

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ภายหลังจากที่เกิดเหตุการณ์วิกฤติเศรษฐกิจขึ้นในปี พ.ศ. 2541 ได้ส่งผลเสียร้ายแรงต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มนุษย์เงินเดือนจำนวนมากต้องเดินออกจากแหล่งงานที่ประกอบอาชีพอยู่ ตลอดจน บางบริษัทที่ไม่แข็งแรงพอต้องปิดตัวลงไปเป็นจำนวนมากค่อนข้างมาก สรุปได้ว่าทุกภาคธุรกิจล้วนได้รับผลกระทบต่อเนื่องต่อปรากฏการณ์นี้ทั้งสิ้น

ท่ามกลางความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นนี้ ก่อให้เกิดกระแสตื่นตัวของ การเริ่มต้นเป็นเจ้าของธุรกิจในกลุ่มชนชั้นกลางที่เคยทำงานในบริษัทเอกชนมากขึ้น ตั้งแต่การเปิดตลาดเปิดทำขายของ ตลาดนัดคนเคยรวัย ฯลฯ เป็นต้น และด้วยเวลานั้นเป็นช่วงที่พรรคไทยรักไทย นำโดยพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ได้เริ่มนำนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากมาเป็นจุดขายของพรรคในการลงสมัครเลือกตั้งในปี 2543 โดยที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจของไทยต้องพึ่งพาเงินลงทุนจากต่างชาติ และ ผลประกอบการจากบริษัทขนาดใหญ่ เป็นหลัก รวมถึงการปล่อยเงินกู้จากธนาคารที่ไม่ได้อยู่ในพื้นฐานความเป็นจริง ทั้งหมดนี้เปรียบเสมือนกับภาพลวงตาที่ปิดบังความจริงของเศรษฐกิจไทยมาโดยตลอด เมื่อถึงเวลาที่ฟองสบู่แตกขึ้นมาได้ทำให้ระบบเศรษฐกิจของไทยล้มลงในทันที

ให้คำว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือว่า เอสเอ็มอี เริ่มเป็นประเด็นที่นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางเศรษฐกิจหันมาให้ความสนใจและเสนอให้เป็นวาระในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ โดยเน้นให้เกิดการผลิตในประเทศ และส่งออกต่างประเทศเพื่อดึงเม็ดเงินจากต่างชาติให้กลับเข้ามายังประเทศไทยอีกครั้ง และประเด็นในการส่งเสริมธุรกิจเอสเอ็มอีจึงเปรียบได้กับสัญลักษณ์ของพรรคไทยรักไทยในการลงสมัครเลือกตั้งยุคนั้นเลยทีเดียว

ทันทีที่พรรคไทยรักไทยสามารถชนะการเลือกตั้งและจัดตั้งรัฐบาลได้ นโยบายด้านการสนับสนุนธุรกิจเอสเอ็มอี จึงได้เริ่มต้นอย่างเป็นทางการ ตั้งแต่การเริ่มต้นจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือว่า สสว.ขึ้นเป็นหน่วยงานอิสระที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปในการทำธุรกิจ และในเวลาถัดมาได้มีการจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือว่า SMEsBank ขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการนำไปใช้ในการจัดตั้งและบริหารธุรกิจของตนเป็นต้นรวมถึงการร่าง "พระราชบัญญัติ

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” โดยกระทรวงอุตสาหกรรมขึ้นในปี พ.ศ. 2543 การเกิดขึ้นของนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเอสเอ็มอี เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โครงการกองทุนหมู่บ้าน โครงการวิสาหกิจชุมชน ฯลฯ โครงการทั้งหมดนี้ได้ก่อให้เกิดกระแสตื่นตัวที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัวของคนไทยขึ้นมา

สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์แนวเศรษฐกิจ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ได้เริ่มให้นำหนักกับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเอสเอ็มอีมากขึ้น จากเดิมที่ให้ความสำคัญกับข่าวสารด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักในช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในช่วงขาขึ้น สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์นั้นได้เพิ่มเนื้อหาข่าวเอสเอ็มอีโดยเฉพาะ เช่น ข่าวสารความเคลื่อนไหวจากภาครัฐ การลงบทความสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น สำหรับนิตยสารนั้น ได้ปรากฏว่ามีนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในเวลานั้น เริ่มตั้งแต่ นิตยสารเส้นทางเศรษฐกิจในเครือมติชน นิตยสารเส้นทางทำมาหากิน นิตยสาร OPEN และนิตยสาร MakeMoney เป็นต้น ซึ่งในเวลาต่อมาได้มีนิตยสารแนวนี้เกิดขึ้นบนแผงหนังสืออีกเป็นจำนวนมาก เช่น นิตยสารโอกาสธุรกิจแฟรนไชส์ นิตยสารแก่นจัน นิตยสารตั้งตัว ฯลฯ เป็นต้น

สำหรับนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์ นั้น เริ่มตีพิมพ์และวางจำหน่ายเป็นครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน 2547 ภายใต้การบริหารของ บริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งแม้ว่าจะจะเป็นนิตยสารเอสเอ็มอีที่เกิดขึ้นใหม่ แต่ได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี เนื่องจากประกอบด้วยทีมงานซึ่งมีความชำนาญในวงการสื่อสารมวลชนมาอย่างยาวนาน รวมถึงการวางตำแหน่งของนิตยสารไว้อย่างชัดเจน ทำให้บริษัทตัวแทนขายโฆษณาสามารถจัดหาผู้สนับสนุนได้อย่างเหมาะสม นับได้ว่าเอสเอ็มอีไทยแลนด์เป็นนิตยสารธุรกิจที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในตลาด

ทว่าในเวลาต่อมาด้วยนโยบายของผู้บริหารเครือจีเอ็มที่มองว่านิตยสารธุรกิจจะมีความยากลำบากในการบริหารในเวลานี้ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว จึงมีแผนที่จะยุบหัวหนังสือนี้ลง แต่ด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจของทีมงานชุดเดิมซึ่งมองว่านิตยสารแนวนี้ยังสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมีอนาคต ทีมผู้บริหารและผู้จัดการชุดเดิมจึงได้แยกตัวออกมาตั้งบริษัทใหม่ในชื่อ เพนนินซูล่าส์ เอ็ทโซซิเอทส์ และยังคงชื่อหัวหนังสือ เอสเอ็มอีไทยแลนด์ ไว้เช่นเดิม โดยฉบับแรกที่ตีพิมพ์และจัดจำหน่ายภายใต้การบริหารซึ่งแยกออกจากเครือจีเอ็มนั้น เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2549 จนถึงปัจจุบัน โดยที่เนื้อหาภายในยังคงรูปแบบเดิมไว้กว่า 80 เปอร์เซ็นต์

การวางเนื้อหานั้น นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ได้มีการกำหนดเนื้อหาของนิตยสารไว้สี่ส่วนหลัก คือ

ส่วนที่ 1 Biz Start Up เป็นส่วนที่ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการหน้าใหม่และผู้อ่านที่กำลังมองหาธุรกิจใหม่ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการหน้าใหม่ส่วนมากยังขาดซึ่งความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจ เช่น การทำตลาด การคัดเลือกบุคลากร การผลิต ในส่วนนี้ยังมีคอลัมน์ Franchise Club ที่แนะนำผู้ลงทุนที่สนใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์มาลงทุน

ส่วนที่ 2 Smart Entrepreneur เสนอบทสัมภาษณ์และบทความของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ธุรกิจระดับหนึ่งได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตราสินค้า หรือการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีขีดความสามารถที่จะแข่งขันในตลาดได้

ส่วนที่ 3 IT Zone เน้นเนื้อหาในการนำไอทีโซลูชันมาใช้ในการจัดการองค์กรธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันและอนาคตเทคโนโลยีจะมีความสำคัญต่อภาคธุรกิจมากขึ้น ทั้งด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ในเซกชันนี้ประกอบไปด้วยคอลัมน์ สกู๊ปไอที ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่รวบรวมข่าวสารความเคลื่อนไหวในวงการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อองค์กร หรือความเคลื่อนไหวในแวดวงไอที คอลัมน์ Bright Brain เป็นการนำเสนอผู้ประกอบการที่ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร คอลัมน์ Open Box เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ทั้งซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 Money Zone เน้นเนื้อหาด้านการจัดการบริหารเงินภายในองค์กร เนื่องจากปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการไทยคือ ขาดแคลนเงินทุน เซกชันนี้จึงเปิดขึ้นเพื่อเป็นช่องทางหาแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ รวมทั้งข่าวสารที่สำคัญในวงการการเงินและธนาคาร ประกอบไปด้วยคอลัมน์ Money Inside ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันการเงินที่ให้การสนับสนุนด้านสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ คอลัมน์ Scoop Money เป็นการรวบรวมข่าวสารความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจการเงินที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ยังมีส่วน Cover Story หรือเรื่องจากปกที่จะเป็นเนื้อหาหลักของนิตยสารในแต่ละเดือน ที่จะให้ความรู้และข่าวสารในการทำธุรกิจกับผู้อ่าน และคอลัมน์นิสต์ที่มีความเชี่ยวชาญในเฉพาะด้าน เช่น การตลาด การบริหารบุคคล การออกแบบดีไซน์ มาให้ความรู้กับผู้อ่าน

นิตยสารประเภทธุรกิจ ถือได้ว่าเป็นนิตยสารที่มีคุณลักษณะความเป็นเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ประเภทหนึ่งกลุ่มผู้อ่านยังจำกัดอยู่ในวงจำกัด ส่วนหนึ่งนั้นมาจากความสนใจใน

การเปิดรับสื่อ โดยเฉพาะสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ของคนไทยนั้นอยู่ในอัตราที่ต่ำ ดังคำกล่าวที่ว่า คนไทยอ่านหนังสือเพียงแค่ปีละ 7 บรรทัดเท่านั้น ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายเป็นอย่างยิ่งที่คนไทยน่าจะมีโอกาสได้รับสารที่มีประโยชน์ นอกเหนือไปจากสื่อที่ให้ความบันเทิงเท่านั้น

สื่อมวลชนในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสารประเภทต่างๆ สำหรับผู้อ่าน สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาผลงานหรือเนื้อหาสาระให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งเปรียบได้กับกระจกเงาสะท้อนการทำงานของสื่อว่าได้ตอบสนองความต้องการของมวลชนได้มากน้อย เพียงใด ผู้วิจัย จึงมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการอ่าน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเนื้อหาในนิตยสารธุรกิจไปใช้ประโยชน์ต่อไป รวมถึงความพึงพอใจที่ได้จากสื่อดังกล่าว เพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานและพัฒนาความสามารถของตนเองให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารให้ได้มากที่สุด โดยคาดหวังว่าในอนาคตเมื่อมีสื่อ นิตยสารธุรกิจที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ ก็จะช่วยพัฒนาคุณภาพของคนไทยและประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่าน ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้อ่านนิตยสารโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้รับนั้นจะนำมาใช้เพื่อปรับปรุงเนื้อหาและพัฒนานิตยสารให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่านยิ่งขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ผลการวิจัยจะสามารถบ่งบอกถึงความต้องการของผู้อ่านนิตยสารเชิงธุรกิจได้อีกระดับหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์ของสมาชิกที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของผู้อ่านที่มีต่อนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์
3. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านจากเนื้อหา ในนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์
4. เพื่อศึกษาถึงความความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการอ่าน ที่มีต่อการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะฐานสมาชิกนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยกลุ่มประชากรจะจำกัดอยู่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น

สมมติฐานของการศึกษา

1. ผู้อ่าน นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านที่แตกต่างกัน
2. ผู้อ่าน นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน
3. ผู้อ่าน นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในเนื้อหาในนิตยสารที่แตกต่างกัน
4. ผู้อ่าน นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน
5. ผู้อ่าน นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในเนื้อหาในนิตยสารที่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง Small and Medium Enterprise ซึ่งสามารถแบ่งตามประเภทของกิจการได้เป็น 4 ประเภทตามระเบียบกฎเกณฑ์ของกระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ ภาคการผลิต ภาคการค้าส่ง ภาคการค้าปลีก และภาคการบริการ

นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือนภายใต้การบริหารและจัดทำของ บริษัทเพนนิงซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด ที่มีเป้าหมายมุ่งเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเอสเอ็มอีเป็นหลัก

ผู้อ่าน หมายถึง ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ทั้งที่เป็นสมาชิกนิตยสารอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทั่วไปของกลุ่มประชากรได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

พฤติกรรมการอ่าน หมายถึง ระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ และ ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านแต่ละครั้ง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อการนำข้อมูลที่ได้จากการอ่านนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์ ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ หรือไม่พอใจ ในเนื้อหาที่ผู้อ่านได้รับจากการอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ได้แก่ ความพึงพอใจในภาพรวม ความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ และ ความพึงพอใจด้านเนื้อหา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อประโยชน์และความพึงพอใจในนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์หรือนิตยสารประเภทนี้
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงเนื้อหาสาระของนิตยสาร เอสเอ็มอีไทยแลนด์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านและเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปที่ต้องการแสวงหาสื่อที่ให้ความรู้ด้านธุรกิจ