

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1 ความเป็นมา

กิจการโทรศัพท์ เดิมอยู่ในความรับผิดชอบขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2497 ในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคม ต่อมาเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 ได้แปลงสภาพจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเป็น บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ภายใต้พระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 และในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) เป็นองค์กรที่ให้บริการด้านกิจการสื่อสาร โทรคมนาคม และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการเองและ/หรือร่วมดำเนินการกับบุคคลอื่น โดยมีสินค้าและบริการหลัก ดังนี้

1. บริการโทรศัพท์พื้นฐาน (Fixed Line) ดำเนินการเสริมศักยภาพบนโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐาน มูลค่าเพิ่มในการให้บริการด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
2. บริการโทรศัพท์สาธารณะ ให้การบริการประชาชนในทุกระดับ ให้ความสำคัญ สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ค่าบริการถูก ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
3. บริการบนโครงข่ายอัจฉริยะ เป็นบริการพิเศษต่างๆ ที่ใช้โครงข่ายโทรศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพ
4. บริการสื่อสารข้อมูล เป็นบริการสื่อสารเพื่อส่งข้อมูล จากต้นทางถึงปลายทาง
5. บริการINTERNET เป็นการให้บริการ Internet ด้วยเทคโนโลยีหลายรูปแบบ
6. บริการสื่อสารไร้สาย โทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุติดตามตัวเฉพาะกลุ่ม
7. บริการบัตรโทรศัพท์ เป็นบริการที่ช่วยลดปัญหาจากการใช้เหรียญโทรศัพท์ รวมถึงบัตรโทรศัพท์รูปแบบใหม่ สามารถใช้งานโทรศัพท์ และใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ในบัตรเดียว

8. บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายโทรคมนาคมเช่น เครือข่ายกรรมการปกครอง โครงข่ายเพื่อการศึกษา โครงข่ายเพื่อการสาธารณสุข โครงข่าย Police เป็นต้น

ด้วยปัจจัยของความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบันรวมถึงนโยบายการค้าแบบเสรีของการแข่งขันด้านโทรคมนาคม มีผลให้มีผู้ให้บริการในกิจการสื่อสารโทรคมนาคมเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่มีเพียงผู้ให้บริการรายเดียวกล่าวคือบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ซึ่งถือว่าปัจจุบันเป็นเจ้าของโครงข่ายโทรคมนาคมพื้นฐานทั่วประเทศ ได้เข้าทำข้อตกลงการแบ่งส่วนแบ่งรายได้ในการร่วมให้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานบนโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานในบางพื้นที่ของประเทศ ซึ่งเป็นข้อตกลงในลักษณะการสร้าง-โอน-ดำเนินการ(BTO:Build-Transfer-Operate) ร่วมกับ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทีทีแอลซีที จำกัด (มหาชน) เพื่อให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานภายในประเทศในเขตนครหลวงและในเขตภูมิภาคตามลำดับและยังมีผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกหลายบริษัท โดยบริษัทเหล่านี้มีการแข่งขันรุนแรงในทุกด้าน โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้ารายใหม่ของตน

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถของระบบโครงข่ายและขยายเลขหมายอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2549-2550 นี้ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีโครงการขยายเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานทั่วประเทศจำนวน 5.65 แสนเลขหมาย ขยายบริการในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 2,160 เลขหมาย เป็นการขยายบริการไปในพื้นที่ที่ยังไม่มีชุมสายโทรศัพท์ให้บริการ โดยสร้างเป็นชุมสายโทรศัพท์ขนาดเล็ก ขนาด 120 เลขหมาย จำนวน 18 ชุมสาย

จากการขยายเลขหมายเพิ่มจำนวน 2,160 เลขหมายนี้ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จะต้องหาแนวทางในการจำหน่ายและติดตั้งเลขหมายให้กับผู้ขอใช้บริการรายใหม่ โดยจะต้องคำนึงถึงการสื่อสารถึงลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจในบริการต่างๆและเหตุผลที่ทำให้เลือกตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)

จากความเป็นมาและเหตุผลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานในเขตจังหวัดหนองบัวลำภู มีการเปิดรับสื่อของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) อย่างไร มีความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)ในด้านต่างๆ อย่างไร และการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้เพื่อวางแผนพัฒนาการใช้สื่อเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ใช้บริการ พัฒนาการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและเพิ่มการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานนั่นเอง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

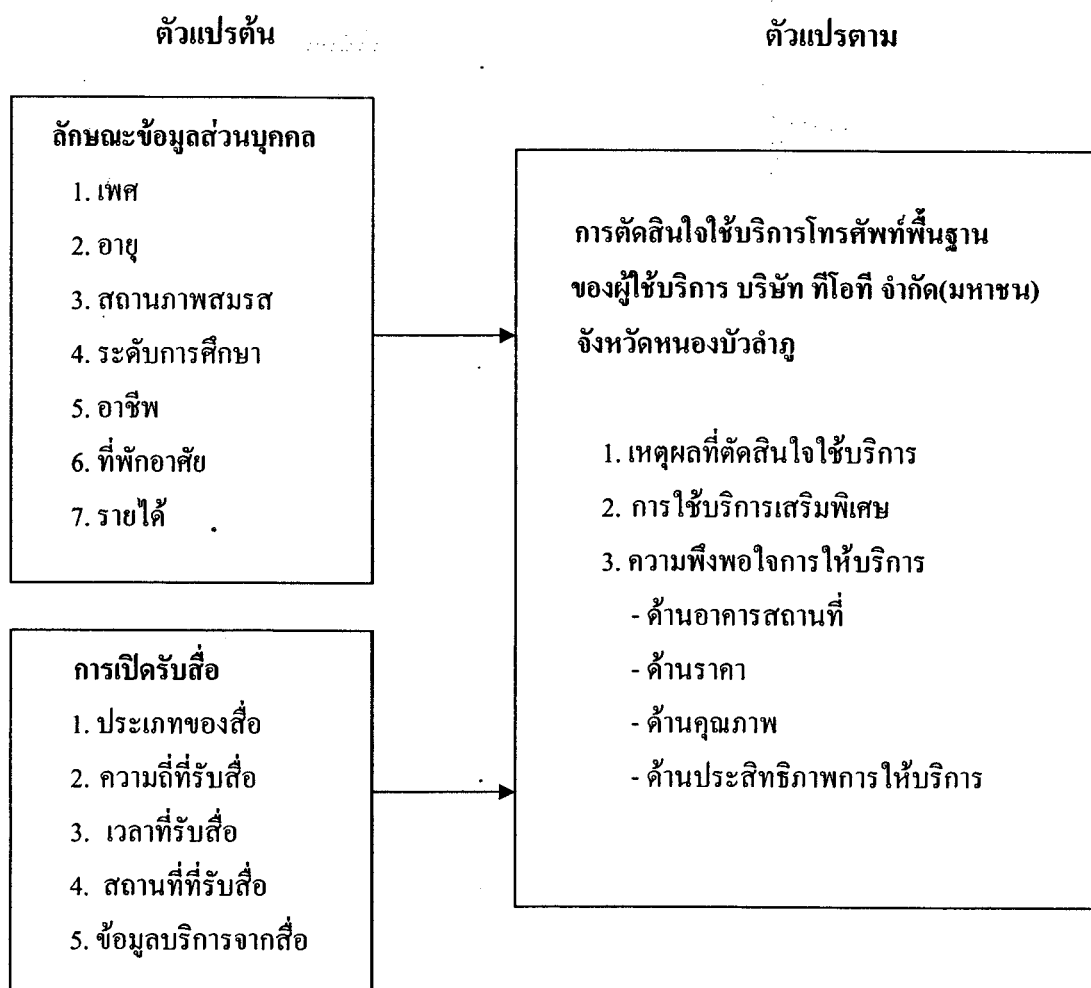
2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

2.3 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน

2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



4. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากร คือ ผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ในพื้นที่รับผิดชอบของส่วนบริการลูกค้าจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 6,606 เลขหมาย (รายงานเลขหมายเปิดใช้ประเภทโทรศัพท์พื้นฐาน เดือนมีนาคม 2550)

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาปัจจัยลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและการเปิดรับสื่อในด้านประเภทของสื่อ ความถี่ เวลา สถานที่ที่รับสื่อ รวมถึงเนื้อหาของสื่อ กับการตัดสินใจในการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2550

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

5.4.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

1) ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ที่พักอาศัย และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อ ได้แก่ ประเภทของสื่อ ความถี่ เวลา สถานที่ที่รับสื่อและข้อมูลบริการที่สื่อนำเสนอ

5.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ได้แก่ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการ การใช้บริการเสริม ความพึงพอใจการให้บริการในด้านสถานที่ของศูนย์บริการลูกค้า ราคาและคุณภาพของสินค้าและการบริการที่ได้รับ

6. ประเด็นปัญหาการวิจัย

6.1 การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู เป็นอย่างไร

6.2 การตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู เป็นอย่างไร

6.3 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู แตกต่างกันหรือไม่

6.4 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู หรือไม่

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน หมายถึง ส่วนบริการลูกค้าจังหวัดหนองบัวลำภู บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)

7.2 ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เป็นเจ้าของเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

7.3 เลขหมายเต็ม หมายถึง จำนวนเลขหมายทั้งหมดที่บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) สามารถให้บริการลูกค้าได้ในพื้นที่

7.4 เลขหมายเปิดใช้ หมายถึง เลขหมายที่ผู้ให้บริการได้ขอใช้บริการแล้ว และก่อให้เกิดรายได้กับ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)

7.5 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ที่พักอาศัยและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ของ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

7.6 การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ผ่านสื่อประเภทสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ความถี่ เวลา สถานที่ที่รับสื่อและข้อมูลบริการที่สื่อนำเสนอ

7.7 การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง การเลือกใช้บริการติดตั้งเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ของผู้ให้บริการในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 เพื่อทราบการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

8.2 เพื่อทราบการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

8.3 เพื่อทราบถึงความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู ที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน

8.4 เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ กับ การตัดสินใจใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานของผู้ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จังหวัดหนองบัวลำภู

8.5 เพื่อเป็นแนวทางวางแผนพัฒนาช่องทางการใช้สื่อส่งข้อมูล เพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการและเพื่อปรับปรุงการบริการ โทรศัพท์พื้นฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด