

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ที่ให้บริการด้วยโครงข่ายที่ใช้สายเคเบิล หรือที่เรียกว่า โทรทัศน์ทางสายระบบบอกรับเป็นสมาชิก หรือ ระบบเคเบิลทีวี (CATV) เป็นการร่วมดำเนินการระหว่าง องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย กับ บริษัทเอกชน ที่มีชื่อว่า บริษัท ทูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) (หรือในชื่อเดิม คือ บริษัท ไทยเคเบิลวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวอร์ค จำกัด (มหาชน) และบริษัท ยูบีซี เคเบิล เน็ตเวอร์ค จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ) ตามสัญญา ฉบับลงวันที่ 6 มิถุนายน 2537 ร่วมกันดำเนินการแพร่ภาพสัญญาณรายการไปยังสมาชิก ด้วยรายการหลากหลายประเภท ทั้งที่เป็นสารประโยชน์ ความรู้ และความบันเทิง โดยในส่วนสำคัญ คือ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ผลิตรายการโดยมูลนิธิการศึกษาจากโรงเรียนวังไกลกังวล เพื่อเผยแพร่การศึกษาไปสู่ประชาชน ให้มีโอกาสดูได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการศึกษามากยิ่งขึ้น

“ทรู” เป็นตราสินค้า ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะผู้นำด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และความทันสมัย สามารถให้บริการผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้วยวิสัยทัศน์ที่มุ่งไปสู่การเป็นผู้นำในการร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดรูปแบบบริการใหม่ ๆ สำหรับผู้บริโภค (convergence lifestyle) ในกลุ่ม ทรู ได้แก่ ทรูมูฟ ทรูมันนี่ ทรูออนไลน์ ทรูวิชั่นส์ และ ทรูไลฟ์ เพื่อให้คนไทยสามารถติดต่อสื่อสารรับข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และสาระบันเทิงต่างๆ ได้ตามความต้องการผ่าน สินค้าและบริการในกลุ่ม ทรู ทำให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ในส่วน ของ ทรูวิชั่นส์ มีนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2552 ได้นำเสนอกล่องรับสัญญาณ พีวีอาร์ (set top PVR) ที่มีฮาร์ดดิสก์ความจุ 160 กิกะไบต์ ที่สามารถบันทึกรายการได้ ต่อมาในปี 2553 ได้ส่งกล่องรับสัญญาณ เฮชดี (set top HD) ที่ภาพมี

ความคมชัดมากกว่าปกติถึง 5 เท่า ทั้งนี้ “ทรู” ยังเป็นที่รู้จักในฐานะขององค์กรที่ทำกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยโครงการ “ปลูกปัญญา” เป็นการเปิดโลกทัศน์แห่งการเรียนรู้สู่โรงเรียนทั่วประเทศ

ปัจจุบัน ทรูวิชั่นส์ ประสบปัญหาภัยคุกคามการดำเนินธุรกิจ ซึ่งพบว่า มีผู้ดำเนินการบริการโทรทัศน์ทางสายและทางจานรับดาวเทียมระบบบอกรับเป็นสมาชิก รายย่อย รายใหม่ จำนวนมาก รวมถึงการให้บริการช่องรายการโดยส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) และปัญหาเกี่ยวกับการลักลอบรับสัญญาณโทรทัศน์ทางสายระบบบอกรับเป็นสมาชิก ที่ไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายโดยเฉพาะที่บัญญัติความผิดกรณีดังกล่าว เพื่อเอาผิดกับผู้กระทำการลักลอบได้โดยตรง

จากการรวบรวมเก็บข้อมูลการดำเนินธุรกิจของ ทรูวิชั่นส์ ในส่วนของการบริการโทรทัศน์ทางสายระบบบอกรับเป็นสมาชิก เพื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้บริโภคขอสมัครเป็นสมาชิกใหม่ และจำนวนสมาชิกเดิมที่ขอยกเลิกบริการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถึงปี พ.ศ.2552 ได้แสดงผลการรวบรวมตามข้อมูลในตาราง 1

ตาราง 1

จำนวนสมาชิกที่ ขอดิดตั้งใหม่และขอยกเลิกบริการ

(หน่วย : ราย)

ปี พ.ศ.	จำนวนสมาชิกขอดิดตั้งใหม่	จำนวนสมาชิกขอยกเลิกบริการ
2550	9,892	8,776
2551	6,851	6,805
2552	4,708	6,258
รวม	21,451	21,839

ที่มา. จาก รายงานจำนวนผู้รับบริการประจำปี พ.ศ. 2552, โดย บริษัท ทรูมัลติมีเดีย จำกัด, 2553, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

จากตาราง 1 พบว่า ในปี พ.ศ. 2550 จำนวนสมาชิกที่ขอติดตั้งใหม่มีมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.7 ของสมาชิกที่ขอยกเลิกใช้บริการ ต่อมาในปี พ.ศ. 2551 จำนวนสมาชิกที่ขอติดตั้งใหม่มีจำนวนมากกว่าเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.67 ของสมาชิกที่ขอยกเลิกใช้บริการ และในปี พ.ศ. 2552 จำนวนสมาชิกที่ขอติดตั้งใหม่มีน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 24.76 ของสมาชิกที่ขอยกเลิกใช้บริการ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการขอยกเลิกใช้บริการมีปริมาณสูงขึ้น จากปัญหาดังกล่าว จึงนับเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยในปัญหานี้ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างกระจ่างชัด ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับบริการ และความภักดีของผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชชั่นส์ ให้สามารถเก็บรักษาผู้รับบริการที่มีอยู่เดิมในปัจจุบัน และดูแลผู้รับบริการรายใหม่ให้คงอยู่รับบริการได้ในระยะยาว รวมทั้งจักได้ทำการศึกษาเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหการยกเลิกบริการของสมาชิกผู้รับบริการที่มีแนวโน้มในปริมาณที่มากขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้บริการ กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชชั่นส์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชชั่นส์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับภักดีของผู้รับบริการต่อตราสินค้า กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชชั่นส์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคาม กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชชั่นส์

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิทัศน์ส์
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ มีความสัมพันธ์กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิทัศน์ส์
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภาคภูมิใจของผู้รับบริการต่อตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิทัศน์ส์
4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับภักดีลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิทัศน์ส์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ ต่อการเก็บรักษาผู้รับบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิทัศน์ส์ ซึ่งมีพื้นที่ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดพื้นที่โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย คือ พื้นที่ชุมสายหลักอโศก (ASD HUB) ประกอบด้วยพื้นที่ที่ให้บริการ ดังนี้ อโศก สุขุมวิท ชัยพฤกษ์ พหลโยธิน สาธุประดิษฐ์ ทุ่งมหาเมฆ สุรวงศ์ เพลินจิต สาธุประดิษฐ์ อินทามระ ลาดพร้าว ตรอกจันทร์ คลองเตย ปทุมวัน และสามเสน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างการวิจัยในเดือนสิงหาคม 2553 ถึง กันยายน 2553

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้รับบริการโทรศัพท์ทางสาย ระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชัสน์ ที่รับบริการตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนสมาชิกที่รับบริการทั้งสิ้น 110,604 ราย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538, หน้า 233-234) กำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ที่ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster sampling) จากนั้นทำการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ด้วยวิธีจับสลากได้พื้นที่ชุมสาย อ.โศก กำหนดขนาดตัวอย่างเป็นสัดส่วนกับจำนวนหน่วยทั้งหมดในพื้นที่ (proportionate stratified random sampling) จำนวน 15 พื้นที่ ซึ่งนำมาจัดสรรแบบสอบถาม ตามสัดส่วนจำนวนผู้รับบริการแต่ละพื้นที่ นำส่งแบบสอบถามโดยการมอบหมายพนักงานซ่อมบำรุงนำส่งแบบสอบถามให้ถึงมือสมาชิกผู้ตอบ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

- 1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้บริการ
- 1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ
- 1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้รับบริการต่อตราสินค้า
- 1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคาม

2. ตัวแปรตาม

การเก็บรักษาผู้รับบริการโทรศัพท์ทางสาย ระบบตอบรับเป็นสมาชิก
ทูริชัสน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ดำเนินการด้านการให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ระบบตอบรับเป็นสมาชิก และทรวิชันส์ นำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ
2. ผู้ดำเนินการด้านการให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ระบบตอบรับเป็นสมาชิก และทรวิชันส์ นำไปเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางตลาดให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. ผู้ดำเนินการด้านการให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ระบบตอบรับเป็นสมาชิก และทรวิชันส์ นำไปเป็นแนวทางในการกระชับสายสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และการเก็บรักษาผู้รับบริการไว้ให้ได้ในระยะยาว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โทรทัศน์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก หรือ ระบบเคเบิลทีวี (CATV--Community Antenna Television System) หมายถึง การให้บริการโทรทัศน์ โดยส่งสัญญาณภาพและเสียงไปตามสายใยแก้วนำแสง (fiber optic) และสายเคเบิลแกนร่วม (coaxial cable) เพื่อให้บริการรายการโทรทัศน์ จากสถานีหลักที่ทำการรวบรวมช่องรายการจากทั่วโลกและรายการที่ผลิตขึ้น แล้วเข้ากระบวนการจัดเรียงช่องรายการ ส่งผ่านสายเคเบิลไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ของผู้รับบริการ ที่บอกรับเป็นสมาชิก โดยมีค่าธรรมเนียมบริการ
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในการรับบริการ หมายถึง ความคิดเห็นจากความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และคาดการณ์ของผู้รับบริการ ต่อคุณภาพการรับบริการโทรทัศน์ทางสายระบบตอบรับสมาชิก ทรวิชันส์ ที่ดำเนินการโดยใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้รับบริการ โทรทัศน์ทางสาย ที่เกิดการเรียนรู้จากการรับรู้คุณภาพการบริการโทรทัศน์ทางสายระบบตอบรับสมาชิก ทูวี่ชั่นส์ ที่ดำเนินกิจการโดยใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า (brand loyalty) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้รับบริการ ที่เกิดความเชื่อมั่น และภักดี ในการดำเนินการตลาดธุรกิจบริการ ที่ ทูวี่ชั่นส์ ทำการกระตุ้นหรือสนับสนุนส่งเสริม และเข้าใจผู้รับบริการ อย่างถ่องแท้ ว่าสิ่งใดที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่า ทูวี่ชั่นส์ เป็นเสมือนคู่ใจ สามารถไว้วางใจ และไม่ลังเลใจที่จะรับบริการโทรทัศน์ทางสายระบบตอบรับสมาชิก ทูวี่ชั่นส์ อย่างต่อเนื่อง

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคาม หมายถึง ความคิดเห็นของผู้รับบริการ ที่มีต่อสินค้า/บริการทดแทน อันได้แก่ กิจการให้บริการสัญญาณโทรทัศน์จากแหล่งต่าง ๆ ที่ให้บริการในลักษณะเช่นเดียวกันกับ ทูวี่ชั่นส์ รวมถึงปัญหาเกี่ยวกับการลักลอบรับสัญญาณโทรทัศน์ทางสายระบบบอกรับเป็นสมาชิก และภัยคุกคามจากการเข้าสู่อุตสาหกรรมหรือผู้แข่งขันรายใหม่ ได้แก่ กิจการที่ให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ทั้งระบบทางสาย เคเบิลทีวี (CATV) และระบบจานรับดาวเทียม (DSTV) รายย่อย รายใหม่ ที่ต้องการจะดำเนินธุรกิจการให้บริการในลักษณะเช่นเดียวกันกับ ทูวี่ชั่นส์

6. การเก็บรักษาผู้รับบริการ หมายถึง การส่งมอบคุณภาพการให้บริการโทรทัศน์ทางสายระบบตอบรับสมาชิก ทูวี่ชั่นส์ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ที่จะนำไปสู่การรับบริการในระยะยาว ทั้งนี้สามารถทราบได้จากระยะเวลาที่สมาชิกที่รับบริการ ทูวี่ชั่นส์ ที่ผ่านมา รวมถึงความสามารถในการเอาใจใส่ดูแลสมาชิกที่รับบริการให้คงอยู่กับ ทูวี่ชั่นส์ ต่อไปในอนาคต

กรอบการวิจัย

