

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชวรัตน์ เชิดชัย . การบรรณาธิกรณหนังสือพิมพ์และนิตยสาร . กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2520
- ชนิด ศิริธร . ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ . สัมภาษณ์ 10-17 มกราคม 2538
- ประจวบ อินอ้อด . เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มัชฌิมสถานศึกษาปีที่ 2532
- เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล . บทบาทของสื่อ และปัจจัยที่มีต่อการเข้าร่วมมาเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดนครปฐม . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาศาสตร์มหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2526
- เพ็ญศรี ปิยะรัตน์ . ความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว ของสตรีในวัยเจริญพันธุ์ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2518
- ปูนซิเมนต์ไทย , บริษัท . เอกสารรายงานประจำปี 2535 . บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด . ปูนซิเมนต์ไทย 2535
- พีระบุลย์ ศรีเปล่ง . หัวหน้าแผนกสินค้าคอนกรีต . สัมภาษณ์ 20 - 27 มกราคม 2538
- วนิต มาลาศรี . ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ในโครงการพัฒนาที่ดินเค็มในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาศาสตร์ มหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533
- ลักขณา มนธาตุผลิต . การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขด้วยเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวกับผลสำเร็จจากการให้เอกสารเผยแพร่ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาศาสตร์มหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534
- ศิริชัย ศิริกาษะ . ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน . กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสื่อสารมวลชนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2535

- สถาพร เต็มศิริวัฒน์ . ผู้แทนชายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ .
 สัมภาษณ์ 1 - 10 กุมภาพันธ์ 2538
- สุโขทัยธรรมธราช , มหาวิทยาลัย . เอกสารการสอนการผลิตงานประชาสัมพันธ์
 หน่วยที่ 1-8 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย
 ธรรมธราช , 2530
- สุโขทัยธรรมธราช , มหาวิทยาลัย . เอกสารการสอนความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 1-7
 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมธราช ,
 2529
- สุโขทัยธรรมธราช , มหาวิทยาลัย . เอกสารการสอนความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 8-15
 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมธราช ,
 2529

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Berlo, David K.

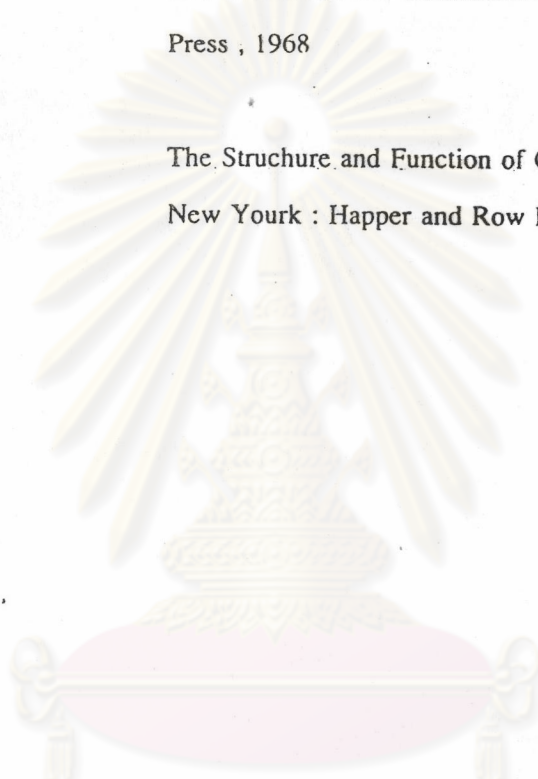
The Process of Communication . New York : Holt ,
Rinechart and Winston , 1960

Klapper J. T and Meyen

The Effect of Mass Communication . Illinois : the Free
Press , 1968

Lasswell Harold , D.

The Struchure and Function of Communication in Society.
New Yourk : Happer and Row Publishers ; 1948 .



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสรุป การศึกษาประสิทธิผลของวารสาร "เครื่องเเมนต์ไทย" - ผู้แทนจำหน่าย (รหัส 1)

1. เพศ

	N	%
ชาย	38	57.6%
หญิง	28	42.4%
	66	100%

2. อายุ

	N	%
ต่ำกว่า 30 ปี	18	27.3%
31 - 50 ปี	42	63.6%
51 ปีขึ้นไป	6	9.1%
	66	100%

3. การศึกษา

	N	%
ประถมศึกษา	3	4.5%
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	32	48.5%
ปริญญาตรี	27	40.9%
สูงกว่าปริญญาตรี	4	6.1%
อื่น ๆ		
	66	100%

4. ท่านได้รับ "วารสารเครื่องเเมนต์ไทย" สม่ำเสมอหรือไม่

	N	%
ได้รับเป็นประจำทุกฉบับ	55	83.3%
ได้รับแต่ไม่ครบทุกฉบับ	11	16.7%
ไม่เคยได้รับเลย		
	66	100%

5. ท่านอ่าน "วารสารเครื่องซิเมนต์ไทย" บ่อยเพียงใด

	N	%
อ่านประจำทุกฉบับ	40	60.6%
อ่านบ้างบางฉบับ	26	39.4%
ไม่อ่านเลย		
	66	100%

6. ท่านชอบขนาดรูปเล่มและลักษณะปกของวารสารเครื่องซิเมนต์ไทย" โดยรวม (รหัส 1)

	N	%
ชอบมาก	12	18.2%
ชอบ	54	81.8%
ไม่ชอบ		
	66	100%

7. บทความที่ท่านสนใจอ่านมากที่สุด

	N	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	17	25.8%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครื่องซิเมนต์ไทย /ข่าวจากส่วนภาค	6	9.1%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	1	1.5%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบันเทิง	21	31.8%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครื่องซิเมนต์ไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครื่องซิเมนต์ไทย	8	12.1%
6. ตกแต่งหน้าร้าน	6	9.1%
7. ท่องเที่ยว	1	1.5%
8. ลูกค้าชวนชิม	6	9.1%
	66	100%

10. ท่านต้องการให้บริษัทจัดทำวารสารเครื่องซิเมนต์ไทยต่อไปหรือไม่

	N	%
จัดทำต่อ	65	98.5%
เฉย ๆ	1	1.5%
	66	100%

บทความที่ท่านสนใจอ่านน้อยที่สุด (รหัส 1)

	N	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	9	13.6%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือซิเมนต์ไทย /ข่าวจากส่วนภาค	2	3.0%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	2	3.0%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารระบับเทิง	1	1.5%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือซิเมนต์ไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย	2	3.0%
6. ตกแต่งหน้าร้าน	2	3.0%
7. ท่องเที่ยว	5	7.6%
8. ลูกค้าชวนชิม	43	65.2%
	66	100%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ท่านสนใจอ่านเรื่องหรือบทความในวารสารเครื่องซีเมนต์ไทย มากน้อยเพียงใด

(รหัส 1)

บทความ	มาก	%	ปานกลาง	%	น้อย	%	ไม่สนใจเลย	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	28	42.4%	31	47.0%	6	9.1%	1	1.5%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครื่องซีเมนต์ไทย / ข่าวจากส่วนภาค	27	40.9%	32	48.5%	7	10.6%		
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	33	50.0%	28	42.4%	5	7.6%		
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด / สุขภาพ / สารระบับทิ้ง	40	60.6%	25	37.9%	1	1.5%		
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ / โฆษณาของเครื่องซีเมนต์ไทย / โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครื่องซีเมนต์ไทย	36	54.5%	24	36.4%	6	9.1%		
6. ตกแต่งหน้าร้าน	28	42.4%	31	47.0%	7	10.6%		
7. ท่องเที่ยว	17	25.8%	43	65.2%	6	9.1%		
8. ลูกค้านวนซิม	12	18.2%	38	57.6%	16	24.2%		

9. ท่านคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับปริมาณเนื้อหาในวารสารเครื่องซีเมนต์ไทย

บทความ	มาก	%	กำลังดี	%	น้อย	%
	ไป		ดี		ไป	
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	18	27.3%	47	71.2%	1	1.5%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครื่องซีเมนต์ไทย / ข่าวจากส่วนภาค	5	7.6%	56	84.8%	5	7.6%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	8	12.1%	50	75.8%	8	12.1%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด / สุขภาพ / สารระบับทิ้ง	3	4.5%	43	65.2%	20	30.3%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ / โฆษณาของเครื่องซีเมนต์ไทย / โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครื่องซีเมนต์ไทย			51	77.3%	15	22.7%
6. ตกแต่งหน้าร้าน	5	6.6%	53	69.7%	18	23.7%
7. ท่องเที่ยว	4	6.1%	54	81.8%	8	12.1%
8. ลูกค้านวนซิม	5	7.6%	53	80.3%	8	12.1%

10. ท่านได้รับประโยชน์หรือความรู้สึกต่อปณินจากการอ่านวารสารเครื่องพิมพ์ไทยมากน้อยเพียงใด (รหัส 1)

บทความ	มาก	%	ปาน กลาง	%	น้อย	%	ไม่สนใจเลย	%
1. รู้จักและเข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯและวิธีใช้	25	37.9%	35	53.0%	6	9.1%		
2. รู้ความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ของบริษัท เช่น ผู้บริหาร พนักงาน	21	31.8%	40	60.6%	5	7.6%		
3. รับทราบความเคลื่อนไหวในแวดวงการค้า วัสดุก่อสร้าง	24	36.4%	30	45.5%	12	18.2%		
4. รู้เรื่องกลยุทธ์ /การจัดการ /การบริหารธุรกิจ	23	34.8%	26	39.4%	17	25.8%		
5. ได้รับสารบันเทิง	8	12.1%	38	57.6%	18	27.3%	2	3.0%
6. รู้สึกผูกพันใกล้ชิดกับบริษัทฯ	27	40.9%	28	42.4%	10	15.2%	1	
7. ได้รับกำลังใจและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของ เครื่องพิมพ์ไทย	30	45.5%	29	43.9%	4	6.1%	3	4.5%

ตารางสรุป การศึกษาประสิทธิภาพของวารสาร "เครือข่ายเทคโนโลยี" – ลูกค้ำรหัส 4

1. เพศ

	N	%
ชาย	19	61.3%
หญิง	12	38.7%
	31	100.0%

2. อายุ

	N	%
ต่ำกว่า 30 ปี	11	35.5%
31 - 50 ปี	19	61.3%
51 ปีขึ้นไป	1	3.2%
	31	100.0%

3. การศึกษา

	N	%
ประถมศึกษา	1	3.2%
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	12	38.7%
ปริญญาตรี	17	54.8%
สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.2%
อื่น ๆ		
	31	100.0%

4. ท่านได้รับ "วารสารเครือข่ายเทคโนโลยี" สม่ำเสมอหรือไม่

	N	%
ได้รับเป็นประจำทุกวัน	18	58.1%
ได้รับแต่ไม่ครบทุกฉบับ	12	38.7%
ไม่เคยได้รับเลย	1	3.2%
	31	100.0%

5. ท่านอ่าน "วารสารเครือข่ายเทคโนโลยี" บ่อยเพียงใด

	N	%
อ่านประจำทุกวัน	18	58.1%
อ่านบ้างบางฉบับ	12	38.7%
ไม่อ่านเลย	1	3.2%
	31	100.0%

6. ทราบชอบขนาดรูปเล่มและลักษณะปกของวารสารเครือข่ายบัณฑิตไทย" โดยรวม (รหัส 4)

	N	%
ชอบมาก	6	19.4%
ชอบ	23	74.2%
ไม่ชอบ	2	6.5%
	31	100.0%

7. บทความที่ทำงานสนใจอ่านมากที่สุด

	N	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	7	22.6%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือข่ายบัณฑิตไทย /ข่าวจากส่วนภาค	4	12.9%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	2	6.5%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบันเทิง	14	45.2%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือข่ายบัณฑิตไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือข่ายบัณฑิตไทย	3	9.7%
6. ตกแต่งหน้าร้าน		
7. ท่องเที่ยว		
8. ลูกค้าชวนชิม	1	3.2%
	31	100.0%

10. ท่านต้องการให้บริษัทฯจัดทำวารสารเครือข่ายบัณฑิตไทยต่อไปหรือไม่

	N	%
จัดทำต่อ	29	93.5%
เฉย ๆ	2	6.5%
	31	100.0%

บทความที่ท่านสนใจอ่านน้อยที่สุด

	N	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	4	12.9%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือซิเมนต์ไทย /ข่าวจากส่วนภาค	3	9.7%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	2	6.5%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบันเทิง		
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือซิเมนต์ไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย		
6. ตกแต่งหน้าร้าน	5	16.1%
7. ท่องเที่ยว	5	16.1%
8. ลูกค้าชวนชิม	12	38.7%
9. เฉย ๆ ไม่ตอบ		
	31	100.0%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ท่านสนใจอ่านเรื่องหรือบทความในวารสารเครือข่ายไทย มากน้อยเพียงใด

บทความ	มาก	%	ปานกลาง	%	น้อย	%	ไม่สนใจเลย	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	14	47%	12	40%	3	10%	1	3%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือข่ายไทย /ข่าวจากส่วนภาค	15	50%	13	43%	2	7%		
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	12	40%	15	50%	2	7%	1	3%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบัญฑิต	20	67%	8	27%	2	7%		
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือข่ายไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือข่ายไทย	15	50%	11	37%	3	10%	1	3%
6. ตกแต่งหน้าร้าน	13	43%	9	30%	7	23%	1	3%
7. ท่องเที่ยว	16	53%	8	27%	5	17%	1	3%
8. ลูกค้าชวนชิม	11	37%	12	40%	5	17%	2	7%

9. ท่านคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับปริมาณเนื้อหาในวารสารเครือข่ายไทย

บทความ	มากไป	%	กำลังดี	%	น้อยไป	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	9	29%	19	61%	3	10%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือข่ายไทย /ข่าวจากส่วนภาค	2	6%	27	87%	2	6%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	2	6%	27	87%	2	6%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบัญฑิต			16	52%	15	48%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือข่ายไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือข่ายไทย	3	15%	16	80%	1	5%
6. ตกแต่งหน้าร้าน	4	13%	21	68%	6	19%
7. ท่องเที่ยว	2	6%	24	77%	5	16%
8. ลูกค้าชวนชิม	2	6%	24	77%	5	16%

10. ท่านได้รับประโยชน์หรือความรู้สึกต่อไปนี้จากการอ่านวารสารเครือข่ายเคมีไทยมากน้อยเพียงใด (รหัส 4)

บทความ	มาก	%	ปานกลาง	%	น้อย	%	ไม่สนใจเลย	%
1. รู้จักและเข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และวิธีใช้	10	32%	15	48%	6	19%		
2. รู้ความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ของบริษัท เช่น ผู้บริหาร พนักงาน	10	32%	16	52%	5	16%		
3. รับทราบความเคลื่อนไหวในแวดวงการค้า วัสดุก่อสร้าง	7	23%	19	61%	5	16%		
4. รู้เรื่องกลยุทธ์ /การจัดการ /การบริหารธุรกิจ	7	23%	17	55%	7	23%		
5. ได้รับสาระบันเทิง	3	10%	18	58%	9	29%	1	3%
6. รู้สึกผูกพันใกล้ชิดกับบริษัทฯ	8	26%	18	58%	5	16%		
7. ได้รับกำลังใจและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของ เครือข่ายเคมีไทย	13	42%	15	48%	3	10%		

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสรุป การศึกษาประสิทธิภาพของวารสาร "เครือข่ายนิเทศไทย" - พนักงานจัดการ

1. เพศ

	N	%
ชาย	24	80.0%
หญิง	6	20.0%
	30	100.0%

2. อายุ

	N	%
ต่ำกว่า 30 ปี		
31 - 50 ปี	30	100.0%
51 ปีขึ้นไป		
	30	100.0%

3. การศึกษา

	N	%
ประถมศึกษา		
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.		
ปริญญาตรี	15	50.0%
สูงกว่าปริญญาตรี	15	50.0%
อื่น ๆ		
	30	100.0%

4. ท่านได้รับ "วารสารเครือข่ายนิเทศไทย" สม่าเสมอหรือไม่

	N	%
ได้รับเป็นประจำทุกฉบับ	23	76.7%
ได้รับแต่ไม่ครบทุกฉบับ	7	23.3%
ไม่เคยได้รับเลย		
	30	100.0%

5. ท่านอ่าน "วารสารเครือข่ายนิเทศไทย" บ่อยเพียงใด

	N	%
อ่านประจำทุกฉบับ	18	60.0%
อ่านบ้างบางฉบับ	11	36.7%
ไม่อ่านเลย	1	
	30	96.7%

6. ท่านชอบขนาดรูปเล่มและลักษณะปกของวารสารเครื่องพิมพ์ไทย" โดยรวม

	N	%
ชอบมาก	2	6.7%
ชอบ	26	86.7%
ไม่ชอบ	2	
	30	93.3%

7. บทความที่ท่านสนใจอ่านมากที่สุด

	N	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	6	20.0%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครื่องพิมพ์ไทย /ข่าวจากส่วนภาค	13	43.3%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	1	3.3%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบันเทิง	8	26.7%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครื่องพิมพ์ไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครื่องพิมพ์ไทย	2	6.7%
6. ตกแต่งหน้าร้าน		
7. ท่องเที่ยว		
8. ลูกค้าชวนชิม		
	30	100.0%

10. ท่านต้องการให้บริษัทฯจัดทำวารสารเครื่องพิมพ์ไทยต่อไปหรือไม่

	N	%
จัดทำต่อ	23	76.7%
เฉย ๆ	7	23.3%
	30	100.0%

บทความที่ท่านสนใจอ่านน้อยที่สุด

	N	%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	1	3.3%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือซิเมนต์ไทย /ข่าวจากส่วนภาค	3	10.0%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	3	10.0%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สาระบบเท็ง		
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือซิเมนต์ไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย		
6. ตกแต่งหน้าร้าน	4	13.3%
7. ท่องเที่ยว	2	6.7%
8. ลูกค้าชวนซื้อ	17	56.7%
9. เหย ำ ไม่ตอบ		
	30	100.0%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ทำหนังสืออ่านเรื่องหรือบทความในวารสารเครือข่ายไทย มากน้อยเพียงใด (ระดับจัดการ)

บทความ	มาก	%	ปานกลาง		น้อย		ไม่สนใจเลย	
				%		%		%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	7	25%	17	61%	3	11%	1	4%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือข่ายไทย /ข่าวจากส่วนภาค	14	52%	9	33%	3	11%	1	4%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	12	44%	11	41%	2	7%	2	7%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบันเทิง	16	57%	8	29%	4	14%		
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือข่ายไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือข่ายไทย	12	43%	10	36%	6	21%		
6. ตกแต่งหน้าร้าน	5	18%	14	50%	9	32%		
7. ท่องเที่ยว	5	18%	13	46%	9	32%	1	4%
8. ลูกค้าชวนชิม	2	7%	11	39%	13	46%	2	7%

9. ทำความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับปริมาณเนื้อหาในวารสารเครือข่ายไทย

บทความ	มากไป		กำลังดี		น้อยไป	
		%		%		%
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย	10	33%	19	63%	1	3%
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือข่ายไทย /ข่าวจากส่วนภาค	3	10%	21	70%	6	20%
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย	2	7%	25	83%	3	10%
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด /สุขภาพ /สารบันเทิง	2	7%	23	77%	5	17%
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ /โฆษณาของเครือข่ายไทย /โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือข่ายไทย	3	10%	23	77%	4	13%
6. ตกแต่งหน้าร้าน	3	10%	22	73%	5	17%
7. ท่องเที่ยว	2	7%	25	83%	3	10%
8. ลูกค้าชวนชิม	0		22	81%	5	19%

10. ท่านได้รับประโยชน์หรือความรู้สึกต่อไปนี้จากการอ่านวารสารเครือข่ายนิตยสารไทยมากน้อยเพียงใด (ระดับจัดการ)

บทความ	มาก	%	ปานกลาง	%	น้อย	%	ไม่สนใจเลย	%
1. รู้จักและเข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และวิธีใช้	1	3%	21	70%	8	27%		0%
2. รู้ความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ของบริษัท เช่น ผู้บริหาร พนักงาน	17	57%	10	33%	3	10%		0%
3. รับทราบความเคลื่อนไหวในแวดวงการค้า วัสดุก่อสร้าง	8	27%	16	53%	6	20%		0%
4. รู้เรื่องกลยุทธ์ /การจัดการ /การบริหารธุรกิจ	7	23%	15	50%	6	20%	2	7%
5. ได้รับสาระบันเทิง	3	10%	14	47%	13	43%		0%
6. รู้สึกผูกพันใกล้ชิดกับบริษัทฯ	1	3%	13	43%	12	40%	4	13%
7. ได้รับกำลังใจและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายนิตยสารไทย	1	3%	13	43%	11	37%	5	17%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ง

การศึกษาประสิทธิผลของวารสาร “เครื่องพิมพ์ไทย”

วารสารสำหรับผู้แทนจำหน่าย

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ โครงการศึกษานอกเวลาราชการ คณะนิเทศศาสตร์
 วิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โปรด หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

- | | | |
|--|---|---------|
| 1. เพศ | 1. ชาย | 2. หญิง |
| 2. อายุ | 1. ต่ำกว่า 30 ปี | |
| | 2. 31 - 50 ปี | |
| | 3. 51 ปีขึ้นไป | |
| 3. การศึกษา | 1. ประถมศึกษา | |
| | 2. มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. | |
| | 3.ปริญญาตรี | |
| | 4. สูงกว่าปริญญาตรี | |
| 4. ท่านได้รับ “วารสารเครื่องพิมพ์ไทย” สม่าเสมอหรือไม่ | 1. ได้รับเป็นประจำทุกฉบับ | |
| | 2. ได้รับแต่ไม่ครบทุกฉบับ | |
| | 3. ไม่เคยได้รับเลย (ถ้าตอบข้อนี้ไม่ต้องตอบข้อต่อไป) | |
| 5. ท่านอ่าน “วารสารเครื่องพิมพ์ไทย” บ่อยเพียงใด
(กำหนดออกโดยประมาณ 3 เดือนต่อ 1 ฉบับ รวม 4 ฉบับต่อปี) | 1. อ่านประจำทุกฉบับ | |
| | 2. อ่านบ้างบางฉบับ | |
| | 3. ไม่อ่านเลย เพราะ _____ | |
-
6. ท่านชอบขนาดรูปเล่มและลักษณะปกของวารสารเครื่องพิมพ์ไทยหรือไม่ (โดยรวม)
1. ชอบมาก
 2. ชอบ
 3. ไม่ชอบ เพราะ _____
-

7. ท่านสนใจอ่านเรื่องหรือบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย มากน้อยเพียงใด

บทความ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สนใจเลย
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย				
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือซิเมนต์ไทย / ข่าวจากส่วนภาค				
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย				
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด/สุขภาพ / สาระบันเทิง				
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ / โฆษณาของเครือซิเมนต์ไทย / โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย				
6. ตกแต่งหน้าร้าน				
7. ท่องเที่ยว				
8. ลูกค้าชวนชิม				

จากบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทยทั้ง 8 หัวข้อข้างต้นนั้น

หัวข้อที่ท่านสนใจอ่านมากที่สุด คือ หัวข้อที่ _____

เพราะ _____

หัวข้อที่ท่านสนใจอ่านน้อยที่สุด คือ หัวข้อที่ _____

เพราะ _____

8. ท่านคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับปริมาณเนื้อหาในวารสารเครือซิเมนต์ไทย

บทความ	มากเกินไป	กำลังดี	น้อยเกินไป
1. สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย			
2. ข่าวผู้บริหารหรือองค์กรของเครือซิเมนต์ไทย / ข่าวจากส่วนภาค			
3. ข่าวผู้แทนจำหน่าย			
4. การให้ความรู้เรื่องการตลาด/สุขภาพ / สาระบันเทิง			
5. แนะนำผลิตภัณฑ์ / โฆษณาของเครือซิเมนต์ไทย / โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย			
6. ตกแต่งหน้าร้าน			
7. ท่องเที่ยว			
8. ลูกค้าชวนชิม			

9. ท่านได้รับประโยชน์หรือความรู้สึกต่อไปนี้จากการอ่านวารสารเครือข่ายวิชาชีพไทยมากน้อยเพียงใด

บทความ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สนใจเลย
1. รู้จักและเข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯและวิธีใช้				
2. รู้ความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ของบริษัทฯ เช่น วัสดุก่อสร้าง				
3. รู้เรื่องกลยุทธ์/การจัดการ/การบริหารธุรกิจ				
4. ได้รับสาระบันเทิง				
5. รู้สึกผูกพันใกล้ชิดกับบริษัทฯ				
6. ได้รับกำลังใจและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่ง ของเครือข่ายวิชาชีพไทย				

10. ท่านต้องการให้บริษัทฯ จัดทำวารสารเครือข่ายวิชาชีพไทยต่อไปหรือไม่

1. จัดทำต่อ

2. เฉลย ๆ

11. ท่านต้องการเห็นวารสารเครือข่ายวิชาชีพไทย มีการปรับปรุงในแต่ละเรื่องอย่างไรบ้าง

เรื่องคุณภาพ _____

เรื่องเนื้อหา/บทความ _____

เรื่องปก _____

เรื่องชนิดของกระดาษ _____

เรื่องรูปเล่ม _____

เรื่องจัดส่ง _____

เรื่องอื่น ๆ _____

ประวัติผู้เขียน



นางสาว มณีรัตน์ เชิงขวโน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์ เอกวิชาโฆษณา ปีการศึกษา 2529 เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน ปีการศึกษา 2535 ขณะทำงานที่บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และปัจจุบันทำงานที่บริษัท สยามคูโบต้าอุตสาหกรรม จำกัด (เครือซิเมนต์ไทย)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย