

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจสื่อสาร 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณภาพการบริการในการตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านเครือข่าย ด้านบริการหลังขายและด้านการตลาด 3) ศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการบริการและแนวทางการพัฒนาการบริการขององค์กรธุรกิจสื่อสาร

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการโทรศัพท์ไร้สายในระบบ DTAC 1800 ที่ศูนย์บริการสำนักงาน บจม. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2545 - ธันวาคม พ.ศ. 2545 ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1) การแข่งขัน ในการแย่งลูกค้า 2) ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีทางเลือกเพิ่มจากการแข่งขัน 3) สภาพเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อกำลังซื้อของประชาชน 4) เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจัยภายในประกอบด้วย วิสัยทัศน์และพันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร และพนักงาน

การพัฒนาคุณภาพการบริการที่วัดจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากการบริการสำนักงาน บจม. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ในความพึงพอใจทั้ง 3 ด้านคือ ด้านการพัฒนาคุณภาพด้านบริการหลังขาย การพัฒนาคุณภาพด้านเครือข่าย และการพัฒนาคุณภาพด้านการตลาด พบว่าในภาพรวมทั้ง 3 ด้านในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.60$) แต่ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านคุณภาพด้านบริการหลังขาย ในระดับมาก ($\bar{x}=3.84$) ในขณะที่ระดับรองลงมาคือ คุณภาพด้านเครือข่าย ($\bar{x}=3.49$) มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันคุณภาพด้านการตลาดมีค่าต่ำที่สุด ($\bar{x}=3.48$) ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

ปัญหาอุปสรรคคือ ด้านการบริการในเรื่องเครือข่ายที่ไม่ครอบคลุม การติดต่อขาดหาย บางช่วง การไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับตัวบริการ และควรลดค่าบริการ

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการในองค์กรธุรกิจสื่อสารนั้น ควรพัฒนาคุณภาพใน 4 ด้านคือ

- ก. การพัฒนาคุณภาพด้านการตลาด ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาเพื่อการสร้าง ความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย
- ข. การพัฒนาคุณภาพการบริการด้านเครือข่าย เร่งพัฒนาให้เครือข่ายให้ครอบคลุมใน พื้นที่ชนบท ซึ่งควรคำนึงถึงความคุ้มค่าในการขยายเครือข่ายและการได้รับประโยชน์ จากชุมชน
- ค. การพัฒนาคุณภาพการบริการด้านบริการหลังขาย ซึ่งเห็นควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นมาก กว่าเดิม ในด้านการอำนวยความสะดวกในการชำระค่าบริการ การบริการหลังการ ขายอุปกรณ์และการรับประกันสินค้า
- ง. การพัฒนาคุณภาพการบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เพิ่มความสามารถในการ รองรับลูกค้า รวมทั้งการบริการที่ควรเน้นทั่วทั้งองค์กรในการให้บริการที่เน้นคุณภาพ

โดยที่แนวทางการพัฒนาทั้งหมดนั้นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุง คุณภาพการบริการในองค์กรธุรกิจสื่อสารในการอยู่บนพื้นฐานที่คำนึงถึงวิสัยทัศน์และพันธกิจของ องค์กร และการใช้กลยุทธ์การตลาดในการพัฒนา ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ควรพัฒนาการบริการที่มีคุณภาพ โดยยึดหลักการบริการที่สร้างคุณภาพรวมทั้งองค์กรเพื่อส่งมอบคุณภาพการบริการให้กับลูกค้า ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและประทับใจ

This research aims to 1) study environmental factors that effect the day to day running of a communication business 2) to study development in service quality in order to meet customers satisfaction in network coverage, after sales service, and marketing 3) to study obstacles and how to develop management in a communication business.

The sample group was made up of customers that used the DTAC 1800 network cell phone with Total Access Communication Plc, north-eastern office, in Khon Kaen between October 2002 and December 2002. The data was collected by structured interview and analyzed by SPSS program for Windows. Statistical analysis was made by arithmetic mean and standard division.

It was found from the study that environmental factors that effect the day to day running of a communication business consist of: External factors 1) competition with other service providers 2) more choices consumers get from the other competitors 3) economic condition which results in consumer spending habits and 4) rapid change of technology, and Internal factors: company's vision, obligation, cultural organization, and employees.

In measuring customers' satisfaction in 3 areas: after sales service, network coverage, and marketing, it was found that the overall average mean was very good ($\bar{X}=3.60$). The highest mean was after sales service ($\bar{X}=3.84$) indication high satisfaction. Network coverage is in second place ($\bar{X}=3.49$) which is very close to marketing which carries the lowest mean ($\bar{X}=3.48$) indicating medium satisfaction.

Network not covering some areas, connection loss, customer not knowing about services, and service fees that should be reduced are all problems.

Quality of services in this communication business should be improved in 4 areas as follows:

- a) Marketing : Marketing strategy, target group, sales, and distribution
- b) Network : to improve network coverage in the countryside which must be based on return benefits from the countryside and worth it.
- c) After sales service : convenient payment, and insure warrantee service
- d) Product and services : emphasize quality services

There should be a continuous development to improve the service quality in the communication organization that is based on the vision, obligation, and marketing strategies of each organization. In addition, officers should improve services by holding on to the ground work of services that build quality in an organization giving customers a quick, accurate, and impressive service.