



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วิทยุติดตามตัว (Pager) เป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่ง ที่สามารถติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One Way) แต่ช่วยให้ส่งข่าวสารถึงกันและกันได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งหมายถึงสภาพเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัวของประเทศไทย ที่ต้องอาศัยการตัดสินใจที่รวดเร็วฉับไวในการแข่งขันกันทางธุรกิจ

วิทยุติดตามตัวนับได้ว่าเป็นนวัตกรรมชนิดหนึ่งของคนไทย เนื่องจากเพิ่งเข้ามาในประเทศไทยประมาณ 4 ปี มีผู้ใช้ประมาณ 100,000 ราย ซึ่งต่อไปในอนาคตนวัตกรรมชนิดนี้อาจมีผู้ใช้มากขึ้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของวิทยุติดตามตัว จึงทำการวิจัยเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัว โดยศึกษาเรื่อง "สภาพการณ์และลักษณะของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย" เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงวิทยุติดตามตัวให้มีประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาประเทศไทยมากขึ้น

โดยทำการศึกษา แยกเป็น 2 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์ของวิทยุติดตามตัวและแนวโน้มของวิทยุติดตามตัวในอนาคต
- ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวและลักษณะการใช้ของวิทยุติดตามตัว

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์ของวิทยุติดตามตัวและแนวโน้มของวิทยุติดตามตัวในอนาคต

1.1 ความเป็นมาของวิทยุติดตามตัวในประเทศไทย

วิทยุติดตามตัวในขณะนี้มียู่ 4 ยี่ห้อ คือ

1. วอยซ์ เพจเจอร์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย เริ่มเข้าตลาดเป็นยี่ห้อแรก แต่มีจุดบกพร่องอยู่มาก เช่น มีเฉพาะเสียง, ไม่เป็นความลับ, ไม่มีระบบความจำ จึงทำให้ไม่ค่อยมีผู้นิยมใช้

2. แพ็คลิ่งค์ ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ดำเนินการโดยบริษัท แอปซิฟิค เทเลซิส เอนจิเนียริง จำกัด แพ็คลิ่งค์เป็นผู้บุกเบิกการใช้วิทยุติดตามตัว เป็นยี่ห้อแรก เป็นยี่ห้อที่คนจดจำชื่อได้จนติดปาก โดยเรียกวิทยุติดตามตัวว่า "แพ็คลิ่งค์" ปัจจุบันมีผู้ใช้ผู้ใช้ประมาณ 52,000 ราย โดยเริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2530

3. โฟนลิ่งค์ ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ดำเนินการโดยบริษัท ดิจิตอล เจจิ่ง เซอร์วิส จำกัด เริ่มดำเนินการตั้งแต่มิถุนายน 2533 ขณะนี้มีลูกค้าประมาณ 45,000 ราย เน้นจุดขายที่สามารถติดต่อได้ทั่วประเทศ โฟนลิ่งค์เป็นคู่แข่งที่สำคัญของแพ็คลิ่งค์ ถึงแม้ว่าจะมาทีหลังแต่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้ใกล้เคียงกับแพ็คลิ่งค์ซึ่งเข้าตลาดก่อนประมาณ 3 ปี

4. ฮัทชีสัน เพจโฟน ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ดำเนินการโดย บริษัท ฮัทชีสัน เทเลคอมมิวนิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มเปิดบริการเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2534 เน้นจุดขายที่มีข้อความภาษาไทย ฮัทชีสันเพจโฟนมีประสบการณ์ทางการตลาดในฮ่องกงและสิงคโปร์มาแล้ว นับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของโฟนลิ่งค์และแพ็คลิ่งค์

1.2 การแข่งขันทางการตลาดของวิทยุติดตามตัว

ปัจจุบันมีการแข่งขันกันรุนแรงมากดังจะเห็นได้จากการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน และการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งขณะนี้มียี่ห้อ 2 ยี่ห้อ คือแพ็คลิ่งค์และโฟนลิ่งค์ ที่ทำการแข่งขันกันอย่างมาก

โดยแพ็คลิ่งค์ได้เข้าสู่ตลาดก่อน คือ ประมาณต้นปี 2530 ซึ่งในขณะนั้นแพ็คลิ่งค์ปราศจากคู่แข่งที่น่ากลัว มีส่วนแบ่งการตลาดถึง 50% และสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำคำว่า "แพ็คลิ่งค์" ได้เป็นอย่างดี จากการที่แพ็คลิ่งค์ไม่มีคู่แข่ง จึงทำให้แพ็คลิ่งค์ไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งทำให้เกิดช่องว่างที่โฟนลิ่งค์ก้าวเข้าสู่การวิทยุติดตามตัว โดยอาศัยจุดด้อยของแพ็คลิ่งค์ตรงที่แพ็คลิ่งค์สามารถใช้ได้เฉพาะกรุงเทพฯ และ เขตชานเมือง เท่านั้น, มีระบบตัวเลขไม่มีตัวอักษร และการเรียกเข้าศูนย์ใช้ตัวเลขถึง 7 ตัว ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยากสำหรับผู้ใช้นั้น โฟนลิ่งค์ซึ่ง เข้าสู่ตลาดวิทยุติดตามตัว เป็นยี่ห้อใหม่ จึงพัฒนาระบบของตัวเองให้เหนือกว่า

แพ็คเกจ เพื่อดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้ยี่ห้อของตน โดยเน้นจุดขายที่สามารถใช้ได้ทั่วประเทศ มีทั้งระบบตัวเลขและตัวอักษร และการเรียกเข้าศูนย์ใช้ตัวเลขเพียง 3 ตัวเท่านั้น ซึ่งเป็นความสะดวกสบายต่อผู้ใช่มาก ดังนั้นจึงมีผู้ใช้วิญญูติตามด้วยหือโฟนลิ่งคักันมาก จะเห็นได้จากว่าโฟนลิ่งคักมีลูกค้าประมาณ 45,000 ราย (ระยะเวลาไม่ถึง 1 ปี) ส่วนแพ็คเกจคักมีลูกค้า 52,000 ราย (ระยะเวลามากกว่า 3 ปี) ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของแพ็คเกจคักที่มีอยู่เดิมถูกโฟนลิ่งคักชิงส่วนแบ่งไปเป็นอันมาก

ในปัจจุบันมีวิญญูติตามอีกยี่ห้อหนึ่งที่เข้าสู่ตลาด นั่นก็คือ "ฮัทชิสัน เพจโฟน" โดยเน้นจุดขายที่มีข้อความเป็นภาษาไทย ซึ่งจะเข้าใจได้ง่ายกว่ายี่ห้ออื่น ที่มีข้อความเป็นภาษาอังกฤษ ฮัทชิสัน เพจโฟน จึงเป็นอีกยี่ห้อหนึ่งที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากแพ็คเกจคักและโฟนลิ่งคัก และต่อไปคงมีการแข่งขันกันมากขึ้นไปอีก

สรุปงบการล่งเสริมการขาย

ปี พ.ศ.	2530	2531	2532	2533	2534
แพ็คเกจคัก	9	9	9	30	30
โฟนลิ่งคัก	-	-	-	1400	60
					(ล้าน)บาท

เปรียบเทียบคุณสมบัติ

คุณสมบัติ	แพ็คเกจคัก	โฟนลิ่งคัก	ฮัทชิสัน เพจโฟน
1. องค์กรรับผิดชอบ	การสื่อสาร	องค์กรโทรศัพท์	องค์กรโทรศัพท์
2. เครือข่าย	กรุงเทพ/ชานเมือง	ทั่วประเทศ	ทั่วประเทศ
3. การเรียกเข้าศูนย์	2537788	151,152	161,162
4. ระบบของเครื่อง	ตัวเลข	ตัวเลข, ตัวอักษร	ตัวเลข, ตัวอักษร
		ตัวเลข/ตัวอักษร	ตัวเลข/ตัวอักษร
5. การจำหน่าย	เช่า, ซื้อ	ซื้อ	ซื้อ

ราคาขายและค่าใช้บริการวิทยุคิดตามตัว
สัมปทานโดยองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

หน่วย : บาท

ยี่ห้อ BRAND	ชนิดของ เครื่อง TYPE OF PAGET	ราคาขาย SELLING PRICE	ค่ามัดจำ การใช้บริการ SECURITY DEPOSIT (REFUNDABLE)	ค่าขอใช้ บริการ INSTAL- LATION CHARGE	ค่าใบ อนุญาตให้ใช้ อนุญาตให้ใช้ LICENSE FEE/YEAR	รวมเงิน TOTAL PAYMENT	ค่าใช้บริการต่อเดือน (SERVICE FEE/ MONTH)		
							ท้องถิ่น LOCAL	ภาค REGION	ทั่ว ประเทศ NATION ALWIDE
โฟนลิงค์ PHONELINK	เสียง (TONE)	2,700	500	500	150+30	3,880	200	250	300
	ตัวเลข (NUMERIC)	4,200	1,000	500	150+30	5,880	400	425	450
	ตัวเลข/ ตัวอักษร (ALPHA- NUMERIC)	6,800	1,000	500	150+30	8,480	500	525	550
เพจโฟน HUTCHISON PAGEPHONE * เป็นระบบ	เสียง (TONE)	2,700	500	500	180	3,880	250	250	300
	ตัวเลข (NUMERIC)	4,600	1,000	500	180	6,280	425	425	450
	ตัวเลขของ *	4,200	1,000	500	180	5,880	425	425	450
	ตัวเครื่อง MOTOROLA	7,600	1,000	500	180	9,280	525	525	550
นอกจากนั้น เป็นเครื่อง PANASONIC	ตัวอักษร ไทย/อังกฤษ และตัวเลข	8,000	1,000	500	180	9,680	625	625	650

ราคาขายและค่าเช่าใช้บริการวิทยุคมนาคมตัว
สัมปทานโดยการสื่อสารแห่งประเทศไทย

หน่วย : บาท

ยี่ห้อ	ประเภทของ เครื่อง	ชนิดของ เครื่อง	ค่ามัดจำ เครื่อง	ราคาเครื่อง	ค่าบริการ/ มัดจำ ค่าติดตั้ง	ค่าใบอนุญาต /อากร	รวม	ค่าเช่า/ เดือน
แพ็คลิงค์ PACLINK	เครื่องเช่า	BPR	6,000		1,000	150 30	7,180	400
		BRAVO	6,000		1,000	150 30	7,180	500
		SENSAR	7,500		1,000	150 30	8,680	600
	เครื่องซื้อ	NUMERIC		4,500	1,000+	150 30	6,580	500
		ALPHA		6,500	1,000+	150 30	8,680	600

จะเห็นได้ว่าในด้านงบประมาณการส่ง เสริมการขายของแต่ละบริษัทนั้นมีจำนวนหลาย
ล้านบาทต่อปี ซึ่งจะเห็นว่าเดิมแพ็คลิงค์ใช้งบประมาณในปี 2530 2531 และ 2532 เพียง
ปีละ 9 ล้านบาท แต่เมื่อปี 2533 แพ็คลิงค์ใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นเป็น 30 ล้านบาท ทั้งนี้เนื่องจาก
มียี่ห้อคู่แข่งเข้ามาสู่ตลาด นั่นก็คือ โฟนลิงค์ ซึ่งใช้งบประมาณถึง 400 ล้านบาท จึงทำให้แพ็คลิงค์
ต้องใช้งบประมาณในการส่ง เสริมการขายมากขึ้น สำหรับในปี 2534 นี้ ทั้งแพ็คลิงค์ และโฟนลิงค์
ก็มีการใช้งบประมาณจำนวนมากพอสมควร ในการดึงดูดใจลูกค้าให้หันมาใช้ยี่ห้อของตนเอง

สำหรับในด้านราคานั้น จะเห็นได้ว่าโฟนลิงค์และฮัทซัน เพจโฟน มีราคาต่ำกว่าแพ็คลิงค์
ทั้งนี้เนื่องจากทั้ง 2 ยี่ห้อนี้เป็นยี่ห้อที่เข้ามาในตลาดทีหลัง จึงต้องหากกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า
โดยการตั้งราคาให้ต่ำกว่าแพ็คลิงค์ ซึ่งขณะนั้นเป็นยี่ห้อที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด

1.3 แนวโน้มของวิทยุติดตามตัวในอนาคต

แนวโน้มของวิทยุติดตามตัวในอนาคตนั้น จะมีอัตราการใช้มากขึ้น เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ดี ทำให้มีผู้ลงทุนทำธุรกิจมากขึ้น วิทยุติดตามตัวเป็นสิ่งจำเป็นต่อการติดต่อธุรกิจที่ต้องอาศัยความรวดเร็ว เพื่อมีการทำธุรกิจมากขึ้น การใช้วิทยุติดตามตัวก็จะมากขึ้นด้วย โดยในภาย 5 ปีข้างหน้าจะมีผู้ใช้วิทยุติดตามตัวประมาณ 8 แสนราย แล้วก็ค่อย ๆ ทรงตัว แต่จะไม่มี การลดลง เนื่องจากผู้ใช้เกิดความเคยชิน

อีกทั้งวิทยุติดตามตัวยังมีเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ ที่เป็นส่วนช่วยเสริมและลดจุดบกพร่องของวิทยุติดตามตัวที่สื่อสารได้เพียงทางเดียว (One-Way) โดยทำให้สามารถสื่อสารได้ 2 ทาง (Two Way) เครื่องมือสื่อสารที่ช่วยเสริมให้วิทยุติดตามตัวมีความสมบูรณ์มากขึ้น และโอกาสต่อไปในอนาคตวิทยุติดตามตัวจะมีผู้ใช้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการวางตำแหน่งวิทยุติดตามตัวให้มีลักษณะ เป็นสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน (Consumer Product) ผู้ใช้รู้สึกเคยชินที่จะใช้วิทยุติดตามตัว ถ้าไม่ได้ใช้เหมือนมีบางสิ่งขาดหายไป

แต่เมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งในอนาคต อาจจะประมาณ 10/15 ปี ข้างหน้า วิทยุติดตามตัว อาจจะ เป็น เครื่องมือสื่อสารที่มีความล้ำสมัย เนื่องจากมี เครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้ามากกว่าเข้ามาแทนที่

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4 ผลกระทบของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทยต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย

ในด้านเศรษฐกิจ

การใช้วิทยุติดตามตัวจะมีผลกระทบในทางบวกต่อเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากการใช้วิทยุติดตามตัว ทำให้การบริหารงานเกิดความสะดวกและคล่องตัว เพราะวิทยุติดตามตัวสามารถสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว และสื่อสารกันได้ในขณะที่ผู้ใช้อยู่นอกสถานที่ สามารถติดตามงานได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบให้การดำเนินงานของธุรกิจต่าง ๆ มีความสะดวกคล่องตัวขึ้น ในส่วนนี้ก็ย่อมส่งผลดีให้กับเศรษฐกิจของประเทศ เจริญยิ่งขึ้นไปด้วย

ในด้านสังคม

วิทยุติดตามตัวมีส่วนช่วยให้คนในสังคมมีการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วทำให้คนในสังคมนั้นรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เป็นคนทันสมัย เมื่อคนในสังคมมีความทันสมัย ก็ย่อมส่งผลให้สังคมมีการพัฒนาให้ทันสมัยด้วยเช่นกัน

สำหรับในด้านของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของแต่ละบุคคลว่า จะมองวิทยุติดตามตัวในด้านใด ระหว่างการทำให้เกิดความสูญเสียอิสระภาพในการเป็นส่วนตัวไป ต้องถูกเรียกตัวได้ทุกที่และทุกเวลาหรือการทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานและเรื่องส่วนตัวสามารถติดต่อถึงกันได้สะดวกมากขึ้น ทำให้จิตใจไม่กังวล ทั้ง 2 ส่วนนี้จะขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและทัศนคติของแต่ละบุคคล

แต่จากความคิดเห็นโดยรวมแล้ววิทยุติดตามตัวมีส่วนช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้ใช้วิทยุติดตามตัวดีขึ้น มีความสบายใจไม่กังวลต่อการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัว สามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลัง

การสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในชั้นปริญญาตรี

สำหรับอาชีพมีอาชีพรับจ้างเป็นส่วนใหญ่ รายได้ 10,000-20,000 บาท/เดือน มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับพนักงานทั่วไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

เหตุผลที่ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวนั้น เนื่องจากต้องการความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร ในการเลือกใช้นั้นใช้มือถือแพคคิงค์และโฟนลิ่งค์ในจำนวนที่เท่ากัน สำหรับมือถืออีทิสัน เจอโฟนยังไม่มีผู้ใช้เลยเนื่องจากเพิ่งเข้าสู่ตลาด

สำหรับเหตุผลที่ตัดสินใจใช้มือถือแพคคิงค์ เนื่องจากในขณะนั้นมีเพียงมือถือเดียว ส่วนเหตุผลที่ตัดสินใจใช้มือถือโฟนลิ่งค์ เนื่องจากสามารถติดต่อได้ทั่วประเทศ

ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวได้รับข่าวสารเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัวจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และมีความเห็นว่สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลมากที่สุด

ในด้านคุณลักษณะของวิทยุติดตามตัว ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวเช่นกัน โดยคุณลักษณะในด้านความรวดเร็วในการสื่อสารจะมีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับในเรื่องราคานั้นมีอิทธิพลน้อยมาก

ก่อนตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวนั้น ไม่ได้มีการทดลองใช้ก่อน เนื่องจากมีวิธีการใช้ที่ไม่ยุ่งยาก

ตอนที่ 3 ลักษณะของการใช้วิทยุติดตามตัว

ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวใช้วิทยุติดตามตัวติดต่อใน เรื่องงาน เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งในแต่ละวัน จะใช้ประมาณ 1-3 ครั้ง/วัน และจะใช้มากในวันจันทร์ เนื่องจากเป็นวันเริ่มต้นของสัปดาห์ มีงานต้องติดต่อมาก สำหรับช่วงเวลาในการใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด คือช่วง 9.00-12.00 น.

เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ควบคู่กับวิทยุติดตามตัวคือ โทรศัพท์ในสำนักงานและโทรศัพท์สาธารณะ เป็นส่วนใหญ่ สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีอยู่น้อยที่ใช้ควบคู่กัน

กรณีที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ควบคู่กับวิทยุติดตามตัวนั้น เป็นผู้มีอาชีพรับจ้างและอาชีพอิสระมีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี มีรายได้ 20,000-50,000 บาท/เดือน สำหรับตำแหน่งหน้าที่การงานนั้น เป็นผู้ที่เป็นพนักงานระดับทั่วไปและผู้บริหารระดับกลาง

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของวิทยุติดตามตัวรวมทั้งข้อ เสนอแนะ

ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ใช้วิทยุติดตามตัว เกิดจากข้อบกพร่องการสื่อสารบางพื้นที่ยังใช้ไม่ได้และการโทรเข้าศูนย์ยาก ซึ่งแต่ละยี่ห้อมีปัญหาที่แตกต่างกันคือ แผล็คส์มีปัญหาทางด้านการโทรเข้าศูนย์ยาก ส่วนโฟนลิ่งค์มีปัญหาทางด้านตัวอักษรและหมายเลขที่ปรากฏไม่ชัดเจน

ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวได้ให้ข้อ เสนอแนะว่า ควรเพิ่มอุ้งสายของศูนย์ให้มากขึ้น และควรมีการปรับปรุงระบบคลื่นส่งให้รับได้ทุกพื้นที่

สำหรับข้อ เสนอแนะของแผล็คส์นั้นคือ ควรมีข้อความ เป็นตัวอักษรมากที่สุด และโฟนลิ่งค์ควรมีข้อความ เป็นภาษาไทยมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ระดับบริหารและนักวิชาการ และการสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัวรวมทั้งการค้นคว้าจากหนังสือ นำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพการณ์โดยทั่วไปของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. อัตราการยอมรับวิทยุติดตามตัว

วิทยุติดตามตัว ถือว่าเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารชนิดหนึ่ง ซึ่งมีอัตราการยอมรับและมีการขยายตัวค่อนข้างเร็ว ทั้งนี้เนื่องจาก

1) ลักษณะของนวัตกรรม

วิทยุติดตามตัว เป็นนวัตกรรมที่มีลักษณะของนวัตกรรมที่เอื้ออำนวยต่อการตัดสินใจยอมรับ จากผลการสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัวพบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เห็นว่าวิทยุติดตามตัวมีลักษณะดังนี้

- มีประโยชน์เชิงเทียบ คือ สามารถเปรียบเทียบได้ว่าวิทยุติดตามตัวมีประโยชน์ในการใช้งานมากกว่าการใช้โทรศัพท์เพียงอย่างเดียว เมื่อต้องอยู่นอกสถานที่
- มีความเข้ากันได้ คือ วิทยุติดตามตัวมีคุณลักษณะที่มีความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสารซึ่งตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร ดังนั้นวิทยุติดตามตัวจึงมีความเข้ากันได้กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ไม่มีความสลับซับซ้อน ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าวิทยุติดตามตัวมีวิธีการใช้ที่ไม่ยุ่งยากสามารถเข้าใจได้ง่าย
- การนำไปทดลองใช้ ให้ความเห็นว่าการนำไปทดลองใช้เป็นสิ่งจำเป็น แต่การปฏิบัติจริงไม่ได้ทดลองใช้ก่อน ทั้งนี้เนื่องจากเห็นว่าวิธีการใช้ที่ไม่ยุ่งยาก
- การสังเกตเห็นผลได้ คือ ผู้ใช้สามารถสังเกตเห็นผลของวิทยุติดตามตัวได้ง่าย เนื่องจากสามารถสื่อความหมายให้กลุ่มเป้าหมาย เข้าใจและเห็นถึงประโยชน์ของวิทยุติดตามตัวได้ง่าย

จากคุณลักษณะ เหล่านี้ของวิทยุติดตามตัว ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ดีของนวัตกรรมจึง เป็นสิ่งที่ทำให้มีอัตราการยอมรับวิทยุติดตามตัวได้รวดเร็ว

2) สื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ นวัตกรรม

ถ้าสื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ นวัตกรรม สามารถเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนวัตกรรมได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมาก ก็จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้มีการยอมรับนวัตกรรมได้มาก

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ระดับบริหารของบริษัทจำหน่าย

วิทยุติดตามตัว สามารถสรุปได้ว่า งบประมาณในการส่งเสริมการขายของแต่ละบริษัท ใช้งบประมาณปีละประมาณหลายสิบล้านบาท ซึ่งงบประมาณส่วนใหญ่ใช้ในการโฆษณาทาง สื่อโทรทัศน์ ซึ่งจากการสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัวส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ได้รับข่าวสาร เกี่ยวกับวิทยุติดตามตัวมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ วิทยุติดตามตัวมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่า การที่ บริษัทจำหน่ายวิทยุติดตามตัวได้ทุ่มงบประมาณในการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ก็นับได้ว่า ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายสามารถได้รับข่าวสารตามที่ต้องการจะเสนอให้ ทราบ และสามารถช่วยจูงใจให้ใช้วิทยุติดตามตัวได้ด้วย

3) ตัวแปรเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวมีความต้องการที่จะใช้วิทยุติดตามตัวอยู่แล้ว เนื่องจาก วิทยุติดตามตัวสามารถช่วยให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ในขณะที่อยู่นอกสถานที่ ทั้งนี้จากผลการสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัวพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ระบุเหตุผลว่า ต้องการความรวดเร็วในการสื่อสาร ร้อยละ 66.67 จากเหตุผลเหล่านี้ จึงทำให้มีส่วนช่วยให้มีอัตราการยอมรับวิทยุติดตามตัวได้เร็วขึ้น

4) ตัวแปรเกี่ยวกับสังคม

ในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติของสังคมด้วยว่า ทัศนคติของสังคมเป็นแบบใด ถ้าทัศนคติของสังคมเป็นแบบประเพณีโบราณด้วย มี อัตราการยอมรับช้ากว่าทัศนคติของสังคมที่มีความทันสมัย จะเห็นได้ว่าทัศนคติของ สังคมไทยในปัจจุบัน มีความทันสมัยมากขึ้น ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น ดังนั้น การที่วิทยุติดตามตัวซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่เข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทย จึงมีอัตราการยอมรับได้ง่ายขึ้น

อีกทั้งสภาพสังคมปัจจุบันกำลังก้าวไปสู่สังคมอุตสาหกรรม การดำเนิน ธุรกิจมีการแข่งขันกันมาก "เวลา" จึงเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาให้ เป็น ประโยชน์มากที่สุด แต่สภาพการจราจรในปัจจุบันมีการติดขัดมาก นับว่าเป็นอุปสรรคใน การติดต่อถึงกัน อีกทั้งปริมาณของโทรทัศน์มีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้และ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีจุดบกพร่องอยู่ จึงทำให้วิทยุติดตามตัวซึ่งเป็นเครื่องมือทางสื่อสารชนิดใหม่ชนิดหนึ่ง เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมที่ต้องการการสื่อสารอย่างสะดวกรวดเร็ว ในขณะที่อยู่นอกสถานที่ ดังนั้นจากสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีความต้องการความรวดเร็ว แต่เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ มีจุดบกพร่องทำให้วิทยุติดตามตัวซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะมาช่วยสนับสนุนให้การติดต่อสื่อสารของคนในสังคมมีความสะดวกรวดเร็วได้ จึงทำให้วิทยุติดตามตัวเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมไทยได้อย่างรวดเร็ว

จากตัวแปรทั้ง 4 นี้ เป็นส่วนช่วยทำให้อัตราการยอมรับวิทยุติดตามตัว มีอัตราการยอมรับที่ค่อนข้างเร็วมาก

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว

จากการสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้วิทยุติดตามตัว และเปรียบเทียบงบประมาณซึ่งบริษัทจำหน่ายวิทยุติดตามตัวใช้ในการโฆษณา พบว่า

2.1 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อบุคคลมีอิทธิพลน้อยกว่า จะเห็นได้ว่าการวิจัยในครั้งนี้นั้น สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร (วิทยุติดตามตัว) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นวัตกรรมนี้มากกว่าสื่อบุคคล นับว่าผลการวิจัยนี้มีผลที่ขัดแย้งกับรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่นวัตกรรมชนิดอื่น ๆ ที่สื่อบุคคลจะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นวัตกรรมมากที่สุด อย่างเช่น การวิจัยของเกษม กิตติอัชฌากุล (2525) สรุปว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุดใน การยอมรับโทรสารและโรเจอร์ได้กล่าวไว้ว่า "สื่อบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ" ซึ่งจะอยู่ในขั้นของการตัดสินใจในกระบวนการยอมรับนวัตกรรม จึงเห็นได้ว่า การวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ได้รับผลที่แตกต่างออกไป คือ สื่อบุคคลมีอิทธิพลน้อยกว่าสื่อมวลชน ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมมีความเข้าใจได้ง่าย ไม่สลับซับซ้อน สามารถสังเกตเห็นผลได้ง่าย โดยไม่ต้องอธิบายหรือจูงใจมาก และยังมีความเข้ากันได้กับความต้องการของผู้ใช้ คือต้องการความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร ซึ่งคุณลักษณะในข้อนี้วิทยุติดตามตัวก็สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ อีกทั้งยังสามารถเห็นประโยชน์เชิงเทียบได้ว่าวิทยุติดตามตัว

มีข้อดีกว่า เครื่องมือสื่อสาร เดิมที่คนใช้อยู่ ในด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารขณะที่อยู่
นอกสถานที่ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของนวัตกรรม ดังที่โรเจอร์กล่าวว่าจะช่วยในการยอมรับ
นวัตกรรม ดังนั้นในการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวจึงไม่จำเป็นต้องอาศัยสื่อบุคคลมาอธิบายถึง
ประโยชน์และคุณลักษณะต่าง ๆ ของวิทยุติดตามตัว ซึ่งสามารถเห็นประโยชน์ได้ง่ายจาก
สื่อมวลชนแล้ว อีกทั้งสื่อมวลชนได้ช่วยคอยย้ำให้กลุ่มเป้าหมายรู้ถึงคุณสมบัติและคุณประโยชน์
ของนวัตกรรมนี้อีกด้วย เหตุผลอีกประการหนึ่งก็คือ งบประมาณในการส่งเสริมการขายของ
แต่ละบริษัทนั้น จะใช้งบประมาณในการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด สำหรับสื่ออื่น ๆ
นั้นใช้น้อยมากซึ่งรวมทั้งสื่อบุคคลด้วย (เจ้าหน้าที่ตัวแทนฝ่ายขาย) ดังนั้น จากปริมาณและ
ความถี่ของโฆษณาจึงทำให้โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับข่าวสาร ความรู้ คุณสมบัติและ
ประโยชน์ต่าง ๆ เกี่ยวกับวิทยุติดตามตัวจากสื่อโทรทัศน์ก็จะมีมากที่สุดซึ่งจะส่งผลให้
สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวมากที่สุดด้วย เนื่องจากมีโอกาสใน
การเผยแพร่ข่าวสารชนิดนี้ได้มากกว่าสื่ออื่น

2.2 ในด้านคุณลักษณะของวิทยุติดตามตัวนั้น ผู้ใช้ร้อยละ 66.04%

ระบุว่า คุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือความสะดวกและรวดเร็วในการสื่อสาร
ในด้านราคานั้นมีอิทธิพลน้อยมากต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัว ซึ่งผลการวิจัยนี้มีผลที่ขัดแย้ง
กับงานวิจัยที่ศึกษาในเรื่องการยอมรับนวัตกรรมชนิดอื่น ที่เรื่องราคาของนวัตกรรมนั้น มีอิทธิพล
ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้วิทยุติดตามตัวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้
10,000-20,000 บาท/เดือน มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี ซึ่งนับว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่มี
รายได้สูงพอที่จะตัดสินใจใช้นวัตกรรมชนิดนี้ได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องราคา แต่จะคำนึงถึง
คุณลักษณะของวิทยุติดตามตัวในด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารมากกว่า ซึ่งจะ
ช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อถึงกัน ในขณะที่อยู่
นอกสถานที่ได้ โดยเฉพาะผู้ที่จะต้องติดตามงาน ติดตามงานทางด้านธุรกิจอย่างรวดเร็ว จะ
เห็นประโยชน์ของวิทยุติดตามตัวที่จะช่วยส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จ ซึ่งจะ
เอื้ออำนวยต่อผลกำไรที่จะได้รับ ดังนั้น ราคาจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
วิทยุติดตามตัวน้อยมาก

แต่ผู้ใช้ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้วิทยุติดตามตัวในด้าน การเพิ่มผลกำไรจากการบริหารงานที่มีความคล่องตัวขึ้น ทำให้ไม่เกิดการเสียเวลาในการคิดค่างาน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น และจะเพิ่มผลกำไรในการดำเนินธุรกิจได้ เมื่อได้เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของการใช้วิทยุติดตามตัวกับผลกำไรที่จะได้รับ ผู้ใช้เห็นว่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าสิ่งนี้จึงเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวได้ด้วย แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าโฟนลิงค์เพิ่งเข้ามาในตลาดได้ประมาณ 1 ปี มีลูกค้า 45,000 ราย แต่แท็กซี่เข้ามาในตลาดประมาณ 3-4 ปี มีลูกค้า 52,000 ราย เมื่อเปรียบเทียบยอดขายแล้วจะเห็นว่าโฟนลิงค์เป็นฝ่ายที่มีแนวโน้มว่าจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าแท็กซี่ในไม่ช้านี้ ซึ่งเหตุผลที่เป็นเช่นนี้ อาจจะเนื่องจากโฟนลิงค์มีคุณสมบัติที่เหนือกว่าแท็กซี่ในด้าน เครือข่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศและหมายเลขโทรศัพท์โทรเข้าศูนย์มีเพียง 3 หลัก สำหรับเรื่องราคารานั้น โฟนลิงค์ก็มีราคาร้อยกว่าแท็กซี่ในส่วนนี้ทำให้เกิดคำถามว่าราคารมีส่วนทำให้มีผู้หันมาใช้โฟนลิงค์มากกว่าแท็กซี่หรือไม่

จากการวิจัยครั้งนี้ซึ่งแตกต่างไปจากการวิจัยเดิมที่ผ่านมา จึงเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้นวัตกรรมแต่ละประเภท แต่ละสมัยมีความแตกต่างกันไป ซึ่งจะขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรมนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มเป้าหมายด้วยว่าอยู่ในระดับใด การที่จะวางแผนเผยแพร่นวัตกรรมที่เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ จึงควรคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ด้วย

3. ลักษณะการใช้วิทยุติดตามตัว

- ปัจจุบันพบว่าวิทยุติดตามตัวยังเป็น เครื่องมือสื่อสารที่ใช้เสริมหรือใช้ควบคู่กับเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ จากผลการวิจัย พบว่าวิทยุติดตามตัวส่วนใหญ่ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์สาธารณะและโทรศัพท์ในสำนักงาน มีบางส่วนที่ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ และกลุ่มผู้ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่นี้ เป็นผู้มีรายได้ 20,000-50,000 บาท/เดือน มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับพนักงานทั่วไปและผู้บริหารระดับกลาง สำหรับในด้านอาชีพนั้น จำนวนผู้ใช้เมื่อ เปรียบเทียบกับจำนวนของแต่ละอาชีพสรุปได้ว่า

ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง 45 คน ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 8 คน
คิดเป็นร้อยละ 17.78

ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย 21 คน ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 6 คน
คิดเป็นร้อยละ 28.87

ผู้ที่มีอาชีพแพทย์, พยาบาล 9 คน ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 1 คน
คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผู้ที่มีอาชีพอิสระ 17 คน ใช้ควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 8 คน
คิดเป็นร้อยละ 47.06

จึงเห็นได้ว่า ผู้ใช้ที่มีอาชีพอิสระ จะใช้วิทยุติดตามตัวควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวควบคู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น เป็นผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง การศึกษาสูง แคร่ระดับหน้าที่การงานอยู่ในระดับไม่สูงนัก แสดงให้เห็นว่า การใช้เครื่องมือสื่อสารทั้ง 2 ชนิดนี้หรือการใช้เครื่องมือสื่อสารมากกว่า 1 ชิ้นขึ้นไป ไม่ใช่ใช้เฉพาะระดับบริหารตามที่เราคาดคิดเท่านั้น แต่พนักงานทั่วไปก็ใช้ ทั้งนี้เนื่องจากความจำเป็นทางด้านการปฏิบัติงาน

จากการสำรวจผู้ใช้วิทยุติดตามตัวส่วนใหญ่ใช้ใน เรื่องงานและใช้ใน เวลาราชการ โดยใช้นั้นละประมาณ 1-3 ครั้ง/วัน จะใช้มากในวันจันทร์ซึ่งเป็นวัน เริ่มต้นของสัปดาห์ และจะใช้ในช่วง เช้า 9.00-12.00 น. มากกว่าช่วงอื่น เนื่องจากมีงานต้องทำมากในช่วงนี้ จึงเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวใช้วิทยุติดตามตัวในด้านการทำงานจริงมากกว่าใช้ใน เรื่องส่วนตัว

4. บทบาทและผลกระทบจากการควบคุมของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่อการขยายตัวของวิทยุติดตามตัว

องค์กรของรัฐ 2 องค์กรที่ควบคุมเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัว คือ องค์กรการโทรศัพท์แห่งประเทศไทยและการสื่อสารแห่งประเทศไทย โดยนโยบายของรัฐนั้น กำหนดให้

- องค์กรการโทรศัพท์แห่งประเทศไทย มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสารภายในประเทศ

- การสื่อสารแห่งประเทศไทยมีหน้าที่รับผิดชอบ เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างประเทศ

ซึ่งการใช้วิทยุติดตามตัวนั้น ถือว่าเป็นการสื่อสารภายในประเทศ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ควรมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง ขณะนี้ก็ทำหน้าที่ควบคุมดูแล 2 ยี่ห้อ คือ โฟนลิงค์และฮัทซัน เพจโฟน แต่การสื่อสารแห่งประเทศไทยก็เข้ามาควบคุมดูแลวิทยุติดตามตัวด้วย นั่นก็คือ ยี่ห้อแพคลิงค์ ซึ่งจากการที่มีองค์กรของรัฐทั้งสององค์กร เข้ามาควบคุมดูแลวิทยุติดตามตัวนั้น ก็มีได้ทำให้เกิดอุปสรรคใด ๆ ต่อการขยายตัวของวิทยุติดตามตัว แต่กลับจะทำให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคที่จะได้รับแต่ของที่ดี เนื่องจากแต่ละองค์กรก็ย่อมที่จะอยากพัฒนายี่ห้อของตนให้ดีที่สุด แต่สำหรับในเรื่องการดำเนินงานในฐานะองค์กรของรัฐนั้น มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนและก้าวกำกวม ทำให้เกิดปัญหาความล่าช้าในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับวิทยุติดตามตัวของเอกชน ควรที่จะรวม 2 องค์กร เข้าด้วยกันหรือมอบให้ องค์กรใดองค์กรหนึ่งรับผิดชอบวิทยุติดตามตัว เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายของรัฐ และช่วยให้การทำงานสะดวกคล่องตัวยิ่งขึ้นด้วยซึ่งต่อไปในอนาคตการสื่อสารจะเป็นระบบ ISDN (Integrated Services Digital Network) บริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล โดยมีโครงการที่จะรวมการให้บริการด้านการสื่อสารทุกชนิดให้อยู่ในโครงข่ายเดียวกันทั้งหมด โดยอุปกรณ์ปลายทางที่ใช้สำหรับการสื่อสารทุกชนิดสามารถเชื่อมเข้ากับคู่สายโทรศัพท์เพียง 1 คู่ ใช้ได้ทั้งการสื่อสารด้านเสียง การส่งข้อมูล และอื่น ๆ ดังนั้นถ้าสามารถรวม องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยและการสื่อสารแห่งประเทศไทย เข้าด้วยกันได้ ก็จะส่งผลดีต่อระบบการสื่อสาร โทรคมนาคมของประเทศไทย เป็นอย่างมาก

ในด้านการให้สัมปทานของแต่ละหน่วยงานนั้น อย่างเช่น องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ให้สัมปทานกับโฟนลิงค์เป็นเวลา 15 ปี ยอดขายขั้นต่ำ 63,000 เครื่อง และให้สัมปทานกับฮัทซัน เพจโฟน เป็นเวลา 15 ปี ยอดขายขั้นต่ำ 68,250 เครื่อง สำหรับ การสื่อสารแห่งประเทศไทยให้สัมปทานกับแพคลิงค์ เป็นเวลา 10 ปี ยอดขายไม่เกิน 60,000 เครื่อง จะเห็นได้ว่า การให้สัมปทานขององค์กรเหล่านี้ได้คำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือไม่ ซึ่งแต่ละยี่ห้อได้ทุ่มโฆษณาปีละหลายสิบล้าน เพื่อให้ลูกค้าใช้สินค้าของตน และทำยอดขายให้ถึงตามที่ได้รับสัมปทานมาสำหรับในเรื่องนี้

ผู้จำหน่ายวิทยุติดตามตัวจะได้รับผลตอบแทนที่คุ้มกันหรือไม่ ถ้าแนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัวในอนาคต ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรของรัฐให้สัมปทานมา ซึ่งแนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัวนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ ด้านด้วยกัน คือ สภาพเศรษฐกิจในอนาคต เครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ที่อาจเข้ามาแทนที่วิทยุติดตามตัว และการพัฒนาตนเองของวิทยุติดตามตัว ปัจจัยเหล่านี้ เป็นส่วนที่กำหนดปริมาณผู้ใช้วิทยุติดตามตัวได้ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมานี้ยังมีความไม่แน่นอน ไม่สามารถทำนายได้ แต่รัฐพึงศึกษาและวางนโยบายในการควบคุมหรือสนับสนุนการใช้วิทยุติดตามตัว รวมทั้งเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ภายในประเทศ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคและต่อประเทศโดยรวม

5. แนวโน้มของการใช้วิทยุติดตามตัว

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ระดับบริหารและนักวิชาการส่วนใหญ่ (จำนวนร้อยละ 66.67) ได้ให้ความเห็นว่า ค่อยไปในอนาคตจะมีผู้ใช้จำนวนมากขึ้น โดยจะมีอัตราการเจริญเติบโตปีละประมาณ 100% ความต้องการวิทยุติดตามตัวในประเทศไทยของปี 2533 มีประมาณ 1.1 แสนเครื่อง คาดว่าสิ้นปี 2534 จะมีความต้องการเพิ่มขึ้นเป็น 1.8-2 แสนเครื่อง และภายใน 5 ปีข้างหน้า จะมีความต้องการใช้วิทยุติดตามตัว ประมาณ 8 แสนเครื่อง ทั้งนี้เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของไทยมีการขยายตัวมากขึ้น มีการลงทุนทำธุรกิจมากขึ้นในวงการธุรกิจที่ต้องการความรวดเร็วในการสื่อสาร ประกอบกับความสะดวกในการติดต่อขณะที่ต้องออกนอกสถานที่โดยไม่ต้องเสียเวลานั่งรอโทรศัพท์อยู่ในสำนักงาน ก็ย่อมส่งผลให้มีผู้ใช้วิทยุติดตามตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันยังมีเครื่องมือสื่อสารชนิดอื่น ที่จะมาช่วยลดจุดบกพร่องของวิทยุติดตามตัวที่สามารถสื่อสารได้เพียงทางเดียว (one way communication) ให้สามารถสื่อสารกลับไปได้โดยสะดวกมากขึ้น นั่นก็คือ "บริการโฟนพอยต์" ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยหนุนให้มีผู้ใช้วิทยุติดตามตัวมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มว่าต่อไปในอนาคตอาจมีการใช้วิทยุติดตามตัวในเรื่องส่วนตัวมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก คนมีเวลาให้กันน้อยลง โอกาสที่จะมีการพบปะแบบเผชิญหน้ากันมีน้อย ประกอบกับขณะนี้บริษัทผู้ผลิตต่างพัฒนาเทคโนโลยีของคนให้สนองความต้องการของผู้ใช้เพิ่มขึ้น เช่น สามารถสื่อสารเป็นข้อความภาษาไทย มีข้อความที่ยาวขึ้นแทนการแจ้งหมายเลขโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว จากสิ่งเหล่านี้จึงทำให้คนต้องอาศัยเครื่องมือสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสารในเรื่องทั่วไป ทั้งเรื่องงานและชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเมื่ออยู่นอกสถานที่ ซึ่งไม่อาจใช้โทรศัพท์ธรรมดาได้ ดังนั้นเมื่อวิฤตติดตามตัวมีคุณสมบัติที่ก่อให้เกิดประโยชน์หลากหลายมากขึ้น และมีการแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้นประกอบกับลักษณะการทำงานและการดำเนินธุรกิจซึ่งต้องอาศัยเวลา ความรวดเร็ว และความคล่องตัว ในการติดต่อสื่อสารของคนในประเทศ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จึงมีความเห็นว่าในอนาคตจะมีการใช้วิฤตติดตามตัวมากขึ้น ทั้งจำนวนผู้ใช้และปริมาณการใช้ รวมทั้งกลุ่มผู้ใช้อาจขยายจากกลุ่มเดิมคือจากกลุ่มที่มีรายได้ประมาณ 10,000-20,000 บาท/เดือน เป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่านี้ เนื่องจากต่อไปจะมีราคาถูกลง และจะเปลี่ยนจากสินค้าหรือของใช้เฉพาะกิจเป็นสินค้าหรือของใช้ในชีวิตประจำวัน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ระดับบริหารและนักวิชาการ มีจำนวนร้อยละ 22.22 ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของการใช้วิฤตติดตามตัวว่า ต่อไปในอนาคตคงมีเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ ที่พัฒนาให้มีความสามารถเหนือกว่าวิฤตติดตามตัว และราคาไม่แพงเข้ามาแทนที่วิฤตติดตามตัว ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นวิฤตติดตามตัวก็จะมีปริมาณการใช้น้อยลงไป เนื่องจากโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้ว ย่อมต้องการสื่อสารแบบสองทาง และสามารถตอบกลับไปได้โดยทันที มากกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว ซึ่งต้องรอการติดต่อกลับไป ดังนั้น จึงมีการให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า วิฤตติดตามตัวอาจมีการพัฒนาตนเองให้ครบวงจร คือสามารถติดต่อได้สองทาง หรือพัฒนาให้รองรับความต้องการของผู้ใช้ให้มากที่สุด เพื่อให้มีจำนวนผู้ให้มากขึ้น

จากการที่ปัจจุบันนี้ การใช้วิฤตติดตามตัวต้องใช้ควบคู่กับโทรศัพท์ในอาคารบ้านเรือน โทรศัพท์สาธารณะ และโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ทำให้วิฤตติดตามตัวต้องขึ้นอยู่กับเครื่องมือสื่อสารเหล่านี้ด้วย ถ้าเครื่องมือสื่อสารเหล่านี้มีการพัฒนามากขึ้น ดังจะเห็นได้จากแผนหลักระยะ 5 ปีของกระทรวงคมนาคม (ดังปรากฏในภาคผนวก) ซึ่งมีนโยบายในการขยายบริการโทรศัพท์ในอาคาร โทรศัพท์สาธารณะ และมีโครงการพัฒนาขยายบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้มีมากขึ้น จะมีส่วนช่วยเสริมซึ่งกันและกัน หรือมีความซ้ำซ้อนกันหรือไม่ ถ้าการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารเหล่านี้ เมื่อใช้ควบคู่กับวิฤตติดตามตัวแล้วสามารถใช้เสริมซึ่งกันและกัน ก็จะส่งผลให้เกิดผลดีในการใช้งานทำให้มีประสิทธิภาพและสะดวกรวดเร็วมากขึ้น หรือถ้ามองในอีกด้านหนึ่งก็คือ

เป็นการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน ต้องใช้ถึง 2 สื่อ ในการติดต่อสื่อสารในเรื่องเดียวกัน ทำให้
ต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องมือสื่อสารมากขึ้นโดยไม่จำเป็น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวมีการใช้ เครื่องมือสื่อสารชนิดอื่นควบคู่ไปด้วย อย่างเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษา เกี่ยวกับชนิดและปริมาณของ เครื่องมือสื่อสารสัมพันธ์กับสถานภาพทาง เศรษฐกิจ และสังคมของผู้ใช้ เพื่อทราบถึงแนวโน้มของการใช้ เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาทางด้าน เครื่องมือสื่อสารของไทยต่อไป

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษา เกี่ยวกับการทำงานของ เครื่องมือสื่อสารที่อยู่ในปัจจุบันว่ามีระบบที่ช่วย เสริมซึ่งกันและกัน หรือซ้ำซ้อนกันอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนา เครื่องมือสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการใช้งานมากที่สุด

3. จากการวิจัยผู้ใช้วิทยุติดตามตัวได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

- 1) ปรับปรุงระบบส่งคลื่นให้สามารถรับได้ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
- 2) ราคาถูกลง ให้เหมือนกับสินค้า Consumer Product
- 3) ควร เพิ่มคู่สายของการโทรศัพท์ เข้าศูนย์
- 4) ขนาดควรมีความกระชับรัด พกพาสะดวก
- 5) ควรให้มีการติดต่อได้แบบสองทาง (Two Way Communication)
- 6) ควรปรับปรุงระบบบริการให้มากขึ้น
- 7) ควรให้มีข้อความ เป็นภาษาไทย

จากข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เหล่านี้ น่าจะก่อประโยชน์สำหรับบริษัทจำหน่ายวิทยุติดตามตัวที่จะนำไปปรับปรุงวิทยุติดตามตัวของคนให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเทคโนโลยีและการบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารโดยอาศัย เครื่องมือสื่อสารชนิดนี้

4. รัฐควรติดตามสภาพการณ์และแนวโน้มของวิทยุติดตามตัว รวมทั้งสำรวจปัญหาต่าง ๆ อาทิเช่น การให้สัมปทานแก่บริษัทจำหน่ายวิทยุติดตามตัว โดยการกำหนดข้อตกลงต่าง ๆ นั้น จะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด และจะเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของวิทยุติดตามตัวหรือไม่ ซึ่งการศึกษาในเรื่อง เหล่านี้จะช่วยให้รัฐสามารถกำหนดนโยบาย

และวางแผนการดำเนินงานควบคุมบริษัทจำหน่ายวิทยุติดตามตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและมี
ประโยชน์สูงสุด

5. จากผลการวิจัยในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้วิทยุติดตามตัวนั้น
สรุปว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลน้อยกว่าสื่อบุคคล อีกทั้งเรื่องราคาก็มีอิทธิพลน้อย ซึ่งเป็นผล
การวิจัยที่ขัดแย้งกับผลงานวิจัยที่ผ่านมา ในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสารซึ่งสื่อบุคคลจะมี
อิทธิพลมากกว่ารวมทั้งราคาก็มีอิทธิพลเช่นกัน ดังนั้น น่าจะทำการศึกษาในเรื่องนี้ให้ลึกซึ้งมากขึ้น
ถ้าผลการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยชิ้นต่อ ๆ มา ก็อาจจะชี้ให้เห็นว่ากระบวนการ
ยอมรับนวัตกรรมแต่ละประเภท แต่ละสมัยอาจมีความแตกต่างกัน



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย