

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในปี 2529 รัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ดำเนินการปฏิรูปเศรษฐกิจ ภายใต้หลักกลไกเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Mechanism: NEM) โดยพัฒนาประเทศให้ไปตาม กลไกเศรษฐกิจตลาด (Market Economic Mechanism) เปลี่ยนจากเศรษฐกิจการวางแผนเข้าสู่ เศรษฐกิจตลาด อนุญาตให้เอกชนภายในและต่างประเทศเข้ามาลงทุนมากขึ้น ทำให้ภาคเอกชนมี บทบาทสำคัญและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งทำให้การพัฒนา มีความเข้มแข็ง เจริญเติบโต และไปสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน

รูปแบบการปฏิรูปเศรษฐกิจภายใต้กลไกเศรษฐกิจใหม่ (NEM) ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ระยะ 5 ปี (2529-2533) ฉบับที่ 2 ประกอบด้วย การนำเข้าสู่กลไกเศรษฐกิจ ตลาด เปิดเสรีทางการค้าภายในและต่างประเทศ ยกเลิกการกีดกันการค้าภายในประเทศ ยกเลิก การควบคุมราคาสินค้าปล่อยให้ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปตามกลไกตลาด ส่งเสริมการ เปลี่ยนแปลงการประกอบการแบบรัฐวิสาหกิจให้เป็นแบบเอกชน ลดปัญหาการขาดดุลงบประมาณ ของรัฐ โดยการปฏิรูประบบภาษี จัดให้ระบบภาษีเป็นแหล่งเงินทุนหลักในการจัดสรรงบประมาณ ยกเลิกการอุดหนุนทางการเงินและลดจำนวนข้าราชการของรัฐบาลลง ยกเลิกการกีดกัน การค้าภายในประเทศโดยการส่งเสริมการส่งออก ยกเลิกการผูกขาดของรัฐบาลในการนำเข้าและ การส่งออกสินค้า สนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ทางเศรษฐกิจ การเงินและการค้า เปิดเสรีทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน เงินตราต่างประเทศ ปฏิรูปทางการเงินโดยดำเนินนโยบาย การเงินเพื่อการควบคุมปริมาณเงิน อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อ (กระทรวงเศรษฐกิจ แผนการ และการเงิน กรมแผนการ, 2529)

รัฐบาล สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาด้าน โทรคมนาคมโดยการส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ส่งเสริมให้ต่างประเทศเข้า มาลงทุนมากขึ้น ขณะเดียวกันรัฐบาลก็มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านโทรคมนาคม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงจากการผูกขาดโดยหน่วยงานของรัฐไปสู่การเปิดรับการ ลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อเตรียมเข้าสู่สังคมสารสนเทศตามกระแสโลกาภิวัตน์ จากนโยบาย ดังกล่าวข้างต้นทำให้ปัจจุบันสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4 ราย ประกอบด้วย รัฐวิสาหกิจ 2 ราย ได้แก่ Enterprise Telecommunication Lao (ETL) และ Lao Asia Telecom (LAT) บริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศ

(รัฐบาลถือหุ้นร้อยละ 51 Thai Shin Corporation ร้อยละ 49) 1 ราย ได้แก่ Lao Telecommunication Company Limited (LTC) บริษัทลงทุนจากต่างประเทศ 1 ราย ได้แก่ Milicom Telecom (Tango) ซึ่งจากเดิมในปี 2529 มีเพียงรัฐวิสาหกิจของรัฐบาลเพียงรายเดียว

จากการเปิดโอกาสให้ต่างประเทศมาร่วมลงทุน และการอนุญาตให้ต่างประเทศลงทุนเองทั้งหมด ในกิจการการสื่อสารจึงทำให้ธุรกิจนี้มีอัตราการขยายตัวสูง เห็นได้จากอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการนำไปใช้ในประเทศกล่าวคือก่อนหน้านี้นี้ 5 ปี อัตราส่วนของการนำใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีไม่ถึง ร้อยละ 5 ของประชากรทั่วประเทศ มาถึงปัจจุบันอัตราส่วนของการนำใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีไม่ถึง ร้อยละ 18 ของประชากรทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีประชากร 5.7 ล้านคน (กระทรวงคมนาคม ขนส่ง ไปรษณีย์ และก่อสร้าง ประเทศลาว, 2549)

การแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะการแข่งขัน ในนครหลวงเวียงจันทน์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีอัตราการใช้บริการมากที่สุด นับเป็นการแข่งขันที่รุนแรง โดยแต่ละรายจะเน้นในเรื่องของการทำการตลาดด้วยการสร้างความรู้สึกให้กับผู้บริโภคที่มีต่อระบบ และการใช้บริการจากเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความหลากหลายโดยจะมีความแตกต่างกันในแต่ละรายทั้งหมดก็เพื่อที่จะรักษาฐานลูกค้า และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด ซึ่งปัจจุบันอัตราส่วนแบ่งทางการตลาดในนครหลวงเวียงจันทน์มีดังนี้ ETL มีส่วนแบ่งร้อยละ 28 LAT มีส่วนแบ่งร้อยละ 8 LTC มีส่วนแบ่งร้อยละ 52 และ Tango มีส่วนแบ่งร้อยละ 12 (กระทรวงคมนาคม ขนส่ง ไปรษณีย์ และก่อสร้าง ประเทศลาว, 2548)

ดังนั้นผู้ศึกษา จึงมีความสนใจจะศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อให้ทราบข้อมูลทางการตลาดที่ผู้ประกอบการในเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จะได้นำไปใช้ในการวางแผนงานการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อผู้ประกอบการในเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

1.4 นิยามศัพท์

สืบ หมายถึง สกุลเงินตราของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ผลกระทบจากราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ

ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันประกอบด้วย ETL, LAT, LTC และ Tango

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ETL หมายถึง Enterprise Telecommunication Lao เป็นรัฐวิสาหกิจ

LAT หมายถึง Lao Asia Telecom เป็นรัฐวิสาหกิจ

LTC หมายถึง Lao Telecommunication Company Limited เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศ (รัฐบาลถือหุ้นร้อยละ 51 Thai Shin Corporation ร้อยละ 49)

Post paid หมายถึง ผู้ใช้บริการจะชำระค่าบริการภายหลังจากการใช้งานไปแล้วจนครบรอบบริการ

Prepaid หมายถึง ผู้ใช้บริการจะต้องชำระค่าบริการล่วงหน้า

Tango หมายถึง Milicom Telecom เป็นบริษัทลงทุนจากต่างประเทศ