

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการอ่านและความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์และความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์” ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาผู้รับสารในฐานะที่มีบทบาทในการเลือกรับข่าวสารที่มีอยู่รอบตัวและเลือกที่จะรับข่าวสารด้วยตัวเอง ที่มองว่าผู้รับสารอยู่ในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกกระทำโดยสื่อ

โดยการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้กระทำ ว่ามีพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์อย่างไร มีความคิดเห็นต่อการนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ และมีความพึงพอใจในนิตยสารอย่างไร รวมถึงต้องการทราบว่าผู้รับสารมีความต้องการปรับปรุงนิตยสารในด้านใดบ้าง โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นขอบเขตในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications Theory)
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

นิตยสารในความหมายโดยรวม หมายถึง สิ่งที่กำหนดระยะเวลาออกไว้แน่นอน เช่น รายสัปดาห์ รายบimester รายเดือน ราย 2 เดือน และรายปี เป็นต้น การออกจะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและมีชื่อเรียกใช้แน่นอน โดยจะตีพิมพ์บทความและเรื่องราวต่างๆ ที่ทันสมัยไว้ในเล่มเดียวกัน เขียนโดยผู้เขียนหลายคน เนื้อหาสาระภายในมีหลายเรื่องหลายแบบรวมกัน จัดเป็นคอลัมน์ หรือแบ่งส่วนเฉพาะ อาจมีบทความที่ให้ความรู้ รวมไปถึงสารคดีทั่วไปและแฟชั่น มีการประกาศโฆษณาขายสินค้าและบริการต่างๆ เรื่องราวของการจัดทำประกอบไปด้วยคณะผู้จัดทำหลายคน แต่ละคนจะรับผิดชอบหน้าที่กันไปคนละอย่าง ตั้งแต่เจ้าของ ผู้อำนวยการ กองบรรณาธิการ บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ เป็นต้น (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 246)

องค์ประกอบในการกำหนดรูปแบบโดยทั่วไป (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530, น. 47) มีดังนี้

1. จุดประสงค์ของการจัดทำนิตยสาร
2. ตลาดสำหรับนิตยสาร
3. มาตรฐานการครองชีพของผู้อ่าน และอำนาจในการซื้อของผู้อ่าน
4. ระดับการศึกษาของผู้อ่าน
5. รูปแบบของนิตยสารคู่แข่ง
6. การพิจารณาและทดลองรูปแบบที่เป็นอยู่ของนิตยสาร โดยดูจากยอดจำหน่าย ยอดโฆษณา และรายงานรายได้ของนิตยสาร
7. ความต้องการและความคิดเห็นของผู้อ่าน
8. งบประมาณการเงินของผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาหรือเจ้าของนิตยสาร

บทบาทและหน้าที่ของนิตยสารที่มีต่อสังคม (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 246-247) มีดังนี้

1. การทำหน้าที่เสมือน ยาม คอยรวบรวมรายงานเหตุการณ์ หรือเรื่องราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้สมาชิกในสังคมได้รับทราบ
2. การทำหน้าที่เสมือน สะพาน เชื่อมโยงระหว่างสังคมเก่าและสังคมใหม่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมทุกขณะ นั้นหมายความว่า นิตยสารย่อมสามารถถ่ายทอดเรื่องราว ลักษณะของความเปลี่ยนแปลงให้บุคคลในสังคมได้รับทราบไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กน้อยหรือเรื่องใหญ่ๆ ที่มีความสำคัญมาก อาทิเช่น ถ่ายทอดความเปลี่ยนแปลงในทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในช่วงเวลาต่างๆ
3. การทำหน้าที่เสมือน เวที หรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งนิตยสารมีความได้เปรียบกว่าสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากนิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ที่จะอ่านจะต้องมีความรู้ ความสามารถ และมีความรักในการอ่าน ประกอบกับนิตยสารสามารถเสนอเรื่องที่มีลักษณะละเอียดอ่อนและลึกซึ้งได้ ดังนั้นนิตยสารจึงเป็นเวทีหรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นของเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้มากและอย่างละเอียดลออ และเป็นสื่อที่เอื้ออำนวยต่อการใช้ความคิดและแสดงออกซึ่งความคิดเห็นนั้นๆ
4. การทำหน้าที่เสมือน ครู ให้ความรู้ และความบันเทิงแก่สังคม ซึ่งหน้าที่นี้ถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งของนิตยสาร โดยนิตยสารแต่ละประเภทอาจจะทำหน้าที่ต่างกัน นิตยสารบางฉบับอาจมุ่งให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้อ่านเป็นหลัก ในขณะที่นิตยสารบางฉบับ

อาจจะให้ความรู้ผสมผสานกับความบันเทิงเรีงมย์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความมุ่งหมายและแนวทางการดำเนินงานของนิตยสารแต่ละฉบับ

5. การทำหน้าที่ให้บริการทางด้านธุรกิจ เป็นสื่อกลางในการประกาศและโฆษณา ทั้งเรื่องสาธารณะประโยชน์ และทั้งเรื่องของการโฆษณาสินค้า เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นๆ

นิตยสารนั้นมีข้อได้เปรียบที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่นคือ

1. นิตยสารสามารถเสนอหรือวิเคราะห์เรื่องต่างๆ ได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง เนื่องจากมีเวลามากพอที่จะจัดเตรียมต้นฉบับและแสวงหาข้อมูล ในขณะที่สื่อประเภทอื่นอย่าง วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ไม่สามารถกระทำได้

2. นิตยสารแต่ละฉบับจะมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จึงสามารถวิเคราะห์ความสนใจของผู้อ่านและเลือกนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า

3. ผู้อ่านนิตยสารต้องใช้เวลาในการอ่านมากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งจะสามารซึมซับรับข่าวสาร ความรู้ และความคิด ได้มากกว่า

4. นิตยสารเป็นสื่อที่มีอายุยาวนานกว่าสื่อประเภทอื่น เพราะสามารถนำกลับมาอ่านได้ทุกครั้งตามที่ต้องการ จึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อทัศนคติและการรับรู้ของผู้อ่านได้อย่างมาก

นิตยสารสามารถจัดแบ่งตามลักษณะผู้อ่านได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม, 2525, น.10)

1. นิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไป (General Magazine or Consumer Magazine) หมายถึง นิตยสารที่มีเนื้อหาวางขวางเป็นที่สนใจของคนทั่วไปจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม นิตยสารทั่วไปยังสามารถแยกย่อยออกไปได้อีกตามลักษณะของผู้อ่าน ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องเฉพาะแต่ก็เป็นเรื่องที่คนทั่วไปให้ความสนใจ เช่น นิตยสารผู้หญิง นิตยสารผู้ชาย นิตยสารบันเทิง

2. นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazine) หมายถึง นิตยสารที่นำเสนอเรื่องราวไปยังผู้อ่านที่สนใจเฉพาะเรื่อง หรือจำหน่ายแจกกันเฉพาะกลุ่มเฉพาะกิจนั้นๆ เช่น นิตยสารด้านธุรกิจ นิตยสารดนตรี กีฬา ฯลฯ

สำหรับนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจเอสเอ็มอีเป็นหลักนั้น เกิดขึ้นภายหลังจากยุควิกฤติทางเศรษฐกิจ ช่วงระยะเวลาระหว่างปี 2542 เป็นต้นไปได้ปรากฏว่ามีนิตยสารธุรกิจอิสระเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น นิตยสาร MakeMoney นิตยสารเส้นทางเศรษฐกิจ นิตยสารOPEN เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นยุคแรกของนิตยสารธุรกิจ เช่นเดียวกับนิตยสารธุรกิจการตลาด การบริหาร

จัดการ และนิตยสารด้านไอที ซึ่งส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากทีมงานผู้ได้รับผลกระทบจากการเลิกจ้าง และเลิกกิจการของสื่อหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายใหญ่ก่อนหน้านั้น เช่น วัฐจักรรายวัน คู่แข่ง เป็นต้น

เหตุปัจจัยที่ทำให้นิตยสารเอสเอ็มอีเติบโตและเป็นที่ต้องการของผู้อ่านนั้น ส่วนหนึ่งมาจากนโยบายของทางภาครัฐที่ให้การสนับสนุนธุรกิจเอสเอ็มอี ซึ่งได้ส่งผลให้ภาคเอกชนตื่นตัวที่จะลงมาทำการตลาดและสนับสนุนกลุ่มเอสเอ็มอีด้วยกัน โดยในเวลาต่อมาได้มีนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเอสเอ็มอีเกิดขึ้นในตลาดอีกจำนวนหนึ่ง เช่น นิตยสารแก่นจน นิตยสารเอสเอ็มอี ซีซีของรอย นิตยสารเส้นทางทำมาหากิน นิตยสารSME Today และ นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ โดยกลุ่มผู้อ่านนิตยสารประเภทนี้จะมีทั้งผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวอยู่แล้ว ที่ต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม และกลุ่มผู้ที่มีความสนใจที่จะเป็นเจ้าของกิจการ รวมถึงผู้อ่านทั่วไปที่สนใจเนื้อหาสาระประเภทนี้

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นการเน้นศึกษาที่ผู้รับสารเป็นหลัก ทั้งนี้มีความเชื่อว่าผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้ที่รับอิทธิพลจากสื่อเพียงอย่างเดียว หากมีบทบาทมากไปกว่านั้น จึงมีความคิดต่อยอดไปว่าผู้รับสารเป็นผู้มีสิทธิเลือกรับรู้และใช้สื่อประเภทต่างๆ และพิจารณารับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน โดยผู้รับสารจะกำหนดว่าตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารที่ได้รับนั้นจะตอบสนองความต้องการของตนได้อย่างไร การวิเคราะห์ตามแบบแผนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยสื่อสารมวลชน ซึ่งแต่เดิมงานวิจัยสื่อมวลชนนิยมศึกษาเกี่ยวกับผลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคล (The Media Effect Approach) ซึ่งมองว่าผู้รับสารเป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive audience) เป็นเพียงผู้ได้รับผลจากการกระทำของสื่อมวลชน ไม่มีทางเลือกในการใช้สื่อมวลชน แต่พิจารณาในทางตรงกันข้ามว่า บุคคลเป็นผู้กระทำ (Active) ที่มีความต้องการที่จะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว นอกจากนี้ ยังพบว่าบางครั้งบุคคลจะไม่ยอมรับข่าวสารง่ายๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เนื้อหาสารมีความขัดแย้งหรือไม่ตรงกับความสนใจและความต้องการของตน ดังนั้น สารจากสื่อมวลชนจะได้รับการยอมรับหรือไม่นั้นจึงขึ้นอยู่กับผู้รับสารเป็นสำคัญ (พีระ จิรโสภณ, 2533, น. 437)

นักสื่อสารมวลชน จึงมีความพยายามที่จะอธิบายถึง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ในความหมายที่ว่าเป็นการความต้องการที่จะเลือกรับสารโดยเกิดจากสิ่งเร้า หรือแรงผลักดันภายในของตัวผู้รับสารเอง

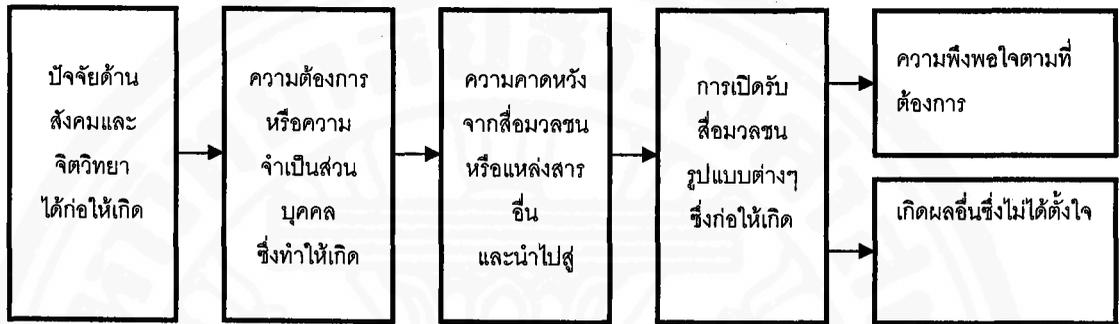
แคทซ์ บลูมเลอร์ และ กูเรอวิทซ์ (Katz, Blumer & Gurevitch, 1974 อ้างถึงใน สุรัตน์ตรีสกุล, 2539, น. 175) ได้อธิบายถึงข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการศึกษาวิจัย เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. การแสวงหาข่าวสารของบุคคลเป็นไปโดยความพึงพอใจของบุคคลเอง ไม่ได้ถูกบังคับหรือยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง และบุคคลมีสิทธิที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้นๆ ได้ถ้าเขามีความประสงค์
2. การสื่อสารของบุคคลเป็นการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายแน่นอน (Goal-oriented activity)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าตัวอื่นๆ ที่อาจจะสนองตอบความต้องการรู้ของมนุษย์ได้
4. ความต้องการของบุคคลจะถูกกำหนดโดยตัวบุคคลเอง ซึ่งอาจเกิดจากความสนใจและแรงจูงใจต่างๆ
5. บุคคลทุกคนถือว่าเป็นปัจเจกชนที่มีความต้องการส่วนตัว พฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกันจึงสามารถอธิบายได้ว่าเกิดขึ้นจากความต้องการ (Needs) ที่แตกต่างกัน

ต่อมา แคทซ์ บลูมเลอร์ และ กูเรอวิทซ์ (Katz, Blumer & Gurevitch, 1974) ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายถึงแบบแผนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของผู้รับสาร เป็นแผนภูมิได้ ดังนี้

แผนภูมิที่ 2.1

แสดงองค์ประกอบของแบบจำลองการใช้และความพึงพอใจจากสื่อ
ของแคทซ์ บลูมเลอร์ และ กูเรอวิทช์



ที่มา: Katz, Blumer & Gurevitch, 1974

กล่าวโดยสรุปคือ สภาพทางสังคมและความคิดความรู้สึกที่ต่างกันส่งผลให้ผู้รับสารมีความต้องการรับสื่อที่ต่างกันออกไป และส่งผลถึงพฤติกรรมการเลือกรับและใช้ประโยชน์จากสื่อที่ต่างกัน ดังนั้น ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อจะมีระดับต่างๆ ที่ไม่เท่ากัน และผลอื่นๆ ที่เกิดตามมาก็ย่อมแตกต่างกันตามแต่ละบุคคลด้วย

ตัวอย่างที่อธิบายแบบจำลองนี้ เช่น บุคคลใดก็ตามที่มีความต้องการเป็นผู้ที่รอบรู้และก้าวตามทันสิ่งรอบด้าน รวมถึงมีความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบตัว อาจเกิดความคาดหวังว่า การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนจะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร เป็นต้น เพื่อให้ได้ในเรื่องที่ตนต้องการ นอกจากนี้การที่ได้รับสื่อจากสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง ก็อาจส่งผลให้มีผลอื่นๆ ตามมา เช่น เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและนิสัยพฤติกรรมต่างๆ ได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน (ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531, น. 110-112) ทำการศึกษาชุดตัวแปรความต้องการของผู้รับสารที่ต้องการได้รับสิ่งที่ตนต้องการจากสื่อมวลชน ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

2) เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อมูลแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นในการตัดสินใจ

3) สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ

4) ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาตนเอง

5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

1) ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2) ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

3) แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)

4) มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม

1) มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

2) แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ

3) นำไปใช้ในการเสวนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

4) ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม

5) สร้างสานสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการบันเทิง

1) การหลีกเลี่ยง หรือการหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

2) การผ่อนคลาย

3) ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรีย์

4) ปลดปล่อยอารมณ์

5) เป็นแรงกระตุ้นทางเพศ

จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ไม่ได้ให้ความหมายเพียงว่าสื่อมีอิทธิพลต่อมนุษย์เท่านั้น แต่มนุษย์ต่างหากที่ใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การมองดูหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร (Functional approach) นั้นเอง ดังนั้น การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อในยุคเริ่มต้น จึงค่อนข้างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแบ่ง

ประเภทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร โดยหน้าที่ของสื่อมวลชนจากมุมมองของปัจเจกบุคคล (McQuail and others, 1972 อ้างถึงใน ยุกต บุญจริงคึกิจ, 2534, น. 89) มีดังต่อไปนี้

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร (Information) สนองความต้องการของมนุษย์ที่จะรับรู้ข่าวสาร ความเป็นไปของสังคมที่แวดล้อมตัวบุคคลอยู่
2. สร้างเสริมเอกลักษณ์ (Personal Identity) ของบุคคลสนองความต้องการที่จะมีสิ่ง ที่อ้างอิงถึง และความต้องการที่จะสร้างค่านิยมของตนเอง
3. สร้างเสริมการติดต่อกับสังคม (Social Interaction) สนองความต้องการที่จะมี เพื่อนและติดต่อกับสังคมภายนอก
4. หน้าที่เสนอความบันเทิง (Entertainment) สนองความต้องการที่จะหนีพ้น (Escape) ชั่วขณะจากชีวิตประจำวันหรือหน้าที่การงานอันซ้ำซากจำเจ เพื่อผ่อนคลายและ สนุกสนานไปกับการปลดปล่อยอารมณ์

หน้าที่ของสื่อมวลชนจากมุมมองของปัจเจกบุคคลทั้ง 4 ประการข้างต้น เป็นการแสดงให้เห็นว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อมวลชนใดก็ต่อเมื่อสื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการ ของตนในประการใดประการหนึ่งที่กล่าวไว้ในข้างต้นนั่นเอง

ลูล (Lull, 1982 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 526-527) ได้อธิบายลักษณะ การเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคม (Social Uses of Media) ของผู้รับสารเพิ่มเติม ดังนี้

1. เพื่อให้เกิดการจัดวางโครงสร้างในชีวิตประจำวัน เช่น ตื่นนอนตอนเช้าด้วยเสียง ปลุกของวิทยุรายการโปรด อ่านหนังสือพิมพ์ในระหว่างทานอาหารเช้า ดูข่าวโทรทัศน์ในระหว่าง อาหารเย็น
2. เพื่อให้เกิดการสร้างสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ด้วยการนำเอาเรื่องราว เช่น ข่าว ละคร จากสื่อมวลชนมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนฝูง หรือเมื่อต้องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น
3. เพื่อเพิ่มการติดต่อ หรือหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์ เช่น การนั่งล้อมวงดูโทรทัศน์อย่าง พร้อมหน้ากันในครอบครัวอาจเพิ่มความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ ในขณะที่เดียวกัน ในสถานการณ์ที่ ต่างกัน บางคนอาจจะเลือกที่จะจดจ่ออยู่หน้าโทรทัศน์เพื่อตัดขาดออกจากผู้คนรอบข้างใน ช่วงระยะเวลาหนึ่ง หรือเลี่ยงไปดูโทรทัศน์ลำพังในห้องส่วนตัว
4. เพื่อการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) ผู้รับสารสามารถที่จะเรียนรู้ รายละเอียดของประเด็นที่อ่อนไหวทางสังคมต่างๆ เช่น ประเด็นเรื่องการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ ได้โดยผ่านรายการข่าวและวิเคราะห์ข่าวจากโทรทัศน์

5. เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมสถานการณ์ (Competence or Dominance) มนุษย์ เช่น การได้รับรู้ข่าวสารก่อนผู้อื่น เพื่อนำไปสู่การจัดเตรียมหรือป้องกันภัย เช่น รู้ข่าวพายุได้ล่วงหน้าเพื่อเตรียมการป้องกันน้ำท่วม

ส่วน คิปแพ็ค และ เมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980, pp. 335-359) ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจและศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยต้องการทราบถึงความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ในประโยชน์ของสื่อ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยด้านอายุ ซึ่งปรากฏว่า กลุ่มที่มีอายุน้อยคือตั้งแต่ 9-11 มีความสนใจใช้สื่อเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก แต่กลุ่มที่มีอายุมากขึ้น จะสนใจเรื่องราวทางสังคมและตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นหลัก

2. คนที่มีระดับการศึกษาในชั้นสูง จะเลือกใช้สื่อมากกว่ากลุ่มคนที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา สื่อโทรทัศน์ถูกเลือกมาเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ จะถูกเลือกมาใช้เป็นอันดับรองลงมาตามเหตุผลการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อเพื่อเป็นแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ว่าภายหลังจากการอ่านนิตยสารแล้วมีการนำข้อมูลหรือเนื้อหาที่ได้อ่านไปใช้ประโยชน์ในด้านใดบ้าง มากหรือน้อยเพียงใด สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับใด และผลที่ได้มีความเหมือน หรือแตกต่างจากทฤษฎีอย่างไร

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

ปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารเป็นสิ่งที่อยู่ไม่ไกลจากชีวิตประจำวันของคนทั่วไปแต่อย่างไร และถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นไปเสียแล้วสำหรับยุคสมัยปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง ถึงอย่างไรบุคคลไม้อาจที่จะรับสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันได้ทั้งหมด จึงเกิดเป็นการเลือกรับข่าวสารเฉพาะที่ตนสนใจหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวเท่านั้น ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความพอใจและความสามารถของสื่อที่ว่าตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตนตั้งไว้ในใจหรือไม่ โดยจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ในการ

รับรู้ข่าวสารของผู้รับสารเองเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ และความต้องการ อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป

เครปเปอร์ (Klapper, 1996 อ้างถึงใน ธนพงษ์ เจริญบุญณะ, 2543, น.16) ได้กล่าวถึงกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ไว้ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล ย่อมมีโอกาสที่จะได้รับสารจากสื่อหรือผู้ส่งสารจำนวนต่างๆ มากมาย แต่บุคคลนั้นใช้เวลาและความสามารถจำกัดในการที่จะรับสาร ดังนั้น บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการนำมาใช้เพื่อสนองความต้องการของตน โดยจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดของตนเองเสมอ เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้วย่อมมีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดของตนเอง (Self-concept) นอกจากนี้ การเลือกเปิดรับสื่อยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ระดับการศึกษารายได้ รวมทั้งศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมด้วย

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Perception) หลังจากบุคคลเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารแล้ว ต่อมาบุคคลจะเลือกให้ความสนใจต่อสื่อและข่าวสารเฉพาะสื่อและข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อดั้งเดิมของตน อย่างเช่น ในการอ่านหนังสือพิมพ์ของบุคคลโดยทั่วไป จะเห็นได้ว่า จะเลือกอ่านเพียงบางหน้าหรือบางข่าวที่ตนสนใจเท่านั้น และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจสื่อและข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน ทั้งนี้ เพราะจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ ก่อให้เกิดภาวะจิตใจไม่สมดุล (Cognitive Dissonance) และความสับสนได้ ดังจะเห็นได้จาก ในการอ่านหนังสือพิมพ์ของบุคคลโดยทั่วไป นั้นจะมีการเลือกอ่านเพียงบางหน้าหรือบางข่าวที่ตนสนใจเท่านั้น

3. การเลือกรับรู้ หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารนั้นประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนของแต่ละคน กล่าวคือ จะตีความสื่อและข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเอง ทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ สภาวะอารมณ์และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น ในบางครั้ง จึงมักพบว่าเนื้อหาของสื่อมวลชนถูกตีความหมายบิดเบือนไปโดยที่เราไม่รู้ตัว

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากบุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความสื่อและข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

แล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจดจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็จะลืมสื่อและข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน ผลการวิจัยที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า คนเราจะสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องหรือสนับสนุนความคิดเห็นของเราได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้ง หรือต่อต้านความคิดเห็นของเรา ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงเท่ากับเป็นการช่วยส่งเสริมให้ทัศนคติ และความเชื่อเดิมของบุคคลมันคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ในการเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลมีปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือก (Selective Process) ฮันท์และรูเบน (Hunt and Ruben, 1993, p. 65 อ้างถึงใน ประมะ สตะเวท, 2538, น. 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าวไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อกระบวนการในการเลือก (Selective Process) ความต้องการทั้งทางกายและทางใจ ทั้งความต้องการในระดับสูงและต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของแต่ละบุคคล บุคคลเลือกเพื่อสนองความต้องการของตน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitudes and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียง (Preference and Predispositions) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่บุคคลยึดถือ เป็นความรู้สึกว่าตนควรจะทำสิ่งใดหรือไม่ทำสิ่งใด ซึ่งทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนย่อมมีเป้าหมายในการดำรงชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม การพักผ่อน เป้าหมายในกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของบุคคลมีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือกสื่ออยู่ไม่น้อย ตัวอย่างเช่น คนที่รู้เฉพาะภาษาไทยจะใช้เวลาในการฟังวิทยุหรืออ่านหนังสือพิมพ์ต่างประเทศมากๆ นั้นคงจะอยู่ในระดับต่ำ สาเหตุก็เนื่องมาจากความสามารถทางภาษาที่จำกัด

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) โดยทั่วไปบุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เท่านั้น เช่น คนที่ต้องการจะซื้อรถใหม่ ก็จะพยายามหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน การเปิดรับสื่อของบุคคลจึงเป็นการกระทำที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ส่วนหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของบุคคลนั้น ซึ่งก็คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น การที่บางคนชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ หรือบางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์นั้นก็เพราะ ความแตกต่างในลีลาการสื่อสารของแต่ละบุคคลนั่นเอง

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ในการสนทนาระหว่างบุคคล 2 คน การมีบุคคลที่ 3 อยู่ด้วย อาจส่งผลต่อการเลือกใช้สื่อ การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ เนื่องจากอาจเป็นกังวลว่าคนอื่นจะมองตนเช่นไร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) บุคคลที่มีประสบการณ์และนิสัยที่แตกต่างกัน ย่อมมีกระบวนการในการเลือกรับสื่อที่แตกต่างกันด้วย

กาญจนา แก้วเทพ (2543, น. 190-193) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อไว้ ดังนี้

1. ต้นกำเนิดและภาพลักษณ์ของสื่อแต่ละชนิด กล่าวคือ การตัดสินใจใช้สื่อแต่ละประเภทของบุคคลนั้นจะเกี่ยวข้องกับต้นกำเนิด หรือการเปิดตัวต่อสาธารณะ ซึ่งเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของสื่อประเภทนั้นๆ ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์จะมีภาพลักษณ์ว่าเป็น "สื่อของผู้ชาย" นิตยสารมีภาพลักษณ์ว่าเป็น "สื่อของผู้หญิง" โทรทัศน์มีภาพลักษณ์ว่าเป็น "สื่อบันเทิง" (แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ไปแล้วก็ตาม) ดังนั้น ผู้รับสารก็จะเลือกใช้สื่อตามภาพลักษณ์ดังกล่าว

2. ด้านอุปสงค์ของผู้รับสาร (Demand) กล่าวคือ สื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ดี ไม่ว่าจะเป็นความต้องการด้านข่าวสาร ด้านความรู้ ด้านความบันเทิง ด้านคำปรึกษา ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน แม้แต่ความต้องการหลบหนีปัญหาในชีวิต ฯลฯ ทั้งหมดนี้ย่อมเป็นปัจจัยในการดึงดูดให้ผู้รับสารมาใช้สื่อนั้นๆ

3. อุปทานของผู้ส่งสาร (Supply) ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นในชีวิตประจำวัน ก็คือ เวลาทอง (Primetime) ของสื่อโทรทัศน์ทุกช่อง ล้วนแต่มีรายการประเภทเดียวกันทั้งหมด คือ ข่าวและละครโทรทัศน์ เพราะฉะนั้น ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้รับสารชายซึ่งอาจจะไม่ชอบดูรายการละครโทรทัศน์ แต่เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีรายการอื่นให้ดู ก็จำต้องดูรายการนั้น เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากกระบวนการผลิตเนื้อหาและรายการของสื่อมวลชน (ซึ่งเป็นฝ่ายอุปทาน) มีปัจจัยหลายตัวเข้ามาเกี่ยวข้องนอกเหนือจากผู้รับสาร เช่น ปัจจัยเรื่องความต้องการของผู้อุปถัมภ์ การทำงานของ

คู่แข่งกัน ความต้องการของกลุ่มสังคมกลุ่มต่างๆ ดังนั้น อุปทานของผู้ส่งสารจึงมีส่วนกำหนดแบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสารด้วย

4. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการรับสารของวัยรุ่นไทยในชนบทนั้น ผลปรากฏอยู่เสมอว่า แม้ว่าอัตราการใช้สื่อโดยรวมของวัยรุ่นไทยในชนบทจะเพิ่มขึ้น แต่การเพิ่มขึ้นนี้ก็มีเฉพาะในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์เท่านั้น ส่วนปริมาณการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ยังคงเดิม ปรากฏการณ์เช่นนี้อาจจะไม่สามารถอธิบายด้วยเหตุผลที่ว่า วัยรุ่นไทยในชนบทไม่นิยมสื่อสิ่งพิมพ์ แต่อาจเป็นผลมาจากไม่ค่อยมีสื่อสิ่งพิมพ์ให้อ่าน ดังนั้น ความสามารถในการเข้าถึงสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

5. แหล่งต่างๆ ของการใช้เวลาว่างของผู้รับสาร การเปิดรับสื่อของบุคคลมักจะอยู่ในช่วงเวลาว่าง และในเวลาเดียวกัน ธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดก็มีลักษณะเรียกร้องการมีส่วนร่วมจากผู้รับสารแตกต่างกัน เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ต้องใช้สมาธิและเวลาอย่างเต็มที่ การฟังวิทยุหรือการดูโทรทัศน์สามารถจะทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปได้ ดังนั้น หากผู้รับสารที่ต้องการความบันเทิงหรือผ่อนคลายแต่มีกิจกรรมอย่างอื่นที่ต้องกระทำร่วมด้วย ผู้รับสารนั้นก็อาจจะเลือกฟังรายการเพลงทางวิทยุแทนการอ่านนิตยสารบันเทิง เป็นต้น

จากทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร (The Selective Exposure) จะเห็นได้ว่า การเปิดรับข่าวสารซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์นั้น จะมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจและสอดคล้องกับความคิดเห็นของตน เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยแต่ละบุคคลจะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารจากสื่อ (Selective Process) ที่แตกต่างกันตามความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และประสบการณ์ และการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ โดยอยู่บนรากฐานของทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร (The Selective Exposure) นี้ด้วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีผู้วิจัยที่ศึกษาเรื่องของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจำนวนที่ค่อนข้างน้อย และมีการศึกษาที่แตกต่างออกไปตามความสนใจและวิชาชีพ ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพอสังเขป ดังนี้

มนตรี รัฐไรไท ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารและการจัดการสื่อสารต่อผู้ประกอบการ SMES ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (มนตรี รัฐไรไท, 2546, น. บทคัดย่อ)

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีส่วนมากขาดความเข้าใจในเรื่องของการเงิน การบัญชี และการตลาด และปัญหาในด้านการรับรู้ข่าวสารนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องติดต่อกับหน่วยงานหลายแห่งเพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ ส่วนผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า ปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีคือ ขาดความรู้และข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ มากกว่าปัญหาทางการเงิน

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการประกอบไปด้วยปัจจัยหลายด้าน เช่น การให้บริการในด้านต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ แต่ผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของทางสถาบันนั้น เกิดจากการเลือกใช้สื่อต่างๆ ที่น่าเชื่อถือหรือใช้สื่อที่ผู้ประกอบการคาดหวังประกอบกับบุคลากรที่มีความสามารถในการให้บริการและความน่าเชื่อถือของสถาบันนั้นๆ

รูปแบบแนวทางในการบริหารจัดการสื่อสารต่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการให้สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องการให้มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการที่ครบวงจร รวมอยู่ที่หน่วยงานเดียว และมีบริการ Call Center ที่สามารถติดต่อได้ทุกระยะ

ประภาพรณ ลิมสุขสิริ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม (ประภาพรณ ลิมสุขสิริ, 2543, น. บทคัดย่อ) พบว่า นักธุรกิจมีการเปิดรับข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่มีผู้อ่านมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ รองลงมาคือ ไทยรัฐและผู้จัดการรายวัน ด้วยเหตุผลในการเลือกเปิดรับคือ การนำเสนอข่าวสารเศรษฐกิจที่รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ สำหรับประเภทข่าวเศรษฐกิจที่เลือกสนใจมากเป็นอันดับที่หนึ่งคือ ข่าวที่นำเสนอแนวโน้มและชี้แนวโน้มภาคเศรษฐกิจในด้านต่างๆ

ระดับการเลือกใช้ประโยชน์ข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ พบว่า มีการเลือกใช้ประโยชน์เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจและเศรษฐกิจ ในระดับมาก ในขณะที่การเลือกใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและนโยบายในการประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลในการประชุมและเพื่อประกอบการตัดสินใจในธุรกิจนั้น อยู่ในระดับปานกลาง

นิราวุฒิ สกุลแก้ว ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ และความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ :

กรณีศึกษา รายการ SMEs TODAY ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง F.M. 101 MHz (นิราวุฒิ สกุดแก้ว, 2549, น. บทคัดย่อ) พบว่า เพศชายอายุระหว่าง 36-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับฟังรายการมากที่สุด โดยครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างจดทะเบียนในรูปแบบบริษัท จำกัด และมีอายุกิจการระหว่าง 2-5 ปี ด้านความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟัง กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจระดับสูงในทุกๆ ด้าน ได้แก่ เนื้อหารายการ รูปแบบรายการ ส่วนการนำไปใช้ประโยชน์นั้น พบว่ามีการระดับการนำไปใช้อยู่ในระดับปานกลาง โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังข่าวสารสถานการณ์เอสเอ็มอี และการรับทราบนโยบายการส่งเสริมเอสเอ็มอีของภาครัฐและเอกชน เป็นสองข้อที่มีการนำไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง

THANMASAT UNIVERSITY
สำนักหอสมุด