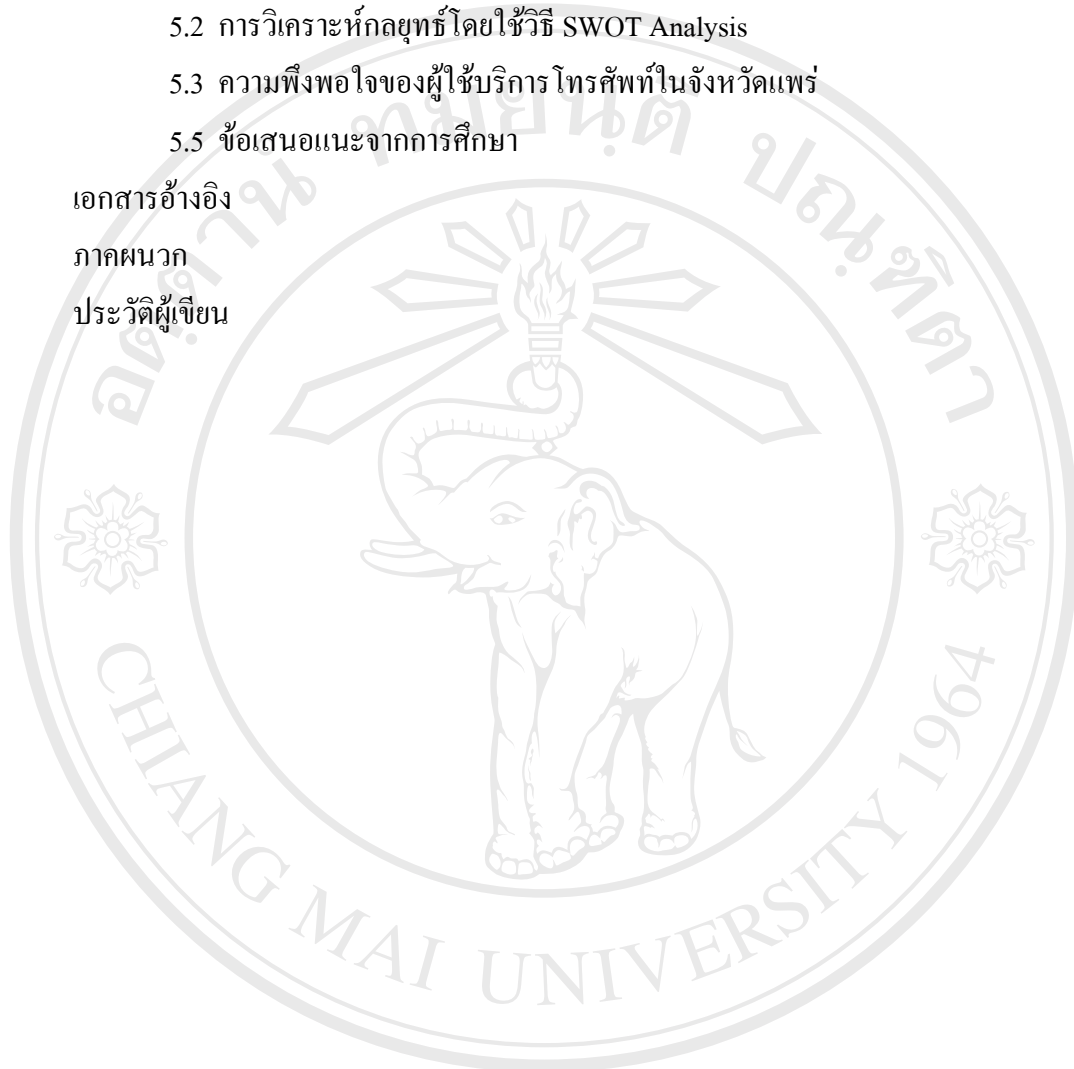


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.4 ขอบเขตการศึกษา	9
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎี Porter's 5 Forces Analysis การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ	11
2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	15
2.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	17
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีวิจัย	
3.1 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	21
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	22
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของธุรกิจโทรคมนาคมในจังหวัดแพร่	23
4.2 การวิเคราะห์การให้บริการ ของ บมจ.ทีโอที ในจังหวัดแพร่ โดยใช้ SWOT Analysis	25
4.3 การกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันของ บมจ.ทีโอที ในจังหวัดแพร่	34
4.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	39

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของธุรกิจ	55
5.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis	56
5.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในจังหวัดแพร่	58
5.5 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	58
เอกสารอ้างอิง	60
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้เขียน	90



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงสถานภาพเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน	2
1.2 แสดงสถานภาพเลขหมายโทรศัพท์ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	4
4.1 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของ บมจ.ทีโอที และ บมจ. ทีทีเอ็นด์ที	29
4.2 แสดงสภาพแวดล้อมภายนอกของ บมจ. ทีโอที และ บมจ. ทีทีเอ็นด์ที	33
4.3 แสดงตำแหน่งกลยุทธ์ในการให้บริการ โทรศัพท์ของ บมจ.ทีโอที จังหวัดแพร่ จากการวิเคราะห์ โดยใช้วิธี TOWS Matrix	34
4.4 แสดงแบบจำลองการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการ โทรศัพท์จากการวิเคราะห์ โดยใช้ TOWS Matrix	36
4.5 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.6 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.7 แสดงสถานภาพสมรส	40
4.8 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.9 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.10 แสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.11 แสดงสื่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.12 แสดงการชำระค่าบริการ	43
4.13 แสดงการใช้บัตร Pin Phone/T- Card	44
4.14 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการ ใช้โทรศัพท์ประจำที่ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	45
4.15 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัตร Pin Phone / T-Card	46
4.16 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในบริการ โทรศัพท์สาธารณะ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	47
4.17 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจบริการ ADSL ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	48
4.18 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์ราคาประหยัดของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	49

4.19 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสอบถามเลขหมาย 1133 ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีแอนด์ที	50
4.20 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการรับแจ้งเหตุเสีย 1177 ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีแอนด์ที	50
4.21 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากพนักงานช่างของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีแอนด์ที	51
4.22 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับความสะดวกเมื่อมาติดต่อ ศูนย์บริการลูกค้า ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีแอนด์ที	52
4.23 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากพนักงานศูนย์บริการลูกค้า ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีแอนด์ที	53
4.24 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระหว่าง บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีแอนด์ที	54

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 แสดงสถานภาพเลขหมายให้บริการ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	5
1.2 แสดงสถานภาพการให้บริการ โทรศัพท์สาธารณะของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	5
1.3 แสดงสถานภาพการให้บริการ ADSL ของ บมจ.ทีโอที และ บมจ.ทีทีเอ็นด์ที	6
1.4 แสดงรายได้และค่าใช้จ่าย บมจ.ทีโอที	7
1.5 แสดงส่วนแบ่งการตลาดเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ในจังหวัดแพร่	7
1.6 แสดงส่วนแบ่งการตลาดโทรศัพท์สาธารณะในจังหวัดแพร่	8
1.7 แสดงส่วนแบ่งการตลาดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดแพร่	8
2.1 แสดงโมเดลผลกระทบจากแรงกดดัน 5 ประการ	11
2.2 แสดงทางเลือกกลยุทธ์ของธุรกิจ โดยวิธี TOWS Matrix	16
3.1 แบบจำลองการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจ โดยทฤษฎี Porter's Five Forces Model ปรับปรุงจาก Porter, Michael E. (1995)	21