

บทที่ ๑
บทนำ



ที่มาและความเป็นมาของปัญหา

การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน (เสถียร เขย ประทับใจ การสื่อสารและการพัฒนา, 2537:19) และ การสื่อสารยังเป็นเครื่องมือ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตนและเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม (ปรมะ สตะเวทิน, 2533:1)

แต่เดิมในอดีตสังคมยังไม่มีความสะดวกสบายมากนัก การสื่อสารระหว่างกันจะเป็นลักษณะ face to face คือ เห็นหน้าค่าตากัน ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้น จึงมีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะมีประสิทธิภาพมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกันในระยะไกล ๆ ได้ ในที่สุดโทรศัพท์จึงถูกประดิษฐ์ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา โดย ALEXANDER GRAHAM BELL เมื่อปี ค.ศ.1876 (พ.ศ.2419) จึงนับเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารโทรคมนาคมในระยะไกล โทรศัพท์จึงนับว่าเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่เป็นที่นิยมใช้กันอย่างมากทั่วโลก เนื่องจากเป็นระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว และประหยัดกว่าระบบสื่อสารแบบอื่น

สำหรับประเทศไทย โทรศัพท์ได้ถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2424 โดยสมเด็จพระราชปิตุลาบรมวงศาภิมุข เจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ เจ้ากรมกลาโหมในสมัยนั้น (รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๕) โดยติดตั้งที่กรุงเทพมหานคร และสมุทรปราการ แห่งละ 1 เครื่อง เพื่อแจ้งข่าวสารการเดินเรือโดยอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงกลาโหมต่อมาในปีพ.ศ. 2429 ได้โอนกิจการไปอยู่ในความรับผิดชอบของ กรมไปรษณีย์โทรเลข

และในปี พ.ศ. 2497 ได้มีการตราพระราชบัญญัติ องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทยขึ้น มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจที่รัฐเป็นเจ้าของสังกัดกระทรวงคมนาคมมาจนถึงปัจจุบัน และโดยผลตามพระราชบัญญัติดังกล่าว กิจการโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จึงได้โอนมาอยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (กระทรวงคมนาคม แผนแม่บทการพัฒนากิจการโทรคมนาคม (ตอนจบ), *Wireless Communication Journal*. กันยายน 2528: 10)

เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับมนุษย์ โทรศัพท์ถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีบทบาทมากในปัจจุบัน เพราะในยุคนี้มีการแข่งขันกันมาก ในเรื่องข้อมูลข่าวสาร ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารรวดเร็วมากเท่าใดก็จะยิ่งได้เปรียบผู้อื่นมากเท่านั้น โทรศัพท์จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เราติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกในเวลาอันรวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ห่างไกลกันแค่ไหนประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายช่วยให้การติดต่อสื่อสารบรรลุถึงวัตถุประสงค์ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ดังที่กล่าวมาข้างต้นว่า ปัจจุบันในสังคมไทยมีการแข่งขันกันสูงในด้านการติดต่อรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์มือถือ วิทยุติดตามตัว ฯลฯ จากการบริการของบริษัทเอกชนที่เกิดขึ้นอีกมากมายหลายบริษัท ดังนั้น องค์กรโทรศัพท์ฯ ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินการติดตั้งโทรศัพท์ ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านบริการต่าง ๆ เกี่ยวกับโทรศัพท์แก่ประชาชนจึงควรเล็งเห็นว่า สมควรแก่เวลาแล้วที่องค์กรโทรศัพท์ฯ จะต้องตื่นตัวในการพัฒนาองค์กรโทรศัพท์ฯ อย่างไม่หยุดยั้งให้ก้าวหน้าทัดเทียมและไม่เป็นรองคู่แข่ง และสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิด มีความประทับใจ รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรโทรศัพท์ที่อยู่เสมอ ก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจของประชาชนซึ่งเป็นผู้ใช้บริการ

ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาว่า ตลอดระยะเวลาดำเนินงานที่ผ่านมา จวบจนปัจจุบันภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในสายตาของผู้ใช้บริการนั้นเป็นอย่างไร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่นำมาพัฒนาปรับปรุงและแก้ไข ภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์ฯ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อผลการดำเนินงาน และการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

ปัญหานำการวิจัย

1. ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์ฯ ในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงาน และ การให้บริการขององค์การโทรศัพท์ฯ หรือไม่อย่างไร

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
3. การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์ฯ สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ จะศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการเฉพาะที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ทั้งนี้ ไม่รวมผู้อยู่ในปริมณฑล

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยอาศัยแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ทักษะคติของผู้ใช้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์ฯ เพื่อจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบในการวิจัยครั้งนี้

นิยามศัพท์

ภาพลักษณ์ (image)

หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจที่บุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ซึ่งภาพในใจของบุคคลนั้น ๆ จะเกิดจากการรับรู้ข่าวสาร ประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม แล้วมีความรู้สึกตอบสนองต่อองค์กร หรือสถาบันนั้น ไปในเชิงบวกหรือเชิงลบ ถ้าตอบสนองในเชิงบวกถือว่า ยอมรับ ในทางตรงกันข้ามถ้า ตอบสนองในเชิงลบ ถือว่า ไม่ยอมรับ

ภาพลักษณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโทรศัพท์

หมายถึง การรับรู้ การตีความ และ ความรู้สึกเชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับ คุณภาพการใช้งานของเครื่องและสายโทรศัพท์ บริการหลังการติดตั้ง ความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ การทำประโยชน์กับสังคม และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน

ผู้ใช้บริการ

หมายถึง ผู้เช่าเครื่องโทรศัพท์จากองค์กรโทรศัพท์ฯ และใช้โทรศัพท์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

<u>ความพึงพอใจ</u>	หมายถึง สภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองต่อวัตถุ หรือสิ่ง เร้าใด ๆ ไปในทางที่ยอมรับ หรือไม่ยอมรับ
<u>ลักษณะทางประชากร</u>	หมายถึง เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ ของผู้ใช้บริการของ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
<u>การดำเนินงาน</u>	หมายถึง การจัดการ และ การบริการที่ให้กับผู้ใช้บริการ
<u>ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ</u>	

1. ได้ทราบถึง ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาของผู้ใช้
บริการเพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนด้าน การประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์
ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยต่อไป

2. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อผลการดำเนินงาน และการให้บริการ
ขององค์การโทรศัพท์ฯ ซึ่งจะได้นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการขององค์การฯ ให้มี
คุณภาพและสามารถตอบสนองความคาดหวังของประชาชนได้เป็นอย่างดี