หัวข้อวิทยานิพนธ์ ผลสัมฤทธิ์ของการให้บริการการหลอมรวมสื่อของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ชื่อนักศึกษา สุดจิตต์ ตรีวิจิตรศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์สารสนเทศ
ปีการศึกษา 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ผลสัมฤทธิ์ของการให้บริการการหลอมรวมสื่อของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documentary research) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้ให้บริการได้แก่ ผู้บริหาร, พนักงานในสำนักงาน,พนักงานหน้าร้าน จำนวน 10 คน (2) ผลกระทบทางสังคมในมุมมองของผู้ใช้บริการการหลอมรวมสื่อตลอดจนภาพลักษณ์ของการหลอมรวมสื่อในมุมมองของผู้ใช้บริการ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาผู้ใช้บริการการหลอมรวมสื่อของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูล จากการใช้แบบสัมภาษณ์โดยอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-structural interviews/modderate scheduled interview) แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียน - นักศึกษา อายุ 18 – 25 ปี จำนวน 10 คน และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 26 – 40 ปี จำนวน 10 คนรวมทั้งหมด 20 คน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มใช้บริการในเครือของทรู 2 อย่างขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลสัมฤทธิ์ของการให้บริการการหลอมรวมสื่อของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีวิสัยทัศน์ (Vision) คือเป็นผู้ให้บริการด้านการสื่อสารที่ครบวงจรและมุ่งตอบสนองต่อผู้ใช้บริการเป็นหลัก มีเป้าหมาย (Goal) คือการเป็นผู้นำ Convergence lifestyle enabling ด้วยบริการทั้งหมดของกลุ่มที่มีครบวงจร คือ บริการโทรศัพท์พื้นฐาน, บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่,บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก,บริการเกมออนไลน์, บริการบัตรเงินอิเล็คทรอนิกส์และตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆรวมถึงมีบริการร้าน

กาแฟ สินค้าเหล่านี้ล้วนเป็นอีกช่องทางที่จะเข้ามาตอบสนองชีวิตของผู้ใช้บริการได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยมีผู้บริหารคือนายศุภชัย เจียรวรนนท์ ได้วางแนวทางยุทธศาสตร์ในเรื่องของการหลอมรวมสื่อไว้เป็นอย่างดี ขณะนี้บริษัททรูติด 1 ใน 5 ของโลกเพราะเป้าหมายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนของบริษัททรูที่ต้องการให้ผู้ใช้บริการมีความทันสมัย และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็วทันใจ บริษัทเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีจุดเด่นกว่าคู่แข่งคือการหลอมรวมสื่อ อีกทั้งทางบริษัทได้แสวงหาเทคโนโลยีและการให้บริการที่ล้ำหน้ามาอยู่เสมอเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงานมีการสอดรับตามกลยุทธ์ของบริษัทในด้านการตลาด จากการที่บริษัทมีการสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้บริการในทุกปี ส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทมียอดผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้ใช้บริการบางส่วนไม่พึงพอใจในการให้บริการการหลอมรวมสื่อ เพราะความเบ็ดเสร็จ เหมือนต้องยอมใช้การหลอมรวมที่ทางบริษัทจัดไว้แบบเบ็ดเสร็จนั้น การเลือกใช้บริการสินค้าหนึ่งแม้ไม่พอใจสินค้าที่รวมมาก็ต้องยอมจำนนหรือเลือกใช้ ทำให้ไม่ส่งผลกระทบทางลบในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ ในด้านเทคโนโลยีของสินค้าบริษัททำการพัฒนาและเพิ่มเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ - ประสิทธิผลเท่าเทียมกับนานาประเทศ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคาความทันสมัย เมื่อประมวลบทสรุปทั้ง 3 ด้าน ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยี และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เป็นบวกจึงทำให้ผลประกอบการของบริษัทมียอดผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ทั้งหมดนี้จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้บริษัททรูสัมฤทธิ์ผลในด้านการหลอมรวมสื่อ

2.ผลกระทบทางสังคมในมุมมองของผู้ใช้บริการการหลอมรวมสื่อตลอดจนภาพลักษณ์ของการหลอมรวมสื่อในมุมมองของผู้ใช้บริการ

2.1 ศึกษาผลกระทบทางสังคมในมุมมองของผู้ใช้บริการการหลอมรวมสื่อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาใช้บริการการหลอมรวมสื่อ (Convergence) เพราะความสะดวกสบาย กลุ่มนักศึกษาใช้บริการการหลอมรวมสื่อ (Convergence) เพราะต้องการเอื้อประโยชน์ในด้านการเรียน การศึกษา ค้นคว้า หาข้อมูล ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มวัยเรียน สนใจการเรียน-รู้ ชอบลอง

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงผลกระทบทางสังคมของการหลอมรวมสื่อในกลุ่มนักเรียน – นักศึกษา เป็นอย่างมากในด้านการสื่อสาร ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ทำได้รวดเร็ว ครอบคลุม ทั้งยังสะดวกสบายในการจัดการต่างๆ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มวัยทำงาน พบว่ากลุ่มนี้ตัดสินใจใช้บริการเพราะความหลากหลายของสินค้าและบริการ การดำเนินชีวิตสะดวกสบายรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ในเรื่องของการชำระค่าบริการต่างๆ การทำธุรกรรมทางธนาคาร การสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ซื้อตั๋วเครื่องบิน และบางคนยังสามารถทำงานที่บ้านได้อีกด้วย แต่กลุ่มวัยทำงานที่ประกอบอาชีพพนักเอกชนที่เป็นส่วนน้อยบางคนกล่าวว่าความสะดวกสบายในครั้งทำให้ขาดวินัย บริหารเวลาไม่เป็น การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยทำให้การพบปะกันน้อยลงจนบางครั้งขาดมารยาททางสังคม

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงผลกระทบทางสังคมของการหลอมรวมสื่อในกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งเกิดจากการใช้บริการที่ครอบคลุมทุกสินค้าและบริการของบริษัททรู แต่ยังคงเน้นไปในด้านการสื่อสาร เนื่องจากหน้าที่การงานที่ต้องติดต่อสื่อสารกันเป็นหลัก ดังจะเห็นได้จากการทำงานจากที่บ้านได้ การติดต่อทำธุรกรรมต่างๆ ได้จากทุกที่อีกด้วย

2.2 ศึกษาภาพลักษณ์ของการหลอมรวมสื่อในมุมมองของผู้ใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา พบว่ากลุ่มนี้ใช้บริการการหลอมรวมสื่อ (Convergence) แล้วเกิดความรู้สึกที่เป็นบวกในด้านความสะดวกสบายส่งผลให้ภาพลักษณ์การหลอมรวมสื่อเป็นบวกแม้จะมีบางส่วนที่เป็นส่วนน้อยรู้สึกว่าการหลอมรวมสื่อเหมือนถูกบังคับใช้

การสัมภาษณ์กลุ่มวัยทำงาน พบว่ากลุ่มนี้ใช้บริการการหลอมรวมสื่อ (Convergence) แล้วเกิดความรู้สึกที่เป็นบวกในด้านความสะดวก ทำให้ประหยัดเวลาในแง่ของการสั่งซื้อสินค้า ตั๋วเครื่องบิน และทำธุรกรรมทางธนาคาร มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถทำงานที่บ้านได้ แต่ก็มีผู้ใช้บริการจำนวนหนึ่งเกิดความรู้สึกที่อยากให้ทรูมูฟปรับปรุงในด้านคุณภาพของสัญญาณ ในภาพรวมกลุ่มวัยทำงานรู้สึกดีในด้านความสะดวกสบาย ความหลากหลายของสินค้าและบริการ

Thesis Title The achievement of True Corporation Public Company Limited in providing media convergence service

Author Sudjit Triwichitsil

Thesis Advisor Assistant Professor Dr. AsawinNedpogaeo

Department Communication Arts

Academic Year 2011

ABSTRACT

This research aims to study on (1) the achievement of media convergence service of True Corporation Public Company Limited by means of documentary research and in-depth interview conducted with 10 interviewees from service providers such as management team, officer, and in -store staff. This study also explores (2) the social effect and the image of media convergence through the users' view. The qualitative research is applied as the data collection method where semi-structural interview takes place with 2 focus groups; 10 college students of age between 18-25 years old, and 10 working age people of age between 26-40 years old. All of them are selected by purposive sampling method and have been provided at least 2 services by True.

The research reveals

(1) The achievement of True Corporation Public Company Limited in providing media convergence service

True set their vision to be the telecommunication provider whose service covers the entire telecommunication business and to be responsive to their users. Their goal is to be the leader in convergence lifestyle enabling. We can see that all of their services have entirely played a key role in customers' lifestyle in every target groups; for example: fixed-line telephone, mobile phone, Cable television subscription, Online games, Top-up cash card, paying agent service, and including coffee shop. Thanks to True's Managing Director, Mr.Supachai Jiaraworanun, he plans very precisely the convergence strategy. At present, True is world's Top 5 as a result of the explicit strategy which principally aims to their customers to be modern and react instantly to their various demands. The company is leading in advance technology and the convergence service provides them a better competitive advantage over their competitors. Moreover, True

always fulfills their customers with new technology and service in order to increase customer satisfaction and react to people's lifestyle which is now changing day by day.

From the group interview, the result shows that both college students and working age group accept True's marketing strategy in the evidence of customer satisfaction survey which True conducts every year allowing them to gain the increased users. However, some customers are not quite satisfied with convergence service because they will end up with using an extra service beyond their need from the all-inclusive product and service offered by True. Consequently, there is no negative effect to number of users. For technological issue, because True develops its technology to be as effective and efficient as other countries, users are satisfied in terms of advance technology. By considering True's marketing, customer satisfaction, and technology, these three issues result in positive feedback reflecting an increase of users which can be say that True gain an achievement in providing media convergence service.

(2) The social effect and the image of media convergence through users' view.

2.1 Study on the social effect of media convergence through users' view

Regarding to the interview with college students, they choose the media convergence service because of its convenience to support their studies when they need to search the information related to lessons. The behavior of this group is eager to learn and examine new things. So, this presents the social effect from media convergence through college students' view especially in communication matter that they can access into the information more easily and manage them more convenient.

Another interview is conducted with working age people, they select the media convergence because of the variety of product and service that let them live more comfortably by paying the bill more easily, doing banking transaction, ordering goods, booking airline ticket, and moreover they can even work at their home. But a small number of employees working in private sector think that this convenience causes an indiscipline, low quality of time management, and lack of social manner with good quality resulted by the communication that requires no face-to-face interaction. Therefore, the media convergence through working age people's view reveals the social effect from the entire product and service of True. Still, the important product and service

focuses at communication because the working process of working age people is principally dominated by communication; for example, they work at home or access all transaction at any places.

2.2 Study on the image of media convergence through users' view

The interview with college students shows that they use the media convergence service with the positive feedback in terms of convenience although some of them feel uncomfortable with the all-inclusive system of product and service. For the working age people, this media convergence service receives the positive feedback from them in exchange of the convenience because they can spend less time ordering goods, booking airline ticket, doing banking transaction, and some people can work at their home as well. Besides, some customers would like True to improve the signal strength. To conclude, this group of interviewees has a positive view on convenience, and variety of product and service.