

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สมุดหน้าเหลือง หรือ เยลโล่เพจเจส (Yellow Pages) เป็นคำสามัญที่หลายประเทศทั่วโลกใช้เรียกสมุดโทรศัพท์ประเภทไคเร็คทอรีส์ที่รวบรวมรายชื่อธุรกิจ สินค้า และบริการ ที่เรียงไว้เป็นหมวดหมู่ แจกจ่ายไปตามบ้านเรือน ที่พักอาศัย บริษัท ห้างร้าน และแหล่งธุรกิจต่าง ๆ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ถือว่าเป็นสื่อโฆษณาแบบรายปี

แรกเริ่มเดิมที สมุดหน้าเหลืองถูกพิมพ์ครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา บนกระดาษสีเหลืองคุณภาพต่ำด้วยความจำเป็นด้านต้นทุน เนื่องจากต้องพิมพ์เป็นจำนวนมาก แม้ปัจจุบันสมุดหน้าเหลืองจะใช้กระดาษคุณภาพมาตรฐานที่มีสีขาวข่มเหลืองแล้วก็ตาม คนทั่วไปก็ยังคงจำภาพลักษณ์ของสมุดโทรศัพท์ประเภทไคเร็คทอรีส์ว่า เยลโล่เพจเจส

ต่อมา รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเยลโล่เพจเจส เป็นที่นิยมและเริ่มมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนนำรูปแบบนี้ไปทำธุรกิจทุกประเทศ หลากหลายภาษาทั่วโลก จนธุรกิจสมุดหน้าเหลืองเข้าประเทศไทย โดยบริษัท จีทีอี ที่คนไทยเรียกกันติดปากว่า “หน้าเหลือง” จากนั้นโอนย้ายไปอยู่ในการดูแลของ เอที แอนด์ ที ภายใต้สัมปทานที่ได้มาจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (TOT) และต่อมาอยู่กับบริษัทชินวัตร ไคเร็คทอรี (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด มหาชน) ซึ่งหมายถึง ไทยแลนด์ เยลโล่เพจเจส ในขณะที่บ้านเราก็มีสมุดหน้าขาว หรือ ไวท์เพจเจส ก็พิมพ์บนกระดาษสีขาว โดยตัวสมุดจะเป็นการรวบรวมรายชื่อบุคคล (หรือธุรกิจ) ที่เรียงตามลำดับตัวอักษร ก-ฮ

ปัจจุบันหลังจากมีการเปิดเสรีโทรคมนาคมแล้ว ผนวกกับการเข้ามาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ได้เข้ามาทำลายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของสื่อประเภทไคเร็คทอรีส์ จนสมุดหน้าเหลืองต้องปรับตัวเป็นสื่อไคเร็คทอรีส์ออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทำให้ก้าวต่อไปของสมุดหน้าเหลืองกลายเป็นเรื่องของธุรกิจฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ที่สามารถกระจายเนื้อหาไปยังสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ อีกรวมมาย

บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการจัดทำสมุดหน้าขาวและหน้าเหลืองไทยแลนด์เยลโล่ เพจเจส อย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี 2534 ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสื่อธุรกิจที่สมบูรณ์ทุกรูปแบบ เพื่อให้เกิดบริการที่สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ยังมีบริการสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ อีก เช่น City YellowPages และ Thailand Export-Import Yellow Pages ดังนั้น จึงเชื่อมั่นได้ว่า ทุกบริการที่ได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งจากบริษัทฯ คือบริการที่ผู้ใช้และผู้ลงโฆษณาจะได้รับประโยชน์สูงสุด บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัลที่กำลังจะมาถึงอีกด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง จึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นการจูงใจ จากผู้จำหน่ายไปยังผู้ซื้อ ทำให้รู้ถึงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงเกี่ยวกับการโฆษณาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง จำแนกตามสถานภาพเจ้าของธุรกิจ

สมมุติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง จำแนกตามสถานภาพเจ้าของธุรกิจแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าของธุรกิจที่เคยเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เขตกรุงเทพมหานคร เฉพาะเจาะจงประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั่วไป ผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ ผู้จำหน่ายกล่องกระดาษ โลจิสติกส์ ผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ และธุรกิจโรงแรม จำนวนประมาณ 300 ราย

กลุ่มตัวอย่าง เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่าง อย่างง่าย (simple random sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 ราย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) แบ่งออกเป็น

1.1 สถานภาพเจ้าของธุรกิจ ได้แก่

เพศ

ระดับการศึกษา

ประเภทธุรกิจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคลากร

ด้านกระบวนการให้บริการ

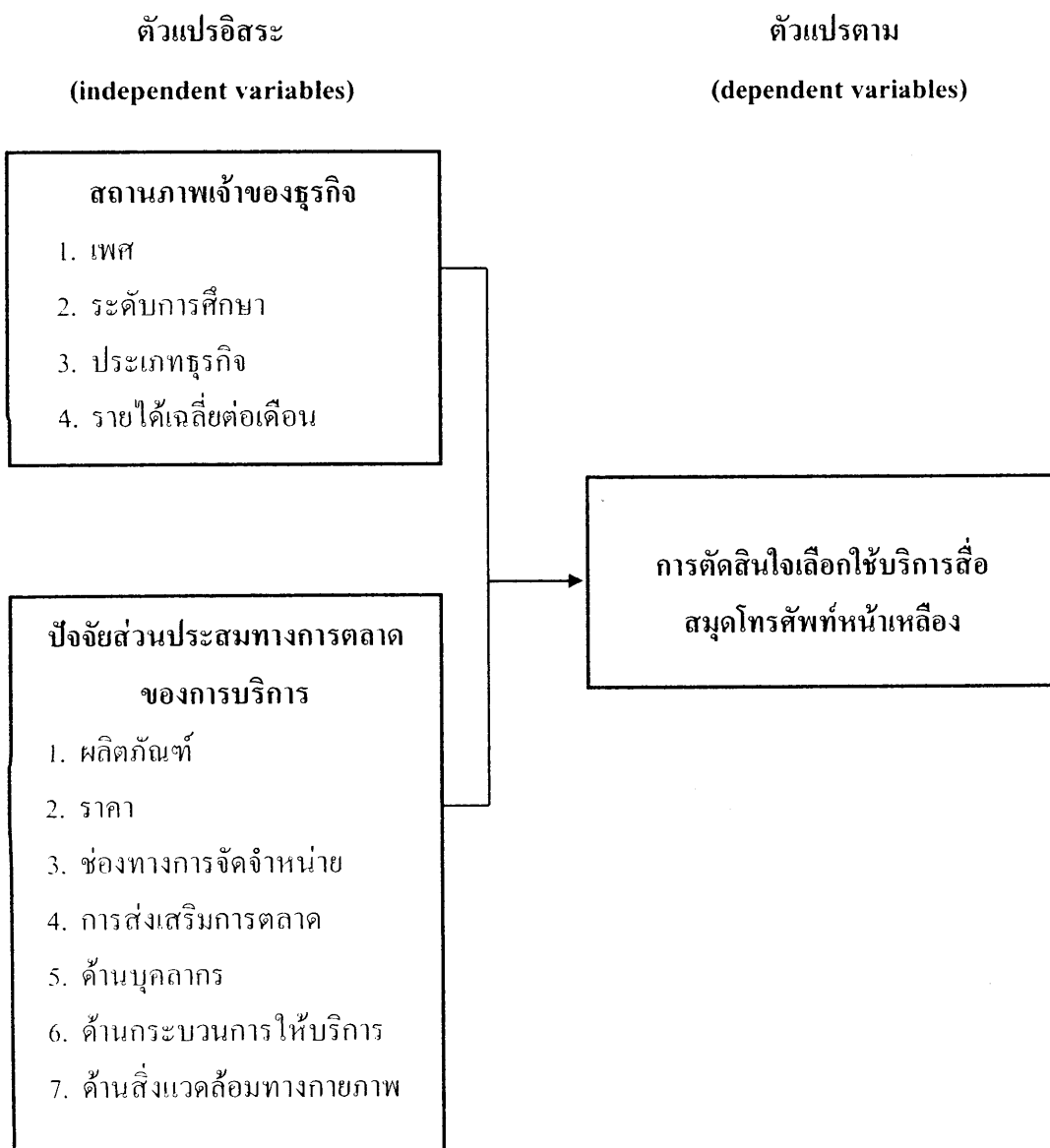
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง

ระยะเวลาในการศึกษา ช่วงเดือน สิงหาคม - กันยายน พ.ศ. 2552

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสังคมโทรศัพท์มือถือ เขต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของ ยุทธนา ชรรณเจริญ (2540, หน้า 170) ในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจ หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการ ภายใต้ภาวะการณ์ประเมินทางจิตใจ และแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมในเรื่องนั้น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps หมายถึง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อสมุดโทรศัพท์มือถือ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

สมุดโทรศัพท์มือถือ หมายถึง แหล่งรวมหมายเลขโทรศัพท์ของสินค้าและบริการกว่า 3,000 หมวดธุรกิจ ครอบคลุมกว่า 600,000 ร้านค้ามากที่สุดในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสื่อในสมุดโทรศัพท์มือถือ ของบริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีลักษณะตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นลูกค้าของบริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (มหาชน)
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสื่อสมุดโทรศัพท์มือถือ ที่กว้างขวางและละเอียดลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น