

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมโทรคมนาคมในประเทศไทยอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานหลัก 2 หน่วยงาน คือ การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) และ องค์กรโทรศัพทแห่งประเทศไทย (ทศท.) โดยหน่วยงานทั้งสองดังกล่าวสังกัดกระทรวงคมนาคม สำหรับงานด้านการควบคุมคลื่นความถี่นั้นอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข

ทศท. นอกจากจะมีฐานะเป็นผู้ดูแลและควบคุมอุตสาหกรรมแล้ว ยังเป็นผู้ให้บริการโทรศัพทพื้นฐานสำหรับการสื่อสารภายในประเทศ และระหว่างประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทย ในขณะที่ กสท. ให้บริการโทรศัพทระหว่างประเทศ นอกจากนี้ทั้ง ทศท. และกสท. ยังให้บริการโทรศัพทเคลื่อนที่แต่ภายในเครือข่ายที่จำกัด

ในปี 2533 รัฐบาลได้เปิดโอกาสให้เอกชนเข้าร่วมมีบทบาทในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและเพื่อลดภาระการลงทุนของภาครัฐ สัญญาสัมปทานของโครงการโทรคมนาคมต่าง ๆ ในประเทศไทยจะระบุหน้าที่ของผู้ได้รับสัมปทานในการจัดหาหรือจัดสร้างทรัพย์สินเพื่อใช้ในการดำเนินงาน และจะต้องโอนทรัพย์สินนั้นให้กับรัฐวิสาหกิจที่ออกสัมปทานทันทีที่ทรัพย์สินนั้นอยู่ในสภาพใช้งานได้ เพื่อแลกกับสิทธิในการใช้สินทรัพย์นั้นตลอดอายุของสัมปทาน นอกจากนี้เอกชนซึ่งได้รับสัมปทานการให้บริการโทรศัพทเคลื่อนที่จะต้องจ่ายส่วนแบ่งผลประโยชน์ให้กับหน่วยงานรัฐที่เป็นผู้ให้สัมปทานในอัตราร้อยละของรายได้ค่าบริการในแต่ละงวดหรือตามอัตราขั้นต่ำที่ระบุไว้ในสัญญาสัมปทาน ตลอดอายุสัมปทาน

ก่อนหน้าวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศขยายตัวอย่างมาก ต่อมาเมื่อเกิดภาวะวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโทรคมนาคมต่อเนื่องถึงปี 2541 ทำให้อัตราการเติบโตของผู้ใช้โทรศัพทเคลื่อนที่ลดลง (บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด มหาชน, 2543)

ในปี 2542 อุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่พื้นตัวมีอัตราเติบโตสูงและประเทศไทยมีอัตราส่วนของจำนวนโทรศัพท์ต่อจำนวนประชากรสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีระดับของการพัฒนาทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกัน เป็นเครื่องชี้ว่าการสื่อสารโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไป โดยมีปัจจัยสนับสนุนดังนี้

- การฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค เพิ่มจำนวนผู้มีกำลังซื้อมากขึ้นและช่วยเพิ่มความต้องการของตลาด
- การเปิดตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดชำระค่าบริการล่วงหน้า ซึ่งเป็นการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่มีงบประมาณจำกัด หรือกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการในจำนวนที่ไม่สูงมาก
- แผนการตลาดและการกระจายสินค้าที่เข้าถึงและสามารถตอบสนองของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ชนิดชำระค่าบริการล่วงหน้าและบัตรเติมเงินในร้านค้าสะดวกซื้อ และสถานีบริการน้ำมัน
- ความสามารถในการใช้งานที่หลากหลาย(Functionality) มากขึ้นของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนบริการเสริม ได้เพิ่มจูงใจให้แก่โทรศัพท์เคลื่อนที่
- การลดลงของราคาเครื่องอย่างต่อเนื่อง โดยลดลง 20-25% ในปี 2542 และมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในปี 2543

ผลจากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวข้างต้น คาดว่าความต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระยะยาวจะอยู่ในระดับที่น่าพอใจ แม้ว่าความต้องการในระยะสั้นจะถูกกระทบบ้างจากภาวะเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา คาดว่าอัตราส่วนของจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนประชากรจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 8 ในปี 2547-2548

สัญญาร่วมการงานที่ ทศท. และ กสท. ทำกับเอกชนสำหรับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 1.1 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงผู้ให้สัมปทานและบริษัทที่ได้รับสัมปทาน

ผู้ให้สัมปทาน	บริษัทที่ได้รับสัมปทาน
1. ทศท.	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน)
2. กสท.	บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (DPC) บริษัท ซีพี – ออเรนจ์ จำกัด (CP Orange) บริษัท ฮัทชีสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด

ที่มา : บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด มหาชน , 2543

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการขยายตัวค่อนข้างสูงในช่วงก่อนหน้าการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 หลังจากนั้นอัตราการเติบโตของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยลดลงจากร้อยละ 19 ในปี 2540 เป็นร้อยละ 11 ในปี 2541 ซึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปี 2540 อย่างไรก็ตามในปี 2542 อัตราการเจริญเติบโตของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 22 และมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 20 ในปี 2543 ส่งผลให้อัตราส่วนของจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยต่อจำนวนประชากร 100 คน (Penetration Rate) สูงขึ้นจาก 3.6 ในปี 2541 เป็น 4.3¹ ในปี 2542 และเป็นประมาณ 5.92 ในปี 2543 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกัน (ดังตารางที่ 1.2) เป็นเครื่องชี้ว่าอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปได้

ตารางที่ 1.2 แสดงอัตราส่วนของจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อจำนวนประชากรสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศต่างๆ ณ สิ้นปี 2541

ประเทศ	อัตราส่วนของจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร 100 คน
ฮ่องกง	44.0
ญี่ปุ่น	30.9
เกาหลี	30.3
สิงคโปร์	29.8
ไต้หวัน	21.0
มาเลเซีย	10.6
ไทย	3.6
ฟิลิปปินส์	2.4
จีน	2.0
อินโดนีเซีย	0.5
อินเดีย	0.1

ที่มา : บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด มหาชน, 2543

¹ เป็นอัตราเฉลี่ยของ Penetration Rate ที่ได้จากบทวิจัยของ Lehman Brothers ฉบับลงวันที่ 26 มิถุนายน 2543, Socgen-Crosby ฉบับประจำเดือน กรกฎาคม 2543, Merrill Lynch Phatra Securities Co., Ltd. ฉบับลงวันที่ 21 กันยายน 2543, Jardine Fleming Thanakom Securities Limited ฉบับลงวันที่ 20 ตุลาคม 2543, Credit Suisse First Boston ฉบับลงวันที่ 30 ตุลาคม 2543, Salomon Smith Barney ฉบับลงวันที่ 7 พฤศจิกายน 2543, Morgan Stanley Dean Witter ฉบับลงวันที่ 17 พฤศจิกายน 2543

ประเทศไทยยังมีสัดส่วนของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ แต่มีแนวโน้มของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ แสดงว่า ยังมีช่องว่างในตลาดอีกมาก และจากสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำของประเทศทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้ความสนใจกับสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของตน โดยเสนอผลประโยชน์ที่คุ้มค่าภายใต้ต้นทุนที่ต่ำสุด ทั้งนี้แนวโน้มของราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดลง ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงขึ้น และเป็นการขยายตลาดเป้าหมายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย นั่นคือ มีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปสู่ผู้ที่มีรายได้น้อยและกลุ่มวัยรุ่น การแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีสภาพที่ค่อนข้างรุนแรง ผู้ให้บริการแต่ละรายต่างใช้กลยุทธ์ ลด แลก แจก แถม และกลยุทธ์ราคาในการแข่งขันแย่งลูกค้า ราคาที่ลดลงอย่างมากจึงส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษา ทั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการวางแผนงานการขยายตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไขคุณภาพสินค้า การบริการแก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

เพื่อผู้ที่สนใจทั่วไป ตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจสื่อสาร สามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการวางแผนงานการขยายตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในจังหวัดเชียงใหม่ และสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุง แก้ไขคุณภาพสินค้า การบริการแก่ลูกค้า และแก้ไขปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งการศึกษานี้ ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่ 1 กันยายน 2545 ถึง 1 มกราคม 2546

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University