

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมได้รับการพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว โลกในยุคปัจจุบันคือโลกแห่งการสื่อสารโทรคมนาคม ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละมุมโลกก็สามารถส่งผ่านถึงกันได้ในเวลาอันรวดเร็วอย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้เนื่องจากสมรรถนะและศักยภาพของอุปกรณ์สื่อสารที่ได้มีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เครื่องมืออุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุสื่อสาร สายใยแก้วนำแสง ดาวเทียมสื่อสาร เครื่องส่งสัญญาณไมโครเวฟ ตลอดจนระบบโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ใหม่ๆ ขณะเดียวกันก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการและการผลิตเพื่อตอบสนองของประชาชนแห่งการนำไปใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อาศัยการผสมผสานของเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ วิทยุสื่อสาร สายใยแก้วนำแสง เครื่องส่งสัญญาณไมโครเวฟ จนกลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา ทำให้อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่มีผู้ใช้งานมากทั่วโลก

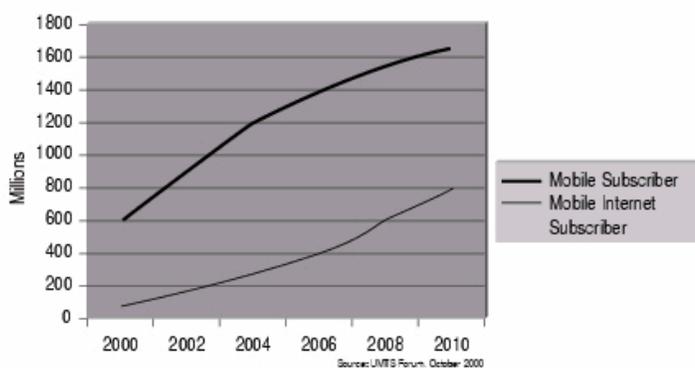
สำหรับตลาดการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยก็มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ให้บริการ การแข่งขันด้านราคาในปี พ.ศ. 2550 มีแนวโน้มที่จะลดความรุนแรงลง เมื่อประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทข.) เรื่อง ใช้อัตราค่าเชื่อมโยงเครือข่าย (Interconnection Charge) ถูกนำมาปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นการป้องกันมิให้เกิดการตัดราคาอย่างไม่เป็นเหตุผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโทรข้ามระหว่างเครือข่าย ส่งผลให้ผู้ให้บริการแต่ละเครือข่ายเริ่มหันมาให้ความสำคัญจากรายได้ของบริการเสริม (Value Added Service: VAS) หรือบริการต่อเนื่องของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งขณะนี้บริการเสริมเริ่มมีบทบาท และผู้ให้บริการมีความคุ้นเคยมากยิ่งขึ้น บริการเสริมมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละรายให้ความสนใจในการพัฒนาบริการเสริมต่างๆ เพิ่มมากขึ้นโดยร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า โดยเฉพาะการพัฒนาคอนเทนต์ต่างๆ เพื่อใช้กับ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาด จากการแข่งขันดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจึงพยายามใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจทุกวิถีเพื่อรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันรวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าสำหรับลูกค้าที่จะขยายตัวต่อไปในอนาคต การให้บริการเสริมจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายให้ความสนใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและบริการให้แตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่น และยังสามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้กับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

นอกเหนือจากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว การเปลี่ยนแปลงของตลาดยังสร้างโอกาสให้กับผู้ให้บริการในการพัฒนาการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งในการสื่อสารด้านเสียง (voice) และด้านข้อมูล (data) ทำให้อัตราการใช้บริการด้านข้อมูล หรือ Mobile Internet เพิ่มขึ้น ดังเห็นได้จากภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1

การเติบโตของโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการด้านข้อมูล (Data Service)



ที่มา: www.cisco.com/en/US/products/sw/wirelssw

บริการเสริม Value Added Services แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ บริการเสริมทางเสียงและ บริการเสริมที่มีใช้ทางเสียง ปัจจุบันบริการเสริมมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งคุณภาพของเครือข่ายและเทคโนโลยีของตัวลูกข่ายที่สามารถรองรับบริการใหม่ๆ ได้ จากการสำรวจพฤติกรรมกรการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนกรุงเทพฯ ของ

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย ในระหว่างวันที่ 6-15 ธันวาคม พ.ศ. 2548 พบว่า บริการเสริมที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การส่งข้อความสั้น (SMS), การดาวน์โหลดริงโทน, การดาวน์โหลดรูปภาพ, การเล่นเกม และ WAP/GPRS สำหรับการใช้บริการ GPRS มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากสามารถเพิ่มรูปแบบให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การส่ง MMS สามารถส่งข้อความตัวอักษร ภาพและเสียงพร้อมกัน บริการ GPRS ใช้ในการดาวน์โหลดข้อมูล หรือสืบค้นบริการต่อเนื่องได้ เช่น การดาวน์โหลดเกมส์ เสียงเพลง รูปภาพมาเก็บไว้ในตัวเครื่องโทรศัพท์ได้ จึงนับเป็นแหล่งรายได้ที่มีศักยภาพการเติบโตในอนาคต ทั้งนี้โครงข่าย GPRS ที่ครอบคลุมทั่วประเทศส่งผลให้ผู้ใช้บริการสามารถดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการใช้งานบริการ GPRS ได้มากขึ้น

GPRS มาจากคำว่า General Packet Radio Services ซึ่งเป็นบริการเสริมแบบใหม่ที่รองรับการรับส่งข้อมูลข่าวสาร บนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถรับส่งข้อมูลและติดต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา โดยที่ความเร็วการสนองตอบของ GPRS ทำให้การเชื่อมต่อมีความสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้นและข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้อย่างทันทีทันใดทั้งการรับและการส่ง ด้วยการตัดความยุ่งยากในขั้นตอนการตั้งค่าต่างๆ ของโมเด็ม

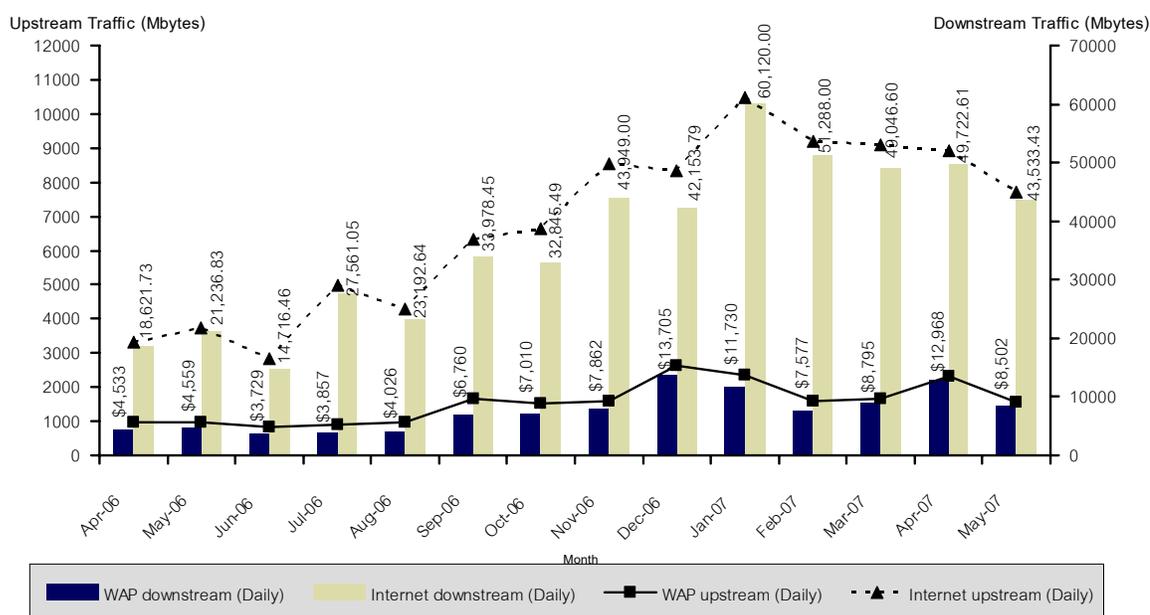
กล่าวโดยสรุป GPRS คือ เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายเดิมเพื่อให้การส่งข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว และสะดวกยิ่งขึ้น สร้างขึ้นมาเพื่อการใช้ Mobile Internet ด้วยความสะดวกยิ่งขึ้น ทำให้สามารถทำธุรกรรมต่างๆ เช่น การรับส่งไฟล์ข้อมูล, การดาวน์โหลดข้อมูล, การเช็คอีเมลล์ ได้อย่างสะดวก และง่าย ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากภาพที่ 1.2 แสดงให้เห็นถึงปริมาณการใช้งาน GPRS ตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2549 ถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2550 พบว่า ปริมาณการใช้งาน GPRS ในปี พ.ศ. 2550 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 แต่ปริมาณการใช้งานในแต่ละเดือนจะมีปริมาณมากหรือน้อยทั้งสิ้นขึ้นอยู่กับรายการส่งเสริมการขายในช่วงเดือนนั้นๆ ที่จะมีต่อการกระตุ้นการใช้งาน GPRS

บริการเสริม GPRS มีความหลากหลายในการใช้งานในหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเพื่อการดาวน์โหลดข้อมูลจากคอนเทนท์ต่างๆ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ หรือใช้งานเป็นโมเด็ม ซึ่งจากความหลากหลายของบริการนี้ทำให้ทางผู้ให้บริการแต่ละรายต่างมองเห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาและการเติบโตได้ในอนาคต จากประโยชน์และความสำคัญดังที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริม GPRS และพฤติกรรมของผู้ใช้งานบริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการศึกษาครั้งนี้

มุ่งเน้นการศึกษาในขอบเขตของผู้ใช้บริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน (Post Paid) และแบบบัตรเติมเงิน (Pre Paid) ของทั้งผู้ให้บริการทั้ง 3 ระบบ คือ เอไอเอส, ดีแทค และทรูมูฟ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการที่จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจวางแผนการตลาดและปรับปรุงคุณภาพในบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคต่อไป

ภาพที่ 1.2
ปริมาณการใช้งาน GPRS



ที่มา: จากผู้ให้บริการรายหนึ่งในประเทศไทย

1.2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานบริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาคือประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าบุคคลธรรมดา รายย่อย เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นไปทางปัจเจกบุคคล จึงไม่รวมถึงลูกค้านิติบุคคลหรือองค์กรต่างๆ

2) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการ 3 รายเท่านั้น คือ เอไอเอส, ดีแทค และทรูมูฟ เนื่องจากผู้ให้บริการทั้ง 3 ราย เป็นผู้ให้บริการที่ครองส่วนแบ่งตลาดรายหลักของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล อยู่ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ 2550

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS แตกต่างกัน

2) อาชีพต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS และการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกัน

1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ผลโดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Mean) โดยการนำเสนอในรูปแบบตาราง

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากข้อมูลของบริษัทผู้ให้บริการ, ข้อมูลการวิจัยของบริษัทต่างๆ, เอกสารทางวิชาการ, บทความ, งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่ได้จัดทำไว้แล้ว

1.6 วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งเสริมการขายของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการเสริม GPRS ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค
- 2) ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.8 คำโครงของงานวิจัย

บทที่ 1 บทนำ บทนี้ประกอบด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา สมมติฐานของการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งว่าด้วยทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์คือทฤษฎีอุปสงค์ ทฤษฎีทางการตลาดประกอบด้วยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด และการแบ่งส่วนตลาด ส่วนที่สอง เป็นงานศึกษาในอดีตการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GPRS และส่วนที่สามเป็นวิธีการศึกษา

บทที่ 3 ภาพรวมและโครงสร้างของ GPRS ในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วย การพัฒนาของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GPRS ข้อมูลทางเทคนิคของระบบ GPRS ที่ใช้โดยสังเขป คุณสมบัติของระบบ GPRS รูปแบบการให้บริการของ GPRS และ การให้บริการ GPRS ในประเทศไทย

บทที่ 4 ผลการศึกษา ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยการทดสอบสมมติฐาน ส่วนที่ 3

พฤติกรรมการใช้บริการเสริม GPRS ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 4 การทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริม GPRS และการทดสอบความแตกต่างด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป