

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 มีความแตกต่างไปจากแผนที่ผ่านมา คือ มีการกระจายการจัดทำแผนจากระดับบนสู่ระดับล่างมากขึ้น (Bottom up) โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนจากทุกสาขาอาชีพ (Participatory Approach) ได้เข้ามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนฯ และเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบ มีความเข้าใจในทิศทางนโยบายการพัฒนาประเทศ และเต็มใจให้ความร่วมมือที่จะเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาให้มากที่สุด

การจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ตามแนวคิดใหม่ คงสำเร็จไม่ได้หากทำโดยหน่วยงานราชการเพียงลำพัง และคงจะไม่สามารถเผยแพร่ให้ประชาชนทุกฝ่ายได้รับรู้ ให้ความสนใจและเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ได้ ถ้าไม่มีสื่อมวลชนช่วยถ่ายทอดข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับแผนฯ และไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนทุกสาขาอาชีพให้ความสนใจ ทำความเข้าใจ และเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนา

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ เพศ ประเภทกิจการ และขนาดของกิจการ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนกับความรู้เกี่ยวกับแผนฯ และการเข้ามีส่วนร่วม และความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับแผนฯ กับการเข้ามีส่วนร่วมในแผนฯ

วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ จากธุรกิจ 5 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรม คำส่งและคำปลีก บริการ คมนาคมและขนส่ง และธนาคารและประกันภัย โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (Accidental sampling) ให้ได้จำนวนตัวอย่างตามประเภทธุรกิจละ 50 คน รวมจำนวนตัวอย่าง 250 คน จากธุรกิจ 5 ประเภท

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way Analysis of Variance: ANOVA) หาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีการของ Pearson's Product Moment Coefficient และทดสอบความแตกต่างโดย t-test และ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 250 คน เป็นนักธุรกิจในกรุงเทพมหานครจากธุรกิจ 5 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรม คำส่งและคำปลีก บริการ คมนาคมขนส่ง และ ธนาคารและประกันภัย ประเภทละ 50 คน ซึ่งมีตำแหน่งตั้งแต่ระดับหัวหน้าขึ้นไป เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่สมรสแล้ว ช่วงอายุที่มากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างคือ ตั้งแต่ 31-40 การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และขนาดของกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดใหญ่

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำทุกวันมากกว่าสื่ออื่น ๆ คือ ร้อยละ 84 รองลงมา ได้แก่ สื่อวิทยุ ร้อยละ 76 และสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 72 ตามลำดับ และประเภทเนื้อหาที่สนใจเปิดรับจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์มากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

การเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่ออื่น ๆ ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนแตกต่างกันตามประเภทธุรกิจ และขนาดของกิจการ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่ประเภทธุรกิจและขนาดของกิจการแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่กลับพบว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เพศชายเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์มากกว่าเพศหญิง นอกจากนั้น ยังพบว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันในขณะที่การเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมากกว่า มีความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ มากกว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ น้อยกว่า

จากผลการวิจัยพบว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนกับความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 พบว่า มี

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.06 - 0.13$) และพบว่าการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 น้อยมาก

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมาก มีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ มากกว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ น้อยกว่า

จากผลการวิจัยพบว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนกับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.10 - 0.16$) และพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลต่อการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ มีความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมาก มีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ มากกว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ น้อยกว่า

จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนกับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 มีความสัมพันธ์ พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.16$) และการความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ไม่มีอิทธิพลต่อการเข้ามีส่วนร่วม

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8

ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทและทำหน้าที่เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ในระดับน้อยถึงปานกลาง และเสนอแนะว่าควรเผยแพร่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ในทุก ๆ สื่อ อย่างต่อเนื่องให้มากที่สุด และนำเสนอที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด นอกจากบทบาทและหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 แก่ประชาชนแล้ว สื่อมวลชนควรมีบทบาทในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 อีกด้วย

อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารธุรกิจซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด และมีตำแหน่งในระดับหัวหน้าขึ้นไปซึ่งถือเป็นระดับที่มีส่วนรับผิดชอบในการบริหารงานของกิจการในระดับสูง ดังนั้น จึงควรจะมีส่วนรับรู้ และมีความเข้าใจเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ซึ่งจำเป็นจะต้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดทิศทางนโยบายการบริหารงานของกิจการอย่างมาก

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ พบว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนเปิดรับบ่อยครั้งที่สุดได้แก่ โทรทัศน์ รองลงมาได้แก่ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ตามลำดับ แต่เมื่อจำแนกตามประเภทเนื้อหาต่าง ๆ จากทุกสื่อ พบว่าเปิดรับประเภทเศรษฐกิจมากที่สุด โดยเปิดรับจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และวิทยุตามลำดับ และเมื่อวัดความสนใจเปิดรับประเภทเนื้อหาต่าง ๆ จากทุกสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจเปิดรับประเภทเศรษฐกิจมากที่สุด โดยที่สนใจเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเปิดรับสอดคล้องกับความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจในการเปิดรับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาประเภทเศรษฐกิจ ซึ่งผลการสำรวจโดย เทียนฉาย กิระนันท์ และคณะ ในปี 2525 ที่พบว่า การเลือกใช้สื่อเพื่อรับข่าวสารของชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ยังคงนิยมใช้โทรทัศน์เป็นสื่อหลัก และยังเป็นสื่อที่มีความได้เปรียบกว่าสื่ออื่น ๆ เนื่องจากสามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงทำให้เนื้อหาน่าสนใจมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่จากการเปรียบเทียบการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อต่าง ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 จากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อ อื่น ๆ ตามลำดับ ซึ่งแม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่นำเสนอได้น่าสนใจและได้รับความสนใจเปิดรับมากที่สุด แต่เนื่องมาจากสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถนำเสนอเนื้อหาให้รายละเอียดเกี่ยวกับแผนฯ ได้มากกว่าสื่อโทรทัศน์ และที่สำคัญค่าใช้จ่ายในการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ถูกกว่าสื่อโทรทัศน์มาก แต่งบประมาณที่สภาพัฒน์ได้รับมีจำกัด

สมมติฐานที่ 1

ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ และขนาดของกิจการ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 กับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประเภทธุรกิจและขนาดของกิจการ ตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่ประเภทธุรกิจและขนาดของกิจการแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการ เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ จากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่กลับพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยที่เพศชายเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์

มากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพงศ์ ระรวยทรง (2535 : 6) ได้ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศจาก สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการ เปิดรับเนื้อหาทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทั่วไปจาก โทรทัศน์แตกต่างกัน ดังนี้

- 1) กลุ่มอุตสาหกรรม เปิดรับเนื้อหาทั่วไปมากกว่า 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มค้าส่งและค้าปลีก, กลุ่ม การคมนาคมและขนส่ง และการธนาคารและประกันภัย
- 2) กลุ่มค้าส่งและค้าปลีก เปิดรับเนื้อหาทั่วไปมากกว่ากลุ่มการธนาคารและประกันภัย
- 3) กลุ่มบริการ เปิดรับเนื้อหาทั่วไปมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการคมนาคมและขนส่ง และ กลุ่มการธนาคารและประกันภัย
- 4) กลุ่มการคมนาคมและขนส่ง เปิดรับเนื้อหาทั่วไปมากกว่ากลุ่มการธนาคารและประกันภัย

จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Blumer (1969) ได้กล่าวถึงระดับของการ ติดต่อกับสื่อมวลชนว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะ ประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทาง บุคคล ส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีใจไปทางนั้นด้วย" ซึ่งผลการวิจัยได้พบว่าประเภทกิจการเป็นตัวแปรที่ จำแนกกลุ่มให้มีความสนใจการเปิดรับเนื้อหาทั่วไปในทิศทางที่แตกต่างกันตามคำกล่าวของ Blumer แต่ พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ไม่แตกต่างกันนั้น พบว่าทุกกลุ่มมีพฤติกรรมการเปิดรับ เนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 จากทุกสื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจโดยเฉลี่ยเดือนละครั้งหรือระดับน้อย ทั้งนี้ อาจ เนื่องมาจากความสนใจ เกี่ยวกับแผนฯ 8 ของทุกกลุ่มไม่แตกต่างกัน ในขณะที่การเปิดรับเนื้อหาทั่วไปแตก ต่างกันเนื่องจากการจำแนกประเภทเนื้อหาตามความสนใจของแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนมากขึ้น โดยพิจารณาได้ จากการที่กลุ่มอุตสาหกรรมเปิดรับเนื้อหาทั่วไปมากกว่าทุกกลุ่ม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการ เปิดรับเนื้อหาทั่วไปตามความสนใจและความจำเป็นที่เกี่ยวข้องกับประเภทธุรกิจของตน และการที่กลุ่ม อุตสาหกรรมมีการเปิดรับเนื้อหาทั่วไปมากกว่าทุกกลุ่มนั้น อาจเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน เช่น รัฐบาลกำลังให้การสนับสนุนการลงทุนกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นพิเศษ มีการปรับเปลี่ยนนโยบายที่เกี่ยวข้องทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมต้องติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของตนมาก หรือเป็น ช่วงที่กลุ่มอุตสาหกรรมมีสถานภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่มีความเสี่ยงและมีการแข่งขันมาก กว่ากลุ่มอื่น ๆ เป็นต้น

จากผลการวิจัย กล่าวได้ว่า ประเภทธุรกิจเป็นตัวแปรสำคัญที่จำแนกกลุ่มให้มีพฤติกรรมการ เปิดรับเนื้อหาทั่วไปแตกต่างกัน แม้ว่าการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ จะไม่แตกต่างกันก็ตาม เนื่อง จากการศึกษาครั้งนี้มิได้ทำการสำรวจปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ ที่นำเสนอในแต่ละสื่อ ในขณะที่เนื้อหาทั่วไป ในแต่ละสื่อย่อมมีการนำเสนอต่อเนื่องเป็นปรกติอยู่แล้ว นอกจากนั้นขนาดของกิจการมิได้เป็นตัวแปรที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทั่วไปและเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ แตกต่างกันนั้น เมื่อพิจารณาจากข้อมูลกลุ่ม ตัวอย่างจำแนกตามขนาดของกิจการซึ่งจำแนกตามรายได้ของกิจการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม

กิจการขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้ข้อมูลการจำแนกกลุ่มยังไม่สามารถสนับสนุนผลการวิจัยได้ เนื่องจากลักษณะของกลุ่มมีความโน้มเอียงมากเกินไป ดังนั้น จึงยังไม่สามารถกล่าวได้ว่าตัวแปรขนาดของกิจการที่แตกต่างกันซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของกลุ่มตามแนวคิดของ โจน แอริงตัน และ ดร. สุรพงษ์ โสชนะเสถียร จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันตามสมมติฐานหรือไม่

สมมติฐานที่ 2

ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมากกว่า มีความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนา มากกว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนา น้อยกว่า

และจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 กับความรู้เกี่ยวกับแผนฯ ตามสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 จากหนังสือพิมพ์ วิทยุ และ โทรทัศน์ ต่างมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 ในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.06 - 0.13$) และพบว่า การเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 น้อยมาก ซึ่งผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานและผลการวิจัยของดารณี ถนอม ที่ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารรัฐสภาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สุภาพงษ์ ระวยทรง ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา ที่ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก และงานวิจัยของวิจิตร วราลักษณ์ เรื่องการเปิดรับข่าวสารความรู้เรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การเปิดรับข่าวสารความรู้เรื่องสิ่ง เสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติด ซึ่งผลการวิจัยทั้ง 4 ชิ้น พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัย แม้ว่าระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ กับความรู้เกี่ยวกับแผนฯ จะไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ทิศทางความสัมพันธ์ยังคงมีทิศทางในเชิงบวกหรือทิศทางเดียวกัน ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากเกณฑ์และลักษณะสำคัญสี่ประการตามผลการวิจัยของอาจารย์เสถียร เขยประทับ ได้แก่ 1) สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงประชาชน 2) สื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนต้องมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา 3) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ 4) เนื้อหานั้นต้องมีผลหรืออิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร กล่าวคือ ผู้รับสารได้รับความรู้ใหม่ที่ทันสมัย ทัศนคติที่เห็นด้วยกับการพัฒนา และปฏิบัติตามการพัฒนาในที่สุด จึงสามารถกล่าวได้ว่า การที่ระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ กับความรู้เกี่ยวกับแผนฯ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญนั้น เนื่องมาจาก

กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีการเปิดรับเนื้อหาและมีความสนใจเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ น้อย จึงทำให้ค่าความสัมพันธ์น้อยมาก หรือสื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ ในปริมาณและลักษณะการนำเสนอที่ก่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับแผนฯ น้อย ซึ่งข้อนี้ยังไม่สามารถยืนยันได้เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มิได้ทำการสำรวจปริมาณและลักษณะเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน

สมมติฐานที่ 3

ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ จากสื่อมวลชนมากกว่า มีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ มากกว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนที่เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ น้อยกว่า

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ กับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.10 - 0.16$) และพฤติกรรมกาเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเข้ามีส่วนร่วมน้อยมาก ซึ่งผลการวิจัยไม่เป็นไปตามผลการวิจัยของ บุชบา ภูสกุล (2536) ได้ศึกษา พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ และพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ในหมู่บ้านป่าไม้ได้ โดยพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมีอิทธิพลในทางบวก และงานวิจัยของ ลดาวัลย์ พอใจ ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อสามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ได้ นอกจากนี้ งานวิจัยของ สุภารักษ์ จุตระกูล ศึกษา พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยครั้งนี้แม้ว่าจะไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่ก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวารีย์ วงศ์วัฒนา ที่ศึกษา พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงสามารถกล่าวได้ว่า พฤติกรรมกาเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้ามีส่วนร่วมของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชน เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ผ่านสื่อมวลชนไม่มีปริมาณที่มากพอที่จะทำให้

ระดับการเข้ามีส่วนร่วมของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ แตกต่างกันตามพฤติกรรมในการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ ได้

สมมติฐานที่ 4

ผู้บริหารภาคธุรกิจเอกชนในกรุงเทพฯ มีความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 มากกว่า จะมีส่วนร่วมมากกว่าผู้บริหารภาคธุรกิจเอกชนที่มีความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ น้อยกว่า

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จากสื่อมวลชนกับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.16$) และความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 มีอิทธิพลต่อการเข้ามีส่วนร่วมน้อยมาก ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานและผลการวิจัยของ บุษบา ภูสกุล ที่ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนหมู่บ้านป่าไม้

แม้ว่าผลการวิจัยจะไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่ก็สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวารีย์ วงศ์วัฒนา ที่ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มี ความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงสามารถกล่าวได้ว่าระดับความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาทิศทางความสัมพันธ์พบว่าต่างมีความสัมพันธ์ในทางบวก

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครที่ประเภทธุรกิจและขนาดของกิจการแตกต่างกันนั้น พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความรู้และการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ 8 นอกจากนี้ ความรู้เกี่ยวกับแผนฯ 8 ของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ 8 เช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเกณฑ์ในการทดสอบทิศทางความสัมพันธ์ พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 กับความรู้และการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ 8 มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ($r = .16$) และความรู้เกี่ยวกับแผนฯ 8 มีความสัมพันธ์กับการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ ในทิศทางเดียวกันเช่นเดียวกัน

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหา และให้ความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 กับประชาชนน้อยมาก ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของกลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีความเห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทและทำหน้าที่เกี่ยวกับแผนฯ 8 ในระดับน้อย และมีข้อเสนอแนะว่า สื่อมวลชนทุกประเภทควรมีบทบาทในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนฯ 8 ให้ประชาชนรับรู้อย่างทั่วถึงมากที่สุด โดยควรจะนำเสนอในรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ น่าติดตาม และอย่างต่อเนื่อง และจากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ได้รับความสนใจในการเปิดรับมากที่สุด และเป็นสื่อที่มีประสิทธิผลในการนำเสนอเนื้อหาได้ดีกว่าสื่ออื่น ๆ เนื่องจากสามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้น่าสนใจกว่าสื่ออื่น ๆ จึงควรจะมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ผ่านสื่อโทรทัศน์ให้มากกว่านี้ แต่เนื่องจากงบประมาณค่าใช้จ่ายในการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่น ๆ มาก ดังนั้นจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนมีบทบาทและทำหน้าที่ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ไม่ได้มากเท่าที่ควร และโดยที่ทุกสื่อในปัจจุบันล้วนแล้วแต่เป็นสื่อที่มีการดำเนินการโดยภาคเอกชนเป็นส่วนใหญ่ โดยมีเป้าหมายทางธุรกิจเพื่อการแสวงหากำไรมากกว่าจะดำเนินการโดยรัฐอย่างเช่นในอดีต จึงเป็นการยากที่รัฐจะใช้อสื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารและพัฒนาประเทศโดยมีงบประมาณที่จำกัด ซึ่งข้อควรพิจารณาอันนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์ ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับเอกชน พบว่า ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนได้รับเงินงบประมาณในระดับที่น่าพอใจสูงกว่าภาครัฐ และภาคเอกชนมีบุคลากรทางนิเทศศาสตร์เพียงพอในระดับสูงกว่าภาครัฐ

ดังนั้น ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า รัฐควรขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้มีการเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ให้มากกว่านี้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจในการเปิดรับมากที่สุด โดยอาจสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ผ่านรายการต่าง ๆ เช่น รายการหลังข่าวซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และผ่านรายการประเภทสนทนา อย่างเช่น รายการต่างมองต่างมุมซึ่งเปิดโอกาสให้ประชาชนได้นำเสนอความคิดเห็น และเป็นเวทีวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาต่าง ๆ ในสังคม รวมทั้งการดำเนินงานของรัฐ และในขณะเดียวกันแม้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 มากกว่าสื่ออื่น ๆ แต่ก็ยังไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ 8 มากนัก ดังนั้น จึงควรปรับปรุงวิธีการนำเสนอเนื้อหาให้น่าสนใจมากกว่านี้ ไม่ใช่ส่วนที่เป็นวิชาการมากเกินไป แต่ควรเน้นส่วนที่เป็นประเด็นสำคัญที่ประชาชนทุกฝ่ายควรจะต้องทราบ แต่อย่างไรก็ตามสื่อที่สามารถเข้าถึงได้กว้างไกลทั่วทุกภูมิภาคทั้งประเทศ ได้แก่ สื่อวิทยุ ดังนั้น จึงควรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ผ่านสื่อวิทยุอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มรูปแบบการนำเสนอในรายการประเภทสนทนาและให้ประชาชนมีโอกาสนำเสนอความคิดเห็นผ่านรายการ

นอกจากนั้น ควรให้ความสำคัญกับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐองค์กรต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่ช่วยในการเผยแพร่กระจายข่าวในระดับประเภทที่เฉพาะเจาะจงได้ดี และยังมีสื่อเฉพาะกิจที่สามารถเผยแพร่ได้ในกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ดีเช่นเดียวกัน

นอกจากบทบาทและหน้าที่ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ของสื่อมวลชนดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว สื่อมวลชนยังควรมีบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ติดตามรายงานผลการปฏิบัติงานเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ของรัฐอย่างต่อเนื่อง และทำหน้าที่เสนอปัญหา ให้ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข นอกเหนือไปจากการทำหน้าที่เพียงรายงานให้ข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับแผนฯ 8 เท่านั้น

ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ สื่อมวลชนควรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาอย่างกว้างขวางเข้าถึงประชาชนทุกฝ่ายและอย่างต่อเนื่อง ดังที่จากผลการวิจัยของ เกียรติชัย พงษ์พาณิชย์ ได้สรุปว่า “การหลั่งไหลของข่าวสารในแง่ของนโยบายสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาตัวเองแล้วต่างได้พบว่า การตัดสินใจใด ๆ นั้น จะต้องให้แพร่กระจายเป็นที่รับรู้ไปอย่างกว้างขวาง เหตุผลสำคัญข้อหนึ่งก็คือ การตัดสินใจดังกล่าวต้องการให้เกิดจากการได้มีส่วนร่วมของประชาชน การให้สังคมไปสู่สภาพการมีส่วนร่วมของประชาชนนี้ต้องการการหลั่งไหลของข่าวสาร เพื่อช่วยในการกำหนดนโยบายให้เป็นไปตามเจตจำนงของประชาชน” และดังที่ ประมะ สตะเวทิน กล่าวไว้ว่า “อย่างไรก็ตาม ทศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ ซ้ำ ๆ ซาก ๆ เท่านั้น สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อประชาชนในลักษณะสะสม (Cumulative impact) มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลายันสั้น คือไม่มีอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการดูรายการโทรทัศน์เพียงครั้งเดียว การอ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงครั้งเดียว”

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ไม่ได้หมายความว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีบทบาทเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 เลย แต่ถือว่ามีบทบาทในระดับหนึ่ง แม้ว่าจะน้อยก็ตาม ซึ่งการที่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรคือ พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และการเข้ามามีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาทิศทางความสัมพันธ์แล้วพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 กับความรู้และการเข้ามามีส่วนร่วม ต่างก็มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันทั้งสิ้น นั่นคือ ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ มากกว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับแผนฯ มากกว่า และผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ที่มีความรู้มากกว่าจะมีระดับการเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบในการทบทวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 และเป็นข้อมูลประกอบในการจัดทำแผนฯ ครั้งต่อไปหรือโครงการที่มีการจัดทำในรูปแบบเช่นเดียวกันได้ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาประเภทเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนมากที่สุด ดังนั้น ควรเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 โดยสอดแทรกเนื้อหาในคอลัมน์ประเภทเศรษฐกิจให้มากที่สุด
2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เพศชายเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์มากกว่าเพศหญิง เนื่องจากผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ดังนั้น การเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 จึงควรพิจารณาถึงตัวแปรเพศด้วย
3. ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เปิดรับเนื้อหาทั่วไปจากโทรทัศน์แตกต่างกันตามประเภทธุรกิจ ดังนั้น จึงควรเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ 8 ผ่านทางเนื้อหาทั่วไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางโทรทัศน์ และการนำเสนอเนื้อหาควรเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเภทธุรกิจ หรือกลุ่มเป้าหมายให้มาก

ที่สุด โดยนำเสนอให้ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร เพื่อดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ติดตามและมีส่วนร่วมมากขึ้น

4. เนื่องจากข้อจำกัดของรัฐในด้านงบประมาณ จึงอาจทำให้ไม่สามารถใช้สื่อโทรทัศน์ได้ตามผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ดังนั้น จึงควรพิจารณารูปแบบการนำเสนอผ่านสื่ออื่น ๆ ให้มีความน่าสนใจ ตรงประเด็น และอย่างต่อเนื่องมากกว่านี้ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ จากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ โทรทัศน์ และวิทยุ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ซึ่งใช้ในการสื่อสารยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงอย่างได้ผลมากเช่นเดียวกัน

5. เพื่อให้ได้ผลในการก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และกระตุ้นให้เกิดความต้องการมีส่วนร่วม จึงควรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้เข้าถึงประชาชนบ่อย ๆ ซ้ำ ๆ ซาก ๆ และอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อประชาชนในลักษณะสะสม

6. ควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนฯ ผ่านสื่อมวลชนให้มากที่สุด เช่น การจัดสัมมนา การจัดอบรมของหน่วยงานของรัฐหรือภาคเอกชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาประเทศ ซึ่งไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษามาก่อนและสามารถให้คำนิยามและดัชนีที่ชี้วัดการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ ได้อย่างเหมาะสม ที่ผ่านมามีส่วนใหญ่เป็นการศึกษาการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง และการเข้ามีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันนี้เพื่อสามารถให้คำนิยามและดัชนีที่ชี้วัดการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ได้อย่างเหมาะสม และใช้เป็นเกณฑ์ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2. ควรมีการศึกษาปริมาณและรูปแบบ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ผ่านสื่อมวลชน เพื่อสนับสนุนผลการวิจัยครั้งนี้ว่า ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพฯ เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ น้อยอาจเนื่องมาจากสื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ น้อย และรูปแบบลักษณะการนำเสนอไม่น่าสนใจ และไม่ต่อเนื่องบ่อยครั้งพอที่จะก่อให้เกิดความรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนฯ

3. ควรมีการศึกษาการเปิดรับสื่ออื่น ๆ นอกจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ตามการวิจัยครั้งนี้ เช่น สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล นิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น แผ่นพับ เนื่องจากสื่อดังกล่าวอาจมีบทบาทที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการเลือกใช้สื่อในการจัดทำแผนฯ หรือโครงการที่มีลักษณะเดียวกันนี้ในครั้งต่อไป

4. เนื่องจากระยะเวลาในการศึกษามีจำกัด การวิจัยครั้งนี้จึงคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ จำนวน 250 คนเท่านั้น ควรมีการสำรวจจากจำนวนตัวอย่างที่มากกว่านี้เพื่อสนับสนุนหรืออาจคัดค้านผลการวิจัย และสามารถใช้เป็นตัวแทนอธิบายประชากรที่มีลักษณะเดียวกันนี้ได้ หรืออาจเลือกทำการศึกษาจากกลุ่มธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนฯ ที่เฉพาะกลุ่มได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น