

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ..... 1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 5
	ขอบเขตของการวิจัย..... 5
	นิยามศัพท์เฉพาะ..... 6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 9
	กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 9
	สมมติฐานในการวิจัย..... 10
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 11
	โครงสร้างและผลการดำเนินงานบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)..... 11
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง..... 16
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 30
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 44
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง..... 44
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 45
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 50
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล..... 50
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 54
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 54
	ผลการดำเนินงานของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)..... 55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ).....	55
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขาย และบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	66
แบบจำลองโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินการกิจการ โทรคมนาคม.....	87
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	95
สรุปผลการวิจัย.....	97
อภิปรายผล.....	99
ข้อเสนอแนะ.....	106
บรรณานุกรม.....	110
ภาคผนวก.....	115
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	116
ภาคผนวก ข ผลการทดสอบตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร โดยใช้โปรแกรม LISREL.....	125
ภาคผนวก ค ผลการทดสอบแบบจำลองผลกระทบเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานของกิจการโทรคมนาคม โดยใช้โปรแกรม LISREL.....	132
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	153

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการติดตั้งและการยกเลิกของส่วนงานของสายงานบริการนครหลวงของ บมจ. ทีโอที ปี 2552-2554 แยกตามหน่วยงาน.....	15
2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม.....	49
3 ผลการดำเนินงานด้านการเงินของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวงบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	56
4 ผลการดำเนินงานด้านลูกค้าของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	57
5 ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	59
6 ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการพัฒนาของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	60
7 ผลการดำเนินงานของส่วนบริการลูกค้าสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แยกตาม ด้านการเงิน ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการ และผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการพัฒนา.....	61
8 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปรผลการดำเนินงานของส่วนบริการลูกค้าสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวงบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	64
9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ และความเที่ยง ในการวัดตัวแปรผลการดำเนินงานของส่วนบริการลูกค้าสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	65
10 ผลการทดสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรผลการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
11 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
12 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับตัวแปรสภาพการแข่งขันด้านตัวแปรสภาพการแข่งขันภายใน แยกรายข้อ.....	69
13 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับตัวแปรสภาพการแข่งขันด้านสภาพการแข่งขันภายนอก แยกรายข้อ.....	70

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

14	ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นและระดับการประเมินคุณลักษณะตัวแปรด้านสภาพการ แข่งขันภายในและสภาพการแข่งขันภายนอกของส่วนบริการลูกค้าของสายงานขาย และบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	71
15	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ แยกรายชื่อ.....	72
16	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านตัวแปรการสร้างแรงบันดาลใจ แยกรายชื่อ.....	74
17	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านตัวแปรการกระตุ้นทางปัญญา แยกรายชื่อ.....	75
18	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านตัวแปรการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล แยกรายชื่อ.....	76
19	คะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นและระดับการประเมินคุณลักษณะของตัวแปรด้าน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (LEAD) แยกตามการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (LII) การสร้างแรงบันดาลใจ (LIM) การกระตุ้นทางปัญญา (LIN) และตัวแปรการคำนึงถึง ความเป็นปัจเจกบุคคล (LIC) ของแต่ละส่วนบริการลูกค้าของสายงานขายและ บริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	77
20	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรการจัดการความรู้ด้านข้อคำถามตัวแปรการสร้างและค้นหาความรู้ แยกรายชื่อ.....	78
21	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรการจัดการความรู้ด้านตัวแปรการจัดเก็บความรู้ แยกรายชื่อ.....	79
22	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรการจัดการความรู้ด้านตัวแปรการเผยแพร่ความรู้ แยกรายชื่อ.....	80

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

23	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ตัวแปรการจัดการความรู้ด้านตัวแปรการใช้ความรู้ แยกรายข้อ.....	81
24	คะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นและระดับการประเมินคุณลักษณะของตัวแปรด้านการ จัดการความรู้ (KM) แยกตามการสร้างและค้นหาความรู้ (KC) การจัดเก็บความรู้ (KA) การเผยแพร่ความรู้ (KS) และการใช้ความรู้ (KU) ของแต่ละส่วนบริการลูกค้า.....	82
25	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปร สังเกตได้ที่ใช้ในโมเดลของกลุ่มตัวอย่าง.....	83
26	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ และความเที่ยง ในการวัดตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในโมเดลของ กลุ่มตัวอย่าง.....	84
27	ผลการทดสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในโมเดลของกลุ่มตัวอย่าง.....	86
28	ผลการทดสอบการแจกแจงพหุนามของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 14 ตัวแปรที่ใช้ในโมเดล ของกลุ่มตัวอย่าง.....	88
29	ค่าเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วม (covariance matrix) ระหว่างตัวแปร สังเกตได้ ทั้งหมด 14 ตัวแปร.....	88
30	ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองผลกระทบเชิงประจักษ์ของปัจจัย ที่ส่งผลการดำเนินงานของ กิจกรรมโทรคมนาคมกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	90
31	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Standardized) และ ค่า t.....	92
32	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของผลกระทบเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่ส่งผลการดำเนินงาน ของกิจกรรมโทรคมนาคม.....	93

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานกิจการไตรมาส.....	10
2 โครงสร้างสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวงของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	14
3 ความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์กับการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ.....	30
4 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองผลกระทบเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ของกิจการไตรมาส.....	91
5 แบบจำลองผลกระทบเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของกิจการ ไตรมาสไตรมาสไตรมาส.....	94