

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้ใช้บริการเป็นบุคคลที่สำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคตของธุรกิจ และยังเป็นแหล่งที่มาของรายได้สำหรับธุรกิจ การรักษาความสัมพันธ์อันดีและความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุดนั้น เราจะต้องรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพที่ลูกค้าต้องการจากสินค้าหรือบริการ แนวโน้มรสนิยมของลูกค้า ขั้นตอนการตัดสินใจของลูกค้าและแผนงานลูกค้าในอนาคต

ปัจจุบันไม่เพียงแต่ภาคเอกชนเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าอย่างจริงจัง แม้แต่หน่วยงานภาครัฐเองก็มีการตื่นตัวในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก เห็นได้จากการนำเอาจุดเด่นของบริการมาเป็นจุดเด่นในการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยมุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์ของการให้บริการที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการได้อย่างตรงใจที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแข่งขันด้านบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่าง ๆ มาใช้เพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนยังเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมเอาไว้อย่างเหนียวแน่น

องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้ดำเนินการให้บริการโทรคมนาคมแก่ประชาชนอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลายาวนาน และในปัจจุบันได้แปรสภาพเป็น บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TOT Corporation Public Company Limited ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2545 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) หรือ TOT Public Company Limited ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2548 ด้วยวิสัยทัศน์ “มุ่งมั่นเป็นบริษัทโทรคมนาคมชั้นนำ ด้วยนวัตกรรมใหม่ พร้อมมอบความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า”

เมื่อพิจารณาในแง่ของการตลาดโทรคมนาคมแล้ว กล่าวได้ว่าขณะนี้ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ไม่ได้อยู่ในฐานะผูกขาดทางด้านบริการโทรคมนาคม แต่มีคู่แข่งจำนวนมากไม่น้อย ที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันคือให้บริการโทรศัพท์ที่เหมือนกัน และยังมีคู่แข่งทางอ้อมที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีการแข่งขันกันทำการตลาดอย่างหนัก เพื่อที่จะแย่งชิงผู้ใช้บริการมาเป็นลูกค้าของตนเอง ประกอบกับสถานการณ์ของโลกในปัจจุบันที่มีภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง มี

ความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมผู้ประกอบการที่ให้บริการต่างสรรหาและพัฒนากลยุทธ์การตลาดใหม่ ๆ มาใช้ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้าและส่วนแบ่งรายได้ให้มากที่สุด ส่งผลให้การแข่งขันทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นและการที่ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองและกำหนดตลาดทำให้ต้องเสนอบริการต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีทางเลือกในการแสวงหาบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง

จากสภาพตลาดดังกล่าว ทำให้การดำเนินงานของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) นอกเหนือจากการพัฒนาเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าทันสมัยแล้ว ต้องเพิ่มศักยภาพในการให้บริการทั้งในเชิงรุกและเชิงรับเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน และพัฒนาให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในปัจจุบันผู้ใช้บริการต้องการความสะดวกสบายประกอบกับการดำรงชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ ทำให้ความนิยมในระบบการบริการ การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสจึงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มีผลทำให้ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ต้องจัดทำระบบการรับชำระเงิน JUST PAY

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อปรับปรุงระบบการให้บริการให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## สมมุติฐานของการวิจัย

ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มาชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการวิจัยคือ

#### 2.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น ได้แก่

##### 2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 ระดับการศึกษา

2.1.1.4 อาชีพ

2.1.1.5 รายได้

##### 2.1.2 พฤติกรรมด้านการมาใช้บริการ ได้แก่

2.1.2.1 ประเภทการมาใช้บริการ

2.1.2.2 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

2.1.2.3. การเคยมาใช้บริการ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ได้แก่

2.2.1 ด้านระบบการให้บริการ

2.2.2 ด้านบุคลากร

2.2.3 ด้านสภาพแวดล้อมของสำนักงาน

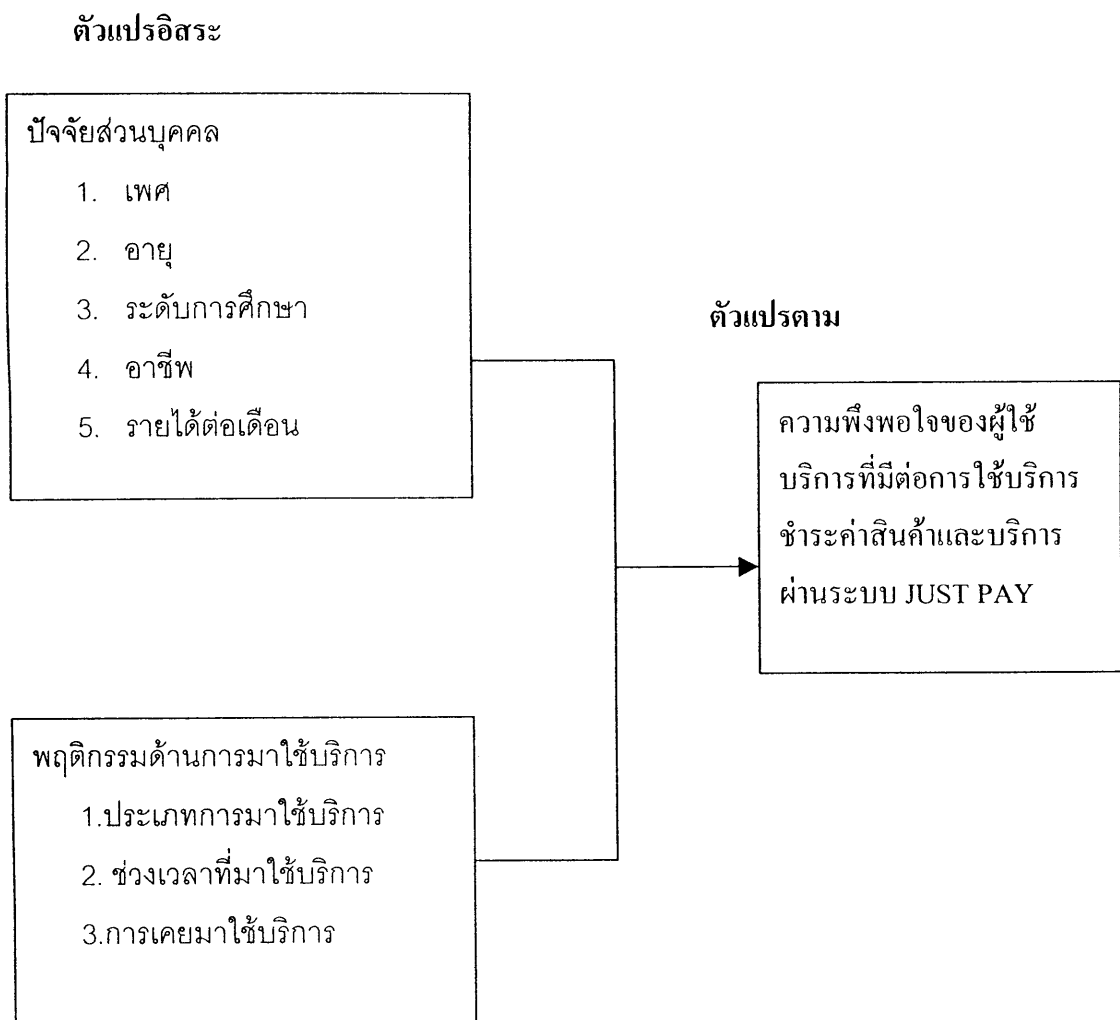
## 2.2.4 ด้านการบริการสู่ความสำเร็จ

### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ระหว่างเดือน มีนาคม ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2550

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของผู้ใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี ในด้านระบบการให้บริการ ด้านบุคลากร และสภาพแวดล้อมของสำนักงาน ด้านการบริการสู่ความสำเร็จ

2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ประชาชนที่มาใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านระบบ JUST PAY ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี

3. ระบบ JUST PAY หมายถึง เป็นการรับบริการค่าสินค้าและบริการแทนผู้ประกอบการ โดยรับชำระด้วยเงินสด

4. จังหวัดปทุมธานี หมายถึง ศูนย์บริการลูกค้าของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ศูนย์บริการลูกค้าทีโอที สาขาปทุมธานี ศูนย์บริการลูกค้าทีโอที สาขาพิวเจอร์พาร์ครังสิต ศูนย์บริการลูกค้าทีโอที สาขาบางพูน

5. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

6. พฤติกรรมด้านการมาใช้บริการ หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้ให้บริการมาใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านระบบ JUST PAY ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี

7. ด้านระบบการให้บริการ หมายถึง กระบวนการในการให้บริการตั้งแต่ผู้ให้บริการยื่นใบแจ้งหนี้เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ชำระเงิน จนได้รับใบเสร็จรับเงิน

8. ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานอยู่ในด้านการรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ในจังหวัดปทุมธานี

9. สภาพแวดล้อมของสำนักงาน หมายถึง บรรยากาศโดยทั่วไปของศูนย์บริการลูกค้าทีโอที อันประกอบไปด้วยสถานที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง การตกแต่งสถานที่สะอาด สวยงามทันสมัย มีการจัดเตรียมเอกสารและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่จอดรถ

10. หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ หมายถึง การที่ลูกค้าที่ใช้บริการมีความรู้สึกเชื่อมั่นในให้บริการ รวมถึงความน่าเชื่อถือของชื่อเสียงของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านระบบ JUST PAY ของลูกค้า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการแก้ไขระบบการให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY และนำข้อมูลไปใช้ในการเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมงานบริการลูกค้า ในการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของลูกค้า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี
4. ผลงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหาร เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงการดำเนินการทางการตลาดกับบริการรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ JUST PAY ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร