



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำเร็จของประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (Newly Industrialized Countries - NICS) เช่น ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ ในการพัฒนาเศรษฐกิจจนสามารถก้าวไปสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรมได้ภายในเวลา 30 ปีนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากนโยบายการส่งออกที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

การส่งออกกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในบรรดาประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย เพราะเป็นภาคเศรษฐกิจที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้และนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม

กล่าวได้ว่า การส่งออกเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลทางตรงก็คือการผลิต และธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการส่งออกช่วยให้ผลผลิตรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Products หรือ GDP) เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การส่งออกยังก่อให้เกิดการพัฒนาในอีกหลาย ๆ ด้านซึ่งช่วยให้ระบบเศรษฐกิจเจริญก้าวหน้าขึ้น เช่น

1. การส่งออกทำให้ได้ใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่มากขึ้น (Greater Capacity Utilization) การผลิตบางอย่างยังมีกำลังการผลิตเหลือเฟือเกินกว่าความต้องการสินค้าภายในประเทศ ดังนั้น กำลังการผลิตที่มีอยู่นี้จะเข้าไปเพียงแต่บางส่วนเท่านั้น แต่หากมีการส่งออกจะช่วยให้การผลิตเพิ่มมากขึ้น และกำลังการผลิตได้ใช้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องปล่อยทิ้งไว้โดยเปล่าประโยชน์

2. การส่งออกช่วยให้การผลิตมีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งช่วยให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าลดลง ทั้งนี้เพราะต้นทุนของการผลิตบางส่วน เช่น โรงงาน เครื่องจักร ฯลฯ เป็นต้นทุนคงที่ซึ่งแน่นอนตายตัวแต่หากมีการผลิตเพิ่มขึ้นโดยไม่เกินกว่ากำลังการผลิตที่มีอยู่ (คือไม่ต้องขยายโรงงานหรือติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มขึ้น) ย่อมจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าโดยเฉลี่ยแล้วต่ำลงลักษณะเช่นนี้ทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่าการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of Scales)

3. การแข่งขันในตลาดต่างประเทศ เป็นแรงผลักดันให้มีการปรับปรุงคุณภาพของสินค้า เพื่อให้ได้มาตรฐานสากล หรือเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ

4. การแข่งขันในตลาดโลกทำให้อุตกิจส่งออกต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตต้องรับเอา เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตมากขึ้น ดังนั้นการส่งออกจึงมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอด เทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เพื่อความอยู่รอดในการแข่งขันในตลาดโลก

5. การส่งออกทำให้อุตกิจจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการ และการบริหารกิจการให้มี ประสิทธิภาพมากที่สุด อุตกิจส่งออกต้องมีความคล่องตัวและรัดกุม เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานให้ต่ำที่สุด

สำหรับประเทศไทยก็เป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศหนึ่ง ที่รายได้จากการส่งออกเป็น แหล่งรายได้สำคัญ โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การส่งออกได้ขยายตัวในอัตราสูงมากเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 30 ต่อปี ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศขยายตัวในอัตราสูงร้อยละ 10 ต่อปี และทำให้ประชาชนทั่วไปมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้น รัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งออก โดยได้บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตลอดมา

ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (2515 - 2519) แผน พัฒนาฯ ฉบับนี้เริ่มให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม เนื่องจากได้เริ่มมี การวิพากษ์วิจารณ์ต่อนโยบายส่งเสริมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยการให้การคุ้มครองการ ขาดดุลการค้าในช่วง 2515 จึงได้มีการปรับปรุงระบบค่านาฬิกา เพื่อจ่ายค่าภาษีและอากรที่เก็บจาก วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งเสริมการส่งออกในรัฐบาลชุดต่าง ๆ และในปี 2518 ได้มี การจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (2520 - 2524) รัฐบาลยังคงมีนโยบายส่งเสริมการผลิตสินค้า อุตสาหกรรมเพื่อส่งออกให้เพิ่มมากขึ้นทั้งปริมาณ และประเภทของอุตสาหกรรมโดยปรับปรุงแก้ไข มาตรการส่งเสริมการส่งออกจัดตั้งมูลนิธิกักขังสำหรับสินค้าเกษตร ก่อตั้งเขตการส่งออกให้การ ส่งเสริมบริษัทส่งออกขนาดใหญ่ ปรับปรุงสถาบันการเงินเพื่อจัดหาสินเชื่อระยะยาวให้แก่ผู้ส่งออก อย่างไรก็ตามมาตรการดังกล่าวก็ยังมีได้นำมาใช้ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (2525-2529) เป้าหมายของนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมที่ สำคัญคือการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมให้เน้นการส่งออกมากขึ้น โดยจัดให้มีสิ่งจูงใจ และ ความสะดวกอีกทั้งขจัดอุปสรรคในการส่งออกดังนี้

1. ปรับปรุงแผนงานและมาตรการส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออกให้มีหน่วยงานโดยเฉพาะ และมีกฎหมายพิเศษสำหรับการส่งออก
2. กำหนดขีดเขตเงินภาษีล่วงหน้าเป็นร้อยละของราคาส่งออก ซึ่งจะจ่ายให้ผู้ส่งออกในรูปของเครดิตภาษีเมื่อเวลาส่งออก รวมทั้งป้องกันการดำเนินงานล่าช้า
3. เพิ่มแหล่งเงินทุนเพื่อการผลิตและส่งออกในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และจัดตั้งระบบประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออก
4. จัดตั้งเขตอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก และคลังสินค้าทัณฑ์บน
5. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ การเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ จัดตั้งกองทุนส่งเสริมการค้าต่างประเทศ การควบคุมการส่งออกจะกระทำเฉพาะกรณีพิเศษเท่านั้น
6. ส่งเสริมและควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าออก
7. ขยายการส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียน ในการขยายการส่งออกในตลาดโลก

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 (2530- 2534) แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมส่งออกยังต่อเนื่องมาจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 รัฐบาลได้กำหนดแนวทางพัฒนาโดยเน้นอุตสาหกรรมการเกษตรที่มีลู่ทางส่งออกสูง รวมทั้งขยายฐานการผลิตไปสู่สินค้าใหม่ ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอโดยเน้นการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (2535-2539) ได้กำหนดเป้าหมายมูลค่าการส่งออกให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 ต่อปี หรือปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี (ถ้าเศรษฐกิจโลกขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี) และมุ่งนโยบาย เปิดเศรษฐกิจไทยให้กว้างและเข้าสู่ระบบนานาชาติมากขึ้นทั้งการเร่งกระจายการส่งออกและเปิดตลาดไทยให้มีการนำเข้าเสรีมากขึ้นตลอดทั้งการผ่อนคลายระบบการเงินและปริมาณเงินตราให้ไทยได้มีโอกาสเป็นศูนย์เศรษฐกิจการค้าการเงินและการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ในทศวรรษหน้าให้ได้

จะเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย นับตั้งแต่หลังปี 2520 เป็นต้นมาธุรกิจที่อดีตเคยพึ่งพาตนเองกลับเปลี่ยนไปสู่ระดับการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น โดยผู้ประกอบการส่งออก

ไทยได้พยายามที่จะพัฒนาตนเองไปสู่ผู้บริหารระดับมืออาชีพ ด้วยการแสวงหาความรู้ระบบการจัดการที่ทันสมัยการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพระบบการตลาดและการเงินที่จะเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันกับต่างประเทศ ปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการกิจการส่งออกพยายามที่จะแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ จากแหล่งต่าง ๆ ด้วย

สื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และนิตยสารทางด้านธุรกิจก็ได้ทำหน้าที่เสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารทางธุรกิจและเศรษฐกิจตลอดมา แต่เพิ่งมามีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น เมื่อ 5-6 ปีที่ผ่านมา โดยมีหนังสือพิมพ์และนิตยสารทางด้านธุรกิจและเศรษฐกิจเกิดขึ้นหลายฉบับ มีการเสนอข่าวทางด้านธุรกิจและเศรษฐกิจหลากหลายและมีการแข่งขันกันมากขึ้นทำให้ข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจเข้าไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการกิจการส่งออกและรัฐบาลมากยิ่งขึ้น

ในประเทศที่ใช้ระบบการค้าเสรีเช่นประเทศไทย การลงทุนด้านการส่งออกจะดำเนินการโดยภาคเอกชน โดยรัฐบาลจะทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนกระตุ้นให้เกิดการลงทุนด้วยการเป็นผู้จัดหาบริการต่าง ๆ ไว้สนองความต้องการของภาคเอกชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำให้หนังสือพิมพ์และนิตยสารทางด้านธุรกิจเข้ามามีบทบาทอย่างมาก ในฐานะเป็นเครื่องมือสนองนโยบายของรัฐบาลในการสร้างความรู้ความเข้าใจ และแนะนำบริการที่รัฐจัดไว้ให้เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ประกอบการกิจการส่งออกหันมาลงทุนในสินค้าที่รัฐบาลส่งเสริม

ขณะเดียวกันผู้ประกอบการกิจการส่งออกยังอยู่ในฐานะเป็นแหล่งข่าวด้วย เพราะสามารถที่จะให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมสะท้อนผ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารทางด้านธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการกิจการส่งออกอื่น ๆ ก็จะได้ทราบข่าวและทัศนคติในแง่บวกที่ขยายขึ้น ซึ่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารทางด้านธุรกิจก็ได้ทำหน้าที่ได้อย่างกว้างขวางขึ้น ในการเป็นช่องทางสื่อสารของผู้ดำเนินธุรกิจที่สะท้อนความเห็นไปสู่ภาครัฐบาลและรัฐบาลในฐานะผู้กำหนดนโยบายธุรกิจด้านนี้ไปยังผู้ประกอบการ

ปัจจุบันการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลทางหน้าหนังสือพิมพ์ และนิตยสารด้านธุรกิจเป็นไปอย่างคึกคักมาก มีการแข่งขันกันเสาะหาข่าวลึกลับซึ่งกว้างขวางขึ้น ซึ่งผู้ปฏิบัติงานและผู้วางนโยบายในระดับรัฐบาลจะต้องระมัดระวังมากขึ้นในการทำงาน เพราะข่าวที่ดีที่สุดของหนังสือพิมพ์ไม่ใช่ข่าวที่เสนอความสำเร็จของมาตรการและนโยบายนั้น ๆ เท่านั้น แต่รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์ถึงความล้มเหลวหรือไม่สัมฤทธิ์ผลด้วย

ดังนั้นบทบาทหนังสือพิมพ์และนิตยสารทางด้านธุรกิจอีกประการหนึ่ง คือ การวิเคราะห์นโยบายทางด้านเศรษฐกิจใหม่ ๆ ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด เช่น การเสนอความคิดเห็น

เกี่ยวกับการประกาศใช้ภาษีมูลค่าเพิ่มว่ามีผลดี ผลเสีย อย่างไร นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการเป็นตัวกลางรายงานข่าวสารเกี่ยวกับภาวะการค้า และเศรษฐกิจในตลาดต่างประเทศรวมทั้งเสนอความเคลื่อนไหวของสินค้าออกแต่ละชนิด เช่น ปริมาณต้นทุน ประสิทธิภาพการผลิต ความต้องการของตลาดต่างประเทศ แนวโน้มราคาสินค้าของประเทศที่เป็นคู่แข่ง อุปสรรคในการส่งออก เป็นต้น

จากการที่ข่าวสารทางด้านธุรกิจและเศรษฐกิจมีความสำคัญเพิ่มขึ้นส่งผลให้วงการหนังสือพิมพ์ปรับปรุงคุณภาพกันขนานใหญ่ มีการเพิ่มเนื้อที่ข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจมากขึ้นและทำรูปแบบนำเสนอให้เด่นและน่าอ่านมากขึ้น ปริมาณข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์รายวันบางฉบับมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจไทยที่เติบโตก้าวหน้าอย่างมากขณะนี้ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ขยายตัว รวมทั้งธุรกิจส่งออกมีการแข่งขันกันสูง ผู้ประกอบธุรกิจจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในด้านข้อมูลทางธุรกิจและเศรษฐกิจก็คือข่าวสารที่ถูกต้องรวดเร็วทันสมัยเจาะลึก หลากหลายรอบด้าน และต่อเนื่องตลอดเวลา

จากการเติบโตของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการส่งออกและจากบทบาทของสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสารในการทำหน้าที่ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจด้วยการเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกจำเป็นต้องพึ่งพาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและทำให้มีความเข้าใจรู้ลู่ทาง และวิธีการต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้โดยไม่เสียเปรียบ ข่าวสารจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักธุรกิจในปัจจุบันและข่าวสารอาจเป็น ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจได้

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาว่าปัจจุบันนี้ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกเปิดรับ หรือบริโภคข่าวสารจากสื่อใดบ้าง มากน้อยเพียงไร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสิ่งพิมพ์ที่ขยายตัวอย่างกว้างขวางจนกระทั่งมีนิตยสารโดยเฉพาะสำหรับผู้ส่งออกเกิดขึ้นขณะนั้นนั้น ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกได้เปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มากน้อยหรือบ่อยครั้งเพียงใด และได้ความรู้หรือข้อมูลด้านใดบ้างแล้วได้นำไปใช้ประโยชน์ทั้งในธุรกิจ และในการสนองความต้องการด้านอื่น ๆ ของตนเองหรือไม่อย่างไร ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกแต่ละคนมีแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันหรือไม่ เหล่านี้เป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาวิจัยอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสารทางธุรกิจและเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
3. เพื่อทราบแรงจูงใจในการเลือกอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ การนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสารที่เปิดรับของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
4. เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
5. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ

ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารและเศรษฐกิจประเภทไหนจากสื่อใดบ้างและบ่อยครั้งเพียงใด
2. ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกมีแรงจูงใจอะไรบ้างในการเปิดรับข่าวสาร
3. ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกได้ใช้ประโยชน์ข่าวสารที่เปิดรับจากสื่ออย่างไรบ้าง
4. สื่อใดสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกด้านใดมากที่สุด
5. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
6. แรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสาร มีความสัมพันธ์กันหรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่จบ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งการบริหาร การเป็นเจ้าของธุรกิจ ขนาดธุรกิจที่สังกัด ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่จบ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งการบริหาร การเป็นเจ้าของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจที่สังกัด ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย
3. แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์แต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ
4. แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ
5. การใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออก หมายถึง กรรมการผู้จัดการ หรือผู้บริหารระดับสูง หรือตัวแทนผู้ประกอบการของบริษัทที่ประกอบธุรกิจการส่งออกสินค้าต่าง ๆ เช่น สิ่งทอ อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้า วัสดุก่อสร้าง ของใช้และเครื่องตกแต่งในบ้าน เครื่องเรือนและชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์พลาสติก ทั้งนี้โดยสุ่มเลือกจากรายชื่อในหนังสือ Thailand's Exporters Selected List 1991-1992 ของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

การเปิดรับ หมายถึง ปริมาณความถี่ หรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทั่วไป และสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ วัดโดยมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ บ่อยที่สุด..... บ่อย ปานกลาง น้อย ไม่เคยเลย

สื่อมวลชนทั่วไป ในการวิจัยนี้ หมายถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือวารสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และเคเบิลทีวี

สิ่งพิมพ์ทางด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ หมายถึง หนังสือพิมพ์และนิตยสารหรือวารสาร ซึ่งเน้นการเสนอเนื้อหาเฉพาะด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การส่งออก ฯลฯ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ข่าวพาณิชย์ ผู้จัดการ ดอกเบี้ย การเงินธนาคาร ผู้ส่งออก อีคอนนิวส์ บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น ฯลฯ รวมทั้งหนังสือพิมพ์รายวันที่มีหน้าธุรกิจเศรษฐกิจเป็นประจำ เช่น ไทยรัฐ มติชน เดลินิวส์ แนวหน้า ฯลฯ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่จบ รายได้ ตำแหน่ง การเป็นเจ้าของธุรกิจ ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัด

แรงจูงใจในการเปิดรับสาร หมายถึง สิ่งเร้าหรือเหตุผลที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ต้องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้านได้แก่ ด้านข่าวสาร ด้านข้อมูล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็น ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านประโยชน์ต่อตนเองและด้านความบันเทิง วัดโดยมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด..... มาก..... ปานกลาง..... น้อย..... น้อยที่สุด.....

ความพึงพอใจ หมายถึงความพอใจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกได้รับจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้านได้แก่ ด้านข่าวสาร ด้านข้อมูล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็น ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านประโยชน์ต่อตนเอง ด้านความบันเทิง วัดโดยมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด..... มาก..... ปานกลาง..... น้อย..... น้อยที่สุด.....

การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารที่อ่านไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 7 ด้านได้แก่ ด้านข่าวสาร ด้านข้อมูล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็น ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านประโยชน์ต่อตนเอง ด้านความบันเทิง วัดโดยมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด..... มาก..... ปานกลาง..... น้อย..... น้อยที่สุด.....

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เป็นประโยชน์สำหรับหนังสือพิมพ์และนิตยสารทางด้านธุรกิจ ในการวางแผนนโยบายการผลิตข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งออกให้สอดคล้องความต้องการของกลุ่มผู้อ่านมากขึ้น
2. ทำให้เข้าใจพฤติกรรม ความสนใจ แรงจูงใจในการอ่าน และการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
3. เป็นข้อมูลพื้นฐานทางวิชาการ ด้านการใช้ประโยชน์และการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักธุรกิจ