บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสาร ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับกับภาพพจน์ที่มีต่อกรมการค้าภายใน ในสายตาของผู้ประกอบธุรกิจที่ติดต่อเกี่ยวข้องกับกรมฯ โดยเลือกสุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 230 คน มาทำการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทางด้านประชากร

ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน (ของผู้ตอบคนเดียวหลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว) ไม่เกิน 50,000 บาท

2. พฤติกรรมการรับข่าวสาร

2.1 สื่อมวลชน

2.1.1 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ นิยมรับข่าวสารบ่อยครั้งจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ รับข่าวสารมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชอบอ่านหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือดูโทรทัศน์และฟังวิทยุ ตามลำดับ

2.1.2 การรับข่าวสารจากกรมฯ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เคยรับข่าวสารจากกรมฯ และที่พบมากที่สุดก็คือ ข่าวของกรมฯ ที่ตีพิมพ์ทางหน้าหนังสือพิมพ์ มักจะอ่านพบมากที่สุดในขณะที่ข่าวของกรมฯ ทางวิทยุมักไม่ค่อยมีใครเคยได้ยิน

2.1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับข่าวสารของกรมฯ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ตอบว่า ได้รับประโยชน์จากการฟังข่าวของกรมฯ ทางวิทยุและดูโทรทัศน์ในแง่ของการได้รับทราบข่าวสารและบริการ มากกว่าประโยชน์ในด้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ 51.7 ตามลำดับ แต่สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่จะนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตหรือธุรกิจการงานมากกว่าอย่างอื่น คิดเป็นร้อยละ 50.9 อย่างไรก็ตาม จากการรับสารจากสื่อมวลชนทุกประเภท ผู้ประกอบธุรกิจเกือบทั้งหมด เห็นว่ามีประโยชน์ ผู้ที่เห็นว่าข่าวของกรมฯ ที่เสนอทางสื่อมวลชนไม่มีประโยชน์มีอยู่น้อยมาก เพียงร้อยละ 2.6 เท่านั้น

2.1.4 ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อหาข่าวสารเป็นกลาง ๆ ไม่บวกไม่ลบ เหมือนกันทั้ง 3 สื่อ โดยสื่อวิทยุมีความเป็นกลางมากที่สุด และหนังสือพิมพ์เสนอข่าวสารออกมาในทางลบมากที่สุด

2.1.5 ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ และสื่อที่ผู้ประกอบธุรกิจมีความพึงพอใจมาก ก็คือ หนังสือพิมพ์กับโทรทัศน์ ส่วนวิทยุได้รับความพึงพอใจน้อยมาก เพียงร้อยละ 8.7 เท่านั้น

2.2 สื่อบุคคล

2.2.1 การติดต่อราชการ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เคยไปติดต่อราชการที่กรมฯ และมีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับเจ้าหน้าที่

2.2.2 ความบ่อยครั้งในการติดต่อราชการ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบธุรกิจไปติดต่อราชการเดือนละ 1 ครั้ง

2.2.3 ความรู้สึกต่อเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการของเจ้าหน้าที่ในฐานะที่เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือหรือให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ส่วนที่ไม่พึงพอใจมีอยู่บ้างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

<u>การทดสอบสมมติฐาน</u> จากผลการวิจัยพอจะสรุปได้ว่า

1. พฤติกรรมการรับข่าวสารซึ่งวัดโดยความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ที่มีต่อกรมฯ และความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม การรับข่าวสารจากกรมฯ มีความจำเป็นในแง่ของประโยชน์ที่ได้รับและผู้ประกอบธุรกิจก็มี

ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับทางสื่อมวลชน ส่วนลักษณะ ของเนื้อหาข่าวสารที่เสนอในทางบวก มีผลต่อภาพพจน์ในทางที่ดีและ เกิดความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่ดีด้วย ซึ่ง เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.1, 2.2 ที่ตั้งไว้

2. ในแง่ของการสื่อสารระหว่างบุคคล ความบ่อยครั้งในการติดต่อราชการระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับ เจ้าหน้าที่ของกรมฯ ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการ รวมทั้งข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ในด้านการให้บริการ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.3 ที่ตั้งไว้

3. ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับทางสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ที่มีต่อกรมฯ ซึ่ง เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.4 ที่ตั้งไว้

<u>อภิปรายผล</u>

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับภาพพจน์ที่มีต่อกรมการค้าภายใน แบ่งออกเป็น

1.1 ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารกับภาพพจน์ที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมการรับข่าวสาร ซึ่งวัดโดยความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯซึ่งจะเห็นได้ว่าไม่ เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.1 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจ เกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายนั้น มองการปฏิบัติงานของกรมฯซึ่งมีนโยบายแต่การควบคุมราคาสินค้าบางอย่างก็ทำได้ยากไม่สอดคล้องกับความ เป็นจริง หรือไม่ปล่อยให้ เป็นไปตามกลไกตลาด การควบคุมราคาสินค้าควรสร้างความ เข้าใจกับภาคธุรกิจ และต้องไม่ข่มขู่บังคับ หรือควบคุมราคาโดยไม่รู้สา เหตุที่แท้จริง จึงทำให้ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารไม่มีผลกับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แต่มีผลกับภาพพจน์ในด้านการ เผยแพร่ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์อยู่บ้าง เพราะว่าส่วนใหญ่ เห็นว่าการ เผยแพร่ข่าวสารของกรมฯ เป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ในการดำ เนินชีวิตหรือธุรกิจการงาน เป็นอย่างมาก และผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่นิยม เปิดรับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยมีผู้อ่านข่าวทางหนังสือพิมพ์มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ คิด เป็นร้อยละ 83.5 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของMichael Burgoon

(1974) กล่าวไว้ว่าคนที่มีการศึกษาจะได้เปรียบมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง มีความเข้าใจข่าวสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ข่าวสารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ ดังนั้น จากสมมติฐานข้างต้นการที่กรมฯให้ข่าวสารบ่อยครั้งเพื่อจะให้เกิดความรู้สึกหรือภาพพจน์ในการปฏิบัติงานไปในทางที่ดี จึงไม่มีผลดังกล่าว

1.2 ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารกับภาพพจน์ที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯ

พฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งวัดโดยลักษณะของเนื้อหาข่าวสารมีผลออกมาแตกต่างจากการวัดโดยความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร กล่าวคือ ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.1 ที่ตั้งไว้แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์กับสื่อวิทยุเท่านั้นก็ตาม อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเป็นไปในทางลบ กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจได้รับข่าวสารจากกรมฯในทางบวกแต่มีภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯไปในทางลบ ที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้ประกอบธุรกิจไม่ชอบการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ ดังจะเห็นได้ว่ามีผู้ฟังวิทยุมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวนน้อยกว่าผู้ดูโทรทัศน์และผู้อ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจที่ฟังวิทยุมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีร้อยละ 56.5 ในขณะที่ผู้ประกอบธุรกิจที่ดูโทรทัศน์มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีร้อยละ 71.3 และอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีร้อยละ 83.5 และเมื่อเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์แล้ว พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจที่เห็นว่าการฟังวิทยุไม่ได้ประโยชน์อะไรเลยมีมากกว่าอีก 2 สื่อ นอกจากนี้อาจมาจากเหตุผลที่ว่าข่าวที่เสนอทางวิทยุเป็นข่าวของทางราชการ ก็ย่อมเสนอแต่ข่าวที่เป็นผลทางบวกต่อราชการมากกว่าที่จะเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา การเสนอข่าวทางวิทยุไม่อาจกระทำอย่างหนังสือพิมพ์ได้ ซึ่งหนังสือพิมพ์จะเสนอข่าวในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งด้านบวกและด้านลบ แต่วิทยุถือว่าเป็นกระบอกเสียงของรัฐบาล ไม่สามารถเสนอข่าวในทางลบได้ จากการศึกษาความรู้สึกของผู้ประกอบธุรกิจที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับ พบว่า สื่อที่ผู้ประกอบธุรกิจให้ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 41.5 และ 8.7 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจไม่ได้ให้ความ

สนใจหรือนิยมการเปิดรับข่าวสารทางวิทยุหรือสนใจในข่าวสารทางวิทยุน้อยมาก เพราะมีแต่ข่าวทางบวก ดังนั้น จึงไม่ช่วยให้เกิดภาพพจน์หรือสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของกรมฯ ในทางที่ดีขึ้นได้ ขณะเดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งผู้ประกอบธุรกิจมีความรู้สึกนึกคิดต่อกรมฯไปในทางลบ เป็นเรื่องที่ยากจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงภายในระยะเวลาอันสั้นและโดยการให้ข่าวสารเท่านั้น หากแต่ต้องแสดงผลงานให้เป็นที่ประจักษ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจมองเห็นประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานควบคู่กันไป ภาพในใจดังกล่าวของผู้ประกอบธุรกิจอาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเขาเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตัวเองหรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูงญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ แบ่งออกเป็น

2.1 ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารกับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การได้รับข่าวสารบ่อยครั้งไม่มีผลกับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.2 ที่ตั้งไว้ ถ้าหากพิจารณาถึงการเปิดรับข่าวสาร ปรากฏว่า ผู้ประกอบธุรกิจเกือบทั้งหมดคือร้อยละ 99.1 เป็นผู้ที่รับข่าวสาร อีกเพียงร้อยละ 0.9 เท่านั้นที่ตอบว่าไม่เปิดรับข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไป ส่วนใหญ่รับข่าวสารมากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ จากสื่อทั้ง 3 ประเภทคือ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 56.5, 71.3 และ 83.5 ตามลำดับ มีผู้ประกอบธุรกิจจำนวนน้อยมากที่เปิดรับข่าวสารน้อยกว่า 2 ครั้ง/สัปดาห์ จากสื่อดังกล่าวหรือคิดเป็นร้อยละ 17.4, 3.5 และ 3.5 ตามลำดับ โดยเฉพาะข่าวสารของกรมฯ ซึ่งมีความสำคัญและความจำเป็นต่อผู้ประกอบธุรกิจโดยตรง ดังจะเห็นได้จากสื่อวิทยุ กับสื่อโทรทัศน์ มีผู้ประกอบธุรกิจได้รับประโยชน์ทำให้ได้ทราบข่าวสารและบริการถึงร้อยละ 50.0 และ 51.7 ทีเดียว ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์ ก็ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจได้รับประโยชน์จากข่าวสารในการนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือธุรกิจการงานถึงร้อยละ 50.9

ถ้าหากพิจารณาถึงองค์ประกอบในด้านความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้สึกพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากกรมฯ คิดเป็นร้อยละ 76.2 และพึงพึงพอใจในสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด ดังนั้น การที่ผู้ประกอบธุรกิจได้รับข่าวสารบ่อยครั้งน่าจะมี

ความสัมพันธ์หรือมีผลกับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าพิจารณาว่า ความบ่อยครั้งไม่มีผลกับความพึงพอใจตามผลการวิจัยที่ออกมาก็คือ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อมวลชนทุกประเภทอยู่แล้ว อย่างน้อยต้องติดตามข่าวสารทางหนังสือพิมพ์และบ่อยครั้งอยู่แล้ว และส่วนใหญ่ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้มีการศึกษาสูง จึงเป็นผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มาก เพราะข่าวสารให้ความพึงพอใจแก่ผู้ประกอบธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น ให้ความรู้เพิ่มขึ้น ข่าวสารมีประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับราคาสินค้า แนวโน้มทางด้านการค้า นโยบาย ความเคลื่อนไหวของสินค้าต่าง ๆ ข่าวสารทำให้ทราบว่า ขณะนี้กรม ฯกำลังทำอะไรและจะทำอะไรต่อไป ทำให้ได้รู้กฎ ระเบียบต่าง ๆ เพื่อจะได้นำไปปฏิบัติได้ถูกต้องและสอดคล้องเหมาะสม ดังนั้น เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ประกอบธุรกิจจึงไม่เกิดความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะถือว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดาอยู่แล้วที่ได้รับจากข่าวสารหรือสื่อที่ตนเข้าถึงในแต่ละวัน เนื่องจากเป็นผู้ที่มีฐานะดีที่จะสามารถเลือกหาซื้อหรือบริโภคสื่อได้ตามต้องการ ดังที่ Atkin เรียกว่า "ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค" บางครั้งข่าวสารของกรม ฯที่ออกทางสื่อมวลชนนั้น ผู้ประกอบธุรกิจทราบแล้ว เพราะข่าวสารของทางราชการล่าช้า ไม่ทันกับภาคเอกชน ซึ่งพีระ จิรโสภณ (2529) ก็ได้กล่าวถึงการศึกษาของAtkin ไว้ว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน(Reward Value) กับการลงทุนลงแรง(Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะติดตามมา ในกรณีนี้ผู้ประกอบธุรกิจมีโอกาสลงทุนลงแรงหาซื้อสื่อเพื่อให้ได้มา แต่รางวัลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับมีน้อยกว่า ข่าวสารของกรม ฯไม่น่าสนใจ ผู้ประกอบธุรกิจก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น(Information ignoring) หรือยอมรับข่าวสารนั้น ทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ(Information yielding) และไม่พยายามที่จะรับรู้หรือแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ก็ยอมรับว่า ถ้าได้รับข่าวสารบ่อยครั้งขึ้นจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งมีจำนวนถึงร้อยละ 70.0 ของผู้ประกอบธุรกิจทั้งหมด

2.2 ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับกับความพึงพอใจข่าวสารที่ได้รับ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่ผู้ประกอบธุรกิจได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

และสัมพันธ์ในทางบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2.2 ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจได้รับ เนื้อหาข่าวสารของกรมฯในทางบวก (ในทางที่ดี) จะเป็นผู้ที่มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ที่ได้กล่าวไว้ว่า การใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความ เชื่อว่าผู้รับสาร เป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไรและสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ เป็นการ เน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารนั้นไม่ได้ เป็น เพียงผู้รับ เอาอิทธิพลจากสื่อมวลชน เท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะ เลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน ในกรณีนี้ผู้ประกอบธุรกิจถือ เป็นผู้รับสาร ย่อมมีความต้องการข่าวสารในทางที่ดี ในทางสร้างสรรค์มาใช้ เพื่อสนองความพึงพอใจของตน นั่นคือต้องการนำมาใช้ประโยชน์ในการดำ เนินธุรกิจของตนให้ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัย เกี่ยวกับการรับฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ และอ่านหนังสือพิมพ์ของ McComb และ Becker ซึ่งพีระ จิรโสภณ (2527) ได้นำมา เขียนไว้ว่า การ เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนดังกล่าวของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับ เหตุผลที่ว่า เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มานั้น มา เป็น เครื่องช่วยในการตัดสินใจแต่ละวัน อย่างไรก็ตาม ผลของการสื่อสารมวลชนในลักษณะนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้ประกอบธุรกิจ เองที่มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชน ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์หรือความต้องการในการใช้ข่าวสารในการสนองความต้องการหรือความพึงพอใจด้วย เหตุผลต่าง ๆ กัน เช่น ทำให้ได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ทางการค้า เพิ่มมากขึ้น ทำให้ทราบนโยบายทาง เศรษฐกิจการค้า อันจะนำมาปรับให้ เข้ากับการดำ เนินธุรกิจของตนได้อย่างสอดคล้องและ เหมาะสม เป็นต้น จากการศึกษาลักษณะ ของ เนื้อหาข่าวสารที่ได้รับของผู้ประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่ได้รับ เนื้อหาข่าวสารของกรมฯในลักษณะกลางๆ ไม่บวกไม่ลบ จากสื่อทั้ง 3 ประ เภท คือ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ คิด เป็นร้อยละ 61.3, 55.4 และ 56.5 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ก็มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากกรมฯคือ ร้อยละ 76.2 (ดังตารางที่ 15-18 ในภาคผนวก ก) เพื่อสนองความพึงพอใจในข่าวสาร ดังนั้นกรมฯน่าจะได้มุ่ง เน้นให้ความสำคัญกับข่าวสารที่ เผยแพร่ออกไปทางสื่อมวลชนให้ เป็นไปในทางที่ดีมีประโยชน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจ เกิดความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ

3. การวิ เคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคล คือผู้ประกอบธุรกิจกับ เจ้าหน้าที่ ซึ่งวัดโดยความบ่อยครั้งในการติดต่อสื่อสาร หรือการติดต่อราชการของผู้ประกอบธุรกิจกับภาพพจน์ที่มีต่อการให้บริการ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความบ่อยครั้งในการติดต่อราชการไม่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ในด้านการให้บริการของกรมฯกล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจมาติดต่อราชการบ่อยครั้งไม่มีผลกับภาพพจน์ในด้านการให้บริการไปในทางดีหรือไม่ดี สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากองค์ประกอบทางด้านลักษณะธุรกิจ กล่าวคือ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่อยู่ในความควบคุมหรือไม่ได้อยู่ในความควบคุมตามประกาศคณะกรรมการกลางกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด ซึ่งกรมการค้าภายในเป็นผู้ควบคุมและดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายนั้น ต่างก็มีความพึงพอใจหรือมีภาพพจน์ในด้านการให้บริการในทางดีหรือคิดเป็นร้อยละ 71.7 และ 75.7 ตามลำดับ เมื่อมีความพึงพอใจหรือมีภาพพจน์ในด้านการให้บริการของกรมฯในทางดีความบ่อยครั้งของการติดต่อราชการจึงไม่ได้เป็นส่วนสำคัญ ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบธุรกิจที่ไปติดต่อราชการที่กรมฯบ่อยที่สุดก็คือ เดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่ห่างมากมีร้อยละ 61.5 ส่วนผู้ที่ไปติดต่อราชการเดือนละ 4 ครั้งขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 13.1 เท่านั้น ประเด็นที่น่าพิจารณาอีกประการหนึ่งก็คือ โดยทั่วไปผู้ประกอบธุรกิจก็มักจะต้องติดต่อราชการกับกรมฯเป็นประจำอยู่แล้วโดยเฉพาะธุรกิจที่อยู่ในความควบคุมตามกฎหมายของกรมฯ เนื่องจากมักจะมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์และภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้การควบคุมราคาสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ซึ่งน่าจะเป็นเหตุผลได้ว่าความบ่อยครั้งไม่มีผลต่อภาพพจน์ในด้านการให้บริการ

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับกับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แต่สัมพันธ์กันในทางลบ หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจที่มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจะเป็นผู้ที่มีภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯไปในทางไม่ดีจะเห็นได้จากข้อ 2.2 พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจเห็นว่า ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะผู้ประกอบธุรกิจมีโอกาสเลือกใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจตามแบบจำลอง Katz แต่ดังได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่า การปฏิบัติงานของกรมฯเป็นผู้ที่อยู่ตรงกลางของการประสานผลประโยชน์แก่ทุกฝ่ายให้ได้รับความเป็นธรรม ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่าย ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับสินค้าควบคุม ย่อมจะมองว่าการ

ประสานผลประโยชน์ หรือการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นั้น ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ จึงมองภาพพจน์ในด้านการปฏิบัติงานไปในทางไม่ดี แม้ว่าจะออกข่าวสารในทางบวกและเกิดประโยชน์ต่อธุรกิจก็ตาม แต่กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้มีการศึกษาสูงระดับปริญญาตรีและปริญญาโท เป็นส่วนใหญ่ มักจะไม่เชื่อข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปง่าย ๆ ข่าวสารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ ประกอบกับการรับรู้ที่ได้รับมาก่อน เกี่ยวกับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นไปในทางลบ ภาพที่มีอยู่เดิมในจิตใจจึงยังคงอยู่

แต่ถ้าหากจะพิจารณาภาพพจน์ในด้านอื่น ๆ แต่ละด้าน ประกอบด้วยภาพพจน์ในด้านการให้บริการ ผู้บริหาร/นโยบาย ระบบการทำงาน การเผยแพร่ข่าวสาร จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์แต่ละด้านดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และในทางบวก นอกจากนี้ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับก็มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์โดยส่วนรวม (นำเอาภาพพจน์แต่ละด้านมารวมกัน เป็นการมองภาพพจน์รวมๆ ของกรมฯ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และในทางบวกเช่นเดียวกัน ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบธุรกิจที่มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ จะมีภาพพจน์ในด้านต่าง ๆ และภาพพจน์โดยส่วนรวมดังกล่าวแล้วไปในทางที่ดี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีความรู้สึกหรือภาพพจน์ต่อกรมฯไปในทางดีร้อยละ 50.9 ในทางไม่ดี ร้อยละ 14.3 และเฉย ๆ 3.0 (ตารางที่ 27 ในภาคผนวก ก)โดยมีเนื้อที่ทำให้มองภาพพจน์ของกรมฯไปในทางที่ดี ได้แก่ กรมฯ ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาธุรกิจของประเทศมีร้อยละ 33.7 กรมฯมีการเผยแพร่ข่าวสารดี มีร้อยละ 14.5 กรมฯมีนโยบายที่ดีในการแก้ไขปัญหาค่าครองชีพ มีร้อยละ 21.7 เจ้าหน้าที่ให้บริการดี คิดเป็นร้อยละ 12.0 เป็นต้น (ตารางที่ 28 ในภาคผนวก ก)

<u>ข้อเสนอแนะ</u>

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่ว ๆ ไป

1.1 จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารไม่มีผลกับภาพพจน์ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของกรมฯ ในขณะเดียวกัน ความบ่อยครั้งก็ไม่มีผลกับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับด้วย ดังนั้น ในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมฯอาจไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงความบ่อยครั้งในการออกข่าวมากนักแต่สิ่งที่น่าให้ความสำคัญ ก็คือ ลักษณะของเนื้อหาข่าวสาร เพราะมีผลกับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯโดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง ลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปในทางบวก มีผลกับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับของผู้ประกอบธุรกิจโดยสิ้นเชิงทั้ง 3 สื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

1.2 ในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ของกรมฯควรปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารที่เสนอทางวิทยุ โดยไม่จำเป็นต้องเน้นข่าวสารในทางบวก เพราะไม่ได้ช่วยทำให้ผู้ประกอบธุรกิจมองภาพพจน์ที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกรมฯไปในทางที่ดีขึ้นหากแต่ควรเสนอข่าวอย่างเป็นกลางมีเหตุมีผลมากกว่าที่จะใช้เป็นกระบอกเสียงของทางราชการ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจหันมาแสวงหาข่าวสารทางวิทยุมากขึ้น เพราะโดยลักษณะของสื่อวิทยุเองก็เอื้อประโยชน์ต่อการรับฟังอยู่ในตัว เช่น ฟังวิทยุในรถได้และสะดวกในการเปิดรับ นอกจากนี้ข่าววิทยุเสนอเนื้อหาสั้น กระทัดรัด ชัดเจน และเข้าใจง่าย มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

1.3 เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ผู้ประกอบธุรกิจเข้าถึงมากที่สุดและมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลตรงกันว่า เป็นสื่อที่สามารถอ่านได้บ่อย ๆ ย้อนกลับมาดูภายหลังได้ มีเวลาวิเคราะห์และเก็บเป็นหลักฐาน สำหรับการค้นคว้าอ้างอิงได้ ดังนั้นในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ของกรมฯ เพื่อให้เข้าถึงผู้ประกอบธุรกิจ จึงควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับสื่อหนังสือพิมพ์ต่อไป รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์และวิทยุ ตามลำดับ

1.4 ควรปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้ประกอบธุรกิจที่มาติดต่อโดยถือเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่/ข้าราชการทุกคน ซึ่งจะต้องให้ความร่วมมือด้วยดี เพราะการสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ผู้ประกอบธุรกิจ มิใช่เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารออกไปแต่เพียงอย่างเดียว หากปราศจากความร่วมมือจากบรรดาเจ้าหน้าที่/ข้าราชการทุกคนแล้ว กรมฯไม่สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีขึ้นได้ แม้ว่าความบ่อยครั้งในการติดต่อราชการจะไม่มีผลกับภาพพจน์การให้บริการก็ตาม แต่ว่าความบ่อยครั้งดังกล่าวส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่

1.5 ในด้านความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ควรปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจให้มากขึ้น เช่น นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ของกรมฯรายงานความเคลื่อนไหวทางด้านการค้าแนวโน้มและนโยบายของกรมฯเป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจมีภาพพจน์ที่ดีต่อกรมฯยิ่งๆขึ้นไป

1.6 งานวิจัยครั้งนี้พบว่าสิ่งที่กรมฯควรจะต้องปรับปรุงก็คือการให้บริการและความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อ การประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น การให้ข่าวสารที่รวดเร็ว แม่นยำ ถูกต้องและทันเหตุการณ์ การให้บริการข่าวสารแก่ผู้ประกอบธุรกิจโดยตรงในรูปของวารสาร แล้วเก็บเงินค่าสมาชิก การเผยแพร่กฎระเบียบของกรมฯให้มากขึ้นซึ่งจะช่วยให้การเผยแพร่ข่าวสารสอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจ อันจะนำมาซึ่งภาพพจน์ที่ดีต่อกรมฯต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

2.1 สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาภาพพจน์ของกรมฯ ในสายตาของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ติดต่อเกี่ยวข้องกับกรมฯ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค เกษตรกร และสื่อมวลชน งานวิจัยต่อ ๆ ไปนั้น น่าจะมีการศึกษาภาพพจน์ในสายตาของกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.2 การศึกษาความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับกับภาพพจน์ที่มีต่อกรมฯ น่าจะลองศึกษาในช่วงที่เศรษฐกิจการค้ามีความผันผวนกับในช่วงที่เศรษฐกิจการค้าปกติ เพื่อมาเปรียบเทียบกันว่า ระหว่างสถานการณ์ 2 อย่างมีผลต่อภาพพจน์ของกรมฯหรือไม่ อย่างไร

2.3 การศึกษาความพึงพอใจในข่าวสารที่ผู้ประกอบธุรกิจได้รับจากเจ้าหน้าที่ควรจะได้มีการศึกษาว่า ปัจจัยของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในเรื่องช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ปริมาณของข่าวสารที่ได้รับ ความเพียงพอของข่าวสาร ว่ามีความสัมพันธ์กับการติดต่อราชการระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับเจ้าหน้าที่หรือไม่ และในลักษณะใด

2.4 จากผลการวิจัยพบว่า ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ในด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ แสดงว่าข่าวที่ได้รับอาจจะไม่เป็นประโยชน์และไม่สนองความพึงพอใจ ดังนั้น ควรศึกษาเนื้อหาข่าวสารเพิ่มเติมในลักษณะเจาะลึกกับผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ทราบลักษณะเนื้อหาข่าวสารที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องการจากกรมฯซึ่งเคยเผยแพร่ออกไปนั้นเป็นอย่างไร