



การประชาสัมพันธ์ของเครื่องเมนต์ไทย

นางสาวกิตติมา กมลพันธฤกษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ.2538

ISBN 974-631-330-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๕1๖๖๙๘๗๒1

**PUBLIC RELATIONS OF THE SIAM CEMENT GROUP**

**Miss Kittima Kamolphantaleuk**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master of Arts**

**Department of Public Relations**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

**1995**

**ISBN 974-631-330-4**



หัวข้อวิทยานิพนธ์  
โดย  
ภาควิชา  
อาจารย์ที่ปรึกษา

การประชุมสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย  
นางสาวกิตติมา กมลพันธฤกษ์  
การประชุมสัมพันธ์  
รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัติ บุญลือ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

----- คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
( รองศาสตราจารย์ ดร. สันติ อุสุวรรณ )

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

----- ประธานกรรมการ  
( รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ )

----- อาจารย์ที่ปรึกษา  
( รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัติ บุญลือ )

----- กรรมการ  
( ดร. ม.ล. วิภูราธร จิรประวัตติ )

----- กรรมการ  
( นายธนิต ศิริธร )

กิตติมา กมลพันธุ์ : การประชาสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย (PUBLIC RELATIONS OF THE SIAM CEMENT GROUP) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ธนวดี บุญสี, 141 หน้า.  
ISBN 974-631-330-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. สสำรวจความรู้และทัศนคติของกลุ่มอาจารย์และนักศึกษา  
สาขานิเทศศาสตร์ เจ้าหน้าที่ของเครือซิเมนต์ไทย และชุมชนรอบโรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง จังหวัด  
สระบุรี ที่มีต่อเครือซิเมนต์ไทย 2. วิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านชุมชน  
สัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทยที่มีต่อชุมชนรอบโรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง จังหวัดสระบุรี ในปี 2537

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาเป็นอาจารย์ 65 คน นักศึกษา 130 คน จากมหาวิทยาลัยที่เปิดสอน  
คณะนิเทศศาสตร์ เจ้าหน้าที่เครือซิเมนต์ไทย 150 คน และประชาชนรอบโรงงานปูนซิเมนต์ท่าหลวง  
150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

#### ผลการวิจัยมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างทางสาขานิเทศศาสตร์ ได้แก่ อาจารย์และนักศึกษา มีความรู้เกี่ยวกับ  
เครือซิเมนต์ไทยในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการบริหารงาน, คุณภาพสินค้า และการใช้เทคโนโลยี  
ที่ทันสมัยของเครือซิเมนต์ไทย
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ของเครือซิเมนต์ไทย มีความรู้เกี่ยวกับองค์กรของตนเป็นอย่างดี มีทัศนคติ  
ที่ดีต่อกิจการต่าง ๆ ของหน่วยงาน และถึงพอใจในการให้ความสำคัญกับบุคลากร
3. กลุ่มประชาชนรอบโรงงานมีความรู้เกี่ยวกับเครือซิเมนต์ไทยในระดับปานกลาง มีทัศนคติ  
ที่ดีต่อสถาบัน เนื่องจากประชาชนและสถาบันต้องพึ่งพากัน ทำให้ประชาชนเชื่อถือศรัทธาและไว้วางใจ  
ในสินค้าและบริการ
4. ภาพลักษณ์เชิงลบที่เครือซิเมนต์ไทยต้องนำมาพิจารณาแก้ไข หรือให้ข่าวสารมากขึ้น ได้แก่  
การทำลายสิ่งแวดล้อม ความล่าช้าในระบบการบริหาร
5. ภาพลักษณ์เชิงบวกที่เครือซิเมนต์ไทยควรธำรงรักษาไว้สืบไป คือ ความมั่นคงของหน่วยงาน  
ความมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม, คุณภาพของสินค้าและบริการ, การบำเพ็ญสาธารณ  
ประโยชน์ และประสิทธิภาพของการบริหารงาน
6. ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านชุมชนสัมพันธ์ของเครือซิเมนต์ไทย ในปี 2537  
ประสบความสำเร็จค่อนข้างมากทั้งในแง่ความรู้เกี่ยวกับองค์กร และภาพลักษณ์ของเครือซิเมนต์ไทยใน  
สายตาของชุมชนรอบโรงงาน อันเป็นผลจากการที่เครือซิเมนต์ไทยได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์  
โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนสัมพันธ์ในบริเวณรอบ ๆ ที่ตั้งของโรงงาน

ภาควิชา .....มวลประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา .....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา ..... 2537 .....

ลายมือชื่อนิติ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## C650926 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: PUBLIC RELATIONS/THE SIAM CEMENT GROUP

KITTIMA KAMOLPHANTALEUK : PUBLIC RELATIONS OF THE SIAM CEMENT GROUP.

THESIS ADVISOR : ASSOC PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph.D. 141 PP.

ISBN 974-631-330-4

The objectives of this study were to examine the knowledge, attitude and image of the Siam Cement Group and to assess the effectiveness of conducting community relations. A total of 495 samples were categorized into three target groups:

1. the company employees (150)
2. community members (150)
3. communication arts students (130) and communication faculty staff (65)

Finding:

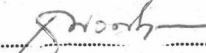
1. Faculty staff and students of Communication Arts had moderate knowledge but good attitude towards the company profiles.
2. The employees of the Siam Cement Group had good knowledge and attitude towards the company business, administrations, technology and product quality.
3. The members of surrounding communities had moderate knowledge but good attitude towards the company business, technology and product quality.
4. The negative images which the company should repair or get rid of were the generator of environmental problem, and the bureaucracy of the company administration system.
5. The positive images which the company should maintain were company stability, social responsibility and company ethical conduct, quality of products and services, public welfare and efficiency of company administration.
6. The success of the overall corporate image building of the Siam Cement Group was fairly high in 1995 as a result of public relations especially community relations around the company' factory.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา..... 2537.....

ลายมือชื่อนิติ..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ โดยการให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือ และความเมตตาจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ที่มีพระคุณสูงสุด ที่ให้การอบรมสั่งสอนจนมีชีวิตเติบโตใหญ่ คุณแม่ผู้คอยห่วงใย ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านเสมอมา รวมทั้งขอบพระคุณคุณน้า น้องสาวทั้งสองคน รวมทั้งพี่ชายคุณจารุบุตรและคุณสถาพร ที่ให้กำลังใจและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำและเสียสละเวลาในการจัดกลางวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้

ขอขอบพระคุณ คุณธนิต ศิริธร ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ คุณสมนึก สืบสุนทร หัวหน้าแผนกชุมชนสัมพันธ์ คุณสรารุณี ห้วยเรไร นักประชาสัมพันธ์-รัฐสัมพันธ์ สำนักงานประชาสัมพันธ์เครือซิเมนต์ไทย ซึ่งมีส่วนอย่างมากในการให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำต่างๆ ด้วยความเมตตาแก่ผู้เขียนตลอดเวลา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด โดยเฉพาะคุณภคณีย์ ชาญวิชัย เพื่อนที่คอยให้กำลังใจและเสียสละเวลาของความสุขมาช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

กิตติมา กมลพันธฤกษ์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1	
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	10
ขอบเขตการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2	
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนสัมพันธ์.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
3	
ระเบียบวิธีวิจัย.....	34
แหล่งที่มาของข้อมูล.....	34
บุคคลที่เป็นเป้าหมายในการให้ข้อมูล.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย.....	39
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	41
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความรู้และทัศนคติของกลุ่มคนทางสาขา นิเทศศาสตร์ ที่มีต่อเครือข่ายซิเมนต์ไทย.....	42
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความรู้และทัศนคติของเจ้าหน้าที่เครือข่าย ซิเมนต์ไทย ที่มีต่อเครือข่ายซิเมนต์ไทย.....	45
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความรู้และทัศนคติของชุมชนรอบโรงงาน ที่มีต่อเครือข่ายซิเมนต์ไทย.....	48
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่มที่มีต่อเครือข่ายซิเมนต์ไทย.....	50
ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านชุมชนสัมพันธ์ของเครือข่ายซิเมนต์ไทย.....	51
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	52
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	52
ข้อเสนอแนะเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	68
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	69
รายการอ้างอิง.....	70
ภาคผนวก.....	72
ประวัติผู้เขียน.....	141



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	73
2	แสดงจำนวนและร้อยละของอาจารย์และนักศึกษาและเจ้าหน้าที่ ของเครือซิเมนต์ไทยจำแนกตามพื้นความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์.....	73
3	แสดงจำนวนและร้อยละของอาจารย์และนักศึกษาและเจ้าหน้าที่ของ เครือซิเมนต์ไทยจำแนกตามแหล่งที่มาของความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์.....	74
4	แสดงจำนวนและร้อยละของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพ มหานคร จำแนกตามอายุ.....	75
5	แสดงจำนวนและร้อยละของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	76
6	แสดงจำนวนและร้อยละของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน.....	76
7	แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่เครือซิเมนต์ไทยจำแนกตามอายุ.....	77
8	แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่เครือซิเมนต์ไทยจำแนกตามระดับการศึกษา...	77
9	แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่เครือซิเมนต์ไทยจำแนกตามตำแหน่งงาน.....	78
10	แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่เครือซิเมนต์ไทยจำแนกตามประสบการณ์ การทำงาน.....	78
11	แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนรอบโรงงานจำแนกตามอายุ.....	79
12	แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนรอบโรงงานจำแนกตามระดับการศึกษา.....	79
13	แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนรอบโรงงานจำแนกตามอาชีพ.....	80
14	แสดงระดับของความรู้จักเครือซิเมนต์ไทยของกลุ่มอาจารย์และนักศึกษา.....	80
15	แสดงสินค้าของเครือซิเมนต์ไทยที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่ามี.....	81
16	แสดงทัศนคติที่มีต่อประสิทธิภาพในการบริหารงาน.....	81
17	แสดงทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย.....	82
18	แสดงทัศนคติที่มีต่อคุณภาพสินค้า.....	82
19	แสดงทัศนคติที่มีต่อความยุติธรรมของราคาสินค้า.....	83
20	แสดงทัศนคติที่มีต่อจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	แสดงทัศนคติที่มีต่อการให้บริการ.....	84
22	แสดงความรู้ที่มีต่อเครือซิเมนต์ไทยว่าเป็นกลุ่มบริษัทเอกชนของคนไทย.....	84
23	แสดงกิจกรรมของเครือซิเมนต์ไทยที่ระบุว่ารู้จัก.....	85
24	แสดงทัศนคติที่มีต่อโครงการกีฬาเยาวชน.....	86
25	แสดงทัศนคติที่มีต่อโครงการอาสาพัฒนา.....	86
26	แสดงทัศนคติที่มีต่อโครงการฝึกอาชีพราษฎร ในถิ่นทุรกันดาร.....	87
27	แสดงการเปรียบเทียบตำแหน่งงานกับระดับของความรู้จักเครือซิเมนต์ไทย.....	88
28	แสดงการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับประเภทของสินค้าในกลุ่มปูนซิเมนต์ ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา.....	88
29	แสดงการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับประเภทของสินค้าในกลุ่มวัสดุก่อสร้าง ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา.....	89
30	แสดงการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับประเภทของสินค้าในกลุ่มวัสดุตกแต่ง ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา.....	89
31	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ในการบริหารงาน.....	90
32	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย.....	91
33	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพ ของสินค้า.....	92
34	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับความยุติธรรม ของราคา.....	92
35	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับจรรยาบรรณ ในการดำเนินธุรกิจ.....	93
36	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ของการให้บริการ.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
37	แสดงการเปรียบเทียบความรู้ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ว่าเครื่องซีเมนต์ไทย เป็นกลุ่มบริษัทเอกชนของคนไทย.....	94
38	แสดงความพึงพอใจที่จะทำงานกับเครื่องซีเมนต์ไทย.....	95
39	แสดงปัจจัยสำคัญที่ทำให้รักงานที่เครื่องซีเมนต์ไทย.....	96
40	แสดงความมุ่งหวังที่จะได้รับจากเครื่องซีเมนต์ไทย.....	97
41	แสดงชนิดของสินค้าที่เป็นที่รู้จักของบุคลากร.....	97
42	แสดงการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานหรือหน้าที่ความรับผิดชอบ...	98
43	แสดงการติดต่อสื่อสารกันโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้บริหาร.....	98
44	แสดงความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันของทุกหน่วยงาน.....	99
45	แสดงความสม่ำเสมอในการประชุมระหว่างผู้บริหารและเจ้าหน้าที่.....	99
46	แสดงความพยายามของผู้บริหารที่จะแก้ปัญหาในหน่วยงานและสื่อสารให้ทราบ..	100
47	แสดงประสิทธิภาพของผู้บริหารในการสื่อสารจากบนลงล่าง.....	100
48	แสดงการสำรวจความต้องการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่.....	101
49	แสดงการส่งเสริมคุณธรรมและความรับผิดชอบจากผู้บริหาร.....	101
50	แสดงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของเครื่องซีเมนต์ไทย.....	102
51	แสดงความรู้เกี่ยวกับทัศนคติของบุคลากรในเครื่องซีเมนต์ไทยจากผู้บริหาร.....	102
52	แสดงการถ่ายทอดความต้องการของฝ่ายบริหารสู่บุคลากร.....	103
53	แสดงการสำรวจ- ติดตามงาน ปฏิกริยา หรือทัศนคติของเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในกำกับดูแลของตน.....	103
54	แสดงการสนับสนุนโอกาสในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของตน.....	104
55	แสดงความพยายามที่จะสนองความต้องการของเจ้าหน้าที่จากฝ่ายบริหาร.....	104
56	แสดงความรู้ว่าเครื่องซีเมนต์ไทยเป็นกลุ่มบริษัทประเภทใด.....	105
57	แสดงถึงบริษัทในเครื่องซีเมนต์ไทยที่ประชาชนรอบ โรงงานระบุนว่ารู้จัก.....	105
58	แสดงชนิดของสินค้าที่ประชาชนรอบ โรงงานระบุนว่ารู้จัก.....	106
59	แสดงชนิดของสินค้าที่ประชาชนรอบ โรงงานระบุนว่าเคยใช้.....	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
60	แสดงทัศนคติที่มีต่อราคาสินค้าในกลุ่มปูนซิเมนต์,วัสดุก่อสร้าง,วัสดุตกแต่งที่รู้จักหรือเคยใช้.....	107
61	แสดงทัศนคติที่มีต่อคุณภาพสินค้าในกลุ่มปูนซิเมนต์,วัสดุก่อสร้าง,วัสดุตกแต่งที่รู้จักหรือเคยใช้.....	107
62	แสดงทัศนคติที่มีต่อการบริการสินค้าในกลุ่มปูนซิเมนต์,วัสดุก่อสร้าง,วัสดุตกแต่งที่รู้จักหรือเคยใช้.....	108
63	แสดงทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการขายสินค้าในกลุ่มปูนซิเมนต์,วัสดุก่อสร้าง, และวัสดุตกแต่งที่รู้จักหรือเคยใช้.....	108
64	แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนรอบโรงงานจำแนกตามผลกระทบที่โรงงานปูนซิเมนต์มีต่อชุมชน.....	109
65	แสดงรายละเอียดความช่วยเหลือที่ชุมชนได้รับจากเครื่องซิเมนต์ไทย.....	110
66	แสดงความพึงพอใจในความช่วยเหลือที่ได้รับ.....	110
67	แสดงความต้องการอื่น ๆ นอกเหนือจากที่เครื่องซิเมนต์ไทยได้จัดให้ไปแล้ว.....	111
68	แสดงการเปรียบเทียบเพศกับความรูู้สึกว่าเครื่องซิเมนต์ไทยเป็นกลุ่มบริษัทประเภทใด.....	112
69	แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษากับความรูู้ว่าเครื่องซิเมนต์ไทยเป็นกลุ่มบริษัทประเภทใด.....	113
70	แสดงการเปรียบเทียบความรู้สึกทางบวกกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือกลุ่มอาจารย์และนักศึกษา,กลุ่มเจ้าหน้าที่เครื่องซิเมนต์ไทย,กลุ่มชุมชนรอบโรงงาน.....	114
71	แสดงการเปรียบเทียบความรู้สึกทางลบกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือกลุ่มอาจารย์และนักศึกษา,กลุ่มเจ้าหน้าที่เครื่องซิเมนต์ไทย,กลุ่มชุมชนรอบโรงงาน.....	115
72	แสดงการเปรียบเทียบความรู้ของอาจารย์และนักศึกษา กับเจ้าหน้าที่เครื่องซิเมนต์ไทย เกี่ยวกับการทำประโยชน์ให้สังคมของเครื่องซิเมนต์ไทย.....	116

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
73	แสดงการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ของกลุ่มอาจารย์/นักศึกษา และเจ้าหน้าที่ของเครือซิเมนต์ไทย.....	117
74	แสดงลักษณะกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีประโยชน์.....	118
75	แสดงการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างชุมชนรอบ โรงงาน.....	118
76	แสดงการได้รับข่าวสารการเข้าร่วมกิจกรรมของเครือซิเมนต์ไทย.....	119
77	แสดงสื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการรับข่าวสารทั่วไป.....	120