

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคม ประสบกับการแข่งขันในธุรกิจโทรคมนาคมที่เพิ่มสูงขึ้น การเข้ามาในตลาดของผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงทั้งด้านเงินทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านราคาและในด้านการบริการ บริษัทจึงมีความเสี่ยงเกี่ยวกับการลดลงของรายได้และฐานลูกค้า บริษัทจึงได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของตลาดและบริการ ตลอดจนขยายงานไปสู่ธุรกิจใหม่และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทให้เข้มแข็งมากขึ้น การสื่อสารในรูปแบบสื่อประสม (multimedia) ที่มีความเร็วสูงกำลังได้รับความนิยมขึ้นเป็นลำดับ ผู้ประกอบการต่างแข่งขันกันเพื่อนำเสนอเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติดังกล่าว

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างหนึ่ง ที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในสังคมได้อย่างรวดเร็ว สามารถย่อโลกกว้างให้เล็กลง และมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานทั้งของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้านธุรกิจและบริการ นั่นก็คืออินเทอร์เน็ต (internet) อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนทั่วไป จึงได้เกิดธุรกิจการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต หรือ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ (internet café) เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ จึงได้เปิดศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ให้บริการในรูปแบบ “Clean Internet และ Knowledge Center” เพื่อเป็นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ในขณะที่เดียวกันก็ทำรายได้ให้แก่บริษัทด้วย

เป็นที่ทราบกันทั่วไปว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการ เพราะถ้าลูกค้าได้รับความพึงพอใจนอกจากจะมาซื้อบริการซ้ำแล้วยังบอกต่อชักชวนให้ผู้บริโภครายอื่นมาซื้อบริการด้วย ตรงกันข้ามถ้าลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจนอกจากจะไม่มาซื้อซ้ำแล้ว ยังบอกต่อก็คงกันไม่ให้ผู้บริโภคอื่นมาซื้ออีกด้วย

ดังนั้น การรักษาและ/หรือเพิ่มระดับความพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งที่พึงตรวจสอบติดตามอยู่เสมอ เพื่อให้ได้ความรู้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการต่อไป บริษัท ทีโอที จำกัด

(มหาชน) ในฐานะที่เป็นองค์การขายบริการอย่างหนึ่ง จึงควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า ด้วย เพราะธุรกิจทางด้านการบริการจำเป็นที่จะต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า จึงจะสามารถนำธุรกิจสู่แนวหน้าได้ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่มีการขยายตัวมากขึ้น ผู้วิจัยในฐานะพนักงานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท จึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าต่อไป

คำถามการวิจัย

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มากน้อยเพียงใด
2. ความแตกต่างในลักษณะทั่วไปด้านประชากร ได้แก่ อาชีพมีผลต่อความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการจากศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบริการ

สมมุติฐานของการวิจัย

ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่

ลูกค้าของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables)

2.1.1 ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ตัวแปรด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่

2.1.2.1 บริการ (service)

2.1.2.2 ราคาค่าบริการ (price)

2.1.2.3 สถานที่บริการ (place)

2.1.2.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion)

2.1.2.5 พนักงานผู้ให้บริการ (people)

2.1.2.6 กระบวนการให้บริการ (process)

2.1.2.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ (physical environment)

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ระดับความพึงพอใจ

2.2.1 ด้านบริการ (service)

2.2.2 ด้านราคาค่าบริการ (price)

2.2.3 ด้านสถานที่บริการ (place)

2.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

2.2.5 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (people)

2.2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (process)

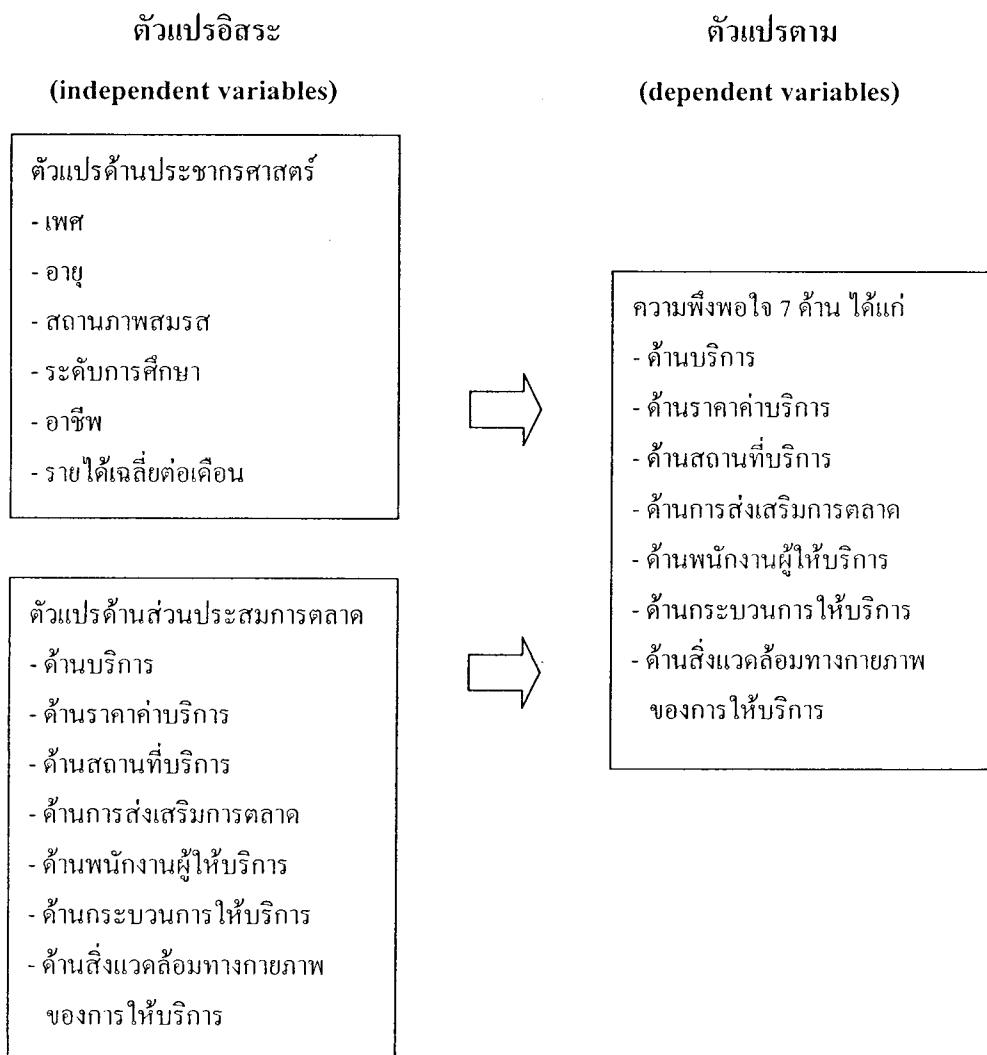
2.2.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ (physical environment)

3. ขอบเขตด้านเวลา

ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม 2549

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการ สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

• ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับหรือความรู้สึกพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

• ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาซื้อหรือใช้บริการภายในศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

• อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถในการรับส่งข้อมูลที่มีความเร็วสูงกว่า 128 kbps

• ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) หมายถึง สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ที่ระดับความเร็ว 128 kbps -10 Mbps ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

• ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ตัวแปรด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

• ตัวแปรด้านความพึงพอใจ หมายถึง ตัวแปรด้านบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ

• บริการ หมายถึง การให้บริการในสินค้าและบริการ วิธีการนำเสนอบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ

• ราคาค่าบริการ หมายถึง ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นรายชั่วโมง อัตราค่าสมาชิกรายปี ราคาอาหารและเครื่องดื่ม และค่าบริการต่าง ๆ ของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

• สถานที่บริการ หมายถึง สถานที่ให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

• การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น และรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้คงอยู่ เช่น การให้ส่วนลดค่าบริการแก่สมาชิกที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป เป็นต้น

• พนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง การให้บริการของพนักงาน โดยไม่เลือกปฏิบัติ การมีกิจกรรมยามว่าง การแต่งกาย และความรอบรู้ของพนักงานที่มีให้แก่ลูกค้าในศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการแก่ลูกค้า ที่มีความสะดวก รวดเร็ว รวมถึง เวลาในการ เปิด-ปิด ของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ หมายถึง สภาพแวดล้อมของการบริการ ได้แก่ การตกแต่งภายในที่มีความสวยงาม ความทันสมัย ความเป็นสัดส่วน การให้บริการห้องน้ำและ สุขา และการบริการที่จอดรถ เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อได้รับความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการและ รูปแบบการให้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อได้รับความรู้เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบริการ

3. นำความรู้ที่ได้ตาม 1 และ 2 ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการแก่ ลูกค้า