

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก  
และการรับรู้ของผู้ส่งออกสินค้าเกษตร

นายภักดิ์ สรุโฆษิต

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ISBN 974-14-2697-6

ลิขสิทธิ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION DISTRIBUTION OF DEPARTMENT OF EXPORT PROMOTION AND  
THE PERCEPTION OF AGRICULTURAL PRODUCT EXPORTERS

Mr. Pakana      Srukhosit

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

ISBN 974-14-2697-6

Copyright of Chulalongkorn University

**490025**



กัณณะ สรุโณมิต : การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกและการรับรู้  
 ของผู้ส่งออกสินค้าเกษตร ( INFORMATION DISTRIBUTION OF DEPARTMENT  
 OF EXPORT PROMOTION AND THE PERCEPTION OF AGRICULTURAL  
 PRODUCT EXPORTERS ) อ.ที่ปรึกษา : รศ. อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์, 138 หน้า .  
 ISBN 974-14-2697-6

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ เพื่อศึกษาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรม  
 ส่งเสริมการส่งออกแก่ผู้ประกอบการส่งออกสินค้า เกษตร และเพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของ  
 ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรจากการได้รับข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก โดย  
 ใช้วิธีการศึกษา 3 วิธี คือศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากเอกสาร ศึกษาจากการสัมภาษณ์  
 แบบเจาะลึกเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการส่งออก รวมทั้ง ศึกษาจากการสำรวจผู้ประกอบการส่งออก  
 สินค้าเกษตรที่มีอยู่ในรายชื่อของกรมส่งเสริมการส่งออก โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์  
 ข้อมูล 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 สื่อ  
 เฉพาะกิจ และสื่อมวลชน น้อยที่สุด
5. กรมส่งเสริมการส่งออก ได้มุ่งพัฒนาช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ตให้ทันสมัยรองรับแนวโน้มการ  
 เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในอนาคต

ภาควิชา \_\_\_\_\_ การประชาสัมพันธ์ \_\_\_\_\_ ลายมือชื่อนิสิต \_\_\_\_\_ กัณณะ = สรุโณมิต  
 สาขาวิชา \_\_\_\_\_ นิเทศศาสตร์พัฒนาการ \_\_\_\_\_ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_ อุบล - เปรมศรีรัตน์  
 ปีการศึกษา \_\_\_\_\_ 2549 \_\_\_\_\_

## 478 51021 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : INFORMATION DISTRIBUTION , EXPORT PROMOTION

PAKANA SRUKHOSIT : INFORMATION DISTRIBUTION OF DEPARTMENT OF EXPORT PROMOTION AND THE PERCEPTION OF AGRICULTURAL PRODUCT EXPORTERS . THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. UBOLWAN PREMSRIRATANA , 138 pp. ISBN 974-14-2697-6

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.

Department Public Relations Student's signature Pakana

Field of study Development Communication Advisor's signature Ubolwan Prem.

Academic Year 2006

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ต้องขอกราบขอบพระคุณ ผู้มีพระคุณทุกท่าน รongศาสตราจารย์ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่สละเวลาดูแล ชี้นำ ตรวจสอบ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง รongศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน ประธานกรรมการสอบที่ กรุณาให้แนวทางการแก้ไข และรongศาสตราจารย์ พัทธนี เชยจรรยา กรรมการ ที่สละเวลา ให้คำแนะนำในแบบสอบถามต่าง ๆ ตลอดจนถึง คณะอาจารย์ทุกท่านผู้เมตตา ขอบคุณพันธมิตร มิตรสหาย หลายท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ เพื่อนสนิท อมรัตน์และพิชญา ธรรมรัฐและ เฟรม ฝ่ายคอมพิวเตอร์และโปรแกรม ชลลดา ผู้รอบรู้ เปรี๊ยว ฝ่ายคำนวณ อนงค์พรรณ คำแนะนำและบทคัดย่อ พี่เอก ผาเรือง ที่ให้ออกาสผมเสมอมา สุวสิริและณัฐวิภาและเป้่ง handy drive , cd-rw and print พี่พจมาน พี่คมกฤษ ประสานงานการสัมภาษณ์ คุณวรรณรี และ คุณเอกฉัตร อำนวยความสะดวกและข้อมูลเอกสาร ณัฐนลิน เมย์ พัทธดา เพื่อน ๆ dev 'com ทุกท่าน เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการส่งออกทุกท่านที่ให้สัมภาษณ์และเจ้าหน้าที่ฝ่าย ต่างประเทศบริษัทส่งออกทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม ขอบพระคุณอากง อาม่า ป้าและน้า พี่น้องของผม และเหนือใดในหล้า ผมไม่รู้จะเป็นอย่างไร ถ้าผมไม่มีท่านอย่างนี้ คุณพ่อ ความหวังใจจากปลายฟ้า คุณแม่ ผู้ให้พลังและสร้างชีวิตผม

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
บทที่	
1     บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	6
2     แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสาร และ ช่องทางของข่าวสาร.....	7
ทฤษฎีเรื่องการรับรู้ข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร การแสวงหาข่าวสาร.....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3     ระเบียบวิธีวิจัย.....	33
รูปแบบการวิจัย.....	33
กลุ่มเป้าหมายการวิจัย.....	34

## สารบัญ ( ต่อ )

บทที่	หน้า
3	
	วิธีการเข้าถึงข้อมูล.....35
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....36
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....38
	ความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....42
	เกณฑ์การวัดและการให้คะแนน.....45
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....47
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....47
	การนำเสนอข้อมูล.....48
4	ผลการวิจัย.....49
	<u>ส่วนที่ 1</u> การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก.....49
	การศึกษาเอกสารและสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร.....49
	การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก.....54
	<u>ส่วนที่ 2</u> การรับของผู้ส่งออกสินค้าเกษตร.....65
	การสำรวจด้วยแบบสอบถาม.....65
	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....65
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....78
	<u>ส่วนที่ 1</u> การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก..... 79
	<u>ส่วนที่ 2</u> การรับของผู้ส่งออกสินค้าเกษตร.....88
	อภิปรายผล.....90
	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....100
	ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย.....101



สารบัญ ( ต่อ )

ณ

หน้า

รายการอ้างอิง.....	102
ภาคผนวก.....	106
ภาคผนวก ก	
แบบสอบถาม.....	106
ภาคผนวก ข	
ตัวอย่างรายชื่อ บริษัทผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตร.....	111
ภาคผนวก ค	
ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	123
ประวัติผู้วิจัย.....	138

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร.....	66
ตารางที่ 2	แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยจากการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับ การรับรู้ ตามหัวข้อเนื้อหา.....	68
ตารางที่ 3	แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ข้อมูลข่าว สารในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้เผยแพร่.....	70
ตารางที่ 4	แสดงค่าเฉลี่ยรวม การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อมวลชน.....	73
ตารางที่ 5	แสดงค่าเฉลี่ยรวม การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อบุคคล.....	74
ตารางที่ 6	แสดงค่าเฉลี่ยรวม การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อเฉพาะกิจ.....	75
ตารางที่ 7	แสดงค่าเฉลี่ยรวม การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต.....	76
ตารางที่ 8	แสดงค่าเฉลี่ยรวม การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อต่าง ๆ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต.....	77

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 แสดงกระบวนการรับรู้.....	14
2 แสดงแผนผังองค์กร กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.....	51