

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการส่งออกซึ่งตัวเลขจากกรมส่งเสริมการส่งออกชี้ให้เห็นว่า ปี 2535 การส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 ปี 2536 เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.2 และปี 2537 คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 15.1 และจากบทบาทของสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ในการทำหน้าที่ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจด้วยการเสนอข่าวความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกจำเป็นต้องพึ่งพาข่าวสารข้อมูลในการตัดสินใจทางธุรกิจมากขึ้น เพราะการติดต่อธุรกิจในทุกวันนี้ มิได้อ้างอิงข้อมูลเฉพาะในประเทศเท่านั้น ยังเกี่ยวพันกันทั่วโลก ผู้ที่มีข้อมูลในการตัดสินใจที่พร้อม สมบูรณ์กว่า ประสิทธิภาพที่ได้ย่อมเหนือกว่า ข่าวสารในเชิงธุรกิจและเศรษฐกิจจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักธุรกิจในปัจจุบัน

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาให้ทราบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการส่งออกเปิดรับหรือบริโภคข่าวสารจากสื่อใดบ้าง มากน้อยเพียงใด และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสิ่งพิมพ์ที่ขยายตัวอย่างกว้างขวางในขณะนี้ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกได้เปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มากน้อย หรือบ่อยครั้งเพียงใด และได้ นำความรู้หรือข้อมูลด้านใดบ้างไปใช้ประโยชน์ทั้งในธุรกิจและในการสนองความต้องการด้านอื่น ๆ ของตนหรือไม่อย่างไร ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกแต่ละคนมีแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งพอสรุปวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสารทางธุรกิจและเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนของผู้ประกอบการส่งออก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออก
3. เพื่อทราบแรงจูงใจในการเลือกอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ การนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสารที่เปิดรับของผู้ประกอบการส่งออก
4. เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลต่อปริมาณการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบการส่งออก

5. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailed Questionnaire) ไปยังกรรมการผู้จัดการหรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทประกอบธุรกิจการส่งออก ตามที่ได้สุ่มเลือกจากรายชื่อที่มีอยู่ในหนังสือรบบรรายชื่อผู้ส่งออก (Thailand's Exporters Selected List 1991-1992) แบบเป็นระบบ (Systematic random sampling) จำนวน 400 คน ได้รับแบบสอบถามกลับจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC+ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้ T-Test และ ANOVA

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้ T-Test และ ANOVA

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์แต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้ Pearson Product-moment Correlation Coefficient

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้ Pearson Product-moment Correlation Coefficient

สมมติฐานที่ 5 การใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้ Pearson Product-moment Correlation Coefficient

## สรุปผลการวิจัย

### ตอนที่ 1

#### การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารบริษัทส่งออกสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่ศึกษาจำนวน 206 คน พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือ เป็นเพศหญิงร้อยละ 51.0 เป็นเพศชายร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่คือร้อยละ 37.4 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ในจำนวนนี้พบว่าด้านสถานภาพสมรสนั้น ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แต่งงานแล้วอยู่ด้วยกันมากที่สุดคือร้อยละ 52.4 สำหรับด้านการศึกษาผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 54.4 โดยสาขาที่จบเกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรงคือร้อยละ 57.8 ส่วนรายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 10,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8 ด้านตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูงมากที่สุดคือร้อยละ 37.9 ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ไม่มีหุ้นส่วนอยู่ในบริษัทเลยคิดเป็นร้อยละ 50.0

สำหรับประเภทของธุรกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกสังกัดอยู่เป็นอันดับหนึ่งคือ ธุรกิจส่งออกสิ่งทอ ร้อยละ 29.1 ซึ่งมีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท สูงสุดถึงร้อยละ 55.3 และมีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 50 คนมากที่สุดคือร้อยละ 33.0

### ตอนที่ 2

#### การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทั่วไป

##### 2.1 จำแนกระดับความถี่ในการเปิดรับตามประเภทของสื่อ

เมื่อเปรียบเทียบระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์มากที่สุดคือร้อยละ 79.1 รองลงมาได้แก่ จากโทรทัศน์ร้อยละ 66.0 วิทยุร้อยละ 45.1 เคเบิลทีวีร้อยละ 19.4 และผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากนิตยสาร/วารสารน้อยที่สุดคือ

ร้อยละ 9.2 และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับจากหนังสือพิมพ์บ่อยที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร และเคเบิลทีวี

## 2.2 จำแนกตามเนื้อหา และปริมาณที่เปิดรับ

จากสื่อมวลชนทั่วไปประเภท หนังสือพิมพ์และนิตยสาร/วารสาร มีผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกสนใจอ่านข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจมากเป็นอันดับ 1

จากวิทยุและโทรทัศน์ มีผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกสนใจเปิดรับข่าวสารการเมืองมากเป็นอันดับ 1

จากเคเบิลทีวี มีผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกสนใจการเปิดรับข่าวต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1

## ตอนที่ 3

### การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ

#### 3.1 หนังสือพิมพ์แนวทั่วไปประเภทรายวันที่มีหน้าธุรกิจและเศรษฐกิจ

หนังสือพิมพ์ทั่วไปประเภทรายวันที่มีหน้าธุรกิจและเศรษฐกิจซึ่งผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านประจำมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐร้อยละ 39.8 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ร้อยละ 24.8 บางกอกโพสต์ร้อยละ 23.3 มติชนร้อยละ 17.0 เดอะเนชั่นร้อยละ 14.6 แนวหน้าร้อยละ 2.9 บ้านเมืองร้อยละ 2.4 และหนังสือพิมพ์ที่มีผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านประจำทุกวันน้อยที่สุดคือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐร้อยละ 1.5 ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับหนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ อันได้แก่ เดลินิวส์ วัฏจักร สยามโพสต์ สยามกีฬา ข่าวสด และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ทั่วไปพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดอะเนชั่น เดลินิวส์ บางกอกโพสต์ มติชน แนวหน้า สยามรัฐ บ้านเมือง และหนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ

### 3.2 หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์

หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการส่งออกอ่านประจำมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันร้อยละ 27.7 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจรายวันร้อยละ 26.7 ประชาชาติธุรกิจร้อยละ 25.7 ฐานเศรษฐกิจร้อยละ 20.4 ผู้จัดการรายสัปดาห์ร้อยละ 19.4 ชาวพาณิชย์ร้อยละ 12.1 กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) ร้อยละ 6.3 คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ร้อยละ 3.9 วัฏจักรรายวันร้อยละ 2.4 เส้นทางเศรษฐกิจร้อยละ 1.9 หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจภาษาต่างประเทศร้อยละ 1.5 และหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการส่งออกอ่านประจำน้อยที่สุดคือ หนังสือพิมพ์พื้นฐานร้อยละ 1.0 ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกันกับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ (ภาษาไทย) อื่น ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 0.5 และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์ กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) คู่แข่งรายสัปดาห์ ชาวพาณิชย์ เส้นทางธุรกิจ วัฏจักรรายวัน พื้นฐาน หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ (ภาษาไทย) อื่น ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

### 3.3 นิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจรายสัปดาห์และรายเดือน

นิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจรายสัปดาห์และรายเดือนที่ผู้ประกอบการส่งออกอ่านประจำมากที่สุดคือ นิตยสารผู้ส่งออกร้อยละ 27.2 รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการรายเดือน ร้อยละ 9.2 คู่แข่งรายเดือนร้อยละ 5.3 การเงินธนาคารร้อยละ 4.4 นิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ 4.3 อีคอนนิวส์ร้อยละ 3.4 คลังสมองร้อยละ 2.9 ดอกเบี้ยรายเดือนอยู่ในระดับเดียวกันกับนิตยสารมีเดียคือร้อยละ 2.4 ดอกเบี้ยรายสัปดาห์ร้อยละ 1.9 และนิตยสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการส่งออกอ่านประจำน้อยที่สุดคือ นิตยสารโมเดิร์นออฟฟิศร้อยละ 0.5 และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจรายสัปดาห์และรายเดือน ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่งออกอ่านนิตยสารผู้ส่งออกมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการรายเดือน คู่แข่งรายเดือน การเงินธนาคาร คลังสมอง ดอกเบี้ยรายเดือน ดอกเบี้ยรายสัปดาห์ มีเดีย อีคอนนิวส์ โมเดิร์นออฟฟิศ และนิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ

### 3.4 ความสนใจอ่านหรือติดตามเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจและเศรษฐกิจ

ประเภทเนื้อหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเปิดรับมากที่สุดคือ ธุรกิจการส่งออกและธุรกิจการนำเข้า ซึ่งใกล้เคียงกับเนื้อหาด้านภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ รองลงมาได้แก่ ข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจในระดับต่างประเทศ การตลาดหรือการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักและเทคนิคการบริหารและภาวะราคาสินค้า ถัดมาได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับภาวะการลงทุนและให้ความสนใจเปิดรับข่าวกฎหมาย การค้า ภาษี ใกล้เคียงกับการเงินการธนาคารและข่าวอื่น ๆ เช่น สิ่งแวดล้อมและการแก้ไขปัญหา สภาพภูมิอากาศ การเมืองต่างประเทศ ให้ความสนใจข่าวแรงงานใกล้เคียงกับข่าวธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ ให้ความสนใจข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลหรือสมาคมธุรกิจใกล้เคียงกับธุรกิจบ้าน ที่ดิน ก่อสร้าง ธุรกิจคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีและการสื่อสาร ธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว ให้ความสนใจข่าวน้ำมันการพลังงานใกล้เคียงกับธุรกิจบ้าน ประเภทเนื้อหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเปิดรับน้อยที่สุดได้แก่ ธุรกิจการเกษตรและการคมนาคมขนส่ง

### 3.5 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสารด้านธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกคิดว่าน่าสนใจและเป็นประโยชน์กับเขามากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสารด้านธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกคิดว่าน่าสนใจและเป็นประโยชน์กับเขามากที่สุด 5 อันดับได้แก่

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ | มีผู้ระบุ 47 คน หรือร้อยละ 22.8 |
| 2. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ     | มีผู้ระบุ 45 คน หรือร้อยละ 21.9 |
| 3. นิตยสารผู้ส่งออก            | มีผู้ระบุ 37 คน หรือร้อยละ 18.0 |
| 4. หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์     | มีผู้ระบุ 32 คน หรือร้อยละ 15.5 |
| 5. นิตยสารคู่แข่ง (รายเดือน)   | มีผู้ระบุ 19 คน หรือร้อยละ 9.2  |

เหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เนื่องจากมีข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจครอบคลุมทุกประเภท เนื้อหาจัดเป็นหมวดหมู่และรูปเล่มดีให้ข้อมูลชัดเจน น่าเชื่อถือ นำไปใช้ในธุรกิจและการบริหารงานได้ และมีทีมข่าวเศรษฐกิจดีเสนอข่าวไม่โจมตี

เหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ เนื่องจากมีข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจครอบคลุมกว้างขวาง ให้ข้อมูลการตลาด การค้าชัดเจนสมบูรณ์ น่าเชื่อถือ เป็นหมวดหมู่ รูปเล่มดี และมีคอลัมน์ต่างประเทศและเศรษฐกิจดี ทันเหตุการณ์ นำไปใช้งานได้

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านนิตยสารผู้ส่งออก เนื่องจากทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของธุรกิจส่งออก ทั้งในและต่างประเทศ ได้ข้อมูลเฉพาะตรงกับที่ต้องการ ข้อมูลชัดเจน ทันเหตุการณ์ และสามารถนำเนื้อหาเรื่องราวไปใช้ในการทำงานได้

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เนื่องจาก ทำให้ทราบข่าวเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ ให้ข้อมูลพร้อมบทวิจารณ์ วิเคราะห์ดี เป็นกลาง มีข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬาดี และได้ฝึกภาษาอังกฤษทำให้ทันโลก ทันเหตุการณ์

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านนิตยสารคู่แข่ง เนื่องจากทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของตลาด วิเคราะห์ เจาะลึก จัดหมวดหมู่ รูปเล่มดี และข่าวน่าเชื่อถือ นำไปใช้ในการบริหารงานได้

#### ตอนที่ 4

#### เหตุผลจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ

จากการจำแนกแรงจูงใจออกเป็น 7 กลุ่มได้แก่ ด้านการติดตามข่าวสาร ด้านการรับรู้ข้อมูล ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการรับทราบความคิดเห็น ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านประโยชน์ต่อตนเอง และด้านความบันเทิง

ผลการวิจัยซึ่งประเมินจากค่าเฉลี่ยน้ำหนักพบว่า เหตุที่จูงใจผู้ประกอบการส่งออกเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจมากที่สุดคือ ด้านรับทราบความคิดเห็น รองลงมาได้แก่ ด้านการติดตามข่าวสาร ด้านการรับรู้ข้อมูล ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน และด้านประโยชน์ต่อตนเองอยู่ในระดับน้อยที่สุด

## ตอนที่ 5

### การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

จากการจำแนกการใช้ประโยชน์จากข่าวสารออกเป็น 7 ด้านได้แก่ ด้านข่าวสาร ด้านข้อมูล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็น ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน และด้านความบันเทิง

ผลการวิจัย ซึ่งประเมินจากค่าเฉลี่ยน้ำหนักพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกได้นำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ คือ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความรู้ ด้านข้อมูล ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านข่าวสาร ด้านความคิดเห็น ด้านประโยชน์ต่อตนเอง และด้านความบันเทิงอยู่ในอันดับสุดท้าย

## ตอนที่ 6

### การสนองความพึงพอใจ

ส่วนการสนองความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากข่าวสารในสื่อแต่ละชนิด ประเมินจากค่าเฉลี่ยน้ำหนัก ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพอใจด้านข่าวสารเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับ 1 หนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสาร เคเบิลทีวี อันดับสุดท้ายคือ วิทยุ

ด้านข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากนิตยสาร/วารสารเป็นอันดับ 1 หนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี อันดับสุดท้ายคือ วิทยุ

ด้านความรู้ ทักษะที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากโทรทัศน์เป็นอันดับ 1 นิตยสาร/วารสารเป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ เคเบิลทีวี อันดับสุดท้ายคือวิทยุ



ด้านข้อคิดเห็นหรือข้อวิพากษ์วิจารณ์ที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 1 นิตยสาร/วารสารเป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี อันดับสุดท้ายคือ วิทยุ

ประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ผู้ประกอบธุรกิจ เสร็จออกพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 1 นิตยสาร/วารสารเป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี อันดับสุดท้ายคือ วิทยุ

ประโยชน์ต่อตนเอง ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากนิตยสาร/วารสารเป็นอันดับ 1 หนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี อันดับสุดท้ายคือ วิทยุ

ด้านความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากโทรทัศน์เป็นอันดับ 1 นิตยสาร/วารสารเป็นอันดับ 2 รองลงมาได้แก่ เคเบิลทีวี วิทยุ อันดับสุดท้ายคือ หนังสือพิมพ์

## ตอนที่ 7

### การทดสอบสมมติฐาน

#### สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย

1.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า เพศชายและเพศหญิงเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ช่วงอายุของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

1.3 ระดับการศึกษา กับ ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

1.4 สาขาที่จบการศึกษา กับ ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า สาขาที่จบการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.5 รายได้ต่อเดือน กับ ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

1.6 ตำแหน่งการบริหาร กับ ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ตำแหน่งการบริหารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจ กับ ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.8 ขนาดของธุรกิจที่สังกัด กับ ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ขนาดของธุรกิจที่สังกัดที่แตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน**  
**ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ**  
**แตกต่างกันด้วย**

2.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า เพศชายและเพศหญิงเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ช่วงอายุของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.3 ระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

2.4 สาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า สาขาที่จบการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ เศรษฐกิจ พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

2.6 ตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ตำแหน่งการบริหารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

2.8 ขนาดของธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่า ขนาดของธุรกิจที่สังกัดของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบ  
ธุรกิจการส่งออก มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์  
ในแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ**

- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการติดตามข่าวสาร
- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข้อมูล
- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการแสวงหาความรู้
- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์การรับทราบความคิดเห็น
- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน
- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านประโยชน์ต่อตนเอง
- แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านประโยชน์ต่อตนเองสูงที่สุดเท่ากับด้านความบันเทิงซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 30% ขณะที่แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านการติดตามข่าวสารอยู่ในระดับต่ำที่สุดซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 4%

**สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจ**

การส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ

- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท
- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อแต่ละประเภท
- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อแต่ละประเภท
- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อแต่ละประเภท
- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อแต่ละประเภท
- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อแต่ละประเภท
- แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อแต่ละประเภท

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความพึงพอใจทุกด้านจากสื่อทุกสื่อโดยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับสูงสุดซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 18% ขณะที่แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากเคเบิลทีวีด้านความบันเทิงจากสื่อหนังสือพิมพ์

และนิตยสาร/วารสาร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อยู่ในระดับต่ำสุด ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 2%

### สมมุติฐานที่ 5 การใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ

- การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท
- การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อแต่ละประเภท
- การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อแต่ละประเภท
- การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อแต่ละประเภท
- การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อแต่ละประเภท

ผลการวิจัย พบว่า การใช้ประโยชน์จากข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อหนังสือพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอยู่ในระดับสูงสุด และมีความแปรปรวนร่วมกัน 12% ขณะที่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อเคเบิลทีวีอยู่ในระดับต่ำสุดและมีความแปรปรวนร่วมกัน 3%

### อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ของผู้ประกอบธุรกิจ การส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 และระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การเป็นเจ้าของผู้ประกอบการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตาม เพศ สาขาที่จบ ตำแหน่งการบริหาร การเป็นเจ้าของธุรกิจและขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกัน

แต่อย่างไรก็ตาม อีกทั้งเพศ อายุ สาขาที่จบ ตำแหน่งการบริหาร ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสาร แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างไร

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านอายุของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก พบว่าผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ช่วงอายุ 30-39 ปี และ 20-29 ตามลำดับ

การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง และคนต่างวัยกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคน และคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดิน เป็นของตนเอง ขณะที่คนหนุ่มสาวจะสนใจเรื่องการศึกษา ทักษะความรู้ ความยุติธรรม และความเสมอภาคในสังคม

ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อมวลชน หรือสื่อสิ่งพิมพ์ก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อแสวงหา ข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการเมือง หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลก หรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ชอบอ่านบทความบรรณาธิการ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Gilen และ Morgan อ้างถึงใน ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์, 2529) พบว่าผู้ที่มีวัยระหว่าง 35-64 ปี บอกรับหนังสือพิมพ์มากกว่าผู้ที่อยู่ในวัยอื่น ๆ แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยในประเทศไทย พบว่า ผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 20-24 ปี ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ เป็นสัดส่วนสูงกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ ผู้ที่อยู่ในช่วง อายุ 15-19 ปี ดูโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 55-59 ปี ฟังวิทยุ ชมโทรทัศน์มากที่สุด แต่ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อ่านหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด และไม่ใช้สื่อทุกประเภทสูงที่สุด

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ระดับต่ำปริญญาตรี และปริญญาตรี ตามลำดับ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสาร แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตามทำการทดสอบหากลุ่มแตกต่างกัน โดยวิธีการของ Scheffe แล้วพบว่าไม่มีคู่ใด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาหรือความรู้ เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน หรือระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึก

นึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจในเนื้อหาของสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาดำ ใน ขณะที่คนที่มีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือหากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอคนเหล่านี้จะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่ถ้ามีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

ผลการวิจัยด้านการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยในสหรัฐอเมริกา (Gilen และ Morgan อ้างถึงในธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์, 2529) พบว่ากลุ่มครอบครัวที่มีความรู้ตั้งแต่ระดับอนุปริญญาขึ้นไป บอกรับหนังสือพิมพ์มากกว่ากลุ่มครอบครัวที่มีความรู้ต่ำกว่า สำหรับในประเทศไทย พบว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.6 เดิม) รับสื่อทุกประเภทสูงที่สุด ซึ่งตรงข้ามกับผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าประถมศึกษาปีที่ 4 รับสื่อทุกประเภทน้อยที่สุด

นอกจากนี้จากการสำรวจของหน่วยงานหลายแห่งพบว่า ผู้ที่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์มักจะมีสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้อ่าน กล่าวได้ว่า การศึกษานั้นตอบสนองต่อการอ่านอย่างมาก ผู้ที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นเพราะมีการศึกษาดำเป็นส่วนใหญ่

ส่วนด้านรายได้ พบว่าผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่มีรายได้ระหว่าง 30,000-50,000 บาท เปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ตามลำดับ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกัน แต่เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีการของ Scheffe' แล้ว พบว่าไม่มีผู้ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการเป็นเจ้าของธุรกิจ พบว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน ได้แก่ เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนใหญ่ หุ้นส่วนธรรมดา และไม่มีหุ้นส่วนเลย เปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกัน แต่เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' แล้ว พบว่าไม่มีผู้ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้และการเป็นเจ้าของธุรกิจก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการอ่านหนังสือพิมพ์โดยทั่วไปจำนวนคนอ่านหนังสือพิมพ์จะเพิ่มขึ้นตามอายุจนกระทั่งถึงวัย 30 ปี แล้วจะคงที่ โดยไม่เปลี่ยนแปลงหรือลดน้อยลงเล็กน้อย คนที่มีการศึกษาดำรงอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อบันเทิง ชอบอ่านข่าวที่ตื่นเต้น และดูรูปภาพ ส่วนคนที่มีการศึกษาสูงมักอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อการบันเทิงน้อยลง แต่จะอ่านเพื่อต้องการทราบข่าวสารและงานด้านสังคมมากขึ้น

เป็นที่ยอมรับกันว่า รายได้ของประชาชนมีบทบาทสำคัญมากสำหรับผู้รับสารที่ประสงค์จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และรายได้ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของบุคคลตลอดจนกำหนด ความคิดของบุคคลเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วย

ดังนั้นคนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูง หรือเรียกรวม ๆ กันว่าฐานะทางเศรษฐกิจดี กลุ่มบุคคลเหล่านี้มักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อมวลชนต่าง ๆ มากด้วยและการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ก็มักใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารหนัก ๆ เช่น บทบรรณาธิการ เรื่องการบ้านการเมือง ปัญหาสังคมและปัญหาเศรษฐกิจต่าง ๆ เป็นต้น

อนึ่ง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การเป็นเจ้าของธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งจากการวิจัยพบว่าผู้ที่มีอายุมาก มีการศึกษาสูง มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูง มักจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีอายุ มีการศึกษา และสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำกว่า ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานในบางส่วน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกกับการใช้ประโยชน์แต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านประโยชน์ต่อตนเองสูงสุดและอยู่ในระดับเดียวกับด้านความบันเทิงซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 30% ชี้ให้เห็นว่า แรงจูงใจหรือความคาดหวังในเรื่องประโยชน์ต่อตนเอง และเรื่องความบันเทิงได้รับการตอบสนองในด้านการใช้ประโยชน์ในเรื่องดังกล่าว อยู่ในระดับสูงสุดซึ่งได้แก่ การตอบสนองในด้านการใช้ประโยชน์ด้านเพื่อให้เป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ ซึ่งได้แก่ การตอบสนองความสนใจของตนเองต่อหัวข้อเรื่องบางเรื่องที่มีอยู่ในสิ่งพิมพ์ เพื่อให้มีข้อเท็จจริงที่จะเป็นประโยชน์ในการสนทนาหรือถกเถียงปัญหาเกี่ยวกับบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจสร้างความบันเทิงหรือความสนุกสนานหรือความตื่นเต้น



ในระดับของปัจเจกบุคคล ปัญหาต่าง ๆ ตามที่ได้รับรู้และทางแก้ปัญหา นั้น ๆ อาจทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด กล่าวคือ บุคคลได้ประสบกับสถานการณ์ทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งเต็มไปด้วยความขัดแย้ง และความตึงเครียดจนทำให้บุคคลนั้น ได้รับแรงจูงใจที่จะหาทางผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยการบริโภคสื่อมวลชนปัจเจกบุคคลอาจจะตระหนักถึงปัญหาในสังคม และด้วยเหตุนี้จึงถูกจูงใจให้แสวงหาสารสนเทศ เพื่อที่จะได้ทำความเข้าใจให้กว้างออกไปในเนื้อหาของสื่อมวลชน บรรดาปัจเจกชนซึ่งขาดโอกาสอันเป็นไปได้อันที่จะสนองความต้องการจำเป็นของตนได้เต็มที่เพื่อที่จะมีปฏิสัมพันธ์ตามธรรมชาติจึงเกิดผลตามมาคือ ถูกจูงใจที่จะใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมวลชนบางประเภท

ดังนั้นปัญหาต่าง ๆ ซึ่งมีผลลัพธ์ตามเป็นแรงจูงใจนั้น จึงเป็นสาเหตุของการกระทำในรูปของการบริโภคสื่อมวลชน หรือมิฉะนั้น ก็ในรูปของพฤติกรรมอย่างอื่น ในขณะที่ความต้องการจำเป็น ปัญหา และแรงจูงใจต่าง ๆ มีลักษณะต่าง ๆ กันไป สำหรับบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ กัน ผลลัพธ์ก็จะเป็นแบบของพฤติกรรมที่ต่าง ๆ กัน บุคคลบางคนจะแสวงหาเรื่องบันเทิง บางคนก็จะสนใจต่อสารสนเทศ และบางคนก็จะไม่ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาสื่อมวลชนแต่อย่างใดเลย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกกับความพึงพอใจ แต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเอง ซึ่งได้แก่ เพื่อให้เป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ เพื่อสนองความสนใจของตนต่อหัวข้อเรื่องบางเรื่องที่มีอยู่ในสิ่งพิมพ์ เพื่อให้มีข้อเท็จจริงที่จะเป็นประโยชน์ในการสนทนา หรือถกเถียงปัญหากับบุคคลอื่น ๆ จากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับสูงสุดชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่งออกมีแรงจูงใจหรือความคาดหวังจะได้รับการตอบสนองในด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อหนังสือพิมพ์สูงและได้รับผลตอบสนองความพึงพอใจจากด้านนี้สูงเช่นเดียวกัน

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของเสรี วงษ์มณฑา (2523) ซึ่งได้อธิบายทฤษฎีการใช้สื่อประโยชน์และความพึงพอใจกับการสื่อสารทางการเมือง และข่าวสารทางการเมืองในสื่อมวลชนนั้นสนองความต้องการให้เขาได้ หรือไม่มากนักน้อยเพียงใด พบว่าการสนใจข่าวทางการเมืองของประชาชนก็เพื่อตอบสนองความต้องการต่อไปนี้

1. ความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)
2. ความต้องการคำแนะนำ (Guidance)
3. การนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Participated Communication)
4. ความตื่นเต้น (Excitement)
5. ความสนุกสนาน (Entertainment)

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกกับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ ผลการวิจัยพบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 โดยการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับสูงสุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกได้รับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน ซึ่งได้แก่ การใช้ประกอบการตัดสินใจ เพื่อการลงทุนหรือขยายกิจการใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า หรือการผลิต และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาด จากการเปิดรับหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่น ๆ ได้แก่ นิตยสาร/วารสาร โทรทัศน์ และเคเบิลทีวี จึงนำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้านเหล่านี้สูงเช่นเดียวกัน

### ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีแรงจูงใจสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ ด้านการแสวงหาความรู้ด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อ เคเบิลทีวี ด้านความบันเทิงจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสารอยู่ในเกณฑ์ระดับต่ำ อีกทั้งแรงจูงใจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อเคเบิลทีวี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข้อมูลด้านประโยชน์ต่อตนเอง ด้านความบันเทิงจากสื่อเคเบิลทีวี อยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งการใช้ประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารด้านการรับรู้ข้อมูลด้านการแสวงหาความรู้ด้านการรับทราบความคิดเห็นด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน จากสื่อเคเบิลทีวี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรปรับปรุงเนื้อหาในด้านเหล่านี้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารตามช่องทางที่ได้ส่งสารออกไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ อาจจะได้รับคำตอบไม่ตรงตามความจริงมากนัก เช่น กลุ่มตัวอย่างอาจจะให้คนอื่นตอบแทน ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บรวบรวมข้อมูลแบบตัวต่อตัว และอาจจะใช้กลุ่มตัวอย่างให้น้อยลง หรือศึกษาเฉพาะกลุ่ม
2. ควรศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางสังคม เช่น สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม โครงสร้างสื่อ
3. ควรพิจารณาสื่ออื่น ๆ เช่น สถาบัน องค์กร บุคคลในฐานะแหล่งข่าวสารทางเศรษฐกิจ
4. ควรเน้นเจาะลึกเฉพาะในหัวข้อข่าวสารการส่งออกเพื่อให้ได้ข้อมูลลึกและตรงความต้องการของผู้ส่งออก