

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT Telecom เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีลักษณะการดำเนินงานเป็นรูปแบบบริษัทมหาชน โดยมีกระทรวงการคลังถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ แต่เดิมดำเนินงานภายใต้ชื่อ การสื่อสารแห่งประเทศไทย และได้มีการแปรรูปตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT Telecom มีการบริหารจัดการในรูปแบบของบริษัทเอกชน ที่จะต้องมีการดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริมความมั่นคงให้เกิดขึ้นกับองค์กร เป็นบริษัทของรัฐที่ดำเนินธุรกิจด้านสื่อสาร โทรคมนาคมทั้งในและระหว่างประเทศ เน้นการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการด้วยการนำเอาบริการที่มีระบบเทคโนโลยีพร้อมด้วยบุคลากร และอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยมาให้บริการ (<http://www.cattelcom.com>, 2549)

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT Telecom มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการธุรกิจด้านการสื่อสาร ซึ่งมีการจัดแบ่งกลุ่มการให้บริการออกเป็น 4 กลุ่มงาน ได้แก่ กลุ่มธุรกิจโทรศัพท์ กลุ่มธุรกิจเครือข่ายสื่อสารข้อมูล กลุ่มธุรกิจ CDMA และกลุ่มธุรกิจ e-Business

โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “เป็นองค์กรแรกที่ลูกค้านึกถึง ล้ำหน้าด้วยเทคโนโลยี ทันทีด้วยบริการ”

คำขวัญ (Slogan) ของ CAT Telecom: “อำนาจการสื่อสารของคนทั้งชาติ”

ภารกิจที่กำหนดไว้ของ CAT Telecom ได้แก่

- ปฏิรูปวัฒนธรรมองค์กรให้มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม ปรับเปลี่ยนกฎระเบียบภายใน และกระบวนการตัดสินใจเพื่อตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ
- นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการด้วยคุณภาพที่ได้มาตรฐานและราคาที่แข่งขันได้
- พัฒนาทักษะและขีดความสามารถขององค์กรให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ

การบริหารกิจการ CAT Telecom รัฐบาลจะแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัทที่ได้ผ่านการคัดเลือกเสนอชื่อจากกระทรวงการคลังมาดูแลกิจการ ซึ่งมีการจัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น 8 สาย

งาน โดยมีกรรมการผู้จัดการใหญ่ที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการบริษัทมาเป็นผู้บริหารงาน สายบริหาร สายการเงิน สายการตลาดและการขาย สายกลยุทธ์องค์กร สายปฏิบัติการเครือข่าย สายเทคโนโลยีสารสนเทศ สายธุรกิจCDMA และสายธุรกิจ e-Business ในแต่ละสายงานได้แบ่งออกเป็นฝ่ายดังนี้

สายบริหาร ประกอบด้วยฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายบริหารงานก่อสร้าง ฝ่ายบริหารอาคารและที่ดิน ฝ่ายจัดหาและพัสดุ และฝ่ายทรัพยากรบุคคล

สายการเงิน ประกอบด้วยฝ่ายบริหารการเงิน ฝ่ายต้นทุน ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ ฝ่ายผลประโยชน์สัมพันธ์มิตรธุรกิจ ฝ่ายวางแผนการเงินและงบประมาณ ฝ่ายจัดเก็บและบริหารหนี้ ส่วนกลาง ฝ่ายบัญชีการเงิน ฝ่ายบัญชีลูกหนี้เจ้าหนี้

สายการตลาดและการขาย ประกอบด้วยฝ่ายหน่วยงานของรัฐ ฝ่ายธุรกิจขนาดใหญ่ ฝ่ายลูกค้าธุรกิจโทรคมนาคมและ SME ฝ่ายธุรกิจโทรศัพท์ ฝ่ายธุรกิจเครือข่ายสื่อสารข้อมูล ฝ่ายวางแผนการตลาด ฝ่ายสื่อสารการตลาด ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายสนับสนุนการตลาด ฝ่ายบริหารลูกค้า สำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตเหนือ สำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตตะวันออกเฉียงเหนือ สำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตกลาง สำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตตะวันออก สำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตตะวันตก และสำนักงานบริการลูกค้า กสท เขตใต้

สายกลยุทธ์องค์กร ประกอบด้วยฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาองค์กร ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา และฝ่ายพันธมิตรธุรกิจ

สายปฏิบัติการเครือข่าย ประกอบด้วยฝ่ายวางแผนและวิศวกรรม ฝ่ายบริหารคุณภาพ ฝ่ายเทคนิคพันธมิตรธุรกิจ ฝ่ายทรัพย์สินพันธมิตรธุรกิจ ฝ่ายเทคนิคสื่อสารข้อมูล ฝ่ายเทคนิคโทรศัพท์และวิทยุคมนาคม ฝ่ายเครือข่ายส่วนกลาง ฝ่ายเครือข่ายระหว่างประเทศ ฝ่ายศูนย์ควบคุมเครือข่าย และฝ่ายปฏิบัติการเครือข่ายภูมิภาค

สายเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยฝ่ายกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่องานลูกค้าและธุรกิจ และฝ่ายพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่องานจัดการองค์กร

สายธุรกิจ CDMA ประกอบด้วยฝ่ายตลาดและการขาย ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ CDMA และฝ่ายเครือข่ายไร้สายCDMA

สายธุรกิจ e-Business ประกอบด้วยฝ่ายพัฒนาธุรกิจe-Business ฝ่ายสนับสนุนการขาย และการตลาด และฝ่ายเทคนิค

นอกจากสายงานการบริหารที่กล่าวมาแล้วนั้นยังมีฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรที่ขึ้นตรงต่อกรรมการ

ผู้จัดการใหญ่ไม่ผ่านสายงานขององค์กรทั้ง 8 สายงาน โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชนโดยทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริหารจัดการสื่อต่างๆ เพื่อสนองตอบรับนโยบายขององค์กร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยการกำหนดแนวทางนโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารชื่อเสียงและสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรควบคุมบริหารการประชาสัมพันธ์ในกรณีวิกฤตให้คลี่คลายลงอย่างรวดเร็วและเกิดผลกระทบต่อองค์กรน้อยที่สุด รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กร (<http://www.catttelecom.com>, 2549)

การทำงานฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรจะมีการประสานงานกับสายงานการตลาดและการขายที่มีฝ่ายสื่อสารการตลาด ทำหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลของสินค้าและบริการของแต่ละกลุ่มธุรกิจสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยสื่อต่างๆ เป็นช่องทางเพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายได้ให้สูงขึ้น และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มีความพึงพอใจสูงสุด กำหนดนโยบาย และกลยุทธ์สื่อสารการตลาดของแต่ละกลุ่มธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแนวทางในการเลือกเครื่องมือสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับนโยบายและตำแหน่งของแต่ละกลุ่มธุรกิจรับผิดชอบโดยตรงต่อความถูกต้องเหมาะสมของข้อความ เนื้อหา รูปภาพในการเผยแพร่โฆษณาสินค้า/บริการผ่านสื่อที่กำหนด ทั้งนี้ เพื่อเตรียมพร้อมในการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ด้วยการนำเทคโนโลยี (Technology) ที่เหมาะสมมาสนับสนุนโดยได้มีการแจ้งข่าวสารถึงกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล หนึ่งในเป้าหมายการทำธุรกิจของ CAT Telecom คือ ความพึงพอใจของลูกค้า การเข้าใจในธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นในการทำธุรกิจขององค์กรทั่วไป นอกจากนี้แล้วยังต้องศึกษาและติดตามความเคลื่อนไหวของธุรกิจภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ปรับเปลี่ยนค่อนข้างรวดเร็วและตลอดเวลา

ในภาวะการณ์ที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูงและทวีกำลังแรงขึ้นทุกขณะในปัจจุบันนี้ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคยากยิ่งขึ้น และเมื่อผู้ผลิตสินค้ามีจำนวนมากซึ่งต่างพยายามติดต่อสื่อสารถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้และบางทีก็ยังเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ผู้ส่งข่าวสารเองจำเป็นต้องหาช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมเพื่อให้น่าสนใจ ตรงใจตรงประเด็น กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคเองก็จะได้รับข่าวสารมากมายซึ่งเป็นทางเลือกให้กับตัวผู้บริโภคด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อเป็นเช่นนี้สื่อในการกระจายข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จ CAT Telecom จึงมีแนวคิดในการนำสื่อหลากหลายมาใช้ผสมผสานกันอย่างเหมาะสมด้วยเครื่องมือสื่อสารทุกรูปแบบ เพื่อสร้างพลังแห่งการสื่อสารที่สามารถจูงใจ

กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ที่สำคัญยิ่งกว่าไม่ได้อยู่ที่ว่าจะส่งข่าวสารอะไรออกไป หากอยู่ที่ว่าผู้บริโภคจะรับรู้อะไรและรู้สึกอย่างไรมากกว่า

ข่าวสารต่างๆที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรและฝ่ายสื่อสารการตลาดทำการประชาสัมพันธ์ส่งข่าวสารออกไป เช่น ข่าวสารการเปิดให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ การลดราคาค่าใช้จ่ายบริการในแต่ละช่วงเทศกาล การแจ้งราคาที่แตกต่างกันของแต่ละช่วงเวลาของวัน เป็นต้น ข่าวสารเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการใช้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด เป็นสิ่งที่ควรมีการศึกษา โดยเฉพาะธุรกิจด้านสื่อสารโทรคมนาคมในปัจจุบันมีสถานะที่ต้องแข่งขันกันสูงมาก คือ เนื่องจากใน พ.ศ.2549 รัฐบาลมีนโยบายเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งจะทำให้มีการแข่งขันในการให้บริการมากขึ้น ทั้งมีผู้ลงทุนประกอบการรายใหม่จากต่างประเทศที่ให้บริการระดับสากลที่จะเข้ามาเป็นคู่แข่งเปิดบริการ และภาคเอกชนที่มีอยู่ในประเทศที่ให้บริการโทรศัพท์ขณะนี้ต่างก็หาทางเพื่อแบ่งส่วนการตลาดทันทีที่เปิดเสรีทางการค้า บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่ CAT Telecom ผูกขาดมาโดยตลอดก็จะเกิดการแข่งขันมากขึ้นและรุนแรงยิ่งขึ้น

นอกจากนี้แล้ว CAT Telecom ยังไม่เคยศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารของ CAT Telecom จากกลุ่มเป้าหมายเลย เนื่องจากเดิมการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศเป็นสิทธิหน้าที่ของการสื่อสารแห่งประเทศไทยตามพระราชบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองและไม่เปิดโอกาสให้องค์กร/หน่วยงานอื่นๆเปิดแข่งขันให้บริการ จึงยังไม่มีการศึกษาว่าข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ออกไปเป็นประโยชน์และสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าอย่างไรในระดับใด

การศึกษานี้ผู้วิจัยเลือกจังหวัดเชียงใหม่ในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสาร CAT Telecom เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่มีผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ เป็นเมืองที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ติดต่อสื่อสาร ทั้งเชิงพาณิชย์และส่วนบุคคล นอกจากนี้แล้ว CAT Telecom จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นสำนักงานสาขาชั้น 1 ซึ่งเป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ มีหน่วยการตลาด การประชาสัมพันธ์อีกด้วย

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก CAT Telecom ของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร ข่าวสารที่ได้รับจาก CAT Telecom ประชาชนจังหวัดเชียงใหม่นำไปใช้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด ข่าวสารที่ CAT Telecom นำเสนอสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ในระดับใด และประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ต้องการข่าวสารประเภทใดจาก CAT Telecom รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการให้นำเสนอเป็น

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจาก CAT Telecom ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่
- 2.2 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ในข่าวสาร ด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจาก CAT Telecom ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่
- 2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อข่าวสาร ด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจาก CAT Telecom ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

```
graph LR; A["ตัวแปรต้น  
ลักษณะทางประชากร  
(เพศ-อายุ-การศึกษา-รายได้-อาชีพ)"] --> D["ตัวแปรตาม  
การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสาร CAT Telecom ของประชาชน  
จังหวัดเชียงใหม่"]; B["ตัวแปรต้น  
พฤติกรรม的开รับข่าวสาร"] --> D;
```

The diagram is a flowchart with two boxes on the left under the heading ตัวแปรต้น (Independent Variables) and one box on the right under the heading ตัวแปรตาม (Dependent Variable). The first box on the left contains the text "ลักษณะทางประชากร (เพศ-อายุ-การศึกษา-รายได้-อาชีพ)". The second box on the left contains the text "พฤติกรรม的开รับข่าวสาร". Both boxes have arrows pointing to a single box on the right. The box on the right contains the text "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสาร CAT Telecom ของประชาชน จังหวัดเชียงใหม่".

ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันทำให้ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้ประโยชน์ในข่าวสารด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศแตกต่างกัน

4.2 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันทำให้ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในข่าวสารด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศแตกต่างกัน

4.3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศแตกต่างกันทำให้ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้ประโยชน์ในข่าวสารแตกต่างกัน

4.4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศแตกต่างกันทำให้ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในข่าวสารแตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสาร CAT Telecom และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศจาก CAT Telecom กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม - กันยายน 2550

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 CAT Telecom หมายถึง บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

6.2 CAT Telecom สาขาเชียงใหม่ หมายถึง สำนักงานบริการลูกค้าบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

6.3 ประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของ CAT Telecom ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอหางดง อำเภอสารภี อำเภอสันทราย อำเภอสันกำแพง อำเภอแม่โจ้ และอำเภอแม่ริม

6.4 ข่าวสาร หมายถึง เนื้อหา สาระ ที่สร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ที่ CAT Telecom ส่งไปให้ผู้รับสารได้ทราบ ในลักษณะต่างๆ ได้แก่

- ข่าวการเปิดให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ

- ข้าราชการลดราคาค่าบริการในแต่ละช่วงเทศกาล
- ข้าราชการลดราคาค่าบริการในแต่ละช่วงเวลาของวัน
- การแจ้งรหัสประเทศรหัสเมืองปลายทางที่ต้องการติดต่อ
- แจ้งช่องทางความแตกต่างในบริการของรหัสเรียกผ่านออกไปต่างประเทศ
- แจ้งข่าว การรวมบิลการใช้บริการจากมือถือค่าย AIS และ DTAC เพื่อความสะดวกแก่กลุ่มลูกค้า ซึ่งแต่เดิมเมื่อผู้ใช้บริการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ จะมีใบแจ้งหนี้จาก CAT Telecom แยกต่างหากจากบิลการใช้งานประจำเดือนของโทรศัพท์มือถืออื่นๆ โดยข่าวสารนั้นแจ้งผ่านสื่อดังนี้ สื่อบุคคล สื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ไปสเตอร์ การจัดบูธตามงานเทศกาล

6.5 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ หมายถึง ผู้ใช้ระบบการใช้งาน รูปแบบการให้บริการ สถานที่ ประเภสื่อ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ CAT Telecom

6.6 ความต้องการข่าวสาร CAT Telecom หมายถึง การแสวงหาข่าวสาร ข้อมูล CAT Telecom ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

6.7 การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร CAT Telecom หมายถึง การแสวงหาข่าวสารและนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆเกี่ยวกับบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศไปใช้ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

6.7.1 ประโยชน์ในด้านชีวิตประจำวัน

- ทำให้สามารถติดต่อกับบุคคลที่ต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว
- ช่วยทำให้คลายเหงาได้
- เพื่อการศึกษา หาข้อมูลจากต่างประเทศ
- ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายประจำเดือนด้านการสื่อสาร

6.7.2 ประโยชน์ในด้านการให้บริการ

- ช่วยในการตัดสินใจใช้บริการ ในช่องทางที่ตรงความต้องการ
- ช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจในบริการ
- ข้อมูลข่าวสารสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ
- ช่วยให้รู้ช่องทางให้บริการที่ประหยัด เหมาะสม

6.7.3 ประโยชน์ในด้านการทำงาน

- ช่วยประหยัดเวลาในการทำงาน
- ช่วยในการประสานงานดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศ
- ช่วยให้เกิดความรวดเร็วในการแข่งขันทางธุรกิจ

- ช่วยในการติดตามความเคลื่อนไหวของกลุ่มคู่แข่ง

6.7.4 ประโยชน์ในด้านการใช้เทคโนโลยี

- ทำให้รู้จักเทคโนโลยี การใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศของ CAT

Telecom

- ทำให้ทราบถึงรูปแบบบริการใหม่ๆ ของโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
- ทำให้รู้จักการใช้งานร่วมระหว่างสื่อสารข้อมูลกับสื่อสารทางเสียง
- ทำให้รู้เทคนิคช่องทางการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แทนการใช้โทรศัพท์

ทั่วไปในการติดต่อ

6.8 ความพึงพอใจต่อข่าวสาร CAT Telecom หมายถึง ระดับความคิดเห็นความเข้าใจในทางบวกของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อข่าวสาร CAT Telecom ด้านบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

6.8.1 ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร

- ความถูกต้อง ชัดเจนของข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- ความทันสมัยของข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- ความสมบูรณ์ของข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- การใช้ภาษาในข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom

6.8.2 ความพึงพอใจด้านบริการ

- ช่องทางการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- ความรวดเร็วของการบริการ
- รูปแบบการนำเสนอของข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- ความสม่ำเสมอในการส่งข้อมูล ข่าวสาร CAT Telecom
- ความเหมาะสมช่วงเวลากับเนื้อหาสาระที่นำเสนอ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ CAT Telecom ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจังหวัดเชียงใหม่

7.2 ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปประยุกต์การวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ CAT Telecom จังหวัดเชียงใหม่

7.3 ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับหน่วยงาน CAT Telecom ใน จังหวัดอื่นๆ ในการพัฒนาการผลิตข่าวสาร สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย