

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากบทที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากวารสารเครื่องพิมพ์ไทย เป็นการศึกษาเนื้อหาเพื่อดูรูปแบบ และเนื้อหาในวารสารเครื่องพิมพ์ไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2528 - 2536 เพื่อทราบถึงพัฒนาการของวารสารเครื่องพิมพ์ไทย พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงในด้านรูปแบบและลักษณะรูปแบบน้อยมาก มีเพียงพาดหัวรองชื่อวารสารเท่านั้นที่มีการเปลี่ยนจาก "วารสารสำหรับลูกค้า" เป็น "วารสารสำหรับผู้แทนจำหน่าย" เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและระบุงแบบลง การเปลี่ยนแปลงในด้านเนื้อหาเห็นได้ชัดเจนในหน้าผู้จัดทำแถลง เปลี่ยนเป็นบทบรรณาธิการ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบวัตถุประสงค์ในการจัดทำวารสารแต่ละครั้ง โครงสร้างหลักของวารสาร ซึ่งเป็นเนื้อหาหลักมีความต่อเนื่องเป็นชื่อเรื่องประจำมาโดยตลอด ส่วนโครงสร้างรองเป็นเนื้อหาที่ไม่มีชื่อเรื่องประจำ และมีเนื้อหาในส่วนนี้ทุกฉบับเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายหลักหรือวัตถุประสงค์ในการจัดทำวารสารเครื่องพิมพ์ไทยคงเดิม คือต้องการให้วารสารเครื่องพิมพ์ไทยเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรไปยังลูกค้า และให้เกิดความสัมพันธ์ ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผู้จัดทำจึงคงรูปแบบ และเนื้อหาต่อเนื่องมาโดยตลอด แม้ว่าระยะเวลาเริ่มต้นจัดทำวารสารจะผ่านพ้นมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี แล้ว และเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำวารสารจะเปลี่ยนแปลงอยู่เป็นระยะที่ผ่านมานี้ ผู้บริหารบรรณาธิการของวารสารเครื่องพิมพ์ไทย ยังยึดมั่นวัตถุประสงค์ในการจัดทำเหมือนเดิม ด้วยเหตุนี้รูปแบบและเนื้อหาจึงเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อย

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านผู้รับสารทั้ง 3 กลุ่ม แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาพิจารณาร่วมกับตัวสาร เพื่อดูว่าสารหรือเนื้อหาในวารสารเครื่องพิมพ์ที่ผู้จัดทำได้ส่งออกไปยังผู้รับสารนั้นมีประสิทธิผลอย่างไร ผู้รับสารได้รับสารตรงตามที่ต้องการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ ผลที่ได้มีดังนี้

#### ลูกค้ารหัส 1 และรหัส 4

มีความพึงพอใจในด้านรูปแบบและเนื้อหาในระดับสูง และมีพฤติกรรมการอ่านวารสารค่อนข้างสม่ำเสมอ สนใจอ่านเนื้อหาในด้านการตลาด สุขภาพ ความรู้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมาก ในขณะที่เดียวกันก็มีก็มีแนวโน้มที่สูงความสนใจในเรื่องความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรและแวดวงการค้าวัสดุก่อสร้าง ตลอดจน

บทความสัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย ประโยชน์หรือความรู้สึกที่ได้รับจากการอ่านวารสารเครือข่ายประเทศไทย คือ รู้สึกผูกพันใกล้ชิด ได้รับกำลังใจและภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายประเทศไทย และได้รับประโยชน์อย่างมากในเรื่องความรู้ด้านการตลาด ผลกระทบของบริษั ความเคลื่อนไหวของผู้บริหารและพนักงาน

#### พนักงานระดับจัดการ

มีความพึงพอใจในด้านรูปแบบและเนื้อหาในระดับต่ำกว่าลูกค้าผู้แทนจำหน่าย มีพฤติกรรม การอ่านวารสารค่อนข้างสม่ำเสมอ สนใจอ่านเนื้อหาในเรื่องความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กร ข่าวผู้บริหาร ของเครือข่ายประเทศไทยมาก ในขณะเดียวกันก็มีระดับความสนใจสูงในเรื่องการตลาด การบริหาร สุขภาพ ความรู้ ผลกระทบของบริษัเช่นกัน ประโยชน์หรือความรู้สึกที่ได้รับจากการอ่านวารสารเครือข่ายประเทศไทย คือ ได้รับทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรและผู้บริหาร ตลอดจนวงการค้าวัสดุก่อสร้าง

#### ผลการวิจัยสรุปวิเคราะห์ได้ดังนี้

บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จัดทำวารสารเครือข่ายประเทศไทยติดต่อกันมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี เพื่อต้องการให้วารสารเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสารต่าง ๆ ไปยังลูกค้าผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 เป็นเป้าหมายหลัก ในด้านของรูปแบบ ขนาด และสีสันทนของวารสารมีพัฒนาการน้อยมาก หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือไม่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน ในด้านของลักษณะปกหน้าและปกใน หน้าคู่กลาง ปกหลัง คงลักษณะต่อเนื่องเช่นกัน เมื่อพิจารณาในด้านของเนื้อหาภายในวารสารพบว่า เนื้อหาซึ่งเป็นโครงสร้างหลักของวารสารคงลักษณะเนื้อหาเช่นเดิมกล่าวคือ เป็นเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของบริษั ผู้บริหารของบริษัทหรือตัวบริษัทโดยตรง นอกจากนี้แล้วเป็นเนื้อหาที่ให้ประโยชน์แก่ผู้อ่าน ซึ่งเป็นประโยชน์ทางตรงได้แก่ ประโยชน์ในด้านความรู้เกี่ยวกับผลกระทบ วิธีการใช้อย่างถูกต้อง เนื้อหาซึ่งเป็นประโยชน์ทางอ้อม ซึ่งเป็นความรู้ต่าง ๆ ในการตลาด เศรษฐกิจ และสาระน่ารู้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและชีวิตประจำวัน ส่วนเนื้อหาโครงสร้างรองของวารสารมีการปรับเปลี่ยนเนื้อเรื่องไปเรื่อย ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความจำเจในการอ่าน ซึ่งลักษณะของเนื้อเรื่องที่หลากหลายซึ่งให้ทั้งความรู้ ประโยชน์ เช่น เนื้อหาที่นำมาลงเพื่อให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์สังคม หรือเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นช่วงของการนำภาษีมูลค่าเพิ่มมาใช้ ก็ จะนำเนื้อเรื่องความรู้ของภาษีมูลค่าเพิ่มมาลงในวารสาร เพื่อให้ผู้รับสารได้รับประโยชน์จากการอ่านวารสารเครือข่ายประเทศไทยมากที่สุด

จึงกล่าวโดยรวมได้ว่า ขนาดเล่ม สี ลักษณะของการนำเสนอเนื้อหาในวารสารเครือข่ายประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังคงรูปแบบต่อเนื่องมาตลอดตั้งแต่เริ่มต้นถึงปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายในเรื่องการทำวาร



สารยังคงรูปแบบเดิม ยังไม่มีผู้จัดทำในช่วงเวลาใดได้นำเสนอในสิ่งใหม่ ที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า อาจเป็นเพราะเกรงว่าจะทำให้ผิดวัตถุประสงค์ หรือทำให้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป อีกประการหนึ่งคือตัวผู้บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย หรือวัตถุประสงค์ของการทำวารสารได้กำหนดวัตถุประสงค์ของวารสารเครือซิเมนต์ไทยไว้อย่างชัดเจน ไม่มีการเพิ่มหรือปรับปรุงวัตถุประสงค์ใหม่ ในช่วงระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา จึงเป็นผลให้ผู้จัดทำซึ่งรับนโยบายและวัตถุประสงค์ของการทำวารสารเครือซิเมนต์ไทย คงดำเนินไปในรูปแบบต่อเนื่องมาตลอด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์

วารสารเครือซิเมนต์ไทย เป็นสื่อกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้อ่าน สื่อได้ทำหน้าที่แจ้งข่าวสาร (To Inform) ไปยังผู้อ่านได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของบุคคลในบริษัท ความรู้ผลิตภัณฑ์ ความรู้ในด้านการตลาด กลยุทธ์การทำธุรกิจ และจากการสอบถามผู้อ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย ลูกค้ายี่ห้อ 2 และ รหัส 4 มีความรู้สึกผูกพันและใกล้ชิดกับบริษัท และภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ซึ่งสามารถอธิบายได้ในเรื่องประสิทธิผลการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารหรือผู้จัดทำวารสารสามารถส่งสารไปยังผู้อ่านเพื่อทำการโน้มน้าวให้เกิดผลตามที่ต้องการ ซึ่งเป็นผลทางอ้อมในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้อ่าน กลุ่มผู้อ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทยได้รับประโยชน์แตกต่างกันในแต่ละด้าน แต่ละคน ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการสื่อสารของบุคคล ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ บุคคลในกลุ่มเดียวกันจะรับรู้และตอบสนองต่อเนื้อหาในลักษณะที่คล้ายคลึง และแนวคิดเกี่ยวกับปทัสถานทางวัฒนธรรมของผู้รับสื่อ นั้น จะเห็นว่าสื่อมวลชน ช่วยเสริมสร้างให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความรู้สึกคุ้นเคย และสื่อมวลชนมีบทบาทในการชักจูงให้สมาชิกเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือหันมาทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบใหม่ที่ร่วมกัน เนื้อหาในวารสารเครือซิเมนต์ไทย ซึ่งมีผลต่อผู้อ่านให้ได้รับประโยชน์ หรือเกิดความรู้สึกร่วมแตกต่างกันในกลุ่มของลูกค้ายี่ห้อจำหน่าย รหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ ก็เนื่องจาก กลุ่มผู้อ่านทั้ง 2 กลุ่ม เป็นสมาชิกในกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน จึงเป็นผลให้เมื่อทำการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการสื่อสาร ได้ผลที่ได้เกิดจากการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย ในกลุ่มลูกค้ายี่ห้อจำหน่าย และพนักงานระดับจัดการ ต่างกันโดยชัดเจน

วารสารเครือซิเมนต์ไทยเป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสาร ส่วนในด้านประโยชน์หรือความรู้สึกที่ได้จากการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย เป็นผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารในกลุ่มลูกค้ายี่ห้อจำหน่ายมากกว่ากลุ่มอื่น เช่นตัวอย่างบทความสัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย เนื้อหาในการสัมภาษณ์แล้วนำมาถ่ายทอดเป็นบทความสะท้อนให้เห็นความผูกพันการต่อสู้กับอุปสรรค ความภูมิใจในปัจจุบัน หรือเนื้อหาที่เกี่ยวกับโครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย เป็นผลทางจิตวิทยาอย่างหนึ่งที่มาจากการยกย่อง ชมเชย บุคคลที่มีความสามารถ การที่ลูกค้ายี่ห้อปฏิบัติปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้วได้รับคำกล่าวชมให้เป็นบุคคลตัวอย่าง เช่น ตัวอย่างภาพกิจกรรมงานประกาศเกียรติคุณผู้แทนจำหน่ายประจำปี สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องของผลกระทบสื่อต่อผู้รับสารในกลุ่มลูกค้ายี่ห้อจำหน่ายรหัส 1 ซึ่งผลจากการวิจัยสื่อมีผลกระทบต่อลูกค้ายี่ห้อ 4

และพนักงานระดับจัดการน้อยมากเป็นสิ่งที่ยืนยันและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวารสารซึ่งมุ่งหวังที่กลุ่มลูกค้าผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 เป็นหลักมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

การจัดทำวารสารเครือซิเมนต์ไทย ซึ่งเป็นวารสารสำหรับลูกค้าผู้แทนจำหน่าย จัดว่าเป็นลักษณะของการจัดทำเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรให้กับลูกค้า โดยวารสารเครือซิเมนต์ไทยไม่ได้เป็นเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรง แต่เป็นเอกสารเพื่อเสริมการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพราะการที่องค์กรได้เผยแพร่ความรู้ประสบการณ์ขององค์กรไปสู่ผู้รับสารย่อมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้น ทำให้ผู้รับสารนิยมชมชอบ เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพหรือกิจการอื่น ๆ ให้ดีขึ้น วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์จัดทำสำหรับลูกค้าผู้แทนจำหน่าย จึงเป็นสิ่งพิมพ์ขององค์กร หรือสิ่งพิมพ์ในธุรกิจที่จัดทำเพื่อความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้แทนจำหน่าย ขณะเดียวกันวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงจัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจได้ด้วย โดยทั้งหมดที่กล่าวมามีลักษณะสำคัญร่วมกัน คือ ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์และสร้างศรัทธา และความเชื่อถือในหมู่ลูกค้า ผลจากการวิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า วารสารเครือซิเมนต์ไทยได้ทำหน้าที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ศูนย์วิจัยทางการตลาด  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย