

บทที่ 1

บทนำ

เหตุผลและความเป็นมา

ระบบโทรศัพท์พื้นฐาน เป็นหนึ่งในกิจกรรมสาธารณูปโภคที่สำคัญในปัจจุบัน ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ความต้องการในการติดตั้งโทรศัพท์มีสูงมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ถึงแม้องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้ทำการขยายเลขหมายโทรศัพท์ แต่ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการในเวลานั้นได้ จึงมีการเปิดประมูลโครงการขยายเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานจำนวนทั้งสิ้น 4.1 ล้านเลขหมาย ในปี พ.ศ. 2535

บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TT&T เป็นบริษัทเอกชนบริษัทหนึ่ง ที่ได้รับสัมปทานโดยตรงจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในการเปิดให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ในเขตภูมิภาค จำนวนทั้งสิ้น 1.5 ล้านเลขหมาย โดยได้ดำเนินงานภายใต้ระเบียบข้อบังคับขององค์การโทรศัพท์ฯ โดยในปี 2535 ได้เริ่มดำเนินการบริการโทรศัพท์พื้นฐานตามความต้องการของผู้ขอใช้โทรศัพท์

บริษัทฯ ได้ดำเนินการให้บริการในเรื่องของการเปิดรับจองเลขหมายโทรศัพท์ การติดตั้งเลขหมาย การรับแจ้งเหตุเสีย การแก้เหตุเสีย การบริการเสริมต่าง ๆ รวมทั้งระบบชุมสาย จะมีเพียงแต่การรับชำระค่าบริการรายเดือนเท่านั้น ที่บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินการเองได้ เนื่องจากต้องรับชำระผ่านทางสำนักงานบริการขององค์การ โทรศัพท์

จากตัวเลขสถิติในเดือนกรกฎาคม 2541 ในจังหวัดเชียงใหม่ มีเลขหมายที่เปิดให้บริการทั้งสิ้น 100,502 เลขหมาย ซึ่งยังคงมีจำนวนเลขหมายที่สามารถเปิดให้บริการได้อีกจำนวน 25,784 เลขหมาย¹ สำหรับในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีเลขหมายที่เปิดให้บริการจำนวน 40,412 เลขหมาย และยังมีเลขหมายที่สามารถให้บริการได้อีก 15,046 เลขหมาย² โดยมีผู้ขอติดตั้งโทรศัพท์ใหม่เพียงแค่อีกจำนวน 153 เลขหมาย³

¹ บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). รายงานสถานภาพการให้บริการ เขตธุรกิจที่ 5 ประจำเดือน กรกฎาคม 2541. หน้า 1

² บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). รายงานสถานภาพการให้บริการ รายชุมสาย เขตธุรกิจที่ 5 ประจำเดือน กรกฎาคม 2541. หน้า 4

³ บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). รายงานผู้เข้าชำระเงิน เขตธุรกิจที่ 5 ประจำปี 2541

ในอนาคตอันใกล้ จะมีการเปิดเสรีทางโทรคมนาคมขึ้นในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจโทรศัพท์พื้นฐานสูงมากขึ้น เนื่องจากมีบริษัทเอกชนรายอื่น ๆ เข้ามาดำเนินธุรกิจนี้มากขึ้น บริษัทฯ จึงได้มีนโยบายในการสร้างความพอใจ และทัศนคติที่ดีของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท เพื่อรองรับการแข่งขันเสรีทางโทรคมนาคมที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษา โดยเน้นการศึกษาในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทาง ให้บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) นำไปพัฒนาปรับปรุง และวางแผนการดำเนินงานด้านการบริการ การตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์ต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้โทรศัพท์ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น จากการให้บริการโทรศัพท์ของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์ของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ประเภทหลัก (7 Ps) คือ ผลิตภัณฑ์บริการ (The service product) การกำหนดราคา (Pricing the service) การจัดจำหน่าย (Place) การสื่อสารการตลาดบริการ (Promotion : Communication of Services) กระบวนการในการให้บริการ (Processes) การให้บริการลูกค้า (Provision of customer services) งานการตลาดภายในองค์กรของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความคิดเห็น ที่มีต่อการให้บริการของ บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ผู้ใช้โทรศัพท์ หมายถึง ผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การให้บริการ หมายถึง สินค้า/บริการ สถานที่ เครื่องมือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การดำเนินการ พนักงาน และราคา ของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อผู้ใช้โทรศัพท์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ใช้โทรศัพท์ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
2. ทราบถึงปัญหาที่เกิดจากการให้บริการของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
3. นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการดำเนินงาน ด้านการให้บริการของบริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น