

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การติดต่อสื่อสารมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง จนถึงยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีได้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยิ่ง มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในทุกวิถีการเรียนรู้ ทำให้เข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ได้สะดวก รวดเร็ว หลากหลายและมีประสิทธิภาพ คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว มีการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ต” อินเทอร์เน็ต เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่มาก มีการเชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลกเข้าด้วยกัน ทำให้เราเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วทั้งในด้านการสืบค้นข้อมูลเพื่อการศึกษาหรือปฏิบัติงานในชีวิตประจำวัน อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับทุกเพศทุกวัยและทุกสาขาอาชีพ ปัจจุบันได้มีการพัฒนาคุณภาพของการใช้งานอินเทอร์เน็ต ตลอดจนนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่ทั้งนี้การนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิ ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้ รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบการใช้งานอินเทอร์เน็ตในอนาคต อันที่จะเป็นแนวทางที่มีประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันความได้เปรียบด้านข้อมูลข่าวสารถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้ระบบอินเทอร์เน็ตยังมีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสามารถดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นในทุกระดับ และได้มีการพัฒนาโปรแกรมการประยุกต์ใช้งานต่าง ๆ มากมาย รวมถึงโปรแกรมประเภทหนึ่งที่ถูกพัฒนาจนเกิดผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในวงการโทรคมนาคมในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้นี้ด้วย นั่นคือการนำเครื่องมือ การสนทนาเสียงผ่าน โปรแกรมสนทนาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งต้องใช้ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่งผลให้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรืออินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ซึ่งมีช่องสัญญาณที่กว้างกว่าระบบอินเทอร์เน็ตแบบต่อผ่านโทรศัพท์ หรือ ระบบ Dial-up ที่สามารถรับส่งข้อมูลได้ในปริมาณมากและรวดเร็วขึ้น เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น โดยผู้ประกอบการในธุรกิจอินเทอร์เน็ตต่างเริ่มหันมาเปิดให้บริการในรูปแบบของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกันมาก เนื่องจากสามารถพัฒนารูปแบบให้ตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันที่นิยมติดต่อสื่อสารผ่านทางเอ็มเอสเอ็ม

โดยใช้ลำโพงและไมโครโฟน สนทนาเสียงผ่านอินเทอร์เน็ตได้หลากหลายวิธี ซึ่งการสนทนาเสียงได้รับความนิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็วจนเกิดมีการพัฒนาโปรแกรมการสนทนาเสียงโดยเฉพาะมากมาย จากความนิยมในการการสนทนาเสียงผ่านอินเทอร์เน็ตที่ท่วมท้น และได้มีความพยายามในการพัฒนาระบบการสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ตให้มีคุณภาพเสียงสูงเพียงพอที่จะยอมรับได้ จึงเกิดเทคโนโลยี Voice over Internet Protocol หรือ VOIP ขึ้น การพัฒนาอุปกรณ์และระบบเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ จะช่วยเอื้อประโยชน์ต่อความต้องการใช้ของผู้ใช้ได้หลากหลายยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการโทรคมนาคมแข่งขันกันกันอย่างรุนแรง ตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วมาก ผู้ให้บริการในปัจจุบันได้กระจายอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ทุกสาขาอาชีพ เนื่องจากมีการขยายเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วถึง และมีเงื่อนไขการให้บริการที่ตอบสนองต่อผู้ใช้ทุกประเภท ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากผู้ให้บริการรายใหม่และผู้ที่ย้ายระบบจากแบบ Dial-up เป็นระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตรูปแบบเดิมที่เริ่มค่อนข้างล่าช้าเนื่องจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีปริมาณมากและได้พัฒนาเป็นรูปแบบของข้อมูลสัญญาณภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหวมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงจำนวนผู้ใช้ของไทย ถือว่ายังน้อยเมื่อเทียบกับของประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเดียวกัน ดังนั้น ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในไทยจึงมีโอกาที่จะขยายตัวได้อีกมาก ในยุคที่การใช้งานบริการอินเทอร์เน็ตกำลังเติบโต และมีจำนวนผู้ใช้งานขยายตัวมากขึ้น ทำให้มีการนำเสนอบริการต่างๆ สู่อุปกรณ์ ทั้งในแง่ของการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตและบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โปรโตคอล เช่น Voice over IP ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากง่ายต่อการใช้งาน และต้นทุนค่าบริการที่ต่ำกว่า รวมทั้งมีอุปกรณ์ไอทีที่รองรับการสื่อสารผ่านเครือข่ายไอพีมากขึ้น

ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ถือเป็นธุรกิจโทรคมนาคมอีกธุรกิจหนึ่งที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การใช้เทคโนโลยี VOIP หรือการให้บริการเสียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในตลาดต่างประเทศและประเทศไทย เนื่องจากมีการลงทุนที่ต่ำกว่าเทคโนโลยีแบบเดิมหลายเท่าตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ หรือแม้แต่การใช้เป็นโทรศัพท์พื้นฐาน และด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าทำให้ ค่าบริการมีราคาถูกกว่า จึงดึงดูดใจผู้บริโภคได้ง่าย อีกทั้งการใช้งาน VOIP ยังสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายลักษณะ เช่น แบบมีและไม่มีเลขหมาย การติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์ และการ

ติดต่อสื่อสารระหว่างโทรศัพท์ด้วยกัน ปัจจุบันในเมืองไทยมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ผู้นำตลาดรายใหญ่อย่าง บมจ.กสท โทรคมนาคม บมจ.ทีโอที บมจ.ทรู คอร์ปอเรชั่นและบริษัททรูเปิดที บรอดแบนด์ บริษัทในกลุ่มทีทีเอ็นซีที ผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานส่วนภูมิภาค ไปจนถึงบรรดาผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ไอเอสพี) ทั้งหลาย

นอกจากนั้นธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังได้รับปัจจัยบวกจากการสนับสนุนของภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนเข้ามาใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลง ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ประกอบกับการเปิดเสรีเชื่อมต่อวงจรต่างประเทศ หรือ International Internet Gateway ทำให้มีช่องทางการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยให้ธุรกิจบริการเสริมของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นบริการด้านข้อมูลมัลติมีเดีย บริการโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต ตลอดจนบริการโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้ความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีเพิ่มมากขึ้นด้วย ผู้ประกอบการจึงต้องมีการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและกระตุ้นการเติบโตของยอดผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำบริการด้านโทรคมนาคมมายาวนาน และเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ผู้ให้บริการ VOIP อีกด้วย จากตลาดที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วมาก ประกอบกับนโยบายภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนเข้ามาใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ในกลุ่มตัวอย่างจากพนักงาน บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นพนักงานที่ใช้บริการ และมีประสบการณ์ในวิวัฒนาการของเทคโนโลยีโทรคมนาคมมาพร้อมกับการเติบโตขององค์กร อีกทั้งมีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ทั้งด้านปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง รายได้ สามารถนำมาเป็นตัวแทนประชากรได้ ซึ่งจะนำผลการศึกษาที่ได้ ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ กำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการของหน่วยงานให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ที่แตกต่างกันมีผลให้พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาเป็นพนักงาน บริษัท กสท.โทรคมนาคม จำกัด(มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ จำนวน 2,100 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 จากฝ่ายทรัพยากรบุคคล) ขนาดตัวอย่าง 340 คน

2. ขอบเขตเนื้อหาเป็นการศึกษาเพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาด

3. ระยะเวลาการศึกษา ที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน - พฤษภาคม 2553

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลที่ได้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

2. ผลที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนาโครงข่ายและการปรับปรุงการให้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่าน VOIP ของผู้ให้บริการ

3. ผลที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการและพัฒนาช่องทางการตลาดในการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

1.6 คำนิยามศัพท์

1. บริษัท กสท หมายถึง บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)
2. พนักงาน หมายถึง บุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ณ สำนักงานใหญ่ ซึ่งบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัท
3. พหุติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสาร หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร
4. VOIP หมายถึง วอยส์โอเวอร์ไอพี (Voice over Internet Protocol) หรือชื่ออื่น IP Telephony, Internet telephony หรือ Digital Phone หมายถึง การสื่อสารทางเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตหรือโครงข่ายอื่น ๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต โพรโตคอล สัญญาณเสียงจะถูกตัดแบ่งเป็นแพ็คเก็ตวิ่งผ่านไบบนโครงข่ายที่ใช้สำหรับการสื่อสารข้อมูลทั่วไป แทนการใช้วงจรเฉพาะตามวิธีการสื่อสารในระบบโทรศัพท์แบบดั้งเดิม
5. อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) หมายถึง การให้บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงโดยใช้คู่สายของโทรศัพท์พื้นฐาน
6. ADSL Modem คือ เป็นอุปกรณ์แปลงสัญญาณ เฉพาะสัญญาณที่อยู่ในช่วงคลื่นความถี่ที่สูงกว่าช่วงความถี่ของสัญญาณเสียง ดังนั้น ถ้าไม่มีความจำเป็นต้องใช้งานเสียงโทรศัพท์หรือรับโทรสาร ก็ไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ Splitter มาแยกสัญญาณก่อนเชื่อมต่อเข้ากับอุปกรณ์ ADSL Router หรือ ADSL Modem
7. Mbps (Megabit per second: เมกกะบิตต่อวินาที) เป็นหน่วยความเร็วในการรับส่งข้อมูลนับเป็นจำนวนบิตต่อวินาที มีค่าเท่ากับ 1,000,000 bps.
8. Kbps (Kilobit per second: กิโลบิตต่อวินาที) เป็นหน่วยความเร็วในการรับส่งข้อมูลนับเป็นจำนวนบิตต่อวินาที มีค่าเท่ากับ 1,000 bps
9. เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) คือ การเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ตั้งแต่สองเครื่องขึ้นไป เพื่อจุดประสงค์ในการรับส่งข้อมูลระหว่างกัน
10. ส่วนประสมการตลาด 4 P's หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นพื้นฐานที่สุดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)