางด้านสังคม มาตรการเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องล้มเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก (ออนไลน์สเตชัน, 2547: ออนไลน์) เนื่องจากขาดความพร้อมในการที่จะปรับรูปแบบธุรกิจของตนให้สอดคล้องกับยุคสมัยและขาดความเข้าใจในพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ในส่วนของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่ ก็จัดว่าอยู่ในขอบข่ายของกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการของรัฐด้านการจำกัดเวลาเปิด-ปิดร้าน สำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชน ประกอบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต่างต้องหันมาปรับเปลี่ยนลักษณะของการให้บริการให้มีจุดเด่นเหนือคู่แข่ง โดยในระยะ 2-3 ปี ที่ผ่านมา รูปแบบของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่บางส่วน ได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยเป็นแหล่งให้บริการอินเทอร์เน็ตควบคู่กับบริการอื่น เช่น ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม กลายมาเป็นร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตเพียง

อย่างเดี๋ยวมามากขึ้น ดังที่พบเห็นได้เป็นจำนวนมาก ในบริเวณรอบมหาวิทยาลัยและสถานศึกษาต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณด้านหน้าและด้านหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บนถนนสุเทพ ซึ่งมีร้านอินเทอร์เน็ตเปิดให้บริการอย่างหนาแน่น ถึงขนาดมีการเปิดร้านอินเทอร์เน็ต ร้านเกมส์ดีๆ กันกว่า 5-6 ร้านขึ้นไป ในขณะที่บางแห่งได้ปรับเปลี่ยนจากร้านอินเทอร์เน็ตมาเป็นร้านเกมส์คอมพิวเตอร์ หรือ เน็ตเวิร์คเกมส์มิ่ง (Network Gaming) โดยเฉพาะอีกด้วย เนื่องจากร้านบริการเน็ตเวิร์คเกมส์มิ่ง กำลังเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมจากเยาวชน นักเรียน นักศึกษา โดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี 2550 ซึ่งแต่เดิม ช่วงก่อนการประกาศมาตรการควบคุมเวลาปิด-เปิดร้านของรัฐ ร้านเกมส์บางแห่งมีการเปิดบริการเกือบตลอดทั้งคืน ทำให้ในย่านดังกล่าวมีผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและร้านเกมส์อย่างไม่ขาดสายเกือบตลอด 24 ชั่วโมง (ทูโปโต้กรุป ศูนย์กลางธุรกิจอินเทอร์เน็ตคาเฟ่, 2550: ออนไลน์)

ร้าน เดอะเน็ตเริ่มเปิดบริการเมื่อเดือนมกราคม 2550 ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ แต่เดิมเริ่มต้นกิจการโดยเปิดเป็นร้านเล็กๆ ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการเพียง 8 เครื่อง แต่กลับมีอัตราการเข้าใช้บริการเฉลี่ยมากถึง 85% ในช่วงเวลา 14.00 - 22.00 น. ของปี 2550 (ร้านเดอะ เน็ต, 2550) จึงเป็นเหตุทำให้ผู้บริหารตัดสินใจเพิ่มจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์เป็น 20 เครื่องในปี 2551 และเพิ่มเป็น 40 เครื่องในปี 2552 เพื่อรองรับอัตราการเข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้าน “เดอะ เน็ต” โดยเฉลี่ยวันละ 40 - 50 คน ซึ่งจากเดิมมีผู้เข้ามาใช้บริการเฉลี่ยถึง 100 คนต่อวัน แต่ละคนใช้เวลาในการรับบริการโดยเฉลี่ยคนละ 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้านเดอะ เน็ต, 2552) อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาพการณ์แข่งขันที่รุนแรง ทางร้านจึงต้องพยายามปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดเรื่อยมา เช่นการอัพเกรดสเปคคอมพิวเตอร์ เพิ่มจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ ปรับปรุงระบบเน็ตเวิร์ค การปรับปรุงบรรยากาศภายในร้าน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ในฐานะที่ผู้ศึกษาเป็นเจ้าของกิจการร้าน เดอะเน็ตผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน เดอะเน็ต เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตและผู้สนใจได้ศึกษาเพื่อเสริมความรู้ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นที่ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน เดอะเน็ต จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน เดอะเน็ต จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้าน เดอะเน็ต จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดี ความพอใจและประทับใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านเดอะเน็ต จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการร้าน เดอะเน็ตจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต/เกมส์ออนไลน์ บริการเสริมอื่นๆ เช่น การปริ้นต์งาน รับสแกนภาพ การเยี่ยมชมและหาข้อมูลบนเว็บไซต์ โทรศัพท์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต การจัดการเอกสารต่างๆ (Microsoft Offices) เป็นต้น

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ร้าน เดอะ เน็ต หมายถึง ร้านที่ดำเนินธุรกิจให้บริการทางด้านการใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1/1 ซอย 2 สันติสุข ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง เชียงใหม่ เริ่มเปิดบริการเมื่อเดือนมกราคม 2550 ปัจจุบันมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับให้บริการทั้งหมด 40 เครื่อง