

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ยุทธศาสตร์การแข่งขันการให้บริการโทรศัพท์ระบบ  
วาย-เทล 1234 ของ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด  
(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางปรานี ชัยพัฒน์วารณ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร. ลือชัย จุลาลัย

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร. ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

กรรมการ

ผศ. ธงชัย ชูสุวรรณ

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษายุทธศาสตร์การแข่งขันการให้บริการโทรศัพท์ระบบ วาย - เทล 1234 ของ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ และเลือกยุทธศาสตร์การแข่งขันการให้บริการ โทรศัพท์ระบบ วาย - เทล 1234 ของ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน การบริการใช้การวิเคราะห์แบบ SWOT และทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนการ วิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่างจากผู้ให้บริการโทรศัพท์ จาก สำนักงานบริการโทรศัพท์ 4 แห่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยการวิเคราะห์แบบ SWOT ของ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า บมจ.ทศท คอร์ปอเรชั่น เมื่อเปรียบเทียบกับ บมจ. ทีทีเอ็นดีที ปรากฏว่า อยู่ในตำแหน่งที่มีจุดแข็งเมื่อพิจารณาจากสภาพแวดล้อมภายใน และมี อุปสรรค เมื่อพิจารณาจากสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนั้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น ควรนำมาใช้ในการให้บริการโทรศัพท์ระบบวาย-เทล 1234 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ กลยุทธ์เชิงกระจาย

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์ระบบ วาย - เทล 1234 ของผู้บริโภคใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บมจ. ทศท คอร์ปอเร  
ชั่น สำหรับปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการพบว่า ลูกค้านึกว่าการคิดค่าบริการไม่ถูกต้อง ทั้งนี้สาเหตุ  
เนื่องจากการคิดค่าบริการของโทรศัพท์ระบบ วาย- เทล 1234 จะคิดตามระยะทางระหว่างผู้เรียกกับ  
เลขหมายที่อยู่ปลายทาง แต่ลูกค้านึกว่าเป็นระยะทางระหว่างจังหวัด ดังนั้นอาจเกิดจากการคำนวณ  
ระยะทางที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ให้บริการกับ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น สำหรับอัตราค่าบริการใน  
ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างบอกว่าเหมาะสมดีแต่อยากให้มีการคิดค่าบริการในอัตราเดียวกันทั่วประเทศ  
ในส่วนของสัญญาณเสียง ส่วนใหญ่บอกว่าสัญญาณเสียงชัดเจนดีและการให้บริการของ บมจ. ทศท  
คอร์ปอเรชั่น มีคุณภาพมากกว่าคู่แข่ง ในด้านการติดต่อไปยังเลขหมายปลายทางง่ายกว่า ทั้งนี้เนื่อง  
จาก บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น มีโครงข่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และนอกจากนั้นร้อยละ 75.50  
บอกว่ามีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภัยที่กำลังคุกคามต่อการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน  
เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสินค้าที่ทดแทนโทรศัพท์พื้นฐานได้อย่างสมบูรณ์

กลยุทธ์ที่ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น ควรนำมาใช้ต่อการให้บริการโทรศัพท์ระบบ วาย-เทล  
1234 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้ราคา คือควรใช้กลยุทธ์การ  
ตั้งราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง คือ การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์  
เช่น คุณภาพของการให้บริการมีมาตรฐานที่เท่าเทียมกันไม่ว่าจะใช้บริการที่ใดก็ตาม ความแตกต่าง  
ด้านการบริการ เช่น การติดตั้งโทรศัพท์ ควรดำเนินการติดตั้งให้รวดเร็วสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี  
ดี และสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรต่างจากองค์กรอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Competitive Strategy of Y-tel 1234 Services of the TOT Corporation Limited (PLC) in Mueang District, Chiang Mai Province	
<b>Author</b>	Mrs.Pranee Chaipattanawan	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Assoc.Prof.Dr. Luechai Chulasai	Chairperson
	Asst.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai	Member
	Asst.Prof. Thongchai Shusuwan	Member

### ABSTRACT

The objective of this study is to identify and select competitive strategies for Y-tel 1234 services of the TOT Corporation Limited (PLC) in Mueang District, Chiang Mai Province. SWOT analysis was used to identify the competitive situation. Questionnaire survey of 200 customers of Y-tel 1234 from four TOT service offices in Mueang District, Chiang Mai Province were collected to support the competitive situation.

The competitive situation based upon the SWOT analysis showed that TOT in comparison to TT&T (PLC), another service provider, was standing in a strong position in the light of internal environment but in the weak position in the light of external environment. Hence, diversification strategy should be used for TOT Corporation limited (PLC) in provision of Y-tel 1234 services.

The survey on the behavior of customer showed that most of them used service from TOT. The problem of customer in using was the misunderstanding of TOT's service charge. TOT

charged by the distance between caller and receive but customer thought that the service fee calculated from the distant between provinces. For the rate of service charge, customers thought that it was reasonable but should be the same rate nationwide. For the voice signal, most respondents agreed that the voice quality and audibility from the services provided by TOT were satisfactory. Meanwhile, the quality of services provided by TOT was regarded as more excellent than those of other competitors especially in the ease to connect with the calling numbers because of the comprehensive networks of TOT. Finally , 75.50 % of the customers had mobile phone. This indicated that mobile phone could be a threat to basic telephone services as it is a perfect substitute to each other.

The recommended strategy for TOT in provision Y-tel 1234 service are price competitive strategies and product differentiation. Price competitive strategies like penetration at low rate. Product differentiation like service differentiation, for example, quick installation, and image differentiation, for example, create different image of TOT from others.