

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในโลกปัจจุบันนี้นับได้ว่าเป็นยุคของคอมพิวเตอร์ เพราะการทำงานเกือบทุกด้านได้นำคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากทั้งภาครัฐและเอกชน ตัวอย่างเช่น การคิดเงินเดือนของพนักงาน การจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ในทุกด้าน การใช้ประโยชน์ในสถาบันการเงินการธนาคาร การออกแบบทางด้านสถาปัตยกรรม การพิมพ์เอกสารและรายงานต่างๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือเข้ามาช่วยในการทำงาน พัฒนาการของเครื่องคอมพิวเตอร์ประกอบกับราคาที่ถูกลง จึงทำให้บุคคลสามารถซื้อเครื่องมาใช้กันได้ง่ายกว่าในอดีต เพราะนอกจากจะใช้งานได้อย่างกว้างขวางแล้วยังสามารถให้ความบันเทิงได้อีก เพราะสามารถชมภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ ร้องเพลงคาราโอเกะ ดัดต่อสื่อสารทางด้านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเล่นเกม ความสำคัญของคอมพิวเตอร์มีมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คอมพิวเตอร์หนึ่งเครื่องจะสามารถใช้งานได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าจะมีความสามารถที่จะใช้โปรแกรมได้อย่างหลากหลายหรือไม่ ถ้าผู้ใช้โปรแกรมมีความรู้ความสามารถมาก การใช้คอมพิวเตอร์ก็จะเป็นไปอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการธุรกิจการสื่อสาร และธุรกิจอื่นๆ เพราะทุกองค์กรทุกธุรกิจ ต้องใช้คอมพิวเตอร์เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างรวดเร็ว คล่องตัว และประหยัดพลังงานด้านบุคลากรได้มาก การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในกิจการ โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย ทั้งควบคุมระบบภายในโรงงาน ภายในองค์กร หรือแม้แต่ทำแทนมนุษย์ก็อาจพบเห็นได้ และมีนวัตกรรมใหม่ของผู้ผลิตหุ่นยนต์ยักษ์ใหญ่จากญี่ปุ่นมีการผลิตหุ่นยนต์ออกมา เพื่อใช้ทำงานแทนมนุษย์ด้วย (วิทยา สิมมาลา, 2551, กันยายน 3)

พันธ์ศักดิ์ ศิริรัชตพงษ์ (2552, มีนาคม, 14) ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (National Electronics and Computer Technology Center :NECTEC) กล่าวว่า การสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย ประจำปี 2551 และประมาณการปี 2552 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสำรวจมูลค่าการใช้จ่ายในสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกิดในประเทศไทย การสำรวจในครั้งนี้ประกอบไปด้วยตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ตลาดคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ ตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ และตลาดสื่อสาร การจัดเก็บข้อมูลดังกล่าวมีขึ้นในระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2551 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการรายหลักของตลาดกว่า 200 รายทั่วประเทศ ผลการสำรวจในปี 2551 ที่ผ่านมา พบว่าสถานการณ์ในประเทศไทยมีความผันผวนในประเทศค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งทางการเมืองที่เริ่มมาตั้งแต่ต้นปี

และทวีความรุนแรงในช่วงปลายปี ประกอบกับความผิดเคืองทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลเด่นชัดในช่วงปลายปี ส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศทำให้เกิดการชะลอการใช้จ่ายในภาครัฐ และจากการสำรวจยังพบว่า ประเทศไทยมีการใช้จ่ายในสินค้าและบริการด้านไอซีที โดยรวมเท่ากับ 542,854 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 8.3 การใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในตลาดสื่อสาร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 69.9 หรือมีมูลค่าสูงถึง 379,216 ล้านบาท ขณะที่ลำดับรองลงมา ได้แก่ การใช้จ่ายในตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ มีมูลค่า 75,720 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตลาดคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ 62,937 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.6 และตลาดบริการด้านคอมพิวเตอร์ 24,981 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 4.6

การพัฒนาอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีของตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ รวมทั้งการแข่งขันทางตลาดที่ค่อนข้างรุนแรงเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ค้า ทำให้ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยเกือบทุกประเภทปรับลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้ในเวลาอันสั้น รวมไปถึงการที่ผู้ผลิตต่างพากันพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มมากขึ้น และความไม่มั่นคงทางการเมืองในประเทศ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ในปีที่ผ่านมา รวมถึงภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจภายในประเทศ หรือผลกระทบจากวิกฤตสินเชื่อในสหรัฐอเมริกา ล้วนส่งผลกระทบต่อความมั่นใจในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคทั้งในครัวเรือนไปจนถึงกลุ่มธุรกิจ ทำให้เกิดการชะลอตัวในการซื้อสินค้า รวมไปถึงการใช้จ่ายอย่างประหยัด เพื่อยืดอายุการใช้งานคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ให้นานขึ้น หรือชะลอเวลาในการเปลี่ยนออกไป (พันธ์ศักดิ์ ศิริรัชตพงษ์, 2552, มีนาคม, 14)

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์, และธนิกานต์ มาชะติรานนท์ (2547, หน้า 38) กล่าวว่าเมื่อการแข่งขันเพิ่มขึ้นการบริการด้านการขายและการซ่อมบำรุงก็ต้องเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งในภาวะการณ์ในปัจจุบันการบริการมีส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ การบริการเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มผู้นำรายได้มาสู่ธุรกิจ หากว่าองค์กรใดมีความสามารถในการบริการหรือสร้างความพอใจในการบริการให้กับลูกค้าได้มากที่สุด องค์กรนั้นก็จะเป็นประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยงานบริการเป็นงานสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร หรือบางทีคนส่วนใหญ่จะกล่าวว่า พนักงานทุกคนล้วนเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานขาย พนักงานซ่อม พนักงานปฏิบัติภายในร้าน ล้วนเป็นกลไกหรือฟันเฟืองที่เป็นองค์ประกอบซึ่งกันและกัน ไม่ว่าผู้ที่จะทำงานจะอยู่ในภาครัฐ รัฐวิสาหกิจหรือธุรกิจเอกชน ล้วนเป็นหน้าเป็นตาที่จะเชิดชูหรือทำให้องค์กรเสื่อมเสียชื่อเสียงได้ด้วยกันทั้งนั้นและพนักงานที่มีความสำคัญที่สุดในจุดนี้ก็คือพนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการนั่นเอง เพราะเป็นส่วนที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้มาติดต่อกับองค์กร โดยอาจจะไม่ได้สัมผัสกับบุคลากรในส่วนอื่นๆ ขององค์กร เป็นด่านแรกที่จะให้ผู้ติดต่อมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร การสร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจให้กับลูกค้า

คือการทำให้ลูกค้ารู้สึกตั้งแต่ก้าวแรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำงานขององค์กรว่า ได้รับการต้อนรับอย่างเต็มที่ แจ่มใส โดยบุคคลากรขององค์กรพยายามจะบริการให้ดีที่สุดตามที่ลูกค้าต้องการ

จังหวัดลพบุรีเป็นจังหวัดในเขตภาคกลางซึ่งมีประชากรประมาณ 753,801 คน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร, 2551, ตุลาคม, 12) ซึ่งในจังหวัดลพบุรีมีแหล่งช้อปปิ้งคอมพิวเตอร์ที่ดำเนินธุรกิจจดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 26 แห่ง สามารถจำแนกได้ตามตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนร้านช้อปปิ้งคอมพิวเตอร์ในเขตจังหวัดลพบุรี

อำเภอ	จำนวน (แห่ง)
เมือง	16
บ้านหมี่	1
โคกสำโรง	2
ชัยบาดาล	3
ท่าวัง	1
พัฒนานิคม	1
ท่าหลวง	1
หนองม่วง	1
รวม	26

ที่มา (องค์การบริหารส่วนจังหวัดลพบุรี, 2549, ตุลาคม, 9)

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นถึงความรุนแรงในระดับของแข่งขันของธุรกิจช้อปปิ้งคอมพิวเตอร์ ในพื้นที่จังหวัดลพบุรี ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุงการบริการของศูนย์ช้อปปิ้งคอมพิวเตอร์ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและเพื่อสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ช้อปปิ้งคอมพิวเตอร์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้เป็นศูนย์บริการช้อปปิ้งคอมพิวเตอร์ให้เป็นศูนย์บริการชั้นนำของจังหวัดเพื่อความได้เปรียบของการดำเนินธุรกิจ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะของผู้มาใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทของผู้ใช้บริการ

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผู้ที่มีความสนใจในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการซ่อมคอมพิวเตอร์ได้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานสภาพการตลาดในการดำเนินธุรกิจซึ่งสามารถนำไปพิจารณาวางแผนพัฒนา ปรับปรุงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ผู้ประกอบธุรกิจศูนย์บริการซ่อมคอมพิวเตอร์สามารถใช้ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนและส่งเสริมการพัฒนาการบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดมาตรฐาน และการพัฒนาพื้นฐานด้านการบริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจบริการต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยมีขอบเขตการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วยลูกค้าที่เข้าใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงเลือกคำนวณจากสูตรกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling)

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

2.1.2 อายุ

- 1) น้อยกว่า 20 ปี

- 2) 20 – 29 ปี
- 3) 30 – 39 ปี
- 4) 40 – 49 ปี
- 5) 50 ปีขึ้นไป

2.1.3 ระดับการศึกษา

- 1) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
- 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- 3) อนุปริญญา / ปวส.
- 4)ปริญญาตรี
- 5) สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.4 อาชีพ

- 1) นิสิต / นักศึกษา / นักเรียน
- 2) พนักงานบริษัทเอกชน
- 3) ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ
- 4) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 5) รับจ้างทั่วไป
- 6) อื่นๆ (ระบุ).....

2.1.5 รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 2) 10,000 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 – 30,000 บาท
- 4) 30,001 – 40,000 บาท
- 5) มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

2.1.6 ประเภทผู้ใช้บริการ

- 1) บุคคลธรรมดา
- 2) ผู้ประกอบธุรกิจ
- 3) หน่วยงานของรัฐ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้า
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แบ่งได้ดังนี้

2.2.1 ราคา

2.2.2 การส่งเสริมการตลาด

2.2.3 บุคคล

2.2.4 ลักษณะทางกายภาพ

2.2.5 กระบวนการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ หมายถึง เหตุผลที่ลูกค้าใช้เลือกศูนย์บริการก่อนการตัดสินใจเข้ารับบริการตามศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ โดยในการพิจารณาหรือวิเคราะห์เพื่อเลือกใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

1.1 ราคา หมายถึง มูลค่าที่ลูกค้าต้องจ่ายจากการเข้ารับบริการ หรือใช้บริการที่ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ เช่น ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพการให้บริการ ราคาของอะไหล่ ค่าซ่อมและค่าบริการมีมาตรฐาน

1.2 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ และเตือนความทรงจำ รวมทั้งเป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์

1.3 บุคคล หมายถึง พนักงานทุกระดับที่มีหน้าที่ให้บริการกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ โดยพนักงานจะทำหน้าที่ให้บริการตามความต้องการของลูกค้า

1.4 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการรวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มีไว้ในบริการ และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เช่น การปรับแต่งสถานที่ให้บริการ ความเหมาะสมของสถานที่สำหรับจอดรถ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ เป็นต้น

1.5 กระบวนการ หมายถึง ขั้นตอน วิธีการที่จะต้องปฏิบัติตามกำหนดเวลา รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการตามความต้องการ ลดขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้าต้องรอนาน โดยส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และประทับใจ เช่น การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้ามีความถูกต้องครบถ้วนตามลูกค้าสั่ง

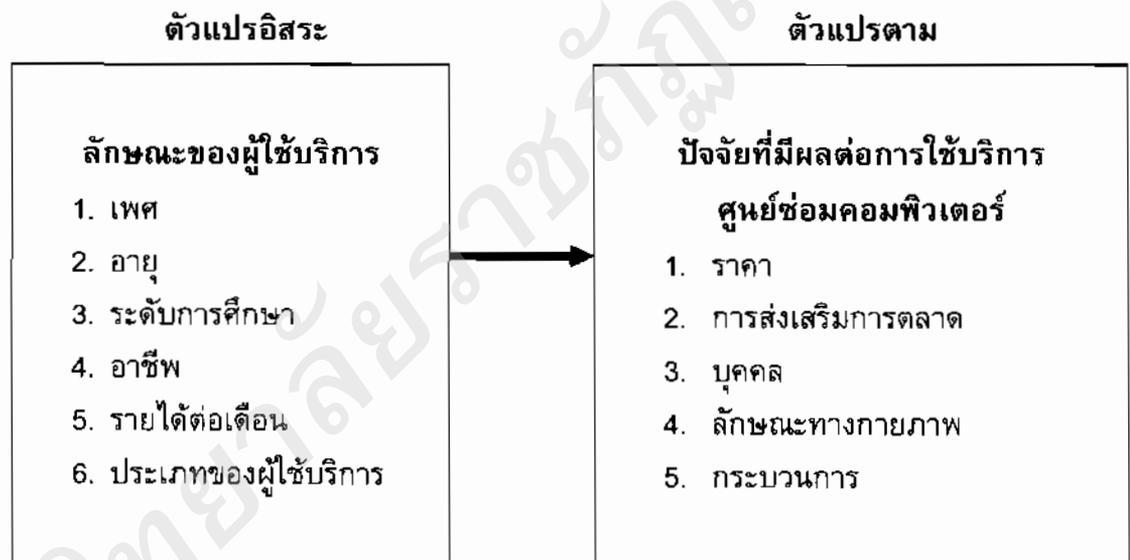
2. ลูกค้าที่มารับบริการ หมายถึง ผู้บริโภคเคยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และได้นำเครื่องคอมพิวเตอร์ไปซ่อมที่ศูนย์บริการในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

3. คอมพิวเตอร์ หมายถึง เครื่องจักรกลที่มนุษย์มาเพื่อใช้ผ่อนแรง โดยอาจเป็นเครื่องคำนวณที่เป็นเครื่องไฟฟ้าหรือเครื่องที่เป็นกลไกต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่เหมือนสมองกลที่สามารถแปลงคำสั่งและดำเนินการต่าง ๆ ตามที่ได้รับคำสั่ง เช่น การส่งข้อมูลเข้าสู่ระบบ การประมวลผลดำเนินการคำนวณ การเปรียบเทียบด้านตรรกะและการแสดงผลลัพธ์ ทั้งนี้คำสั่งต่าง ๆ จะอยู่ในรูปโปรแกรม

4. ศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ หมายถึง สถานที่ให้บริการ ดูแลรักษาและซ่อมแซมคอมพิวเตอร์ให้ยังคงอยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ตามปกติ รวมทั้งให้คำปรึกษาปัญหาต่างๆ ทางด้านการใช้งานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมคอมพิวเตอร์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้นำแนวคิดกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด (7P's) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และองอาจ ปทะวานิช (2541, หน้า 213) โดยพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการมากำหนดเป็นตัวแปรตาม ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์คอมพิวเตอร์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทของผู้ใช้บริการ