

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ เพื่อศึกษาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกแก่ผู้ประกอบการส่งออกสินค้า เกษตร และเพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรจากการได้รับข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก โดยใช้วิธีการศึกษา 3 วิธี คือศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากเอกสาร ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการส่งออก รวมทั้ง ศึกษาจากการสำรวจผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีอยู่ในรายชื่อของกรมส่งเสริมการส่งออก โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และหาค่าเฉลี่ยการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่าง 254 บริษัท เพื่อแสดงการรับรู้ของผู้ส่งออกสินค้าเกษตร

ผลการวิจัย พบว่า

1. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อหลัก รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และ สื่อมวลชน เป็นสื่อรอง
2. การดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกด้านการส่งออกสินค้าเกษตร จะมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. กรมส่งเสริมการส่งออก มีแผนงานล่วงหน้าที่กำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการดำเนินงาน และการประเมินผลไว้ในการดำเนินงานทุกครั้ง
4. ผู้ส่งออกมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน น้อยที่สุด
5. กรมส่งเสริมการส่งออก ได้มุ่งพัฒนาช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ตให้ทันสมัยรองรับแนวโน้มการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในอนาคต

The purposes of this research are to describe the information distribution of the Department of Export Promotion and to study the perception of agricultural product exporters in the year 2005

The research is conducted by three methodologies consisting of : gathering data from document source , using in-depth interviews with the Department of Export Promotion's officers and surveying a sample of 254 companies listed by the Department of Export Promotion.

The results of this study are as follows :

1. The Department of Export Promotion uses internet media as major media for information distribution , the next ones are interpersonal media , specialized media ; in the same time mass media is used as minor media.
2. The Department of Export Promotion distributes the information about the export agricultural products by cooperating with other related departments.
3. The Department of Export Promotion sets its plan in advance with objectives , operation process and evaluation in every project.
4. Agricultural product exporters perceive the information through internet media the most , the next ones are interpersonal media , Specialized Media and the least is mass media.
5. The Department of Export Promotion develops internet media to be more modern channel for the growth of the information distribution in the future.