

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาของปัญหา

เนื่องจากประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยพิกัดอัตราภาษีศุลกากรและการค้า (General Agreement on Tariffs and Trade: GATT) และข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ซึ่งต่อมาข้อตกลงทั่วไปทั้งสองฉบับได้แปรเปลี่ยนเป็นกฎเกณฑ์ขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ประเทศภาคีสมาชิกจึงมีภารกิจและข้อผูกพันที่ต้องปฏิบัติตามหลายประการ ข้อสำคัญประการหนึ่งคือการเปิดการแข่งขันเสรีในธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศสมาชิก ซึ่งรวมประเทศไทยด้วย ดังนั้นจึงต้องมีการแก้ไขกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ขององค์การการค้าโลกตามสมควร กฎหมายที่แก้ไขเหล่านี้เมื่อมีผลบังคับใช้จะทำให้องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย สิ้นสุดอำนาจผูกขาดในการให้บริการธุรกิจโทรคมนาคม อันจะทำให้มีการประกอบธุรกิจโทรคมนาคมแบบแข่งขันเสรีขึ้น ดังนั้นองค์การโทรศัพท์ฯ จึงต้องเตรียมตัวให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

นอกจากนี้ สภาวะเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบันได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีด้านสื่อสารและคอมพิวเตอร์ ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความต้องการใช้บริการโทรคมนาคมมากขึ้น รวมทั้งความต้องการเทคโนโลยีที่ทันสมัยและบริการใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพนอกเหนือไปจากที่เคยใช้ ขณะเดียวกันภาคธุรกิจเอกชนในประเทศ ซึ่งมีความเข้มแข็งด้านการเงินและการดำเนินธุรกิจ ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศมากขึ้น แม้จะยังอาศัยสิทธิการผูกขาดขององค์การรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายอยู่ก็ตาม ดังนั้นเมื่อถึงกำหนดเปิดให้มีการประกอบธุรกิจโทรคมนาคมแข่งขันเสรี และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ไม่มีอำนาจผูกขาดอีกต่อไป การดำรงสถานภาพรัฐวิสาหกิจขององค์การโทรศัพท์ฯ เช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบันต่อไป โดยไม่พัฒนาอย่างเหมาะสม จะทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจแข่งขันกับธุรกิจเอกชนอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ผู้บริษัท จำกัด (เอกชน) และบริษัท มหาชน จำกัด, 2541 :1)

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจต่างๆ ที่ดำเนินกิจการโทรคมนาคม จะต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในการเปิดเสรีกิจการโทรคมนาคม องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ( ทศท. ) ก็เป็นหน่วยงานหนึ่งของรัฐในรูปแบบรัฐวิสาหกิจ ที่จะได้รับผลกระทบนี้เช่นเดียวกัน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้เตรียมความพร้อมในทุกด้าน ทั้งบุคลากร การให้บริการ ตลอดจนพัฒนานำสำนักงานบริการโทรศัพท์เข้าสู่ระบบควบคุมคุณภาพ ISO 9002 และจุดหมายต่อไปคือการแปรรูปองค์กรไปสู่ บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนในอนาคต และก่อนจะถึงเวลานั้น องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้เตรียมที่จะขยายการให้บริการด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ออกสู่ตลาดโทรคมนาคม เพื่อให้เกิดความหลากหลายและสนองตอบต่อการตลาดภาคบริการที่กำลังขยายตัว เพื่อรับมือกับชาวต่างชาติที่จะเข้ามาแข่งขันในการให้บริการทางด้านโทรคมนาคม พร้อมทั้งปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อที่จะรักษาลูกค้าเก่า และอีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าใหม่ให้เข้ามาสนใจและใช้บริการขององค์การโทรศัพท์

ปัจจุบัน ธุรกิจโทรคมนาคมมีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีผู้สนใจจะเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก และมีความต้องการใช้งานอย่างกว้างขวางทั้งในส่วนของประชาชนทั่วไป ตลอดจนธุรกิจต่างๆ อีกทั้งยังมีช่องว่างทางการตลาดอยู่มาก จากสถานการณ์ดังกล่าว องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ต้องเผชิญกับผลกระทบที่ตามมา คือ ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้นในรูปแบบของการบริการที่หลากหลาย คุณภาพการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการในการใช้บริการต่างๆ ของลูกค้า ปริมาณงานในความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นทุกวัน การขยายงานและเพิ่มหน่วยงานตามภาระและขอบเขตของงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีความยืดหยุ่นและมีพลวัตด้านการตลาดที่สูงมากในการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ ข้อมูลและสารสนเทศทั้งกับผู้บริโภคและธุรกิจคู่ค้าของเรา จึงมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงตลาดใหม่ๆ สิ่งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของการทำธุรกิจแบบ ออนไลน์ ( Online ) คือ ความสามารถทางการตลาดทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก (Locally and Globally) ฉะนั้น บริษัทจำนวนมากจึงหันมาสร้างเว็บไซต์เพื่อการทำ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ( E-Commerce ) ด้วยเหตุผลต่อไปนี้ (E-Commerce Development : Business to Customer, 1999 :3)

1. ราคาถูก ( Low entry costs ) บริษัทที่จัดตั้งธุรกิจบนระบบอินเทอร์เน็ตจะมีค่าใช้จ่ายเริ่มต้นที่น้อยมาก เนื่องจากใช้ภาษาเอชทีเอ็มแอล ( HTML ) ซึ่งเป็นระบบเปิดในการจัดทำ บริษัทนับพันๆแห่งสามารถบริหารจัดการด้วยความง่าย ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง และประสบความสำเร็จในตลาดของเขา
2. ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกรรม ( Reduced transaction costs ) การซื้อขายและการดำเนินการธุรกรรมกับลูกค้าบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นการประมวลผลการสั่งซื้อหรือการให้ความสนับสนุนช่วยเหลือลูกค้า จะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการดำเนินการทางการตลาดแบบเดิม ( Traditional ) ที่เคยทำกันมาเช่น บริษัท เดลล์คอมพิวเตอร์ ( Dell Computer Corp.) ประมาณการว่า บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 8 ดอลลาร์ ทุกครั้งที่ลูกค้าแต่ละคนเข้ามาติดต่อและตรวจสอบการสั่งซื้อที่บริษัทด้วยระบบอินเทอร์เน็ต แทนการโทรศัพท์เข้ามา ( ในสหรัฐฯ มีเบอร์โทรศัพท์ 1-800-XXX-XXXX ให้บริการฟรี โดยผู้รับสายเป็นผู้ชำระเงินแทน )
3. เข้าถึงตลาดทั่วโลก ( Access to the global market ) ด้วยรูปแบบเดิมนั้น ความหมายทางการตลาดจะหมายถึง ชุมชนท้องถิ่นเท่านั้น และถ้าใช้งบประมาณในการโฆษณามากขึ้น ก็จะได้ชุมชนเพื่อนบ้าน ส่วนการโฆษณาทางเว็บไซต์จะขยายการเข้าถึงตลาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอะไรก็ตาม ล้วนสามารถขยายสู่ตลาดโลกได้
4. การแจกจ่ายแบบออนไลน์ เว็บไซต์สามารถทำให้เกิดการส่งข้อมูล เอกสารและซอฟต์แวร์ต่างๆแบบออนไลน์ ( รวมทั้งสื่อที่เป็นดิจิทัล )
5. การรักษาความปลอดภัยของส่วนแบ่งการตลาด การสร้างธุรกิจแบบออนไลน์นั้น จะช่วยให้บริษัทต่างๆ ที่ทำธุรกิจแบบออฟไลน์ ( Offline ) ยังคงสามารถรักษาสัดส่วนส่วนแบ่งการตลาดที่ตนเคยมี เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ( Small and Medium Enterprise ,SME ) เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการแบบเดิมๆ ต้องรีบสู่ธุรกิจแบบออนไลน์ เพราะหากเข้าช้า ก็จะมีผลต่อการตลาดบนระบบอินเทอร์เน็ต

จากผลกระทบดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและค้นคว้าเรื่องดังกล่าว เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับ วิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาระบบสารสนเทศ สำหรับงานประชาสัมพันธ์และการตลาดของสำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2 เพื่อปรับปรุงกระบวนการการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาด โดยใช้ระบบสารสนเทศเข้าช่วย ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการใช้ข้อมูลของบุคลากร ตลอดจนสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าและผู้สนใจ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน รวมทั้งแทนระบบงานจัดเก็บเอกสารและให้

ข้อมูลข่าวสารแบบเดิมคือ กระดาษ อันเป็นต้นทุนการดำเนินการที่สิ้นเปลือง ซึ่งนับวันกระดาษจะขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้น ฉะนั้นการนำระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยการปฏิบัติงาน ณ สำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2 นั้น จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่ได้รับการบริการ กล่าวคือ มีความสะดวกและรวดเร็ว โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมายัง สำนักงานบริการโทรศัพท์ เพื่อขอข้อมูลที่ต้องการ เพราะลูกค้าสามารถเข้าถึงและรับข้อมูลข่าวสารจากบ้านหรือที่ใดก็ได้ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตลอดจนสามารถลดปริมาณงานของพนักงานที่จะต้องใช้เวลาในการตอบข้อซักถามของลูกค้าเกี่ยวกับ ราคาค่าบริการ และบริการต่างๆขององค์การโทรศัพท์ฯ ทำให้สามารถนำเวลาดังกล่าวไปใช้ปฏิบัติงานหรือพัฒนางานอื่นๆได้ อีกทั้งสามารถวิเคราะห์และประเมินผลความสนใจของลูกค้า ในงานบริการต่างๆที่องค์การโทรศัพท์ให้บริการ เพื่อนำผลการวิเคราะห์และประเมินผล ไปปรับปรุงการให้บริการหรือบริการต่างๆที่จะตอบสนองความสนใจการให้บริการของลูกค้า ตลอดจนปรับปรุงคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในอนาคต

#### 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระบบงานประชาสัมพันธ์และการตลาดที่ใช้งานที่สำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2
2. วิเคราะห์และออกแบบระบบงานสารสนเทศเพื่องานประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อใช้งานในสำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2
3. จัดทำระบบงานต้นแบบตามที่ได้ออกแบบไว้
4. เพื่อศึกษา ปัญหาและอุปสรรค ของระบบงานการประชาสัมพันธ์และการตลาด ของสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2 ที่พัฒนาขึ้น

#### 1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ได้ระบบงานประชาสัมพันธ์และการตลาด ของสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2 ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์การ
2. ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้น จะใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดของสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2
3. สำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2 จะสามารถเก็บข้อมูลลูกค้าในรูปแบบของระบบฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์
4. สำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2 สามารถใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การและลูกค้า เป็นการสร้างความภักดีต่อสินค้าและบริการ ( Brand loyalty )

5. จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในระดับสำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2 อันจะนำไปสู่การรักษาคุณภาพการให้บริการ ( ISO 9002 ) อย่างต่อเนื่อง

#### 1.4 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

##### 1.4.1 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษารายละเอียดข้อมูลลูกค้า ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร โทรศัพท์ฯ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และการตลาด ของสำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 1-4 พัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับระบบงานประชาสัมพันธ์และการตลาด ของสำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2 โดยจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้า ฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ การแนะนำสินค้าและบริการ การให้ส่วนลดการให้บริการพิเศษ และจัดทำระบบบันทึกและสืบค้นข้อมูลโดยใช้เบราว์เซอร์ ( Browser )

##### 1.4.2 วิธีการศึกษา

###### 1.4.2.1 การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 1) ศึกษาข้อมูลลูกค้า
- 2) ศึกษาข้อมูลสินค้าและบริการขององค์กร
- 3) ศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์และการตลาดในปัจจุบัน ของสำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2
- 4) ศึกษา สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลความต้องการด้านฐานข้อมูลลูกค้า ฐานข้อมูลสินค้าและบริการ และฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์และการตลาด ของผู้จัดการสำนักงานบริการโทรศัพท์จำนวน 4 แห่ง คือ
  1. ผู้จัดการสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 1
  2. ผู้จัดการสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2
  3. ผู้จัดการสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 3
  4. ผู้จัดการสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 4

###### 1.4.2.2 การวิเคราะห์ระบบงาน

- 1) วิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในส่วนของลูกค้า
- 2) วิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในส่วนของสินค้าและบริการขององค์กร

- 3) วิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในส่วนงานประชาสัมพันธ์และการตลาดของสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2
- 4) วิเคราะห์ความต้องการฐานข้อมูลในด้านต่างๆดังกล่าว ที่ได้จากการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากผู้จัดการสำนักงานบริการทั้ง 4 แห่ง

#### 1.4.2.3 การออกแบบระบบงาน

- 1) ออกแบบระบบฐานข้อมูลลูกค้าของสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2
- 2) ออกแบบระบบฐานข้อมูลสินค้าและบริการขององค์กร โทรศัพท์ฯ
- 3) ออกแบบระบบฐานข้อมูลการประชาสัมพันธ์และการตลาดของสำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2
- 4) ออกแบบระบบฐานข้อมูลซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในการทำประชาสัมพันธ์และการตลาด
- 5) ออกแบบระบบ บันทึกและสืบค้นข้อมูลโดยผ่านบราวเซอร์

#### 1.4.2.4 การจัดทำโปรแกรมต้นแบบ ( Prototyping )

#### 1.4.2.5 การทดสอบระบบงาน

#### 1.4.2.6 การติดตั้งระบบและอุปกรณ์ ทดสอบและติดตั้งใช้งานระบบดังกล่าว ณ สำนักงานบริการ โทรศัพท์เชียงใหม่ 2

#### 1.4.2.7 การประเมินผล ประเมินผลแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้จัดการสำนักงานบริการ โทรศัพท์และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ในการใช้งานและความถูกต้องของข้อมูล

### 1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนาโปรแกรม

เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) หน่วยประมวลผลกลาง (CPU) รุ่น Celeron 400
- 2) หน่วยความจำหลัก (RAM) ความจุ 64 MB
- 3) หน่วยความจำสำรอง (Hard Disk) 6 GB
- 4) เครื่องอ่านแผ่นบันทึก (Disk Drive) 1.44 MB

- 5) เครื่องอ่านซีดี-รอม ( CD-ROM ) ความเร็ว 40 X
- 6) โมเด็มความเร็ว 56 K และ บัญชีการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา

#### โปรแกรมและภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้ประกอบด้วย

- 1) ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows98 Thai
- 2) โปรแกรมฐานข้อมูล Microsoft Access 97
- 3) โปรแกรม Notepad เพื่อใช้เขียนภาษา HTML และการเขียนภาษา Script ASP
- 4) โปรแกรมบราวเซอร์ ( Microsoft Internet Explorer 5.0 หรือ Netscape Navigator 4.7 )
- 5) โปรแกรมด้านกราฟิก ( Photoshop 4.0 )
- 6) ชุดโปรแกรมสำนักงาน ( Microsoft Office 97 )
- 7) โปรแกรมจำลองเครื่องเว็บเซิร์ฟเวอร์ ( Personal Web Server Version 4 )

#### 1.6 นิยามศัพท์

องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ( Telephone Organization of Thailand )

หมายถึง หน่วยงานฝ่ายโทรศัพท์ภาคเหนือ กำกับดูแล เขตโทรศัพท์ภาคเหนือจำนวน 4 แห่ง โทรศัพท์จังหวัด จำนวน 18 แห่ง และสำนักงานบริการ โทรศัพท์ จำนวน 74 แห่ง มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 128 หมู่ 1 ถนน เชียงใหม่ – ลำปาง ตำบล สารภี อำเภอ สารภี จังหวัดเชียงใหม่ 50000

สำนักงานบริการโทรศัพท์เชียงใหม่ 2 ( Chiang Mai Telephone services office II )

หมายถึง หน่วยงานขององค์การ โทรศัพท์ที่ติดต่อกับลูกค้าขององค์การ โทรศัพท์ ในการที่ลูกค้าสามารถขอใช้บริการต่างๆขององค์การ โทรศัพท์ อาทิ โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ คู่สายเช่า วงจรเช่า เป็นต้น โดยสำนักงานตั้งอยู่ในบริเวณศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่ ถนนโชตนา อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

#### 1.7 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สำนักงานบริการโทรศัพท์ เชียงใหม่ 2 ในบริเวณศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่

ถนน โชตนา อำเภอ เมือง จังหวัด เชียงใหม่

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ บัณฑิตศึกษาศาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำนักหอสมุดและห้องสมุดคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่