

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางกระแสสังคมธุรกิจยุคปัจจุบันที่สภาวะการแข่งขันยังคงทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในทุกขณะ ธุรกิจแต่ละประเภท ทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ ต่างหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป โดยมีการสร้างภาพลักษณ์ให้มีความโดดเด่น เกิดเป็นความประทับใจกับบุคคลภายนอกและภายในองค์กร ทั้งในด้านบวกและด้านลบ พร้อม ๆ กัน ภาพรวมดังกล่าวสามารถปรับเปลี่ยน สร้างเสริม ให้เป็นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ตามที่ต้องการได้ ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานี้ โดยทั่วไปจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี มีความเข้าใจ เกิดการยอมรับ เกิดความเชื่อถือ และศรัทธาต่อองค์กร (เสรี วงษ์มณฑา, 2536, น. 41)

ภาพลักษณ์เป็นความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเอง เป็นความรู้เชิงอัตวิสัยซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” และ “คุณค่า” โดยบุคคลแต่ละคนจะสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย ซึ่งเป็นที่รวบรวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เพราะเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถี่ถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ที่คลุมเครือไม่ชัดเจน ทำให้ตีความหมายหรือให้ความหมายกับสิ่งนั้น ๆ ด้วยตนเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้เองที่ประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลกและพฤติกรรมของเรานั้นขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่มีอยู่ในสมองของเรานั้นเอง

ภาพลักษณ์ของบริษัทมีผลดีต่อธุรกิจ กล่าวคือ ช่วยให้ประชาชนเกิดความน่าเชื่อถือและยอมรับในบริษัทและสินค้าของบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน และกำลังจะผลิตต่อไปในอนาคตช่วยให้ประชาชนอยากเข้ามาร่วมเป็นสมาชิกของบริษัท หรือเข้ามาร่วมทำงานด้วย ช่วยดึงดูดใจให้บรรดาผู้ลงทุนอยากเข้ามาร่วมลงทุนด้วย ช่วยให้ชุมชนในละแวกใกล้เคียงมีความเลื่อมใสศรัทธา และให้ความร่วมมือสนับสนุนแก่บริษัท ช่วยเอื้ออำนวยความคล่องตัวต่อการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัทเพราะบริษัทมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่เชื่อถือแก่คนทั่วไป

การสร้างภาพลักษณ์นั้นต้องอาศัยเวลา และการรักษาภาพลักษณ์เป็นเรื่องสลับซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคล องค์กร สถานที่ หรือสถาบัน เป็นสิ่งที่ยากและละเอียดอ่อนมาก ดังนั้น

ภาพลักษณ์ที่ดูอย่างถาวรนั้นคือ ภาพลักษณ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง มิใช่ภาพลักษณ์แบบชั่วคราว

นิตยสาร เป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง ที่บุคคลโดยทั่วไป ใช้เป็นแหล่งแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง ในปัจจุบันวงการนิตยสารเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น นิตยสารแต่ละฉบับจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความทันสมัยอยู่เสมอ เมื่อสังคมของผู้อ่านเปลี่ยนไปในทิศทางใด แนวโน้มในการจัดทำนิตยสารมักเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่คอยสนับสนุนของผู้อ่านเป็นสำคัญ เนื่องจากการที่นิตยสารจะอยู่ได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความสนับสนุนของผู้อ่านเป็นสำคัญ

นิตยสารนั้นเป็นสื่อหนึ่งที่มีภาพลักษณ์ เป็นลักษณะของภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Product / Service Image) ซึ่งคือภาพที่เกิดขึ้นในใจของคนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัท หรือไม่ว่าจะเป็น ภาพลักษณ์ที่มีต่อตราสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) หรือเครื่องหมายการค้าใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง (Logo) ซึ่งคือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าใดสินค้าหนึ่ง กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารจะมีภาพในใจต่อนิตยสารใดนิตยสารหนึ่ง หรือเกิดความชื่นชอบ เชื่อมมั่น และเกิดความจงรักภักดีต่อยี่ห้อ (Logo) ของนิตยสารใดนิตยสารหนึ่ง

บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2540 เดิมชื่อ บริษัท จีเอ็ม แม็ก มีเดีย จำกัด เป็นการโอนธุรกิจมาจาก บริษัท จีเอ็ม เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งก่อตั้งเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2528 โดยความร่วมมือของคุณปกรณ์ พงศ์วรภา และคุณณิพรธนกกุลประสูต มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจการผลิตนิตยสารเพื่อจำหน่าย โดยเริ่มด้วยการผลิตนิตยสารภายใต้ชื่อ “จีเอ็ม” (GM) ในปี 2528 ซึ่งเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชายหนุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) ที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังมีนิตยสารอื่น ๆ ภายใต้การบริหารงานของบริษัท เกิดขึ้นตามลำดับดังนี้

พ.ศ. 2528 GM

พ.ศ. 2531 Home & Decor

พ.ศ. 2538 GM CAR, GM WATCH

พ.ศ. 2539 GM 2000

พ.ศ. 2547 GM PLUS

พ.ศ. 2548 Mother & Care, Woman Plus

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) มีนิตยสารในเครือทั้งหมดรวมทั้งสิ้น 8 ฉบับ โดยนิตยสารแต่ละฉบับนอกจากจะจำหน่ายในลักษณะประจำแล้ว ยังมีการออกฉบับพิเศษอีกด้วย นอกจากนี้บริษัทยังได้รับความไว้วางใจจากหน่วยงานราชการ และบริษัท

ต่าง ๆ ให้ทำการจัดพิมพ์ เผยแพร่ข้อมูลในหน่วยงานนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น บริษัท อเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซีพี จำกัด บริษัท เค เอ็ม ซี อินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด การนิคมอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

จากความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กรในด้านการบริหารหรือการจัดการของบริษัทแห่งนี้ที่สามารถผลิตนิตยสารหลากหลายประเภทและเป็นนิตยสารที่มีส่วนแบ่งตลาดในระดับต้น ๆ ซึ่งภาพลักษณ์ หรือ ยี่ห้อของ “จีเอ็ม” สามารถขายได้และยังคงได้รับความนิยมอย่างสม่ำเสมอ โดยเริ่มจากนิตยสารผู้ชาย ขยายกลุ่มไปยังผู้อ่านเฉพาะกลุ่มอื่น ๆ เช่น จีเอ็มวอช จีเอ็มคาร์ จีเอ็ม 2000 ฯลฯ โดยมีชื่อหรือยี่ห้อของ “จีเอ็ม” เป็นตัวนำ เสมือนเป็นการยืนยันว่านิตยสารทั้งหลายในเครือบริษัทนั้นมีคุณภาพและคุณค่าคู่ควรต่อการติดตาม ดังนั้นจึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้อ่านนิตยสารในเครือทั้ง 8 ฉบับ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์นิตยสารประเภทต่าง ๆ ให้มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้อ่าน และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทต่อไปในอนาคต

### ปัญหานำการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus เป็นอย่างไร
2. การเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus เป็นอย่างไร
3. ความพึงพอใจของผู้อ่านที่มีต่อนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus เป็นอย่างไร
4. ภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้อ่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus เป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus
2. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้อ่านที่มีต่อนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus
4. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้อ่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านนิตยสารในเครือบริษัท บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านนิตยสารในเครือบริษัท บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจของผู้อ่านนิตยสารในเครือบริษัท บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้อ่านนิตยสารในเครือบริษัทบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)

### ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus โดยมีขอบเขตการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ฉบับใดฉบับหนึ่งหรือหลายฉบับ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยทำการศึกษากับผู้่านนิตยสารดังกล่าวจำนวนละ 50 คนต่อหนึ่งฉบับ รวมทั้งสิ้น 400 คน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันของผู้่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus ที่มีผลต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อทราบถึงการเปิดรับข่าวสารของผู้่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus ที่มีผลต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อทราบความพึงพอใจของผู้่านที่มีต่อนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus ที่มีผลต่อภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อทราบถึงภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้่านนิตยสารในเครือ อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus

## คำนิยามศัพท์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ผู้อ่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus ฉบับใดฉบับหนึ่งหรือหลายฉบับที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การเคยอ่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ลักษณะการอ่าน ระยะเวลาในการติดตามอ่าน การได้มาซึ่งนิตยสาร อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกที่ได้รับการสนองตอบตามความต้องการของผู้่านนิตยสารในองค์ประกอบต่าง ๆ ของนิตยสารทั้งด้านรูปเล่ม และเนื้อหาที่ปรากฏในคอลัมน์ต่าง ๆ ของนิตยสาร อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยภาพในใจนั้นอาจเกิดมาจากการรับรู้ผ่านประสบการณ์ทางตรง และทางอ้อม ที่บุคคลนั้นได้ไปประสบมาแล้ว เกิดขึ้นเป็นความประทับใจต่อสิ่ง ๆ นั้น ซึ่งอาจเป็นความประทับใจที่ดี หรือไม่ดีต่อสิ่ง ๆ นั้นก็ได้

ภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus อาทิ ด้านองค์กร ด้านการบริหาร ด้านผู้บริหาร ด้านผลิตภัณฑ์ (นิตยสาร) และด้านเทคโนโลยี

นิตยสาร หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่ออกตามเวลาที่กำหนดเป็นรายคาบ ซึ่งตีพิมพ์บทความ นวนิยาย คำประพันธ์ ข่าวสาร ความบันเทิง และภาพต่าง ๆ เพื่อผู้อ่านซึ่งเป็นสาธารณชนทั่วไป ทั้งนี้อาจจะมุ่งกลุ่มผู้อ่านที่มีความสนใจเป็นพิเศษเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง หรือมุ่งเฉพาะกลุ่มผู้อ่านวัยใดวัยหนึ่ง เพศใดเพศหนึ่ง

นิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ นิตยสาร GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus

นิตยสาร GM หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้ชาย นำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในทุก ๆ ด้านของผู้ชาย และสิ่งที่เป็นประโยชน์ที่ผู้ชายต้องรู้ เพื่อให้สามารถปรับตนเองให้ทันสมัยใหม่ได้ดีอยู่เสมอ

นิตยสาร GM Plus หมายถึง นิตยสารสำหรับคนหนุ่มรุ่นใหม่ นำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนหนุ่มรุ่นใหม่ และเรื่องที่เป็นกระแสในสังคมปัจจุบัน

นิตยสาร GM Car หมายถึง นิตยสารเกี่ยวกับรถ นำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงการผลิต และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้รถ

นิตยสาร GM Watch หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้ชื่นชอบนาฬิกา นำเสนอเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในแวดวงนาฬิกา

นิตยสาร GM 2000 หมายถึง นิตยสารเกี่ยวกับเครื่องเสียง นำเสนอเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ของเครื่องเสียง

นิตยสาร Home & Décor หมายถึง นิตยสารเกี่ยวกับบ้านและที่อยู่อาศัย นำเสนอความทันสมัยของที่อยู่อาศัยของคนรุ่นใหม่

นิตยสาร Mother & Car หมายถึง นิตยสารสำหรับคุณแม่รุ่นใหม่ นำเสนอข้อมูลข่าวสาร รวมถึงเคล็ดลับและเทคนิคในการดูแลลูกและตัวเองอย่างถูกวิธี

นิตยสาร Woman Plus หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่ นำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่