

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุค บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมที่มีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุดในประเทศไทย โดยมีผู้ใช้บริการมากกว่า 22 ล้านเลขหมายทั่วประเทศในเดือนตุลาคม 2550 (แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ, 2550ก.) โดยในภาคเหนือตอนบน มีจำนวนผู้ใช้บริการมากกว่า 1,910,000 ราย เป็นผู้ใช้ระบบ Postpaid (ระบบจ่ายเงินรายเดือน)มากกว่า 110,000 ราย และระบบ Prepaid (โทรศัพท์แบบเติมเงิน) มากกว่า 1,800,000 ราย ปัจจุบันระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยนั้นอยู่ในยุคเทคโนโลยี 2.5G (ชินิตร ชาญชัยณรงค์, 2546. อ้างถึงใน อรนิชา ชัยชาญ, 2549) ซึ่งเน้นการให้บริการในรูปแบบของข้อมูล (Non-voice) โดยให้บริการรับส่งข้อความ เป็นรูปภาพ เปลี่ยนเสียงเรียกเข้า (Ringtone) เป็นเสียงเพลง เปลี่ยนภาพบนหน้าจอได้ (Logo) สามารถถ่ายภาพ และบันทึกวิดีโอได้

ในช่วงปี 2547 – 2549 ที่ผ่านมามีการใช้บริการด้านบริการเสริม (Non-voice) มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ของประเทศไทยชี้แจงว่ารายได้จากธุรกิจบริการเสริม (Non-voice) มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 6,500 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 7,300 ล้านบาทในปี 2548 และมากกว่า 8,500 ล้านบาทในปี 2549 และปี 2550 ประมาณรายได้ 10,000 ล้าน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 5 ร้อยละ 7 และมากกว่าร้อยละ 7 ตามลำดับ ในปี 2550 (แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ, 2550ข: ออนไลน์)จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากที่สุดในเขตภาคเหนือ มีจำนวนผู้ใช้บริการมากกว่า 800,000 ราย เป็นผู้ใช้ระบบ Postpaid (ระบบจ่ายเงินรายเดือน)มากกว่า 45,000 รายและระบบPrepaid (โทรศัพท์แบบเติมเงิน) มากกว่า 755,000 ราย ซึ่งในส่วนของรายได้จากบริการเสริมของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2548-2549 เป็น 22 % ในปี 2550 เป็น 27% และมีแนวโน้มสูงขึ้นอีกในอนาคต (แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ., ฝ่ายการตลาด. 2550ค: เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

สำหรับ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)ในปี 2550 มีรายได้จากบริการเสริม (Non voice) 648 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.4% จากปี 2549 (ทู คอร์ปอเรชั่น บมจ, 2550: ออนไลน์)

บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในปี 2549 มีรายได้จากบริการเสริม 3,760 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8% จากปี 2548 และในปี 2550 คาดว่าจะมีรายได้จาก Non voice ประมาณ 11% ของรายได้รวม (โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น บมจ, 2549: ออนไลน์)

จากรายละเอียดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ารายได้จากบริการเสริมสามารถเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทนอกจากค่าโทรศัพท์ ซึ่งปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพื่อชดเชยรายได้จากค่าโทรศัพท์ของแต่ละบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีราคาที่ถูกลงเรื่อยๆ ดังนั้นการเพิ่มรายได้จากช่องทางการขายบริการเสริมที่ปัจจุบันบริษัทโทรคมนาคมหลายบริษัทเริ่มหันมาให้ความสำคัญเพราะนอกจากสร้างรายได้ให้บริษัทแล้วยังเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับบริการหลักด้วย ในอนาคตบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างๆที่แข่งขันในประเทศไทยจะต้องพัฒนาบริการเสริมต่างๆมากขึ้นตามเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า ดังนั้น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ซึ่งปัจจุบันเป็นผู้นำตลาดโทรคมนาคมในประเทศไทยได้พยายามหาบริการเสริมใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดซึ่งมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งการจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องนำเสนอบริการที่สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากที่สุดในเขตภาคเหนือ ดังนั้นเพื่อให้การบริการธุรกิจท้องถิ่นเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจให้เหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง เพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมและทำให้ธุรกิจมีกำไรในระยะยาว รวมถึงส่งผลดีต่อลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการ อีกทั้งสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการทำงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงผู้สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลสำหรับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ในการปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์การตลาดให้ได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่เป็นสาเหตุหรือตัวกระตุ้นที่นักการตลาดนำมาใช้เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตัดสินใจใช้บริการเสริม (Non – voice) จากบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรและพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

บริการเสริม หมายถึง รูปแบบการให้บริการด้านดาวน์โหลดเสียงเพลง รับส่งข้อความ ส่งภาพมัลติมีเดียหรือภาพเคลื่อนไหว อินเทอร์เน็ต เกมส์ รูปภาพ รับส่ง E-Mail ฟังผล็อดเตอร์รี่ ข่าวสาร บันทึกลง

ลูกค้า หมายถึง ผู้ครอบครองและ/หรือผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการเสริมซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์ระบบ Postpaid และPrepaid ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บริการเสริม

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หมายถึง บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย หรือ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ.2533 ให้เป็นผู้ลงทุน และให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในย่านความถี่ 900 เมกกะเฮิรซ์ เป็นระยะเวลา 20 ปี ซึ่งเป็นบริษัทในสายธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมไร้สาย ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเสริมตามที่ศึกษาในเล่มนี้