

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่โลกเต็มไปด้วยการแข่งขันและมีการเชื่อมโยงกันอย่างไร้พรมแดนดังเช่นปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงธุรกิจ รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งการสื่อสารในยุคนี้เป็นยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นการนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารหลายๆ เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบการสื่อสารด้วยรหัส การสื่อสารด้วยสายตัวนำ การสื่อสารโดยใช้คอมพิวเตอร์ การสื่อสารโดยใช้ดาวเทียม และการสื่อสารด้วยระบบไร้สาย อีกทั้งมีการประยุกต์เครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสารมาใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่จะช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

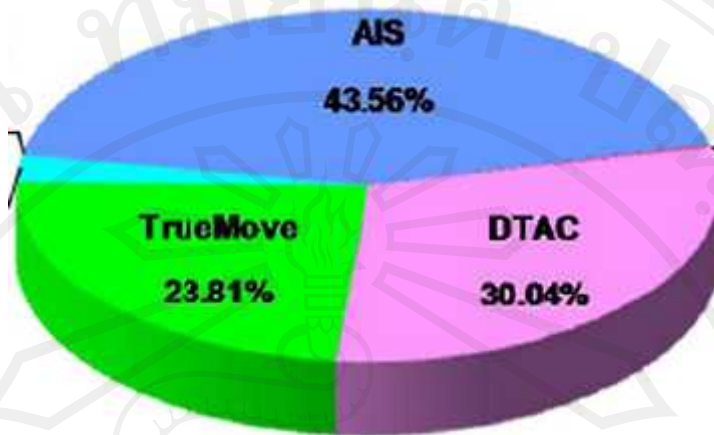
โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอุปกรณ์สื่อสารหนึ่งที่ค่อนข้างมีความสำคัญมากในโลกปัจจุบัน เป็นสิ่งที่เข้ามาช่วยให้มนุษย์มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น โดยได้มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1921 โดยใช้ในกิจกรรมของตำรวจเมืองดีทรอยต์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งการสื่อสารวิธีนี้จะใช้คลื่นสัญญาณวิทยุ โดยผู้ใช้จะติดต่อกับศูนย์กลางสถานีรับส่ง และจะมีการวางเป็นเซลล์ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ไว้ จึงเรียกระบบโทรศัพท์ไร้สายแบบนี้ว่า เซลลูลาร์โฟน (cellular phone) (ศศิธร, 2538) จากนั้นก็มีการพัฒนาเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่เรื่อยมา ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีขนาดเล็กลง สามารถที่จะพกพาไปตามสถานที่ต่างๆ ได้สะดวกขึ้น คล่องตัว อีกทั้งการใช้งานง่ายขึ้น จึงทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยได้ริเริ่มกิจการวิทยุโทรศัพท์ระบบเซลลูลาร์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 โดยองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท) และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท) เพื่อแก้ไขปัญหาความขาดแคลนคู่สายโทรศัพท์และเลขหมายโทรศัพท์ และมุ่งหวังที่จะขยายขอบเขตการให้บริการอย่างเพียงพอ นั่น ผลที่ออกมามากกลับไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากปัญหาด้านการใช้งาน เช่น คุณภาพของเครื่องแต่ละยี่ห้อ ความใหญ่ของเครื่องทำให้ใช้งานไม่สะดวก คุณภาพของสัญญาณทำให้การติดต่อขาดช่วง ปัญหาด้านช่องสัญญาณไม่เพียงพอ รวมไปถึงปัญหาการประสานงานระหว่าง ทศท และ กสท ปัญหาในด้านการใช้งานที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ

ของประชาชน ทำให้รัฐต้องแปรรูปให้เอกชนเข้ามาช่วยจัดการบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยวิธีการเปิดให้สัมปทาน ทั้งนี้ได้สังเกตเห็นว่าบริษัทเอกชนมีศักยภาพเหนือกว่าองค์กรภาครัฐอยู่มาก ทั้งในแง่ของเทคโนโลยี ความสามารถในการจัดการองค์รวมไปถึงประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่มากกว่า ภาครัฐจึงมีการเปิดให้สัมปทาน โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2533

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ที่การริเริ่มนำโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ในประเทศไทย โดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จนถึงปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในทุกเพศ ทุกวัย และแทบทุกครัวเรือน ซึ่งอาจเป็นเพราะ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ถูกจุดในยุคสมัยที่การสื่อสารและข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญที่สุด อีกทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีราคาไม่แพงนัก พอที่จะสามารถซื้อหาได้ นั่นจึงทำให้อุปกรณ์สื่อสารชนิดนี้ กลายเป็นเสมือนปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาอีกหนึ่งอย่างในชีวิตประจำวัน

ปัจจุบันนี้ได้มีบริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินกิจการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย มีจำนวนถึง 5 รายใหญ่ ซึ่งได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS ภายใต้เครื่องหมายการค้า One-2-Call บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด หรือ True Move กิจการร่วมค้าไทยโมบาย หรือ THAIMOBILE และบริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส จำกัด หรือ HUTCH ซึ่งแต่ละรายมีความแข็งแกร่งและมีอัตราส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ที่แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดสามอันดับแรกคือ AIS มีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 44 DTAC มีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 30 True Move มีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 24 และที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 2 เป็นของผู้ให้บริการอื่นที่เหลือ แสดงได้ดังรูป

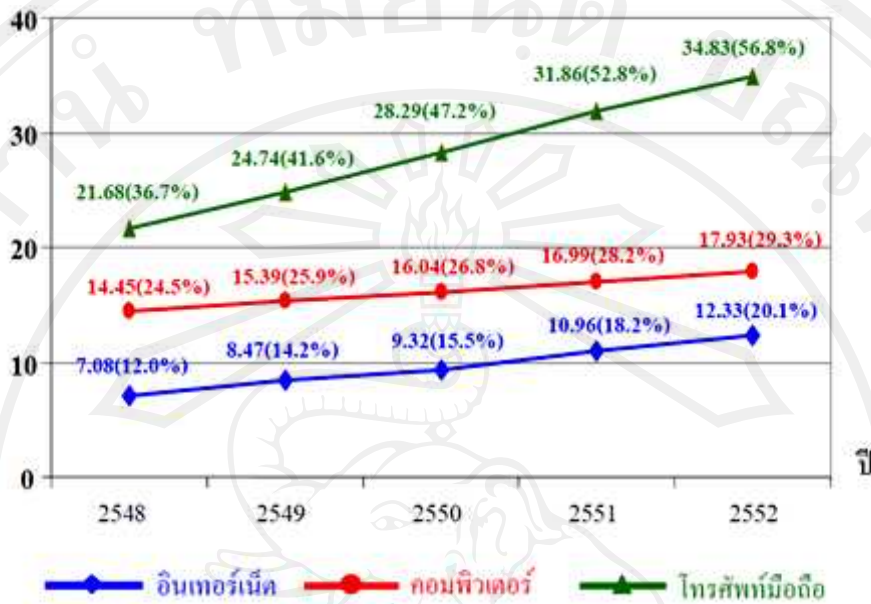


ที่มา : สำนักพัฒนานโยบายและกฏกติกา

รูปที่ 1.1 แสดงส่วนแบ่งตลาดผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2553

ในด้านการเจริญเติบโตของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยจนถึงปัจจุบันนั้น มีอัตราที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากที่มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด 21.68 ล้านรายในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 34.83 ล้านรายในปี 2552 และมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงกว่าการเจริญเติบโตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ ดังรูปที่ 1.2

จำนวน (หน่วย : ล้านคน)

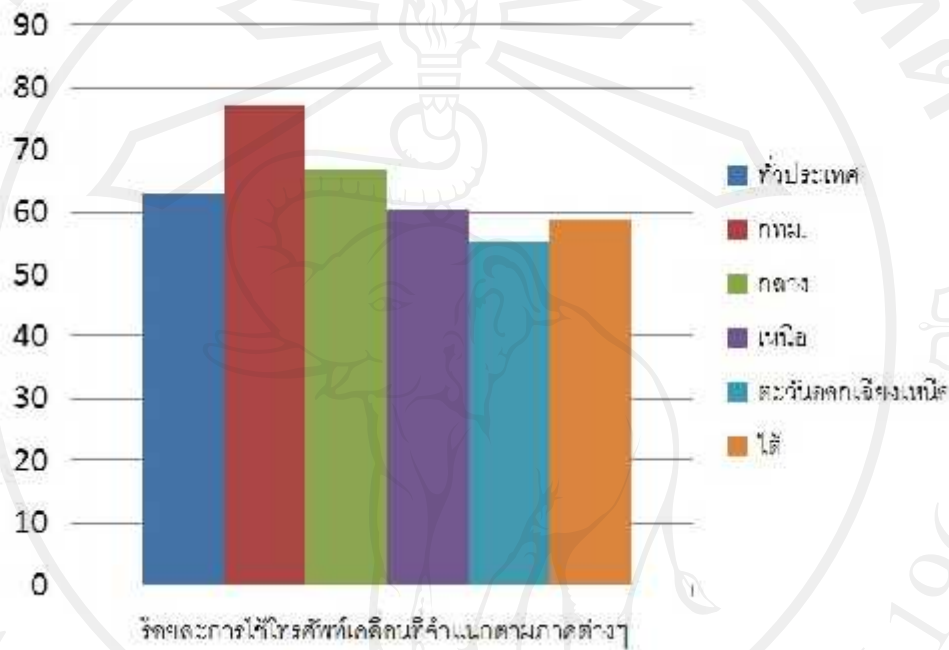


ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

รูปที่ 1.2 แสดงปริมาณการเติบโตของผู้ที่มีโทรศัพท์มือถือเปรียบเทียบกับผู้ใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ถึง พ.ศ. 2552

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดที่ดี และยังคงมีความสามารถในการขยายตัวอีก ทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละรายนั้นมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างทุ่มเททรัพยากรที่มีในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของตน และมีการนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้แทบจะครบทุกด้าน ตั้งแต่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งมีให้เลือกหลากหลาย มีการบริการหลังการขายที่ดี ด้านราคา (Price) ก็ได้ลดลงอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดในภาพรวม มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการทุ่มเงินจำนวนมากไปในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้พนักงานทุกคนมีบทบาทในการให้บริการแก่ลูกค้า (People) การนำขั้นตอนที่เหมาะสมกับการให้บริการ (Process) การทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการ (Physical evidence and Presentation) สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงระดับการแข่งขันที่รุนแรง และแนวโน้มของอุปสงค์ที่มีอัตราการเติบโตไปพร้อมกัน ซึ่งผู้ใช้บริการก็ไม่จำกัดอยู่ในเฉพาะนักธุรกิจ ผู้ที่มีรายได้สูง หรือผู้ที่อยู่ในเขตเมืองที่เจริญเท่านั้น แต่ได้รับความนิยมจากคนโดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็น ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษาทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด เนื่องจากมีความจำเป็นในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น กลุ่มผู้ให้บริการจึงเริ่มมีการแข่งขันกันพัฒนาด้านคุณภาพเครือข่าย โดยมีการพัฒนาขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง

และปรับราคาค่าบริการให้ถูกลง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการทุกระดับ อีกทั้งผู้ให้บริการได้ตระหนักเห็นว่าในเขตชุมชนเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมีปริมาณผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ค่อนข้างมาก เมื่อคิดเป็นร้อยละของประชากรทั้งหมดในภาค และเมื่อเปรียบเทียบกับภาคต่างๆ ดังรูป



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2553)

รูปที่ 1.3 แสดงร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือ จำแนกตามภาค

ทำให้ตลาดผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่ดังกล่าวเริ่มเข้าสู่ภาวะตลาดอิ่มตัว และมีการแข่งขันที่รุนแรง ส่งผลให้ผู้ให้บริการต่างเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับตลาดผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่ต่างจังหวัดกันมากขึ้น รวมถึงหลายพื้นที่ในเขตจังหวัดทางภาคเหนือ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ในบางพื้นที่ที่คุณภาพของสัญญาณโทรศัพท์ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ ปริมาณการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีค่อนข้างน้อย และการแข่งขันยังไม่รุนแรง จึงถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตและสามารถขยายตัวได้อีกมาก การขยายฐานลูกค้าในต่างจังหวัดจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการสร้างรายได้ในอนาคตสำหรับผู้ให้บริการ ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาผู้ให้บริการต่างเริ่มเข้าไปทำการตลาดในพื้นที่ดังกล่าวเพิ่มขึ้น มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

จากการแข่งขันที่รุนแรงในกลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ และเป้าหมายการขยายฐานลูกค้าในพื้นที่ต่างจังหวัด ส่งผลให้ในอนาคตผู้บริโภคนในพื้นที่เหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะเลือกใช้โทรศัพท์ที่เคลื่อนที่กันเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการก็ต้องเลือกผู้ให้บริการที่ประทับใจหรือให้บริการที่ดีที่สุด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะเลือกทำการศึกษาในเขตอำเภอสันกำแพง ซึ่งอำเภอสันกำแพงก็เป็นพื้นที่หนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่สัญญาณโทรศัพท์ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ และตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่นี้ก็ยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการ และของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเอไอเอส ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

- 1) ได้ทราบถึงภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการ และของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเอไอเอส ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์
- 4) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่ต้องการข้อมูลเบื้องต้นประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากร ในเขตพื้นที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาภาพรวมของธุรกิจผู้ให้บริการ และของผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเอไอเอส และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ AIS รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะจากการใช้บริการ

1.5 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

เดือนมกราคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2555

1.6 นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่ควบคุมได้ เช่น ราคา ผลិតภัณฑ์ ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้ผลิตรายอื่น

การเลือกใช้ หมายถึง การเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้หมายถึง AIS

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

เซลล์ลาร์ หมายถึง ระบบของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งใช้เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายเป็นหัวใจสำคัญ มีการจัดสรรช่วงความถี่เฉพาะสำหรับระบบและมีการประยุกต์ใช้ความถี่หลายซ้ำหลายๆชุด โดยจัดสรรลงบนพื้นที่ให้บริการต่างๆกัน ซึ่งพื้นที่ให้บริการดังกล่าว เรียกว่า เซลล์ (Cell)

สัญญาณ หมายถึง ปริมาณใดๆ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงและสัมพันธ์ไปกับเวลา โดยในที่นี้เป็นสัญญาณที่ใช้ในระบบสื่อสาร คือ กระแสไฟฟ้า หรือคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า

ประสิทธิภาพของสัญญาณโทรศัพท์ หมายถึง ความชัดเจนของสัญญาณเสียงในขณะสนทนา และความเร็วในการใช้งานของอินเทอร์เน็ต

ข้อมูล ข้อความ หมายถึง ข้อมูลที่เป็นข้อความ ริงโทน โลโก้ รูปภาพ เสียงประกอบภาพ คาราโอเกะ เกม และข่าวสาร

มัลติมีเดีย หมายถึงเทคโนโลยีที่ใช้คอมพิวเตอร์แสดงผลในลักษณะการผสมของสื่อหลายชนิดเข้าด้วยกัน ทั้งตัวอักษร รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ โดยเน้นการโต้ตอบและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved