

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กระบวนการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของหนังสือพิมพ์รายวัน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ในการนำเสนอเรื่อง SME ในด้านความถี่ รูปแบบที่นำเสนอ ตำแหน่งหน้าที่นำเสนอ และแหล่งข่าวของเนื้อหาที่นำเสนอ

2. เพื่อศึกษาประเด็นเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการคัดเลือก การกำหนดประเด็นเนื้อหา รูปแบบที่นำเสนอ ตำแหน่งหน้าที่นำเสนอ และแหล่งข่าวของเนื้อหาที่นำเสนอ เรื่อง SME และเพื่อทราบความคิดเห็นของหน่วยงานที่รับผิดชอบ SME ในฐานะแหล่งข่าว ต่อการนำเสนอเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ที่พิมพ์จำหน่ายในระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542 จำนวนทั้งสิ้น 1,408 ฉบับ บรรณาธิการข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ฉบับ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างรวม 4 คน และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมเพิ่มเติมอีก 1 คน

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 วิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ

ผลของการวิเคราะห์ การนำเสนอเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับมีข้อสรุปในแต่ละส่วนดังนี้

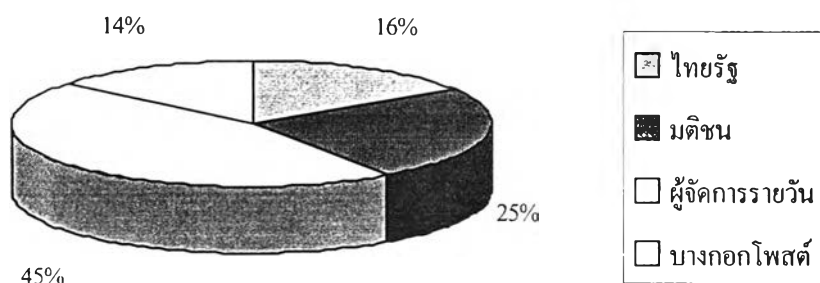
1. ปริมาณความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา SME

จากการวิจัยพบว่า การนำเสนอเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ในช่วง 1 ปี (1 กรกฎาคม 2541-30 มิถุนายน 2542) มีปริมาณความถี่ในการนำเสนอรวมทั้งสิ้น 598 เรื่อง โดยมีการนำเสนอในช่วงเดือนมีนาคม 2542 จำนวนมากที่สุด 82 เรื่อง รองลงมาได้แก่ การนำเสนอในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2541 จำนวน 84 เรื่อง และ เดือนธันวาคม จำนวน 56 เรื่อง ส่วนเดือนที่มีการนำเสนอน้อยที่สุด คือ เดือนกรกฎาคม จำนวน 29 เรื่อง รองลงมาคือ เดือนกันยายน จำนวน 32 เรื่อง

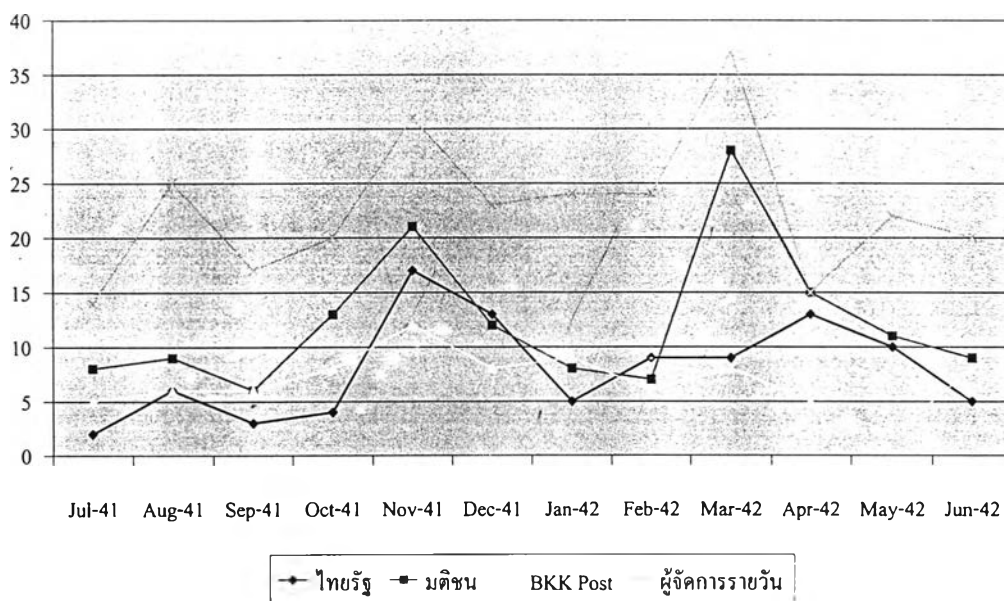
เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน นำเสนอมากที่สุด จำนวน 272 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 45.49 โดยนำเสนอมากที่สุดในช่วงเดือนมีนาคม 2542 จำนวน 31 เรื่อง และนำเสนอน้อยที่สุดในช่วงเดือนกรกฎาคม จำนวน 14 เรื่อง หนังสือพิมพ์มติชน เป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอในปริมาณความถี่ที่รองลงมาคือ จำนวน 147 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 24.58 โดยนำเสนอมากที่สุดในช่วงเดือนมีนาคม จำนวน 28 เรื่อง และนำเสนอน้อยที่สุดจำนวน 6 เรื่องในเดือนกันยายน

หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอในปริมาณความถี่รองลงมาอีกคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นำเสนอจำนวน 96 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.05 โดยนำเสนอมากที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน และนำเสนอน้อยที่สุดในช่วงเดือน กรกฎาคม จำนวน 2 เรื่อง หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีปริมาณความถี่ในการนำเสนอที่น้อยที่สุด 83 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.88 โดยนำเสนอมากที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน และนำเสนอที่น้อยที่สุดในช่วงเดือนพฤษภาคม จำนวน 2 เรื่อง (ดังแผนภูมิที่ 1 และ 2)

แผนภูมิที่ 1 แสดงความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542



แผนภูมิที่ 2 เปรียบเทียบความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542

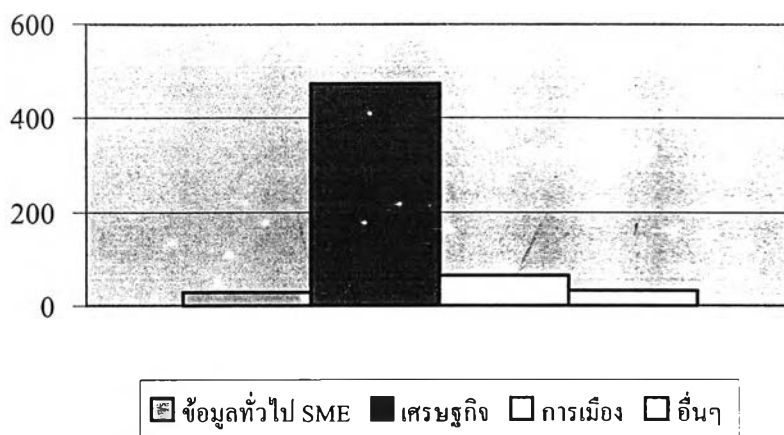


2. การนำเสนอประเด็นเนื้อหา SME

การลำดับความสำคัญของประเด็นเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ พบว่ามีปริมาณความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา SME ในประเด็นเศรษฐกิจมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 474 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 79.26 เช่น ประเด็นการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ SME ของรัฐบาล รองลงมาคือ ประเด็นการเมือง จำนวนทั้งสิ้น 64 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.71 เช่น ประเด็นการหาเสียงและเปิดพรรคไทยรักไทยตามภาคต่างๆ รองลงมา คือประเด็นอื่นๆ ได้แก่ ประเด็นเศรษฐกิจการเมือง และประเด็นสุขภาพ จำนวนทั้งสิ้น 32 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.35 เช่น ประเด็นการแข่งเงินงบประมาณในการช่วยเหลือ SME ของพรรคการเมืองต่างๆ และสุดท้ายเป็นประเด็นข้อมูลทั่วไป SME จำนวนทั้งสิ้น 28 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.68 เช่น คอลัมน์กลยุทธ์สู่ผลผลิตภาพ ซึ่งให้ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SME

จากการแยกศึกษาเป็นรายเดือนพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาประเด็นเศรษฐกิจมากที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน คือ 56 เรื่อง ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐบาลหันมาส่งเสริมและพัฒนา SME อย่างจริงจัง และมีการดำเนินนโยบายต่างๆ ในการให้ความช่วยเหลือแก่ SME จึงทำให้มีการนำเสนอเนื้อหา SME มากในช่วงดังกล่าว (ดังแผนภูมิที่ 3)

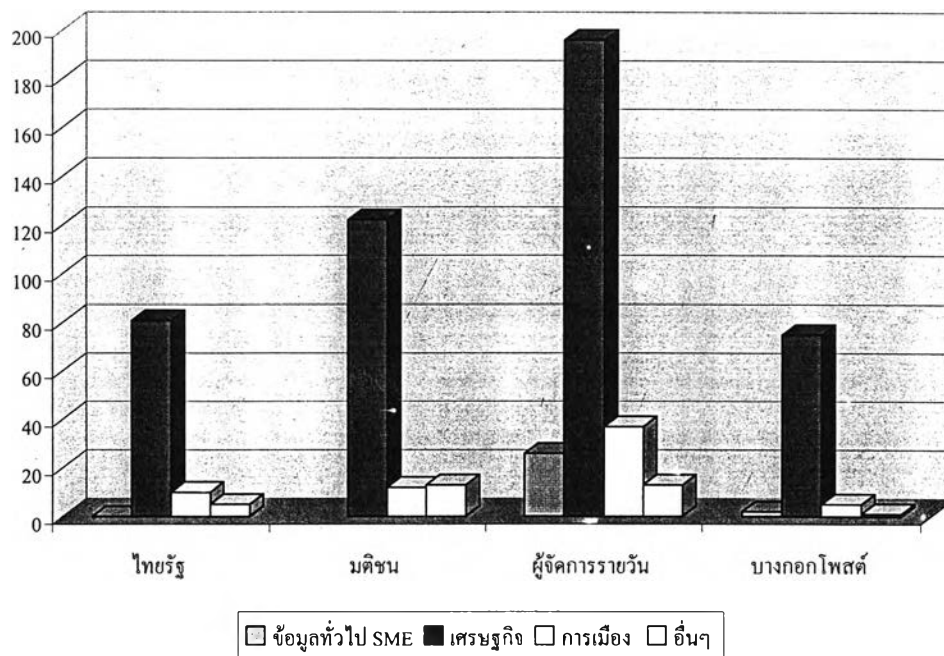
แผนภูมิที่ 3 แสดงการจำแนกประเด็นเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542



จากการเปรียบเทียบประเด็นเนื้อหา SME หนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับพบว่า ในระยะเวลาที่ทำการศึกษามีการให้ความสำคัญกับประเด็นเนื้อหา ไม่แตกต่างกันแต่ปริมาณความถี่แตกต่างกัน โดยหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหา SME ในประเด็นเศรษฐกิจมากที่สุด โดยหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอจำนวนมากที่สุด 196 เรื่อง รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์มติชน นำเสนอจำนวน 122 เรื่อง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นำเสนอจำนวน 81 เรื่อง และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์นำเสนอจำนวน 75 เรื่อง (คังแผนภูมิที่ 4)

จากการศึกษารายเดือนพบว่าหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ ต่างให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหา SME ประเด็นเศรษฐกิจมากที่สุดทุกเดือน โดยจะนำเสนอมากที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน จำนวน 56 เรื่อง รองลงมาคือ เดือนมีนาคม จำนวน 46 เรื่อง และเดือนธันวาคม จำนวน 45 เรื่อง ซึ่งในช่วงเวลาทั้ง 3 เดือนนี้เป็นช่วงที่หนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับมีปริมาณความถี่ในการนำเสนอมากที่สุด

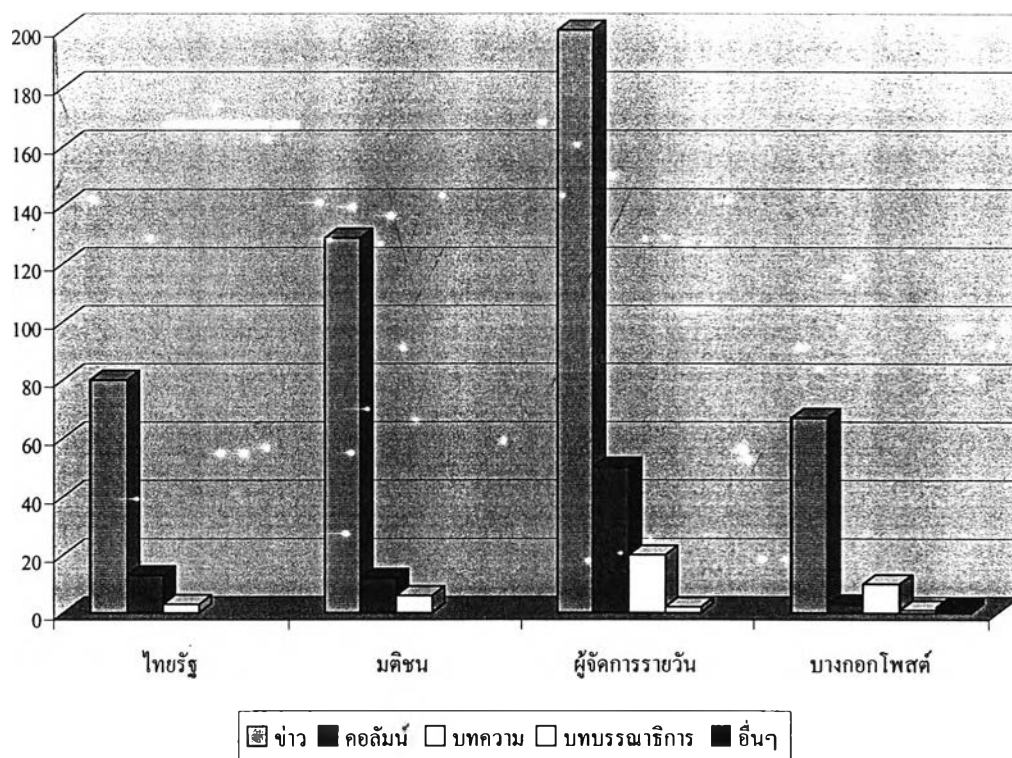
แผนภูมิที่ 4 เปรียบเทียบการนำเสนอประเด็นเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542



3. รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหา SME

จากการศึกษาพบว่าหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับนำเสนอเนื้อหา SME ในรูปแบบของข่าวมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 476 คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมาคือ คอลัมน์ นำเสนอจำนวน 78 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.05 เช่น คอลัมน์กลยุทธ์สู่ผลิตภาพ (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน) คอลัมน์คอฟฟีเบรก (หนังสือพิมพ์มติชน) คอลัมน์หมายเหตุประเทศไทย (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) และคอลัมน์Guest (หนังสือพิมพ์มติชน) อันดับต่อมาคือ บทความหรือรายงาน นำเสนอจำนวน 39 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.52 ในรูปแบบอื่นๆ เช่น เนื้อหาบรรยายได้ภาพ จดหมายถึงบรรณาธิการ นำเสนอจำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.67 และสุดท้าย คือ บทความบรรณาธิการ จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.16 โดยหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์เพียงฉบับเดียวที่นำเสนอ (ดังแผนภูมิที่ 5)

แผนภูมิที่ 5 เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542

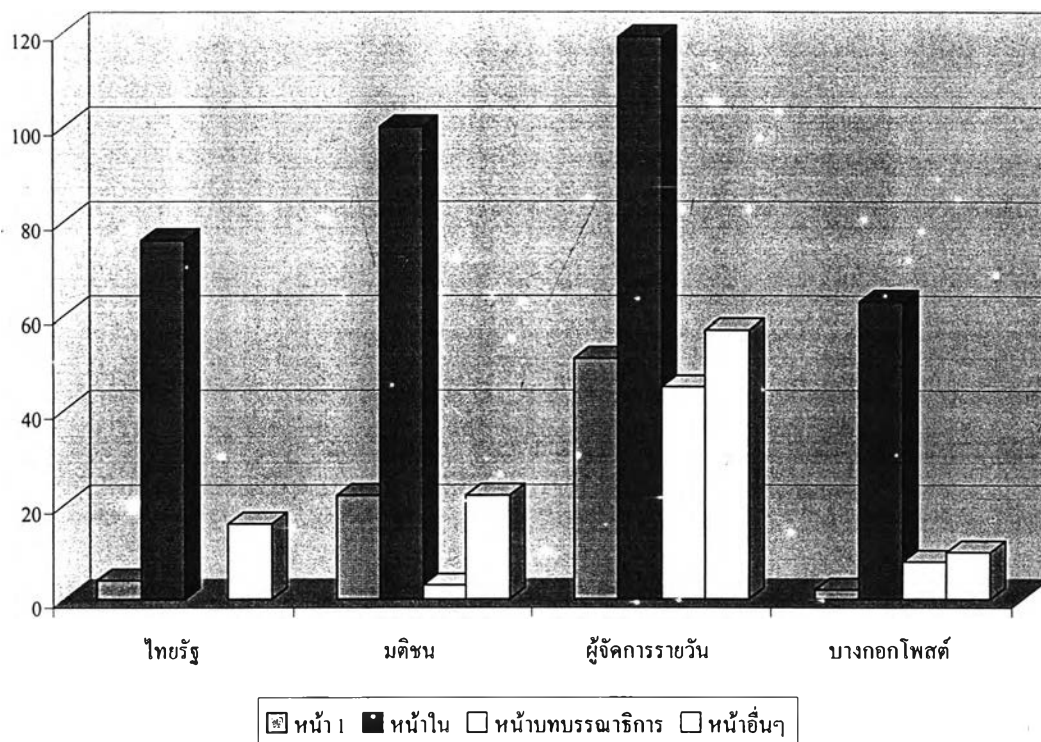


4. ตำแหน่งหน้าในการนำเสนอเนื้อหา SME

จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ นำเสนอเนื้อหา SME มากที่สุดในหน้าใน นำเสนอจำนวนทั้งสิ้น 358 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 59.87 รองลงมาได้แก่ หน้าอื่น ๆ เช่น หน้าการเมือง หน้าข่าวต่อ หน้าภูมิภาค นำเสนอจำนวน 105 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.56 หน้าหนึ่ง นำเสนอจำนวน 77 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.21 และสุดท้าย หน้าบทความบทบรรณาธิการ นำเสนอจำนวน 56 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 9.36

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอเนื้อหา SME ในหน้าเศรษฐกิจมากที่สุด เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจซึ่งมีการกำหนดหน้าเศรษฐกิจไว้รายประเภท ได้แก่ หน้าการค้า และอุตสาหกรรม หน้าการตลาด และหน้าการเงิน จึงนำเสนอมากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ซึ่งกำหนดหน้าเศรษฐกิจไว้โดยไม่ได้แยกคามรายประเภทข่าว (ดังแผนภูมิที่ 6)

แผนภูมิที่ 6 เปรียบเทียบตำแหน่งหน้าในการนำเสนอเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542



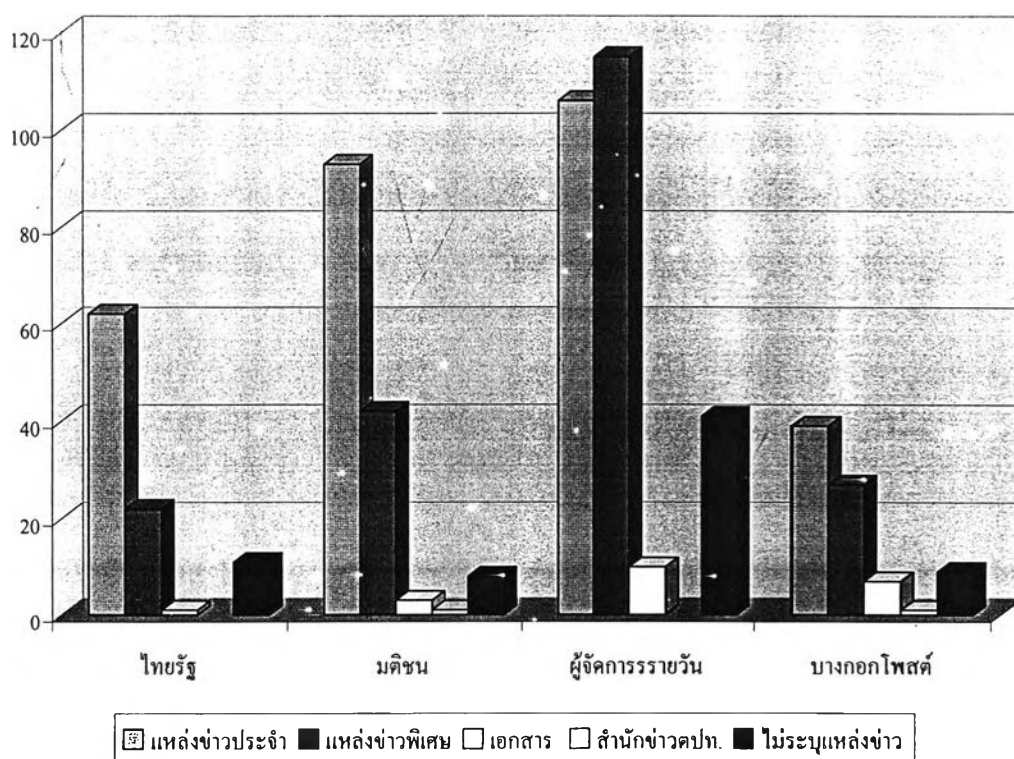
5. แหล่งข่าวของเนื้อหา SME

จากการศึกษาพบว่า แหล่งข่าวของเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับนำเสนอมากที่สุด ได้แก่ แหล่งข่าวประจำ นำเสนอจำนวนทั้งสิ้น 300 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 50.17 เช่น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และ หน่วยงานของราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รองลงมาได้แก่ แหล่งข่าวพิเศษ นำเสนอจำนวนทั้งสิ้น 206 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 34.45 เช่น นายธนาคารพาณิชย์ นักธุรกิจ แหล่งข่าวจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย อันดับต่อมาได้แก่ ไม่ระบุแหล่งข่าว นำเสนอจำนวน 69 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 11.52 แหล่งข่าวจากเอกสารสิ่งตีพิมพ์ เช่น รายงานการวิจัยจากหน่วยงานรัฐ และเอกชน นำเสนอจำนวน 21 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.52 และสุดท้ายแหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ จำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.34

ทั้งนี้หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันเป็นหนังสือพิมพ์เพียงฉบับเดียวที่มีการนำเสนอเนื้อหา SME จากแหล่งข่าวพิเศษมากกว่าแหล่งข่าวประจำ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอเนื้อหา SME จากแหล่งข่าวประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์มติชน คิดเป็นร้อยละ 31 อันดับต่อมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 20.7 และสุดท้าย หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คิดเป็นร้อยละ 13 ส่วนแหล่งข่าวพิเศษ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์มติชน คิดเป็นร้อยละ 20.4 อันดับต่อมา คือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คิดเป็นร้อยละ 13.1 และสุดท้ายคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 10.7

ส่วนเนื้อหา SME ที่ไม่ระบุแหล่งข่าว หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.9 อันดับต่อมาคือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คิดเป็นร้อยละ 13 และหนังสือพิมพ์มติชน คิดเป็นร้อยละ 11.6 สำหรับแหล่งข่าวจากเอกสาร หรือสิ่งตีพิมพ์ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ 33.34 หนังสือพิมพ์มติชน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และสุดท้าย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.76 เนื้อหา SME จากแหล่งข่าวสำนักข่าวต่างประเทศ มีหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเพียง 2 ฉบับ คือ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ นำเสนอคิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน (ดังแผนภูมิที่ 7)

แผนภูมิที่ 7 เปรียบเทียบแหล่งข่าวของเนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2541 – 30 มิถุนายน 2542



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาหมวดพืชสิ่งแวดล้อมของหนังสือพิมพ์

จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์บรรณาธิการ หัวหน้าข่าวของหนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับพบว่า กระบวนการคัดเลือกคล้ายคลึงกัน คือ เริ่มจากโต๊ะข่าวเศรษฐกิจ หรือโต๊ะการเมืองจะคัดเลือกเนื้อหาที่ส่งมาจากผู้สื่อข่าวทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ที่มีคุณค่าในด้านการตอบสนองความสนใจของประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน แล้วนำมาร่วมประชุมกองบรรณาธิการเพื่อเสนอประเด็นและเนื้อหาเหล่านั้นให้ที่ประชุมเห็นชอบ เพื่อให้น้ำหนักความสำคัญของข่าว และ กำหนดตำแหน่งหน้าที่ที่จะนำเสนอ ในส่วนของคอลัมน์หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับมีหน้าสำหรับคอลัมน์ และนักเขียนประจำอยู่แล้ว จึงไม่มีกระบวนการคัดเลือกมากนัก

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐจะทำการคัดเลือกเนื้อหาจากผู้สื่อข่าวในแต่ละสายที่จะส่งข่าวเข้ามา และหัวหน้าหรือเวรของโต๊ะข่าวจะนำเสนอเข้าสู่การพิจารณาในที่ประชุมเพื่อคัดเลือกข่าว ข่าวเศรษฐกิจ หรือข่าววิชาการส่วนใหญ่จะอยู่ในหน้าเศรษฐกิจที่กำหนดไว้ 2 หน้า ซึ่งมีพื้นที่จำกัด เมื่อเทียบกับปริมาณข่าวเศรษฐกิจที่ครอบคลุมทุกเรื่อง จึงต้องมีการคัดเลือกข่าวที่ส่งอยู่ใน ความสนใจและส่งผลกระทบต่อประชาชนจำนวนมากที่สุดเพื่อนำเสนอ ส่วนข่าวที่จะนำเสนอใน หน้าหนึ่งนั้นจะต้องมีผลกระทบในวงกว้างและเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์การทางการเมืองมากกว่าที่จะนำเสนอบริษัทหรือข่าวยุติกรรมเพียงอย่างเดียว เพราะหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเน้นข่าวเบามากกว่าข่าวหนัก ส่วนรายงานหรือบทความในหน้าเศรษฐกิจนั้นจะนำเสนอทุกวันจันทร์ โดยเป็นการสรุปข่าวของทีมงานข่าวเศรษฐกิจ ส่วนบทความจากภายนอกอาจจะกระจายไปลงหน้าบทความ คือ หน้า 5

หนังสือพิมพ์มติชน

จากการศึกษาแนวทางในการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์มติชน พบว่า ข่าวที่จะได้รับการนำเสนอ คือ ข่าวที่อยู่ในกระแสข่าว ณ ขณะนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน และเป็นการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน คือ ทำหน้าที่เป็นผู้ติดตามการทำงานของรัฐบาล ในการให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ SME โดยจะมีการรายงานความคืบหน้า และผลที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระบวนการคัดเลือกข่าวจะอยู่ที่การประชุมโต๊ะข่าวเพื่อทำการประเมินจุดเด่น ความสำคัญของข่าวนั้นๆ เพื่อวางตำแหน่งหน้า และให้น้ำหนักความสำคัญในแต่ละหน้า โดยถ้าหากเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับการเมืองส่วนใหญ่จะนำเสนอหน้าหนึ่ง ส่วนประเด็นข่าวเศรษฐกิจอย่างเดียวนั้น ถ้าหากไม่ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมากแล้ว ส่วนใหญ่จะอยู่ในหน้าใน สำหรับบทความหรือรายงานนั้นจะนำเสนอในหน้า 2 เพราะหน้าเศรษฐกิจมีเนื้อที่จำกัด

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน

กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวันจะมีการประชุมเพื่อพิจารณาคัดเลือกข่าวที่จะนำเสนอในหน้าหนึ่ง หรือหน้าใน เนื่องจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นทางด้านเศรษฐกิจและธุรกิจดังนั้นข่าวเศรษฐกิจสามารถที่จะนำเสนอในหน้าหนึ่งได้ โดยพิจารณาจากปัจจัยในแง่ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและผู้ประกอบการ รวมถึงปัจจัยในด้านการอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนหรือไม่ ส่วนหน้าในมีเนื้อที่สำหรับข่าวเศรษฐกิจ โดยแบ่งตามประเภทของข่าว เช่น หน้าการค้า อุตสาหกรรม หน้าการตลาด หน้าการเงิน ซึ่งข่าวที่ไม่ได้นำเสนอในที่ประชุม หรือ ไม่ได้ถูกคัดเลือกให้นำเสนอในหน้าหนึ่ง

โต๊ะข่าวที่รับผิดชอบแต่ละหน้าจะมีการประชุมเพื่อให้นำนักข่าวในหน้าอีกรอบหนึ่ง นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันจะมีเนื้อที่มากพอที่จะลงรายงานเศรษฐกิจจากแหล่งข้อมูลเอกสารหรือสิ่งตีพิมพ์ที่มาจากภายนอก เช่น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย หรือ หน่วยงานรัฐบาล

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์มีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SME ไม่แตกต่างกัน โดยจะมีการประชุมเพื่อพิจารณาคัดเลือกและให้นำนักข่าวจากเนื้อหาที่รับมาจากผู้สื่อข่าวในพื้นที่เนื่องจากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์แบ่งเป็นเซกชันหนึ่ง ซึ่งเป็นข่าวการเมืองและสังคม เซกชันสองเป็นเศรษฐกิจ ธุรกิจ (Business) ดังนั้นข่าวเศรษฐกิจส่วนใหญ่จะถูกนำเสนอในเซกชันสองนี้ แต่ถ้าหากจะนำเสนอหน้าหนึ่งนั้นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น แหล่งข่าวเป็นนักการเมือง หรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง สำหรับบทความหรือรายงานเศรษฐกิจจากหน่วยงานรัฐ หรือเอกชน หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ถ้าหากอยู่ในกระแสแล้วพิจารณาแล้วว่ามีคุณค่า จะนำเสนอทั้งหมดโดยไม่ตัดตอน และนำเสนอแบบเต็มหน้าในเซกชันสอง

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการคัดเลือก การกำหนดประเด็นเนื้อหา รูปแบบ ตำแหน่งหน้าในการนำเสนอเนื้อหา SME โดยสรุปเป็นปัจจัยสำคัญดังนี้

1.นโยบายหนังสือพิมพ์

การนำเสนอเนื้อหา SME เป็นไปตามนโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับ ซึ่งจะสอดคล้องกับประเภทของหนังสือพิมพ์ดังนี้

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม เน้นการนำเสนอข่าว Soft News เป็นหลัก ดังนั้นข่าวหนักอย่างเช่นข่าวเศรษฐกิจจะอยู่หน้าในเป็นส่วนใหญ่ หน้านี้จึงมีเนื้อหาข่าวเศรษฐกิจที่หลากหลาย จึงต้องมีการคัดเลือกข่าว SME นั้นว่าตีหน้า หรือมีผลอย่างไรก่อนที่จะนำเสนอเพราะเนื้อที่จำกัด ส่วนการนำเสนอเนื้อหาจะเป็นลักษณะการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

หนังสือพิมพ์ มติชน เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ เน้นนำเสนอข่าว Hard News ที่เกี่ยวกับการเมือง ดังนั้นข่าว SME ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองจะถูกนำเสนอในหน้าหนึ่ง ส่วนข่าวเศรษฐกิจจะถูกนำเสนอหน้าในเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งหน้านี้มีเนื้อที่จำกัด จึงต้องมีการคัดเลือกข่าวที่สำคัญและมีคุณค่าต่อผู้อ่านเพื่อนำเสนอ

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน เป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ จึงมีเนื้อที่สำหรับลงข่าวเศรษฐกิจทั้งหน้าหนึ่ง และหน้าในจำนวนมาก แต่ข่าว SME ที่จะนำเสนอในหน้าหนึ่งนั้นจะต้องตรงกับนโยบายของหนังสือพิมพ์ที่วางไว้ คือ หนังสือพิมพ์จะให้ความสำคัญกับข่าว SME ที่เกิดจากการกำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์ หรือเจาะลึกของหนังสือพิมพ์เอง มากกว่าข่าวกระแสที่เกิดขึ้นทั่วไป ดังนั้นถ้าหากเป็นข่าวเกี่ยวกับผู้ประกอบการ SME หรือการเจาะลึกสัมภาษณ์จะถูกนำเสนอในหน้าหนึ่ง ยกเว้นข่าวกระแสที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและประชาชนในวงกว้างจึงจะนำเสนอในหน้าหนึ่ง

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษประเภทข่าวทั่วไป การนำเสนอหน้าหนึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นข่าวการเมือง และสังคม ส่วนข่าวเศรษฐกิจจะอยู่อีกเซกชั่น ดังนั้นข่าว SME ส่วนใหญ่จะถูกนำเสนอในเซกชั่นสองซึ่งมีข่าวหลากหลายจึงมีพื้นที่จำกัด ดังนั้นจึงต้องคัดเลือกข่าว SME ที่มีความคืบหน้าและส่งผลกระทบต่อประชาชนมาเพื่อนำเสนอ

2. บรรณาธิการข่าวและหัวหน้าข่าว

บรรณาธิการข่าวและหัวหน้าข่าว จะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าเนื้อหาของข่าวนั้นมีคุณค่าในแง่ความสนใจส่งผลกระทบต่อประชาชน และสอดคล้องกับนโยบายของหนังสือพิมพ์ เพื่อที่จะให้นำหน้าข่าว และวางตำแหน่งหน้าในการนำเสนอ

3. เจ้าของหนังสือพิมพ์

เจ้าของหนังสือพิมพ์เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดเนื้อหา SME ในกรณีที่เจ้าของหนังสือพิมพ์ควมตำแหน่งบรรณาธิการบริหารจึงเข้าประชุมข่าวด้วย เช่น กรณีของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน เจ้าของหนังสือพิมพ์จะเข้าประชุมข่าวทุกเช้า เพื่อช่วยกำหนดประเด็นเนื้อหา ให้นำหน้าข่าวในหน้าหนึ่ง และให้คำแนะนำต่างๆ แต่สำหรับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เจ้าของหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ฝ่ายบริหารเพียงอย่างเดียวจึงไม่ใช่ปัจจัยในการกำหนดเนื้อหา SME

4. ผู้สื่อข่าว

การนำเสนอข่าวของผู้สื่อข่าวไปยังโต๊ะข่าวเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดเนื้อหา SME เพราะถ้าหากส่งข่าวไม่ครบจะส่งผลกระทบต่อความสมบูรณ์ของเนื้อหาและส่งผลกระทบต่อกรวางนำหน้าข่าวได้ อย่างไรก็ตามในกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา รูปแบบ

ตำแหน่งหน้านั้น ผู้สื่อข่าวมีบทบาทค่อนข้างน้อย

5. สถานการณ์ SME

หนังสือพิมพ์ 3 ชื่อฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ให้ความสำคัญกับสถานการณ์ข่าว SME มากที่สุดในการคัดเลือกเนื้อหา SME เพราะหนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวที่ตามสถานการณ์ที่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนมากกว่าจะกำหนดประเด็นขึ้นเอง ดังนั้นการกำหนดประเด็นเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับนั้นจึงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เช่น หนังสือพิมพ์มติชนที่หันมานำเสนอข่าว SME ในเชิงการเมืองมากขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม 2542 เพราะเป็นช่วงที่เกิดกระแสความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงการคลัง สำหรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันให้ความสำคัญของสถานการณ์รองจากนโยบายของหนังสือพิมพ์ เพราะตั้งแต่ต้นปี 2541 หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันมีการนำเสนอเนื้อหา SME โดยกำหนดประเด็นในการนำเสนอเอง เพราะในช่วงนั้นกระแส SME ยังไม่มากเหมือนในช่วงครึ่งหลังปี 2541

6. คุณค่าข่าว

คุณค่าของข่าว SME ที่เป็นหลักในการพิจารณาของหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับจะต้องมีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน และอยู่ในความสนใจของประชาชน นอกจากนี้หากมีแง่มุมแปลกใหม่ หรือเป็นเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้ง ก็จะได้รับการพิจารณานำเสนอเช่นเดียวกัน

7. การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น

หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญกับการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นน้อย เพราะข่าว SME ไม่ใช่ข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนที่จะต้องแข่งขันกันนำเสนอเพื่อแย่งกันนำเสนอความสด และความลึก แต่จะมีการตรวจสอบข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอประเด็นซ้ำ หรือ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการซ้ำ เพราะแหล่งข้อมูล และแหล่งข่าว SME ยังอยู่ในวงแคบไม่เหมือนข่าวเศรษฐกิจอื่นๆ ที่หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญมาก เช่น ข่าวอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จึงมีแหล่งข่าวและฐานข้อมูลมาก และมีการแข่งขันการนำเสนอ

8. แหล่งข่าว

แหล่งที่มาของเนื้อหา SME ส่วนใหญ่เป็นแหล่งข่าวประจำ เช่น รัฐมนตรีประจำกระทรวง เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการต่างๆ ทั้งนี้เพราะกระแสข่าว SME ที่เกิดขึ้นมาจากการดำเนินการมาตรการของรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME อีกทั้งยังเป็นแหล่งข่าวที่มีข้อมูลมากที่สุดและน่าเชื่อถืออีกด้วย

สำหรับแนวโน้มการนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง เพราะมาตรการของรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือแก่ SME มีทั้งระยะสั้นและระยะยาว ประกอบกับหนังสือพิมพ์เริ่มปรับทัศนคติหันมาให้ความสำคัญกับ SME ว่าเป็นหนทางฟื้นฟูและทำให้เศรษฐกิจประเทศไทยแข็งแกร่งมากขึ้น จึงทำให้หนังสือพิมพ์เริ่มมีการนำเสนอเนื้อหา SME มากขึ้น อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันมีการเปิดหน้าข่าว SME โดยเฉพาะขึ้น เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ตอบสนองผู้ประกอบการ SME และผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ SME รายใหม่

จากการสัมภาษณ์บุคลากรของหน่วยงานที่รับผิดชอบ SME โดยตรงคือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อทราบความคิดเห็นต่อเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์รายวัน ในฐานะที่เป็นแหล่งข่าวด้าน SME พบว่า หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญกับข่าว SME มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากปริมาณความถี่ที่มีมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา และในแง่มุมดังต่อไปนี้

1. ประเภทของการนำเสนอเนื้อหา SME

หนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับให้ความสำคัญกับข่าว SME ในประเด็นเศรษฐกิจมาก ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น คือธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ล่มสลาย จึงทำให้รัฐบาลหันมาส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลางและเล็ก และเนื้อหาของ SME ที่นำเสนอเน้นส่วนใหญ่มาจากกรมส่งเสริมการค้าส่งออก รวมถึงการให้ข้อมูลผู้ประกอบการที่หนังสือพิมพ์ตามไปเจาะลึกสัมภาษณ์มาลง จึงทำให้หนังสือพิมพ์นำเสนอเหตุการณ์ที่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนมากกว่าที่จะกำหนดประเด็นขึ้นเอง

2. รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหา SME

หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญกับเนื้อหา SME โดยการเพิ่มหน้าในการนำเสนอเนื้อหา SME โดยนำเสนอในรูปของข่าวมากที่สุด และเริ่มมีบทความ รายงาน และคอลัมน์ประจำที่เกี่ยวกับ SME มากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้อ่าน อีกทั้งการให้ความ

สำคัญของหนังสือพิมพ์โดยการเพิ่มรูปแบบการนำเสนอยังทำให้กระแสข่าว SME เพิ่มขึ้น และสาม

3. ตำแหน่งหน้าในการนำเสนอเนื้อหา SME

หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหา SME เป็นประจำในหน้าเศรษฐกิจ และในหน้าบทความจึงทำให้ผู้อ่านสามารถติดตามข่าว SME ได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเปิดหน้าข่าว SME จะทำให้ผู้อ่านได้ประโยชน์และติดตามข่าวได้สะดวกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์ บุคลากรจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเสนอว่า หนังสือพิมพ์ควรจะนำเสนอแหล่งที่มาของเนื้อหา และหน่วยงานที่รับผิดชอบ SME มากขึ้น คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อให้ประชาชน หรือผู้ประกอบการสามารถติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือทั้งในรูปของข้อมูล และเงินทุน และมาตรการอื่นๆ ได้

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ควรนำเสนอประเด็นในเรื่องจิตสำนึกทางจริยธรรมในการทำธุรกิจให้มากขึ้น เพื่อเป็นการกล่อมเกลาคิดใจประชาชน และผู้ประกอบการให้หันมาให้ความสำคัญกับสังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์การมุ่งหากำไร และขยายตัวทางธุรกิจจนเกินพื้นฐานที่จะรองรับได้และก่อเกิดภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ อันเป็นต้นเหตุของการล่มสลายของเศรษฐกิจในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น พบว่า หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหา SME โดยมีปริมาณความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา SME ในรูปแบบของข่าว คอลัมน์ บทความ มากขึ้น รวมถึงมีการกำหนดหน้าสำหรับ SME โดยเฉพาะ แต่ทั้งนี้หนังสือพิมพ์แต่ละประเภทมีการนำเสนอเนื้อหา SME แตกต่างกันไปตามนโยบายและประเภทของหนังสือพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งประเภทหนังสือพิมพ์ของพีระ จิตร โสภณ (2531) ที่แบ่งประเภทหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยตามเนื้อหาสาระโดยการยึดหลักผู้อ่าน ได้แก่

1. หนังสือพิมพ์คุณภาพ (Quality newspaper) หมายถึงหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวหนัก (Hard news) เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม การศึกษา หนังสือพิมพ์ที่อยู่ในประเภทนี้ได้แก่ ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ บางกอกโพสต์ มติชน และเดอะเนชั่น

2. หนังสือเน้นปริมาณ (Quantity newspaper) มักเสนอข่าวประเภทข่าวเบา เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวตื้นตื้นหวาดเสียวสนุกสนาน และข่าวอื่นๆ ที่ไม่หนักเกินไป หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด

3. หนังสือพิมพ์ที่ถึงคุณภาพและปริมาณ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างหนังสือพิมพ์คุณภาพและปริมาณ โดยหน้าแรกมีลักษณะคล้ายกับหนังสือพิมพ์ปริมาณทั่วไป คือ มีสีสัน มีรูปประกอบหลายภาพ มีหัวข้อใหญ่ เช่น ข่าวอาชญากรรม แต่เนื้อหาภายในเล่มมีสาระค่อนข้างหนักต้องใช้ความรู้ความคิด และให้สาระหนักกว่าหนังสือพิมพ์ปริมาณ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ได้แก่ แนวหน้า บ้านเมือง เดลินิวส์

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันเป็นหนังสือพิมพ์คุณภาพที่เน้นข่าวเศรษฐกิจและข่าวการค้า ดังนั้นจึงมีการนำเสนอเนื้อหา SME มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.49 และเนื้อหา SME ส่วนใหญ่เป็นประเด็นทางเศรษฐกิจ ขณะที่หนังสือพิมพ์มติชน เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เป็นหนังสือพิมพ์คุณภาพภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นหนังสือพิมพ์เน้นปริมาณหรือประชานิยม มีการนำเสนอเนื้อหา SME ในปริมาณความถี่ที่น้อยกว่า และอีกทั้งยังมีประเด็นเนื้อหา รูปแบบ ตำแหน่งที่นำเสนอ และแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหา SME แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน

แต่เมื่อพิจารณาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์มีความแตกต่างกันในแง่ของปริมาณความถี่ โดยหนังสือพิมพ์มติชนนำเสนอมากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ แต่ในแง่ของประเด็นเนื้อหา รูปแบบ ตำแหน่งเนื้อหา และรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหา ไม่มีความแตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ต่างประเภท

จากทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting, McCombs และ Shaw 1976, อ้างถึงใน สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2528) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ว่า การที่สื่อมวลชนให้ความสนใจต่อประเด็นหรือหัวข้อที่เกี่ยวกับปัญหาในเรื่องต่างๆ ทำให้ประชาชนได้รับทราบและตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาหรือประเด็นนั้นตามที่สื่อมวลชนได้กำหนดไว้ นั่นคือสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่จะรับรู้ถึงความสำคัญในเรื่องต่างๆ สามารถอธิบายได้ว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหา SME มาก โดยให้น้ำหนักมากกว่าเมื่อเทียบกับข่าวเศรษฐกิจประเภทอื่นๆ เช่น ข่าวการตลาด และมีการนำเสนออย่างต่อเนื่องในหน้าเศรษฐกิจ หน้าหนึ่ง และหน้าบทความบรรณาธิการ และผลจากการนำเสนอเนื้อหา SME อย่างต่อเนื่องนี้ทำให้สังคมเริ่มรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของ SME

และได้มีความเคลื่อนไหวออกมา เช่น ประชาชนเริ่มมีความหวังว่า SME จะเป็นแรงผลักดันให้เศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้น จึงเริ่มมีการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นจากก่อนหน้านี้ที่เก็บออมเงินเพื่อรองรับสถานการณ์เศรษฐกิจที่ยังตกต่ำอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็น SME เริ่มเกิดขึ้นทำให้ธุรกิจหลายประเภทปรับกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า SME เหล่านี้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ให้บริการสินเชื่อแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น บริษัทคอมพิวเตอร์ปรับกลยุทธ์โดยเน้นลูกค้าที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเช่นกัน

ผลจากการที่คนในสังคมเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของ SME ประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวทำให้หนังสือพิมพ์มีแนวโน้มที่จะนำเสนอข่าว SME อย่างต่อเนื่อง และนำเสนอมากขึ้น อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันที่มีการเปิดหน้า SME โดยเฉพาะ จึงทำให้กระแสข่าว SME แพร่หลายในวงกว้างมากขึ้น และส่งผลต่อเนื่องไปยังผู้ประกอบการให้หันมาให้ความสำคัญกับ SME มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากการนำเสนอข่าว SME ของหนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับในช่วงเดือนพฤศจิกายนมีปริมาณความถี่ถึง 81 เรื่อง และจัดเป็นช่วงที่กระแส SME เริ่มแรงขึ้น เพราะเกิดเหตุการณ์ที่รัฐบาล และพรรคการเมืองประกาศนโยบายในการสนับสนุน SME อย่างชัดเจน หลังจากนั้นผู้ประกอบการภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นธนาคารพาณิชย์ หรือ ธุรกิจอื่นๆ เช่น บริษัทคอมพิวเตอร์ ได้หันมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับลูกค้าเกี่ยวกับ SME มากขึ้น

สถานการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับที่ อุทุมพร หมั่นทำการ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่กล่าวว่า สถานการณ์การล่มสลายทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทำให้รัฐบาลหันให้การสนับสนุน SME ทำให้สื่อมวลชนหันมานำเสนอข่าวเกี่ยวกับ SME มากขึ้นจนก่อให้เกิดกระแส SME Fever ขึ้น

เมื่อพิจารณาเนื้อหาขององค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ ซึ่งประกอบด้วย ข่าว บทความ รายงาน คอลัมน์ บทบรรณาธิการ ภาพถ่าย ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ และผู้อ่าน (นันทริกา คุ่มไพโรจน์, 2514 อ้างถึงในณรงค์ จำวิจิตร, 2533) พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับนำเสนอได้ค่อนข้างครบถ้วน โดยมุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาในส่วนที่เป็นหัวใจของหนังสือพิมพ์ คือ รูปแบบของข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ บทความ คอลัมน์ แต่สำหรับบทบรรณาธิการนั้นมีเพียงหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ฉบับเดียวที่นำเสนอ ส่วนภาพถ่ายนั้นมีหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันนำเสนอ โดยมีการบรรยายใต้ภาพที่ตรงกับประเด็น SME แต่หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ มีการนำเสนอเช่นกัน แต่ไม่ได้มีการบรรยายใต้ภาพที่ชัดเจนว่าเป็นประเด็น SME ส่วนประเด็นเนื้อหา นั้นหนังสือพิมพ์นั้นนำเสนอประเด็นที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นคือ ประเด็นเศรษฐกิจเป็นส่วนใหญ่ และประเด็นการเมือง ประเด็นอื่นๆ ในปริมาณความถี่ที่รองลงมา

ดังนั้นถ้าพิจารณาในแง่ของบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2529) ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข่าวสารข้อเท็จจริง ให้ความรู้และการศึกษา ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัว โดยดำรงฐานะคล้ายคนยามที่คอยตรวจสอบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงเป็นแหล่งแสดงความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นผ่านหน้าหนังสือพิมพ์ จากการนำเสนอข่าว SME ในช่วง 1 กรกฎาคม 2541 –30 มิถุนายน 2542 จะพบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับให้ความสำคัญกับการแสดงบทบาทหน้าที่ในการรายงานข่าวสาร SME ได้อย่างครอบคลุมชัดเจน และมุ่งเน้นนำเสนอประเด็นการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประชาชน ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังได้พยายามที่จะนำเสนอในรูปแบบอื่นนอกจากข่าว เช่น บทความทางวิชาการ รายงานพิเศษ คอลัมน์ สกู๊ป สารคดี สัมภาษณ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารในแง่มุมอื่นๆ แต่การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบนี้ยังมีจำนวนน้อย จึงทำให้การนำเสนอข่าว SME เป็นการนำเสนอข่าวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมากกว่าจะเป็นการนำเสนอแบบภาพรวม

จากการศึกษากระบวนการในการคัดเลือกเนื้อหา SME โดยการสัมภาษณ์บรรณาธิการ หัวหน้าข่าวของหนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการเลือกสรร การกำหนดประเด็นเนื้อหา รูปแบบ และตำแหน่งหน้าในการนำเสนอเนื้อหา SME ของ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คือ ปัจจัยภายนอกองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดประเด็นเนื้อหา และแหล่งข่าว เพราะในช่วงที่ผ่านมาได้มีเหตุการณ์ที่ทำให้หนังสือพิมพ์หันมาให้ความสำคัญกับ SME คือ

1. หนังสือพิมพ์ มีความเห็นตรงกับรัฐบาลว่า วิกฤตการณ์เศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมขนาดใหญ่ต้องประสบปัญหา ไม่สามารถที่จะเป็นเครื่องจักรสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจไทยเติบโตเหมือนที่ผ่านมาได้ ดังนั้นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กจะเป็นหนทางในการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยได้ง่ายกว่า
2. รัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลางและเล็กออกมาหลายประการ ที่สำคัญคือการเงินช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีแหล่งข่าวตั้งแต่ระดับนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี ไปจนถึงระดับเจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการภาคเอกชน ธนาคารพาณิชย์

ส่วนปัจจัยภายในเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดประเด็นเนื้อหา และแหล่งข่าว แต่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดปริมาณความถี่ รูปแบบ และตำแหน่งที่นำเสนอเนื้อหา SME ตามทฤษฎีองค์กร(อ้างถึงในกาธูณย์ มีถม)ที่กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจคัดเลือกเนื้อหาของหนังสือพิมพ์จะได้รับอิทธิพลจากสถานภาพ และบทบาทของผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่ นโยบายหนังสือพิมพ์ เจ้าของ บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว ซึ่งจะมีกระบวนการพิจารณาคัดเลือกข่าวที่จะนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ จะต้องผ่านการประชุมข่าวร่วมกันระหว่างบรรณาธิการ หัวหน้าข่าวสายต่างๆ และบางครั้งเจ้าของหนังสือพิมพ์ร่วม ประชุมด้วย ทั้งนี้การพิจารณาจะยึดถือนโยบาย และจำนวนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เป็นหลัก ซึ่งจะทำให้หนังสือพิมพ์แต่ละประเภทแตกต่างกัน โดยบรรณาธิการข่าวจะพิจารณาคัดเลือกข่าวที่ผู้สื่อข่าวส่งมาในแง่องค์ประกอบของคุณค่าข่าวในแง่ของผลกระทบต่อประชาชน ความทันต่อเหตุการณ์ (ฉอาน วุฒฒฒฒฒฒรักษา, 2536) หรืออาจมีประเด็นขัดแย้งระหว่างฝ่ายต่างๆ ก็จะนำเสนอในที่ประชุม ซึ่งถ้าได้รับความเห็นชอบก็จะนำเสนอและวางตำแหน่งข่าวในหน้าต่างๆ ตามนโยบายของหนังสือพิมพ์ ซึ่งเรียกได้ว่า บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว ผู้สื่อข่าว และเจ้าของหนังสือพิมพ์ มีบทบาทสำคัญมากในการพิจารณานำเสนอเนื้อหา SME ในฐานะที่เป็นผู้เฝ้าประตู ตามแนวคิดผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper, D.M.Whiteม 1950, อ้างถึงในสวนิต ยมาภย์ และระวีวรรณ ประกอบผล,2528) ที่จะควบคุมการปล่อยข่าวสารไปยังผู้รับสาร

อย่างไรก็ตามการนำเสนอเนื้อหา SME ในแง่ประเด็นเนื้อหา รูปแบบ ตำแหน่ง และแหล่งข่าวที่นำเสนอของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ไม่ได้มีความแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้เพราะหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SME ที่อิงกับสถานการณ์มากกว่านโยบายของหนังสือพิมพ์

ถ้าพิจารณาหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน จะพบว่า เป็นไปตามทฤษฎีองค์กร(อ้างถึงในกาธูณย์ มีถม) คือ นโยบาย บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว เจ้าของหนังสือพิมพ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดปริมาณความถี่ ประเด็นเนื้อหา รูปแบบ ตำแหน่ง และแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหา SME ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ได้ระบุว่า หนังสือพิมพ์มีนโยบายนำเสนอเนื้อหา SME มาก่อนหน้าที่จะเกิดกระแส SME โดยจะให้ความสำคัญกับข่าวที่หนังสือพิมพ์เป็นผู้กำหนดเองมากกว่าข่าวที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ ประกอบกับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทเศรษฐกิจ จึงมีพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหา SME มาก ดังนั้นจึงทำให้ปริมาณความถี่ ประเด็นเนื้อหา รูปแบบ ตำแหน่งหน้า และแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

ในประเด็นของแหล่งข่าว ที่แบ่งออกเป็นแหล่งข่าวประจำ เช่น กระทรวง นักการเมือง นักวิชาการ แหล่งข่าวพิเศษ เช่น นักธุรกิจ หรือ แหล่งข่าวที่สนิทกับนักข่าวเป็นการส่วนตัว แหล่งข่าวจากสิ่งตีพิมพ์ และเอกสาร สุกท้ายคือ แหล่งข่าวจากสำนักข่าว เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ (ฉอาน วุทธิกรรมรักษา,2536)

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันมีแหล่งที่มาของเนื้อหา SME ความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ทั้งนี้เพราะแหล่งที่มาของเนื้อหา SME ของหนังสือพิมพ์มาจากแหล่งข่าวประจำมากที่สุด ได้แก่ นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการคลัง เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐบาล ตลอดจนนักวิชาการต่างๆ เนื่องจากเป็นหน่วยงานและมีอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ในการดูแล และส่งเสริมพัฒนา SME อีกทั้งยังมีการดำเนินการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการให้สัมภาษณ์ หรือ แถลงข่าวอย่างเป็นทางการ รวมทั้งการจัดงานสัมมนา จึงทำให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ที่นำเสนอเนื้อหา SME โดยอิงกับสถานการณ์มีแหล่งที่มาเป็นแหล่งข่าวประจำ ขณะที่หนังสือพิมพ์ผู้จัดการให้ความสำคัญกับประเด็นที่กำหนดเองมากกว่าสถานการณ์ จึงมีแหล่งที่มาเป็นแหล่งข่าวพิเศษ เช่น ผู้ประกอบการเอกชน นายธนาคาร มากกว่าแหล่งข่าวประจำ แต่เมื่อพิจารณาหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับแล้ว หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันยังคงเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีแหล่งที่มาจากแหล่งข่าวประจำมากที่สุด ทั้งนี้เพราะมีการนำเสนอปริมาณความถี่มากที่สุด ประกอบกับแหล่งข่าวที่ดูแลรับผิดชอบ SME มีไม่มาก และที่สำคัญหนังสือพิมพ์ยังคงให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน จึงไม่สามารถที่จะละทิ้งสถานการณ์ SME ที่เกิดขึ้นได้อย่างเด็ดขาด

ส่วนแหล่งข่าวพิเศษที่หนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับให้ความสนใจ คือ ผู้ประกอบการ SME เพื่อให้ได้ข้อมูลว่า มาตรการของรัฐบาลในการช่วยเหลือ SME นั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด และเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวการประกอบกิจการของผู้ประกอบการนั้นๆ เพื่อเป็นข้อมูล ตัวอย่างให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ หรือเพิ่งเริ่มต้นกิจการ สำหรับแหล่งข่าวที่เป็นเอกสารนั้น หนังสือพิมพ์ก็ให้ความสำคัญเช่นกัน เพียงแต่หน่วยงานที่เผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับ SME ในรูปของเอกสารมีไม่มากนัก เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มีข้อมูลเกี่ยวกับ SME มากที่สุดและมีการจัดทำเอกสาร และวารสาร เกี่ยวกับ SME อย่างต่อเนื่อง ส่วนหน่วยงานอื่นๆ เช่น สถาบันพัฒนาเอสเอ็มอี นั้นเพิ่งเริ่มก่อตั้ง ข้อมูลส่วนใหญ่มาจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือเป็นหน่วยงานที่ไม่ได้ทำหน้าที่เกี่ยวกับ SME โดยตรง เช่น ธนาคารพาณิชย์ แต่มีการทำวิจัยและรายงานเรื่อง SME ออกมาเป็นครั้งคราวไม่ใช่เป็นประจำ

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่รับผิดชอบ SME โดยตรง คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมซึ่งนับเป็นแหล่งข่าวที่หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญ และให้ความเชื่อถือในการนำเสนอเนื้อหา SME ตั้งแต่ระดับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ไปจนถึงระดับเจ้าหน้าที่ พบว่า หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหา SME ได้สอดคล้องกับสถานการณ์ และให้ความสำคัญกับเนื้อหา SME มากขึ้น โดยมีการนำเสนอในปริมาณเพิ่มขึ้นจากช่วงที่ผ่านมา ในรูปแบบต่างๆ และมีการเปิดหน้าสำหรับ SME มากขึ้น สถานการณ์เช่นนี้ก่อให้เกิดกระแสแฟชัน SME คือ หน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ และเอกชนได้หันมาพูดถึงเรื่อง SME มากขึ้น ซึ่งการพูดถึงอย่างกว้างขวางเช่นนี้ จึงก่อให้เกิดแหล่งข่าวอย่างไม่เป็นทางการเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้กรมส่งเสริมการส่งออกไม่สามารถควบคุมทิศทางการนำเสนอเนื้อหา SME ที่เกิดขึ้นได้ ดังเช่น การที่หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหา SME จำนวนมากในรูปแบบของข่าวคอลัมน์ หรือรายงาน จำนวนมาก แต่ไม่สามารถที่จะสื่อให้ประชาชนผู้อ่านทราบว่าหน่วยงานราชการใดเป็นผู้รับผิดชอบดูแลเรื่อง SME โดยตรง

นอกจากนี้กรมส่งเสริมการส่งออกมีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ควรจะนำเสนอเนื้อหา SME ให้ครบถ้วนและเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และประชาชนอย่างแท้จริง โดยการนำเสนอแหล่งข้อมูล และหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล SME เพื่อให้ประชาชนรับรู้ และสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการได้ตรงจุด สำหรับกรมส่งเสริมการส่งออกก็ได้มีการปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารเรื่อง SME โดยการจัดจ้างบริษัทเอเยนซี คิธ แอนด์ คิน เข้ามาช่วยในการวางแผนประชาสัมพันธ์ข่าว โดยกรมส่งเสริมการส่งออกจะเป็นผู้สนับสนุนในด้านข้อมูลให้กับบริษัท แต่ทั้งนี้การเผยแพร่ข่าวสารนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่กรมส่งเสริมการส่งออกได้รับมาว่าจะมากน้อยแค่ไหน เช่น ขั้นตอนการดำเนินการมาตรการช่วยเหลือ SME ในรายละเอียด ถ้าหากเจ้าหน้าที่ยังดำเนินการไม่เสร็จ หรือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมยังไม่อนุมัติ ก็ไม่สามารถเผยแพร่ข่าวสารที่มีความคืบหน้าต่อไปได้ จึงนำเสนอได้เพียงแต่หลักการ และวัตถุประสงค์ในการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งที่ผ่านมาหนังสือพิมพ์ให้ความสนใจกับเนื้อหา SME มาก และเมื่อข้อมูลจากภาครัฐหรือกรมส่งเสริมการส่งออกไม่มีความคืบหน้า ก็จะไปเสาะหาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ แทน และเป็นที่มาของ การนำเสนอข้อมูล SME ตามสถานการณ์ แต่เป็นไปอย่างสับสนและไร้ทิศทาง

จากการเก็บข้อมูลหนังสือพิมพ์และการสัมภาษณ์บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ รวมถึงการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพิ่มเติม พบว่าหนังสือพิมพ์รายวันได้ให้ความสำคัญกับข่าว SME มากขึ้น และมีการนำเสนอประเด็นเนื้อหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น และมีแนวโน้มที่จะนำเสนอมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ เห็นว่าในการนำเสนอเนื้อหา SME ยังมีข้อจำกัดในแง่พื้นที่การนำเสนอเนื้อหา หรือความเข้าใจเรื่อง SME ของผู้อ่านข่าว ในส่วนของเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมนั้นเห็นว่าหนังสือพิมพ์ควรมีการปรับปรุงเนื้อหาข่าวสาร SME ในส่วนของแหล่งที่มาของข้อมูล เพื่อให้ผู้อ่านสามารถได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หนังสือพิมพ์รายวันควรนำเสนอข่าว SME โดยศึกษาคำจำกัดความ และเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับ SME ของแต่ละหน่วยงานรัฐและเอกชน เพื่อให้สามารถคัดเลือกเนื้อหา SME ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการได้มากขึ้น
2. หน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ SME ควรทำการศึกษาความแตกต่างของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ แต่ละประเภท เพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาที่จะทำการเผยแพร่ให้สอดคล้องกับลักษณะของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ
3. หน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ SME ควรประสานงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบรรณาธิการที่รับผิดชอบในการคัดเลือกข่าว เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการนำเสนอเนื้อหา SME มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในส่วนของสาร คือ เนื้อหา SME ในหนังสือพิมพ์ และผู้ส่งสาร คือ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ และแหล่งข่าว ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอให้นำเสนอให้ทำการศึกษา ผู้รับสาร คือ ผู้อ่านว่าได้รับประโยชน์จากการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาคอบวงจรการสื่อสาร
2. การวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถถือเป็นตัวแทนของสื่อมวลชนทั้งหมดได้อย่างสมบูรณ์ เพราะสื่อมวลชนแต่ละประเภทมีข้อจำกัด และมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ควรมีการทำวิจัยเนื้อหา SME กับสื่ออื่นๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร เพราะในปัจจุบันสื่อมวลชนทุกแขนงต่างพากันให้ความสนใจกับ SME

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปริมาณความถี่ของเนื้อหา SME ในด้านของรูปแบบของข่าว บทความ บทบรรณาธิการ และตำแหน่งหน้าใน หน้าหนึ่ง โดยวัดเป็นรายเรื่อง ในการทำวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยเสนอให้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา แต่ละหน้า และรูปแบบ โดยเฉพาะบทความ และ คอลัมน์ให้ละเอียดขึ้นเพราะหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหา SME ในรูปแบบอื่น นอกจาก ข่าวมากขึ้น รวมทั้งมีการเปิดหน้าสำหรับเนื้อหา SME โดยเฉพาะขึ้น