

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพผลวารสาร “เครื่องพิมพ์ไทย”
ของ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)



นางสาว มณีรัตน์ เชิงชวโน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2539

ISBN 974-631-801-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 17509804

AN ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS
OF KRUE CEMENT THAI JOURNAL



Miss. Maneerat Cherngchawano

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Mass Communication
Graduate School

Chulalongkorn University

1996

ISBN 974 - 631 - 801 - 2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพผลवारสาร "เครือซิเมนต์ไทย"
ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด

โดย

น.ส. มณีรัตน์ เชิงชวโน

ภาควิชา

สื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมฉันท

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต



..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. สันติ อุดมสุวรรณ)

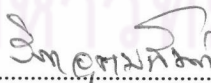
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ

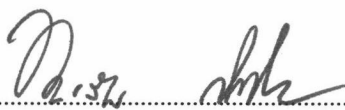
(รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโต)

ศูนย์วิจัยการศึกษาด้านสื่อสารมวลชน
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมฉันท)



..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์)

มณิรัตน์ เชิงชวน : การวิเคราะห์ประสิทธิผลวารสาร "เครือซิเมนต์ไทย ของบริษัท
ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

(AN ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF KRUE CEMENT THAI JOURNAL)

อ.ที่ปรึกษา : รศ. วิภา อุดมฉันท, 99 หน้า. ISBN 974-631-84-2


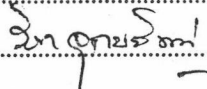
การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิผลของวารสารเครือซิเมนต์ไทย ศึกษาพัฒนา
การด้านรูปแบบ และเนื้อหาวารสารตลอดระยะเวลาที่จัดทำอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 10 ปี ว่ามีการ
เปลี่ยนแปลงอะไร บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า วารสารเครือซิเมนต์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงในด้านรูปแบบและลักษณะรูปเล่ม
น้อยมากมีเพียงปกหัวของชื่อวารสารเท่านั้นที่มีการเปลี่ยนแปลงจาก "วารสารสำหรับลูกค้า" เป็น
"วารสารสำหรับผู้แทนจำหน่าย" ซึ่งหมายถึง ลูกค้ารหัส 1 รหัส 4 เพื่อให้จำกัคงแกลง ที่เปลี่ยนแปลง
ในด้านเนื้อหา มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดในหน้า "ผู้จัดทำแกลง" มีการจัดวางหน้าให้ดูดีขึ้น
เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วยโครงสร้างหลักคือ ภาพประมวลเหตุการณ์ ข่าวจากเครือซิเมนต์ไทย บทความ
สัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย สถานที่ท่องเที่ยว โครงการที่เลือกใช้สินค้าของเครือซิเมนต์ไทย โฆษณาสินค้าของ
เครือซิเมนต์ไทย โครงสร้างรองประกอบด้วยบทความต่าง ๆ ซึ่งไม่มีชื่อเรื่องประจำต่อเนื่องทุกฉบับ
ส่วนใหญ่เป็นบทความด้านการตลาด สุขภาพอนามัย ความรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเครือซิเมนต์ไทย

ผลการวิจัยในด้านประสิทธิผลของวารสารพบว่า ผู้รับสารทั้ง 3 กลุ่ม คือลูกค้ารหัส 1 รหัส 4
พนักงานจัดการ มีความพึงพอใจในรูปแบบและเนื้อหาในระดับสูง และอ่านวารสารค่อนข้างสม่ำเสมอ
ลูกค้ารหัส 1 และรหัส 4 สนใจเนื้อหาที่เกี่ยวกับการตลาด สุขภาพ ความรู้ผลิตภัณฑ์บริษัทมากกว่า ขณะที่
พนักงานจัดการ สนใจเรื่องข่าวของเครือซิเมนต์ไทยและข่าวผู้บริหารมากกว่า นอกจากนี้ในด้านประโยชน์
และความรู้สึกที่ได้จากการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย ลูกค้ารหัส 1 และรหัส 4 มีความรู้สึกผูกพันใกล้ชิด
ได้รับกำลังใจและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของเครือซิเมนต์ไทย ได้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และ
ความเคลื่อนไหวในแวดวง (การค้าวัสดุก่อสร้างและความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ขององค์กร) พนักงานจัดการ
ได้รับทราบความเคลื่อนไหวขององค์กรและวงการการค้าวัสดุก่อสร้าง

การวิเคราะห์สรุปว่า วารสารเครือซิเมนต์ไทย ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง เพื่อให้ข่าวสารความรู้
ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กรและผู้บริหาร อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า
และองค์กร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ที่จัดตั้งไว้ตั้งแต่แรกเริ่มทำวารสาร และดำเนินตามวัตถุประสงค์เดิมอย่าง
ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน

ภาควิชา สื่อสารมวลชน
สาขาวิชา สื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิติ 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

: MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: KRUE CEMENT THAI JOURNAL / AGENT CODE-1 / EFFECTIVENESS.

MANEERAT CHERNGCHAWANO : THE ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS
OF KRUE CEMENT THAI JOURNAL. THESIS ADVISOR :
ASSO. PROF. WIPA UTOMCHAN, 99 PAGES. ISBN 974-631-84-2

The objective of this research is to analyze and study the effectiveness of Krue Cement Thai Journal in order to find out the development and changes of its style and content over the past 10 years, and whether the journal has achieved its objectives.

The research has shown that Krue Cement Thai Journal has been changed very little in design and layout. Only sub-heading has been changed from customer journal to agent journal, which refers to code-1 and code-4 agents. This has been done to reduce the size of receivers. There has been a clear changing in journal contents. The most obvious change of contents is in editor section. The layout has been improved significantly. The main contents cover pictorial news, news from Siam Cement Company, agents, interview columns, tourism, dealers of Siam Cement products, and the advertisements of Siam Cement products. Regular contents comprise of different articles. Most of them are concerned about marketing health, and new products.

To conclude all three groups of message receivers : code-1 agents, code-4 agents, and managerial staff, have been very satisfied with the design and the content of the journal. They read the journal quite regularly code-1 and code-4 agents are very interested in marketing, health issues, and product knowledge, whereas managerial staff are more interested in news from Siam Cement and company executives profiles. Besides, the journal has made those staff feel like they are parts of the company. For those of agents (code-1 and code-4); the journal has built and enhanced the morale and relationship between Siam Cement Company and agents nationwide. The journal keeps them informed of all current situation concerning construction materials, the industry and changes within the organization.

Analysis summary : Krue Cement Thai Journal has played a major role as a medium in providing news and information concerning the organization and its staff and clientele. Moreover, it creates and enhances the relationship between agents and the organization, which is the main goal and objective to which the issuer has been pursuing from beginning to present.

ภาควิชา MASS COMMUNICATION

สาขาวิชา MASS COMMUNICATION

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้สัมภาษณ์ คุณ ธนิต ศิริธร ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาประกอบการทำวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือตลอดมาจากพนักงานทุกระดับจัดการและปฏิบัติการในเครือซิเมนต์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์วิภา อุดมฉันทน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลา เคี่ยวเข็ญให้ผู้วิจัยทำงานจนสำเร็จ และอาจารย์ท่านอื่นที่ได้ช่วยแนะนำตลอดมา รวมทั้งพี่ และน้องร่วมงานที่สละเวลาให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีระหว่างที่จัดทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จเรียบร้อย

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของบุคคลดังกล่าว และบุคคลที่มีได้เอ่ยนามในกิตติกรรมประกาศนี้ จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณ มาไว้ ณ ที่นี้ด้วย

มณิรัตน์ เชิงชวโน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฉ
บทที่	

1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	11
ข้อตกลงเบื้องต้น	12
นิยามศัพท์	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
2. ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
3. ระเบียบวิธีวิจัย	23
4. พัฒนาการของวารสารเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไทย	28
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	42
6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	74

รายการอ้างอิง	79
ภาคผนวก	
ก.....	81
ข.....	86
ค.....	91
ง.....	96
ประวัติผู้เขียน	99

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงคำร้อยละเกี่ยวกับความสม่ำเสมอในการได้รับวารสารเครือซิเมนต์ไทย	45
2. แสดงคำร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านของลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	46
3. แสดงคำร้อยละเกี่ยวกับขนาด รูปเล่ม ลักษณะปก และความต้องการให้จัดทำวารสารเครือซิเมนต์ไทยของลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	48
4.1 แสดงคำร้อยละของระดับความสนใจที่ลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 มีต่อบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	51
4.2 แสดงคำร้อยละของระดับความสนใจ ที่ลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 4 มีต่อบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	52
4.3 แสดงคำร้อยละของระดับความสนใจ ที่พนักงานระดับจัดการ มีต่อบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	53
5. แสดงคำร้อยละของบทความที่ลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ สนใจอ่านมากที่สุด ในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	55
6. แสดงคำร้อยละของบทความที่ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านน้อยที่สุดในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	61
7.1 แสดงคำร้อยละของปริมาณเนื้อหา ที่ลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 มีต่อบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	67

7.2 แสดงคำร้อยละของปริมาณเนื้อหา ที่ถูกคำผู้แทนจำหน่ายรหัส 4 มีต่อบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	77
7.3 แสดงคำร้อยละของปริมาณเนื้อหา ที่พนักงานระดับจัดการ มีต่อบทความในวารสารเครือซิเมนต์ไทย	78
8.1 แสดงคำร้อยละของความรู้สึกหรือประ โยชน์ ที่ถูกคำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 ได้จากการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย	79
8.2 แสดงคำร้อยละของความรู้สึกหรือประ โยชน์ ที่ถูกคำผู้แทนจำหน่ายรหัส 4 ได้จากการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย	81
8.3 แสดงคำร้อยละของความรู้สึกหรือประ โยชน์ ที่พนักงานระดับจัดการ ได้จากการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย	82

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1. แสดงระดับอายุ ของลูกค้ำผู้แทนจำหน่าย รหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	50
2. แสดงระดับการศึกษา ของลูกค้ำผู้แทนจำหน่าย รหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	50
3. แสดงความสม่ำเสมอในการได้รับวารสารเครือซิเมนต์ไทย ของลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	53
4. แสดงพฤติกรรมการอ่านวารสารเครือซิเมนต์ไทย ของลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	53
5. แสดงความชอบในเรื่องขนาด รูปเล่ม ลักษณะปก ของลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	57
6. แสดงความต้องการให้จัดทำวารสารเครือซิเมนต์ไทย ของลูกค้ำผู้แทนจำหน่ายรหัส 1 รหัส 4 และพนักงานระดับจัดการ	57
7. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความสัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่ายมากที่สุด	65
8. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านข่าวผู้บริหาร หรือองค์กรของเครือซิเมนต์ไทย ข่าวจากส่วนภาค มากที่สุด	65
9. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านข่าวผู้แทนจำหน่าย มากที่สุด	66
10. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความการให้ความรู้เรื่องการตลาด สุขภาพ สารบันเทิง มากที่สุด	66

11. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความแนะนำผลิตภัณฑ์/โฆษณาของ เครื่องพิมพ์ไทย มากที่สุด	67
12. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความ ตกแต่งหน้าร้าน มากที่สุด	67
13. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความท่องเที่ยว มากที่สุด	68
14. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความลูกค้าชวนชิม มากที่สุด	68
15. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความสัมภาษณ์ผู้แทนจำหน่าย น้อยที่สุด	71
16. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านข่าวผู้บริหาร หรือองค์กรของเครื่องพิมพ์ ไทย ข่าวจากส่วนภาค น้อยที่สุด	71
17. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านข่าวผู้แทนจำหน่าย น้อยที่สุด	72
18. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความการให้ความรู้เรื่องการตลาด สุขภาพ สารระบับเทิง น้อยที่สุด	72
19. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความแนะนำผลิตภัณฑ์/โฆษณาของ เครื่องพิมพ์ไทย น้อยที่สุด	73
20. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความ ตกแต่งหน้าร้าน น้อยที่สุด	73
21. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความท่องเที่ยว น้อยที่สุด	74
22. แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจอ่านบทความลูกค้าชวนชิม น้อยที่สุด	74