

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในยุคปัจจุบันการติดต่อสื่อสารนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากและได้มีการพัฒนาเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เรียกว่าเป็นการสื่อสารไร้พรมแดนที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย โดยเฉพาะการสื่อสารทางเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่าอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ว่าจะเป็นบุคคลทั่วไป บริษัท หรือองค์กรต่างๆ จะให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลต่างๆ ในสังคมมากขึ้น สามารถช่วยให้ผู้ใช้บริการเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ ใช้เพื่อการสื่อสาร การศึกษา และการบันเทิง ณ ปัจจุบันไม่อาจปฏิเสธได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่สำคัญมากที่บุคคลทุกกลุ่มทุกวัยต้องใช้

ยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศนี้ ข่าวสารข้อมูลถือเป็นปัจจัยในการดำเนินกิจการงานต่างๆ ผู้ที่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลได้เร็วกว่าก็จะได้เปรียบผู้อื่น อินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ เป็นแหล่งรวบรวมสารสนเทศจากทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน จึงเป็นเสมือนชุมทรัพย์ข้อมูลข่าวสารที่คนส่วนใหญ่เริ่มหันมาสนใจในปัจจุบัน (ถนอมพร ดันพิพัฒน์, 2542, หน้า 6) นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก กล่าวกันว่าเวลานี้มีคอมพิวเตอร์ขนาดสื่อสารที่ใหญ่มากจนสามารถตอบสนองความต้องการในการค้นคว้าข้อมูลอย่างไร้พรมแดนในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นอย่างดี (วิทยา เรืองพรพิสุทธิ์, 2542, หน้า 4) นับได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นความสำเร็จของการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ โดยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายสมาชิกจำนวนมาก ซึ่งกระจายอยู่ทั่วโลก ดังนั้นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นระบบสื่อสารที่สำคัญและได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากสามารถรับและส่งข้อมูลได้ทุกรูปแบบอันได้แก่การสื่อสารโดยข้อมูลที่เป็นข้อความหรือตัวหนังสือ ข้อมูลที่เป็นรูปภาพหรือกราฟิก ข้อมูลที่เป็นภาพเคลื่อนไหว หรือภาพวีดิทัศน์ และข้อมูลที่เป็นเสียงซึ่งเป็นการสื่อสารที่ค่อนข้างสมบูรณ์แบบ (สมนึก คีรีโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, และสมชาย นำประเสริฐชัย, 2543, หน้า 11)

อินเทอร์เน็ตนั้นมีข้อแตกต่างจากสื่ออื่นๆ คือ ความสามารถโต้ตอบกับผู้ที่เข้ามาใช้คนอื่นๆ ได้ทันที ซึ่งทำให้โลกของอินเทอร์เน็ตเป็นเสมือนโลกอีกโลกหนึ่งที่ผู้ใช้สามารถมีตัวตนในโลกนั้นได้โดยปราศจากกฎเกณฑ์ และไร้ขอบเขตในการเดินทางและสร้างตัวตนในโลกอินเทอร์เน็ตตามที่ตัวเองต้องการได้ จนบางครั้งผู้ใช้ไม่สามารถแยกได้ว่ากำลังอยู่ในโลกของความจริงหรือโลกเสมือน เมื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมสูงขึ้นและได้เติบโตแพร่ขยายสู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็วดังแสดงตาราง 1

ตาราง 1 สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ปี พ.ศ.	ปี ค.ศ.	จำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต	แหล่งอ้างอิง
2552	2009	18,300,000	NECTEC
2551	2008	16,100,000	NECTEC
2550	2007	13,416,000	NECTEC
2549	2006	11,413,000	NECTEC
2548	2005	9,909,000	NECTEC
2547	2004	6,970,000	NECTEC
2546	2003	6,000,000	NECTEC
2545	2002	4,800,000	NECTEC
2544	2001	3,500,000	NSO/NECTEC
2543	2000	2,300,000	ISP Club/NECTEC
2542	1999	1,500,000	ISP Club/NECTEC
2541	1998	670,000	NECTEC/Internet Thailand
2540	1997	220,000	NECTEC/Internet Thailand
2539	1996	70,000	NECTEC
2538	1995	45,000	NECTEC
2537	1994	23,000	NECTEC
2536	1993	8,000	NECTEC
2535	1992	200	NECTEC
2534	1991	30	NECTEC

ที่มา (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2553, สิงหาคม 28)

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้ว ทำให้ในปัจจุบันได้เกิดกระแสธุรกิจทางด้านสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมา ซึ่งก็คือศูนย์บริการให้เช่าอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ร้านอินเทอร์เน็ต หรืออินเทอร์เน็ต คาเฟ่ (internet cafe) ซึ่งศูนย์บริการเหล่านี้ได้มีการกระจายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว และจากการสำรวจรายงานสถานประกอบการ

หรือร้านค้าประเภทอินเทอร์เน็ต คาเฟ่ ในจังหวัดลพบุรี พบว่ามีร้านค้าที่จดทะเบียนถูกต้อง ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ มีอยู่จำนวนทั้งสิ้น 70 ร้านค้า (ข้อมูลสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี, 30 เมษายน 2551) แต่ยังมีร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดลพบุรีมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสังเกตได้จากย่านที่มีการชุมนุมพบปะของวัยรุ่นจำนวนมาก อาทิเช่น สถานศึกษา สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายของธุรกิจประเภทนี้ เนื่องจากการบริการของอินเทอร์เน็ต คาเฟ่ในปัจจุบันนั้น พบว่ามีบริการเครือข่ายของเกมส์ออนไลน์เป็นจำนวนมาก ประกอบกับความหลากหลายในสื่อบันเทิงต่าง ๆ ภายในอินเทอร์เน็ตเอง ก็เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความนิยมที่จะเลือกรับบริการธุรกิจประเภทนี้อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งยังผลให้ศูนย์บริการเหล่านี้เกิดขึ้นและกระจายตัวไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคที่จะได้รับผลประโยชน์จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจประเภทนี้ เช่น ราคาค่าบริการที่ลดลง เป็นต้น

ซึ่งจุดเริ่มต้นของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต คาเฟ่นี้สืบเนื่องจากสาเหตุบางประการที่ผู้ต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้เนื่องจากข้อจำกัดบางประการ เช่น ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่เอื้ออำนวย ไม่ต้องการลงทุนซื้อคอมพิวเตอร์แต่มีความต้องการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นครั้งคราว หรือไม่มีความรู้ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์หรือการใช้อินเทอร์เน็ต ดังนั้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่บุคคลทั่วไปตามวัตถุประสงค์ที่บุคคลเหล่านั้นต้องการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการสื่อสาร ด้านสังคม ด้านการศึกษา ด้านบันเทิง และร้านอินเทอร์เน็ตบางแห่งยังมีบริการเสริมอื่นๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการอีก เช่น มีมุมนั่งเล่น มีนิตยสาร วารสาร และหนังสือไว้ให้อ่าน และมีอาหารเครื่องดื่มไว้บริการอีกทั้งร้านอินเทอร์เน็ตยังร่วมส่งเสริมนโยบายต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในสังคมและความต้องการในตลาดของผู้ใช้บริการ ร้านอินเทอร์เน็ตจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต่อเชื่อมเข้ากับอินเทอร์เน็ตเรียบร้อยแล้วไว้คอยบริการ ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการได้เสมือนเครื่องของตนเอง จากความจำเป็นและความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น ทำให้มีผู้ทำธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก แต่มีไม่น้อยที่ไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน อันมีผลมาจากหลายสาเหตุ ปัญหาสำคัญในการประกอบธุรกิจร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตคือ ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในปัจจุบันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต การศึกษาหาปัจจัยทางการตลาด เพื่อสร้างความมั่นใจในการลงทุนในธุรกิจดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับปัจจัยใดบ้างในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เช่น ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด หรือทุกปัจจัยมีอิทธิพลรวมกัน หรือการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเกิดจากปัจจัยด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากปัจจัยทางการตลาด เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทุกคนให้มากที่สุด ผู้วิจัยเป็นบุคคลหนึ่งที่มีธุรกิจการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ

ร้านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการ อินเทอร์เน็ต เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการอย่างสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีต่อไป

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ข้อมูลที่ได้จะทำให้ทราบว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางการศึกษา รวมทั้งสร้างเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตสามารถนำไปใช้วางแผนทางการตลาดในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีอย่างชัดเจน จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random

sampling) จากผู้มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 70 ร้าน (ข้อมูลสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ลพบุรี, เมษายน 2551) ร้านละ 5 คนโดยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งเป็น

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

2.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

2.1.2 อายุ

- 1) ต่ำกว่า 10 ปี
- 2) 10 – 20 ปี
- 3) 21 – 30 ปี
- 4) 31 – 40 ปี
- 5) มากกว่า 40 ปี

2.1.3 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- 3) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
- 4) ปริญญาตรี
- 5) สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.4 อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา
- 2) พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน
- 3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 5) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

2.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 5,000 บาท
- 2) 5,000 – 15,000 บาท
- 3) 15,001 – 25,000 บาท
- 4) มากกว่า 25,000 บาท

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้าน อินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางการตลาด 7 ประการ

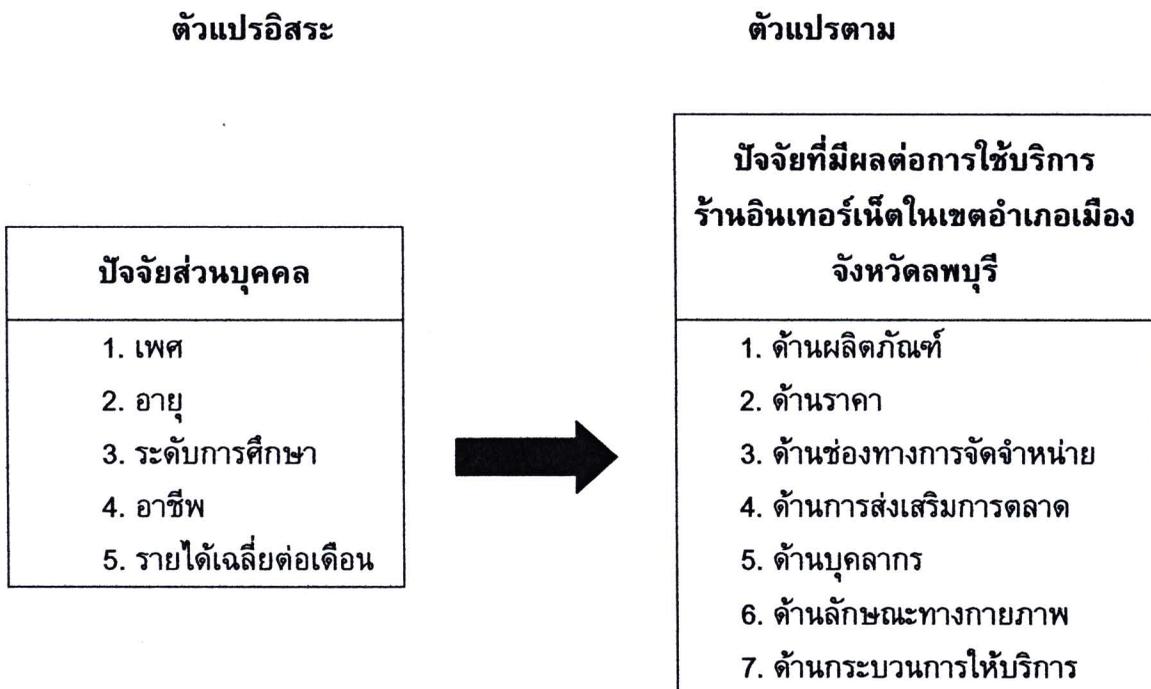
- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ร้านอินเทอร์เน็ต หมายถึง ร้านที่ดำเนินธุรกิจที่มุ่งให้บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องสแกน เกมส์ และมีบริการเสริมต่างๆ อันได้แก่ การรับพิมพ์รายงาน การเข้าเล่มหนังสือและรายงาน การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มด้วยหรือไม่ก็ได้
2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ประชาชนทั่วไปทุกเพศทุกวัยที่ใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อตอบสนองความต้องการตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการ
3. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การบริการที่ทางร้านมี ประกอบด้วย การให้บริการอินเทอร์เน็ต ความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และประสิทธิภาพเครื่องคอมพิวเตอร์ มีลำโพง หูฟัง ไมโครโฟน มีเครื่องพิมพ์ มีแผ่นดิสก์ มีสแกนเนอร์ และความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ในร้าน เวลาที่มีปัญหาในการใช้บริการ
4. ด้านราคา หมายถึง ราคาชั่วโมงในการเล่น ประกอบด้วย ความยืดหยุ่นในการคิดค่าบริการ ราคาในการใช้บริการเสริมอื่นๆ และราคาในอัตราสมาชิก
5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จากทำเลที่ตั้งร้านอินเทอร์เน็ตที่มีกลุ่มเป้าหมายหรือในที่ชุมชน การคมนาคมสะดวก เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการ
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การกระตุ้นให้เกิดความมั่นใจและการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย การลดราคาในการเล่น การแถมชั่วโมงในการเล่น การโฆษณา การให้ความรู้ในร้านอินเทอร์เน็ต เช่น การแนะนำเว็บไซต์
7. ด้านบุคลากร หมายถึง การเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือบุคลากรในร้านอินเทอร์เน็ตทั้งหมดที่ให้บริการ พนักงานต้องมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีบุคลิกภาพที่ดี และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อลูกค้า
8. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจากหลักฐานที่เป็นวัตถุ อุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการ บรรยากาศในการตกแต่งร้าน ความแออัดของเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้าน และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการให้บริการอย่างชัดเจน
9. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง การเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจากขั้นตอนในการให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยผู้วิจัยได้อาศัยแนวความคิดจากการศึกษาทฤษฎี กลยุทธ์ปัจจัยทางการตลาด กรอบการวิจัยของศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่นๆ (2541, หน้า 82) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันเมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน