

การศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การแข่งขัน ของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดแพร่มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์สภาพแข่งขันธุรกิจโทรคมนาคม ในจังหวัดแพร่ (2) วิเคราะห์การให้บริการของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) โดยใช้ SWOT Analysis (3) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในจังหวัดแพร่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาใช้ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ และปฐมภูมิ โดยข้อมูลทุติยภูมิได้จาก วารสารสิ่งพิมพ์ และรายงานประจำปีของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ส่วนข้อมูลปฐมภูมิได้จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คนโดยแยกเป็นผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จำนวน 100 คน และ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด(มหาชน) จำนวน 100 คนในจังหวัดแพร่

ผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในธุรกิจโทรคมนาคม ของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดแพร่ โดยทฤษฎี Porter's Five Force พบว่ามีการแข่งขันที่เข้มข้นโดยแรงกดดันที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันคือ บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อำนาจต่อรองของลูกค้า บริษัทที่ให้บริการอยู่เดิม และบริษัทที่ให้บริการโทรศัพท์ที่เข้ามาใหม่ ส่วนผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้ SWOT Analysis พบว่า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีจุดแข็งคือ (1) มีโครงข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ (2) มีบริการหลังการขาย (3) ให้บริการครบวงจร (4) มีศูนย์บริการลูกค้า

เพียงพอ (5) มีความน่าเชื่อถือเนื่องจากเป็นรัฐวิสาหกิจมาก่อน ส่วนจุดอ่อนได้แก่ (1) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ไม่สามารถสร้างความสนใจให้ลูกค้า (2) ขาดทักษะด้านการตลาด (3) ต้นทุนแรงงานสูงกว่าคู่แข่ง (4) ขาดความพร้อมในเชิงธุรกิจเนื่องจากการแปรสภาพจากรัฐวิสาหกิจ ในด้านโอกาสประกอบด้วย (1) รัฐบาลส่งเสริมให้ใช้ระบบสารสนเทศ (2) ประชากรมีการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้นเช่นมีการใช้งานบอยซ์ (3) ขนาดของกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีผู้ขอใช้บริการเพิ่มขึ้น ทางด้านอุปสรรคได้แก่ (1) มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น (2) รัฐบาลมีนโยบายแปรรูปรัฐวิสาหกิจทำให้อำนาจการผูกขาดของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ลดน้อยลง (3) การเปิดเสรีโทรคมนาคม ทำให้มีคู่แข่งมากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์ที่ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ควรเลือกนำมาใช้คือ กลยุทธ์เชิงกระจาย ประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม เช่นการนำบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง(ADSL) มาให้บริการกับเลขหมายเดิม และกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ได้แก่ความแตกต่างในด้านการให้บริการโทรศัพท์ที่สามารถแสดงภาพผู้เรียกเข้าได้ (IP Phone) ความแตกต่างด้านบริการ เช่น บริการตรวจแก้เร่งด่วน การประกันคุณภาพการให้บริการ และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ เช่น การสร้างตราสัญลักษณ์ (logo) สำหรับกลยุทธ์เชิงปรับตัว บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จะต้องมีการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทให้เป็นนักรการตลาด

ส่วนการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในจังหวัดแพร่ เปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) และ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด(มหาชน) พบว่าบริการของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)ได้รับความพึงพอใจมากกว่าในด้านการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ บริการโทรศัพท์สาธารณะ และบริการสอบถามเลขหมาย

## **ABSTRACT**

**176608**

This study on “Competitive Strategy of the TOT Public Company Limited in Phrae Province” has the following objectives: (1) to analyze the competitive nature of telecommunication business in Phrae Province, (2) to study the competitiveness of the TOT Public Company’s services using SWOT Analysis, and (3) to analyze the behavior of consumers using the Company’s services in Phrae Province.

Data used in the study are both secondary and primary. Secondary data are obtained from various publications and printed matters as well as annual reports of the TOT Public Company. Primary data are obtained from a sample of 200 telephone users, 100 TOT Public Company users and 100 TT&T Public Company users in Phrae Province.

On the analysis of the competitiveness of the telecommunication business in Phrae Province using Porter’s Five Force, the results of the study show that telecommunication business in Phrae is highly competitive. Pressure which has great impact on the competitiveness of the business is from mobile phone firms, consumers’ bargaining power, existing firm, and new entrants into the market. On the SWOT Analysis, the results of the study show that the TOT

Company does have some strength in the following areas: (1) nation wide network covering the whole country, (2) the availability of the Company's after sale service (3) full services, (4) sufficient customers' service centers, and (5) the Company's trustworthy. Weaknesses include (1) marketing promotions are not attractive enough, (2) the Company's lack of marketing skill, (3) higher labor costs than competitors', and (4) not enough business oriented due to the Company's recent privatization. However, the Company has good opportunities due to (1) the government's strong promotion to use IT, (2) increasing use of telecommunication services, and (3) larger market share. On the threats facing the Company, they include (1) higher use of mobile telephones, (2) less monopoly power of the Company due to privatization, and (3) greater number of competitors due to the liberalization of telecommunication industry. Therefore, Diversification and Turnaround Strategies should be the policy of the Company. For the Diversification Strategy, this should include creating higher value added such as offering ADSL services to be used with original telephone numbers. It should also include creating product and service differentiation such as showing the picture of the person at the other end of the line, hot line services, guarantee of service quality, and creating new image with new logo. For the Turnaround Strategy, this should include personnel development to be more business and marketing oriented.

With regard to the TOT Public Company users' satisfaction in comparison with the TT&T Public Company users, the results show that TOT Company users are more satisfied in the aspects of fixed lines, public telephones, and directory number services.