



## บทที่ 5

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารและปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ (Desktop Publishing) โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มองค์กรธุรกิจเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์กรธุรกิจเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 125 องค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ โดยเสนอตารางแสดงจำนวนร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ทำโดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway-ANOVA) การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

## 1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นธุรกิจประเภทบริการ ได้แก่ ธุรกิจสายการบิน ประกันภัย ธุรกิจด้านการออกแบบและการโฆษณา ธุรกิจบริการด้านคำปรึกษาและการวิจัย ธุรกิจบริการด้านข่าวสาร เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ ธุรกิจบริการส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น บริการเช่าอพาร์ทเมนท์ และขนาดของธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท

## 2. พฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ใช้ เผยแพร่การพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ

2.1 การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ผลการวิจัย พบว่า ก่อนที่องค์กรธุรกิจจะ ใช้การพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ได้มีการรับทราบเรื่องราวและข่าวสารเผยแพร่ เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ จากทั้ง 3 สื่อโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารได้มากกว่าสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับสื่อนี้เลย

2.2 ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ผลการวิจัย พบว่า องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ค่อนข้าง เข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ

2.3 ความเชื่อถือในข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ผลการวิจัย พบว่า องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ที่ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากสื่อต่าง ๆ ค่อนข้าง เชื่อถือในข่าวสารนั้น จะมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ไม่เชื่อถือเลย

2.4 ความบ่อยครั้งในการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจากสื่อบุคคล

ผลการวิจัยปรากฏว่าในรอบ 1 เดือน องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่มีโอกาสนพบปะสนทนาและรับข่าวสารจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ 1-2 ครั้ง/เดือน สำหรับเพื่อน, เพื่อนบ้าน, เพื่อนที่ติดต่อทางธุรกิจ, ญาติพี่น้อง และนายจ้าง, ลูกจ้าง นั้น ปรากฏว่าองค์กรธุรกิจไม่เคยพบปะสนทนาและรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทนี้เลยเป็นส่วนใหญ่

2.5 ความบ่อยครั้งในการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจากสื่อมวลชน

ผลการวิจัยปรากฏว่าในรอบ 1 เดือน องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจากนิตยสารและวารสาร 1-2 ครั้ง/เดือน ส่วนหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์

ระบบทั้งโตะจาก 2 สื่อนี้เลย

2.6 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบทั้งโตะ จากสื่อเฉพาะกิจ

ผลการวิจัยปรากฏว่า ในรอบ 1 เดือน องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ ไม่เคยรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทจดหมายเวียน การสัมมนา และนิทรรศการ การสาธิตเลย จะมีการรับข่าวสารบ้าง 1-2 ครั้ง/เดือน จากเอกสารประกอบการขาย เท่านั้น

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคุณลักษณะค่านับประโยชน์ของการพิมพ์ระบบทั้งโตะ

ผลการวิจัยปรากฏว่า องค์กรธุรกิจมีความเห็นคล้ายกับคุณลักษณะค่านับประโยชน์ ทั้ง 3 ค่านับ คือ ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้การพิมพ์ระบบทั้งโตะ ความเหมาะสมกับลักษณะงาน และความทันสมัยของการพิมพ์ระบบทั้งโตะ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ในเรื่องของประโยชน์ที่องค์กรธุรกิจได้รับเพิ่มเติมจากการใช้การพิมพ์ระบบทั้งโตะ พบว่า องค์กรธุรกิจได้รับประโยชน์เพิ่มเติมมากกว่า 1 ข้อขึ้นไป เป็นส่วนใหญ่ โดยได้รับประโยชน์เพิ่มเติมในแง่ของช่วยให้งานทางด้านการผลิตสิ่งพิมพ์ หรือการดำเนินงานต่าง ๆ ในธุรกิจมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถในการทำงานต่าง ๆ ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ สร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของงานของธุรกิจและแสดงถึงความทันสมัย ความก้าวหน้าทางการงานของธุรกิจ ส่วนประโยชน์ค่านับอื่น ๆ ที่ได้รับเพิ่มเติม มีผู้ตอบ จำนวนน้อยมาก

4. การยอมรับการพิมพ์ระบบทั้งโตะของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัย ปรากฏว่า หลังจากได้รับทราบเรื่องราวข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบทั้งโตะ องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ใช้เวลาคิดตัดสินใจไม่นานในการใช้ การพิมพ์ระบบทั้งโตะคือ ประมาณ 1 เดือน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วองค์กรธุรกิจใช้เวลาในการ คิดตัดสินใจในระดับปานกลาง และมีความเห็นว่า การพิมพ์ระบบทั้งโตะมีความจำเป็นหรือ

มีความสำคัญต่อสถานศึกษา สหกิจโอ และเอเยนซีโฆษณาต่าง ๆ โรงพิมพ์ ร้านแยกสี  
ร้านเรียงพิมพ์ และสื่อสารมวลชน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ส่วนสถานที่ราชการ  
ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม การเงินการธนาคาร ธุรกิจการค้าทั่วไป และสาธารณชน  
ทั่วไป โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับการใช้การพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะเพื่อการทำงานประเภทต่าง ๆ องค์กร  
ธุรกิจส่วนใหญ่ได้จัดลำดับการใช้งานดังนี้คือ 1. เพื่อการผลิตสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทำเลย์เอาต์  
หรือต้นฉบับทางการพิมพ์ จดหมาย เอกสารต่าง ๆ 2. เพื่อใช้ในการทำงานทางด้าน  
Graphic Design เช่นสร้างภาพฉายเส้น ภาพสกรีนและตัวเรียงพิมพ์ 3. เพื่อใช้  
ในการทำงานทางด้าน Presentation ต่าง ๆ 4. เพื่อใช้ในงานวิเคราะห์ข้อมูล  
ต่าง ๆ และจัดทำเป็นรายงานส่วนการดำเนินงานประเภทอื่น ๆ องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่  
จัดลำดับให้ เมื่อพิจารณาการใช้การพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะเพื่อการทำงานแต่ละประเภทโดย  
เฉลี่ยพบว่า การทำงานประเภทที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด การทำงานประเภทที่ 2 อยู่ใน  
ระดับมาก การทำงานประเภทที่ 3 และ 4 อยู่ในระดับปานกลาง และการทำงานประเภท  
อื่น ๆ อยู่ในระดับน้อยมาก

นอกจากนี้ยังพบว่า องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ที่ได้ใช้การพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะแล้ว  
ค่อนข้างพอใจในระบบการทำงานของการพิมพ์ระบบนี้ และส่วนใหญ่จะมีเครื่อง Desktop  
Publishing นี้ไว้ใช้งาน 1-3 เครื่อง โดยเห็นว่ามีค่าจำเป็นจะต้องใช้เครื่องนี้  
เพื่อการผลิตงานต่าง ๆ 50-80 เปอร์เซ็นต์ พร้อมทั้งมีความตั้งใจจะใช้การพิมพ์ระบบ  
ตั้งโต๊ะต่อไปในอนาคต และจะเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจ  
ส่วนใหญ่ยังมีความเห็นด้วยว่า การนำเอาการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะมาใช้ จะช่วยทำให้เกิด  
การพัฒนาในด้านการผลิตงานหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้ด้วย

5. การวิเคราะห์หัตถถอยพหุคูณ เมื่อให้คะแนนการยอมรับการพิมพ์ระบบ  
ตั้งโต๊ะเป็นตัวแทน และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัย ปรากฏว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของ  
คะแนนการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะขององค์กรธุรกิจได้มากที่สุดคือ คุณลักษณะด้าน

ประโยชน์ของการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะคือร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ร้อยละ 33.8 และขนาดขององค์กรธุรกิจ ร้อยละ 36.8 นั้นหมายความว่าเมื่อเพิ่ม ตัวแปรอีก 2 ตัวจะทำให้การอธิบายได้ผลมากขึ้นอีกร้อยละ 3.0 และ 2.0 ตามลำดับ

แต่ถ้าพิจารณาตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรนี้ จะสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคะแนนการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะได้ประมาณร้อยละ 36.8

การทดสอบสมมติฐาน จากผลการวิจัยพอจะสรุปได้ดังนี้

1. คุณลักษณะค่านประโยชน์ของการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะขององค์กรธุรกิจในทางบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1 ที่ตั้งไว้
2. ประเภทขององค์กรธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะขององค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน โดยกลุ่มธุรกิจบริการ มีการยอมรับมากกว่ากลุ่มธุรกิจการผลิต และกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ สถาบันการศึกษาเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันวิจัย ธุรกิจเกี่ยวกับบ้านและที่ดิน มีการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะมากกว่ากลุ่มธุรกิจการผลิตและกลุ่มธุรกิจส่งสินค้าเข้า/ส่งสินค้าออก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2 ที่ตั้งไว้
3. ขนาดขององค์กรธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ขององค์กรธุรกิจ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3 ที่ตั้งไว้
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะขององค์กรธุรกิจ เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับการได้รับข่าวสารจากการเผยแพร่โดยสื่อมวลชน ความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ จากสื่อมวลชนประเภทนิตยสารและวารสาร และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทจดหมายเวียนและการสัมมนา ซึ่งความสัมพันธ์นี้อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทางบวก จึงสรุปได้ว่าเป็นไปตาม

สมมติฐานในข้อที่ 4 เฉพาะบางส่วน

### อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะค่านิยมของการพิมพ์ระบบทั้งโตะ กับการยอมรับการพิมพ์ระบบทั้งโตะขององค์กรธุรกิจ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า คุณลักษณะค่านิยมของการพิมพ์ระบบทั้งโตะ ซึ่งวัดจากระดับความคิดเห็น ในเรื่องผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ความเหมาะสมกับลักษณะงานและความทันสมัย มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบทั้งโตะขององค์กรธุรกิจ เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1 ที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของโรเจอร์ส (Rogers and Shoemaker, 1971) ที่ว่า การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการคือ 1) ประโยชน์เชิงเทียบความเข้ากันได้ 2) ความซับซ้อน 3) ความสามารถทดลองได้ 4) ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ 5) คุณลักษณะของนวัตกรรมนี้เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในกระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรมซึ่งกล่าวไว้แล้วในบทที่ 2 ในที่นี้จะพิจารณาเฉพาะในแง่ของประโยชน์เชิงเทียบ ซึ่งเป็นขั้นที่นวัตกรรมหนึ่งถูกรับรู้ว่ามีคุณลักษณะที่ดีเกินกว่าของเก่าที่มีอยู่ และในแง่ของความเข้ากันได้กับความต้องการของผู้รับนวัตกรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่าการยอมรับการพิมพ์ระบบทั้งโตะขององค์กรธุรกิจนี้ก็เนื่องจากการที่องค์กรธุรกิจได้สังเกตเห็นหรือมีความคิดเห็นว่า การพิมพ์ระบบทั้งโตะมีคุณลักษณะค่านิยมที่ดีเกินกว่าการพิมพ์ระบบปกติที่ใช้กันอยู่ปัจจุบัน เช่น เป็นระบบการผลิตสิ่งพิมพ์ที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการจัดหน้าสิ่งพิมพ์สามารถประกอบเนื้อเรื่องเข้ากับรูปภาพ กราฟฟิคต่าง ๆ ฯลฯ ให้อยู่ในหน้าเดียวกันโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการเรียงพิมพ์ คัดปะและจัดหน้าแบบการพิมพ์ระบบปกติอีก ทำให้การทำงานสะดวกสบาย ง่ายไม่ยุ่งยากและมีความรวดเร็วกว่าขบวนการพิมพ์ระบบปกติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีคุณลักษณะในค่านิยมความเหมาะสมเข้ากันได้กับความต้องการ และลักษณะงานของธุรกิจ อย่างเช่น ธุรกิจบริการค่านิยมการออกแบบและการโฆษณา ซึ่งมีความต้องการผลงานที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ ทันสมัย และรวดเร็ว ซึ่งการพิมพ์ระบบทั้งโตะมีคุณลักษณะที่สนองตอบต่อความต้องการนี้ได้ นั่นคือ มีคุณลักษณะค่านิยมที่เหนือกว่าการพิมพ์ระบบปกติ และยังมีความเหมาะสมเข้ากันได้กับลักษณะงานที่ต้องการ จึงทำให้

เกิดการยอมรับนวัตกรรมนี้ได้มากขึ้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า หากนวัตกรรมใดที่ประชาชน เห็นว่ามีคุณประโยชน์ทั้งต่อตนเองหรือต่อสังคม การเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นย่อมประสบผล สำเร็จ

## 2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทขององค์กรธุรกิจ กับการยอมรับ การพิมพ์ระบบคังโตะขององค์กรธุรกิจ

จากผลการวิจัย พบว่า ประเภทขององค์กรธุรกิจ ซึ่งในงานวิจัยที่ได้ แบ่งออกเป็น 6 ประเภทด้วยกัน คือ 1. ธุรกิจการผลิต 2. ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก 3. ธุรกิจบริการ 4. ธุรกิจการเงิน 5. ธุรกิจส่งสินค้าเข้า/ส่งสินค้าออก และ 6. ธุรกิจประเภทอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะแตกต่างกัน แต่ไม่มากนัก เนื่องจากค่าเฉลี่ยของธุรกิจแต่ละประเภทมีค่าที่ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งจากการทดสอบความแตกต่างในการยอมรับเป็นรายคู่ (LSD) พบว่ากลุ่มธุรกิจที่มีการยอมรับแตกต่างกัน คือ กลุ่มธุรกิจบริการ ซึ่งได้แก่ ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจบริการด้านการออกแบบและโฆษณา ธุรกิจบริการด้านคำปรึกษาและการวิจัย ธุรกิจบริการด้านข่าวสาร เช่น หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารผู้จัดการ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ฯลฯ และธุรกิจบริการส่วนบุคคล เช่น บริการเช่าอพาร์ทเมนต์ ฯลฯ มีการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะ มากกว่ากลุ่ม ธุรกิจการผลิต ซึ่งจากการวิจัยได้แก่ ธุรกิจผลิตสิ่งทอ ผลิตกล่องถายรูป ธุรกิจผลิต กระดาษและการพิมพ์ และอุตสาหกรรมต่าง ๆ กลุ่มที่แตกต่างกันอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่ม ธุรกิจประเภทอื่น ๆ ซึ่งจากผลการวิจัยได้แก่ สถาบันการศึกษาเอกชน องค์กรพัฒนา เอกชน สถาบันวิจัย ธุรกิจเกี่ยวกับบ้านและที่ดิน มีการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะ มากกว่ากลุ่มธุรกิจการผลิตและกลุ่มธุรกิจส่งสินค้าเข้า/ส่งสินค้าออก ทั้งนี้ จากการ ศึกษาวิจัยทำให้ทราบว่า การที่องค์กรธุรกิจแต่ละประเภทมีการยอมรับที่แตกต่างกัน ส่วนหนึ่ง เนื่องมาจากความต้องการใช้การพิมพ์ระบบคังโตะ เพื่อการทำงาน of ธุรกิจ แต่ละประเภทไม่เหมือนกัน อย่างเช่น ธุรกิจบริการด้านการออกแบบและโฆษณา หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ หรือธุรกิจเกี่ยวกับบ้านและที่ดิน จะมีการใช้การพิมพ์ระบบคังโตะ เพื่อการทำงานต่าง ๆ เกือบทุกอย่าง เช่น เพื่อการผลิตสิ่งพิมพ์ ทำเลย์เอาต์หรือ ค้นฉบับทางการพิมพ์ ออกแบบตัวอักษร ตัวเรียงพิมพ์ งาน Graphic Design ต่างๆ

หรืองานทางด้าน Presentation (การทำสไลด์และ animation) และการจัดเก็บข้อมูล ทำรายงานเป็นต้น ในขณะที่ธุรกิจผลิตสิ่งทอ ผลิตกล่องถายรูป ธุรกิจผลิตกระดาษ และการพิมพ์ ธุรกิจส่งสินค้าเข้า/ส่งสินค้าออก และอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะมีการใช้การพิมพ์ระบบคังโตะเพื่อการทำงานเฉพาะบางอย่างเท่านั้น เช่น บางธุรกิจจะใช้เพื่อการทำบัญชี ทำรายงานและจัดเก็บข้อมูลเท่านั้น บางธุรกิจจะใช้เพื่อการทำงานทางด้าน Graphic Design การแยกสี ทำเลย์เอาท์เท่านั้นเช่น โรงพิมพ์ต่าง ๆ และบางธุรกิจก็ใช้เพื่อการพิมพ์เพียงอย่างเดียว เหมือนกับโรงพิมพ์ขนาดเล็กประจำออฟฟิศ เช่น ใช้พิมพ์นามบัตร เป็นต้น เมื่อธุรกิจแต่ละประเภท มีความต้องการหรือสังเกตเห็นความสำคัญของการใช้การพิมพ์ระบบคังโตะแตกต่างกันเช่นนี้ ระเบียบการยอมรับของธุรกิจแต่ละประเภทจึงแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ประเภทขององค์กรธุรกิจ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระเบียบการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะด้วย

### 3. การวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กรธุรกิจ กับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะ

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ขนาดขององค์กรธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสัมพันธ์ในทางบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3 ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ จะมีการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะมากกว่าธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัย พบว่าที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า เครื่อง Desktop Publishing หรือการพิมพ์ระบบคังโตะนี้ มีราคาแพง ทำให้การลงทุนเริ่มแรก (Initial Investment) มีมูลค่าค่อนข้างสูงมาก นอกจากนี้ การพิมพ์ระบบคังโตะ ยังเป็นประติษฐานกรรมที่ยังใหม่สำหรับสังคมไทย กล่าวคือมีจำนวนผู้ใช้เฉพาะในกรุงเทพมหานคร ประมาณ 400-500 รายเท่านั้น (ยุพา สัจจะวิริยะพงศ์, 2533) คนทั่วไปหรือองค์กรธุรกิจทั่วไปจึงยังไม่ค่อยรู้จักและไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้เท่าไรนัก จำเป็นจะต้องมีการศึกษาหาความรู้ เข้ารับการฝึกอบรมหรือดูการสาธิตวิธีการใช้และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบคังโตะนี้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็คือว่าเป็นการลงทุนทางธุรกิจอย่างหนึ่ง สำหรับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีใช้ปัญหาสำคัญเท่าไรนัก เนื่องจากมีเงินทุนเพียงพอ อีกทั้งผู้บริหาร



ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาคอนข้างสูง จึงมักจะมี ความสนใจและรับรู้ เรื่องราวข่าวสาร ตลอดจนนวัตกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้มากและรวดเร็ว และเมื่อได้ทำการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนี้แล้วพบว่า มีคุณสมบัติที่ีที่เกินกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม ก็จะทำให้เกิดการยอมรับมากยิ่งขึ้น ส่วนธุรกิจขนาดเล็ก ที่มีการยอมรับน้อยกว่า ก็เนื่องจากปัญหาในเรื่องเครื่องมือราคาแพง คังได้กล่าวแล้ว นอกจากนี้ จากการศึกษา ยังพบอีกว่า ธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ดูตารางที่ 2) มีความคิดว่าการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ เป็นระบบการพิมพ์ที่ใหม่มาก ต้องใช้เวลาในการศึกษาเรียนรู้การใช้เครื่องอีกมาก และเป็นนวัตกรรมที่ผู้ใช้ต้องมีทักษะ ความรู้ ความชำนาญในการใช้เครื่องมากพอสมควร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรธุรกิจเหล่านี้เห็นว่าเป็นเรื่องยุ่งยากในการเรียนรู้ การใช้เครื่องแบบใหม่ในเบื้องต้น นอกจากนี้ธุรกิจขนาดเล็กบางราย เช่น โรงพิมพ์ขนาดเล็ก ก็มีความเห็นว่า การพิมพ์ระบบปกติที่ใช้กันอยู่ปัจจุบัน ยังใช้ได้คืออยู่ จึงไม่ เห็นความจำเป็นที่จะต้องซื้อใช้เครื่อง Desktop Publishing ซึ่งมีราคาแพง เหตุผลต่าง ๆ ดังกล่าวนี ทำให้มีผลต่อการยอมรับ คือ มีการยอมรับน้อยกว่า ซึ่งดูจากตัววัดบางอย่าง คือ ในเรื่องการใช้เวลาในการตัดสินใจก่อนการซื้อใช้เครื่อง และจำนวนเครื่องที่มีใช้ อยู่ปัจจุบัน (ดูตารางที่ 13 และตารางที่ 17) จะเห็นว่าโดยเฉลี่ย องค์กรธุรกิจจะใช้ เวลาในการตัดสินใจประมาณ 1-3 เดือน ( $\bar{X} = 2.720$ ) ซึ่งค่อนข้างนาน และส่วนใหญ่ จะมีเครื่อง Desktop Publishing ไว้ใช้งานประมาณ 1-3 เครื่อง (ร้อยละ 64.8) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าขนาดขององค์กรธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง "งานสื่อสารทางการตลาดของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี : บริการโทรสารผ่านชุมสายโทรศัพท์ทั้งในและระหว่างประเทศ" ของสุณี นรโกร (2529) พบว่า ลักษณะธุรกิจ ในเรื่องของขนาดธุรกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโทรสารฯ โดยธุรกิจขนาดใหญ่มีการใช้บริการโทรสารฯ มากที่สุด

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจกับการยอมรับ การพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะขององค์กรธุรกิจ

- การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทกับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะขององค์กรธุรกิจ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งวัดโดยการได้รับข่าวสารจากการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ปรากฏผลว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ (.1826) ส่วนการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเลย

การที่ความสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนกับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า องค์กรธุรกิจหลายแห่ง มีความเห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารทางสื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มีอยู่น้อยมากกล่าวคือ มีความดีในการนำเสนอและน่าสนใจ ประกอบกับการนำเสนอไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ทำให้ไม่น่าสนใจ และไม่ดึงดูดใจ ยกเว้นสื่อมวลชนประเภทนิตยสารและวารสารทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ นิตยสารและวารสารทางธุรกิจฉบับต่าง ๆ นิตยสารคอมพิวเตอร์ จะมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบคังโตะอยู่มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่จึงได้รับข่าวสารจากการเผยแพร่โดยสื่อ นิตยสารมากกว่า โดยเฉพาะนิตยสารจากต่างประเทศ

ฉะนั้น การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบคังโตะโดยสื่อมวลชนจึงพบว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ส่วนการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะ แสดงว่า การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบคังโตะโดยใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ไม่ว่าจะมากหรือน้อย ก็ไม่ทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้นหรือน้อยลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพิมพ์ระบบคังโตะเป็นนวัตกรรมที่รับมาจากต่างประเทศต้องมีทักษะในการใช้พอสมควร และผู้ที่รับนวัตกรรมที่ไปใช้ส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง จึงมักจะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนี้ด้วยตนเองโดยการศึกษาจากคู่มือและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งค้นคว้าของข่าวสาร

มากกว่า จะเปิดรับข่าวสารที่เผยแพร่โดยสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นแหล่งข่าว  
 ทุติยภูมิ องค์การธุรกิจส่วนใหญ่จึงไม่ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข่าวสารทางค่านนี้  
 โดยสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจเท่าไรนัก

- ความเข้าใจและความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบ  
 ทั้งโตะกับการยอมรับขององค์การธุรกิจ

จากผลการวิจัย พบว่า ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ  
 ต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การพิมพ์ระบบทั้งโตะ  
 เป็นนวัตกรรมที่บุคคลสามารถที่จะศึกษาเรียนรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเองได้  
 ถึงแม้ว่าจะไม่มีความเข้าใจเลยในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ ดังนั้น ความเข้าใจใน  
 ข้อมูลข่าวสาร จึงพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ

ส่วนความเชื่อถือในข้อมูล ข่าวสาร พบว่า มีความสัมพันธ์กับการ  
 พิมพ์ระบบทั้งโตะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และสัมพันธ์กันในทางบวก  
 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การยอมรับการพิมพ์ระบบทั้งโตะขึ้นอยู่กับความเชื่อถือในข้อมูล  
 ข่าวสารด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ข่าวสาร  
 หรือผู้ส่งสาร (Source) มีผลในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ให้ผู้รับสารเกิด  
 พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างได้ผล (Bettinghaus, 1968)

- ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ กับการยอมรับ  
 การพิมพ์ระบบทั้งโตะ ขององค์การธุรกิจ

จากผลการวิจัย ปรากฏผลว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร  
 จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบ  
 ทั้งโตะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสัมพันธ์กันในทางบวก เมื่อพิจารณาความถี่ในการ  
 เปิดรับสื่อแต่ละประเภทเป็นรายย่อยไป พบว่า ความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับ  
 ข่าวสารจากสื่อบุคคล เฉพาะประเภทพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย  
 ต่าง ๆ สื่อมวลชนเฉพาะประเภทนิตยสารและวารสาร และสื่อเฉพาะกิจเฉพาะ  
 ประเภทจดหมายเวียนและการสัมมนา เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับขององค์กร

ธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การพิมพ์ระบบคังโตะ เป็นนวัตกรรมที่คนในสังคมไทย ยังไม่รู้จักมากนัก และจากการศึกษา พบว่า บุคคลหรือองค์กรธุรกิจที่เพิ่งจะรู้จักหรือมีการ รับรู้หรือยอมรับนวัตกรรมนี้บ้างแล้วก็ยังไม่มีความรู้ ความชำนาญในการใช้เครื่องหรือมี ความรู้เกี่ยวกับเครื่องนี้อย่างถ่องแท้ ยังคงมีการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนี้อยู่ ตลอดเวลา โดยส่วนใหญ่จะศึกษาจากนิตยสารและวารสารทางคอมพิวเตอร์และธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ มากกว่าที่จะรับข่าวสารจากสื่อบุคคลหรือสื่อ เฉพาะกิจ ซึ่งการ เปิดรับสื่อบุคคลนั้นจะมีการรับข่าวสารหรือพบปะสนทนากับพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของ บริษัทตัวแทนจำหน่าย เฉพาะเวลาซื้อชายหรือเวลามีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องเท่านั้น การพบปะสนทนาเกี่ยวกับนวัตกรรมนี้กับสื่อบุคคลประเภทอื่นมีน้อยมาก จึงไม่มีบทบาทใน การจูงใจให้เกิดการยอมรับโดยตรงเท่าไรนัก ส่วนการ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ก็มีการ เปิดรับบ้าง แต่เป็นเพียงการหาความรู้เพิ่มเติม หรือเป็นการรับทราบข่าวสารเพิ่มเติม เท่านั้น องค์กรธุรกิจจะให้ความสนใจสื่อประเภทนี้ค่อนข้างน้อย จากผลการวิจัยนี้ ทำให้ ทราบว่า การยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะขององค์กรธุรกิจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะการได้รับ อิทธิพลจากสื่อใดสื่อหนึ่ง แต่เป็นเพราะการได้รับอิทธิพลจากทั้ง 3 สื่อผสมผสานกันใน อัตราส่วนที่มากบ้างน้อยบ้าง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยชิ้นหนึ่ง ที่พบว่า สื่อเพียงประเภท เดียว ย่อมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ขณะเดียวกันการใช้สื่อหลายแบบผสมผสานจะทำให้ เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้อย่างรวดเร็ว (Singh, 1976) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของแชรรมที่กล่าวสนับสนุนผลการใช้สื่อหลายประเภทว่า มีประสิทธิผลมากกว่าการใช้สื่อประเภทเดียวโดยกล่าวว่า "การใช้สื่อหลายประเภท ในลักษณะผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับการสื่อสารโดยการใช้สื่ออื่น ๆ มีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารโดยสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง เพียงประเภทเดียว" (Schramm, 1973)

กล่าวโดยสรุป จากการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารและปัจจัยบางประการ ที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะขององค์กรธุรกิจเอกชน ในกรุงเทพมหานคร" นี้ พบว่า ตัวแปรที่เป็นตัวพยากรณ์หรืออธิบายการยอมรับการพิมพ์ระบบคังโตะ ขององค์กรธุรกิจ ใกล้เคียงที่สุดมีเพียง 3 ตัวแปร โดยมีความสำคัญตามลำดับ คือ

1. คุณลักษณะค่านิยมของกรพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ
2. ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
3. ขนาดขององค์กรธุรกิจ

ตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรนี้ ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคะแนนการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ได้ประมาณร้อยละ 36.8 ซึ่งอธิบายได้ว่า การยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจะมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการดังกล่าวข้างต้นเป็นสำคัญ ส่วนตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ จะมีความสำคัญรองลงมาหรือไม่มากนัก โดยมีเหตุผลสนับสนุนดังนี้คือ จากที่ได้กล่าวแล้วว่ากรพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะเป็นนวัตกรรมที่เพิ่งเข้ามาสู่สังคมไทยเมื่อไม่นานมานี้เอง จึงยังไม่เป็นที่รู้จักเผยแพร่ในสังคมไทยเท่าไรนัก อีกทั้งเป็นนวัตกรรมที่มีเทคโนโลยีค่อนข้างสูง และราคาเครื่องก็แพงทำให้บุคคลหรือองค์กรธุรกิจ ต้องใช้เวลาศึกษาและคิดตัดสินใจว่าจะยอมรับซื้อใช้ค่อนข้างนาน (ดูตารางที่ 13) ซึ่งจากการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบว่า ตัวแปรหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับมากที่สุดประการแรกคือ คุณลักษณะค่านิยมของนวัตกรรม เมื่อการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะเป็นนวัตกรรม Hi-tech บุคคลหรือองค์กรธุรกิจ จึงต้องพิจารณาศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะของนวัตกรรมก่อน เพื่อเปรียบเทียบดูว่ามีคุณประโยชน์ที่เหนือกว่าหรือดีเกินกว่าการพิมพ์ระบบปกติที่ใช้อยู่ดั้งเดิมหรือไม่ มากน้อยเพียงใด เพราะคุณลักษณะนี้จะเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่ง ที่จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมได้มากพอสมควร ดังนั้นบุคคลหรือองค์กรธุรกิจ จึงต้องมีการรับข่าวสารและศึกษาหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ จึงทำให้มีปัจจัยตัวที่สองเข้ามาเกี่ยวข้องคือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่องค์กรธุรกิจจะรับข่าวสาร และศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนี้ จากนิตยสารและวารสารทั้งของไทยและต่างประเทศ เพื่อหาข้อมูลมาสนับสนุนความคิดหรือทัศนคติของตนก่อนจะตัดสินใจซื้อใช้เครื่องนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโจเซฟ ที เคลปเปอร์ เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน ที่ว่า "สื่อมวลชนจะเป็นเพียงแรงเสริม (Reinforcement) ที่สนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มนำพฤติกรรมของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงออกมาเมื่อมีแรงจูงใจหรือเมื่อโอกาสเหมาะสม และสื่อมวลชนจะสามารถสร้างทัศนคติให้แก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลไม่เคยมีความรู้ และประสบการณ์

เกี่ยวกับสิ่งนี้มาก่อน และต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด" (Klapper, 1960) ซึ่งองค์กรธุรกิจเหล่านี้ ก็มีลักษณะเช่นเดียวกับแนวความคิดดังกล่าวนี้ ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ก็มีส่วนสัมพันธ์กับการยอมรับเช่นเดียวกัน แต่เป็นเพียงแรงจูงใจที่เข้ามาเสริม หรือสนับสนุนให้ซื้อใช้เท่านั้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ มีการติดต่อพบปะสนทนาและรับข่าวสารจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย เฉพาะช่วงที่มีการนำเสนอ ชื่อ ขายเครื่องและช่วงให้บริการเท่านั้น หลังจากนั้นจะมีการติดต่อกันน้อยมาก ส่วนสื่อบุคคลประเภทอื่น ๆ จะไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมนี้เลย

นอกจากนี้ ปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะอยู่มากพอสมควร คือ ในเรื่องขนาดขององค์กรธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับในด้านเงินทุนในการประกอบธุรกิจ ธุรกิจขนาดเล็กจะมีเงินทุนน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งจะเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมล่าช้าหรือไม่ยอมรับเลย เนื่องจากการที่เครื่อง Desktop Publishing มีราคาแพงนั่นเอง ถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจจะมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมแล้ว แต่ยังไม่ซื้อใช้ ก็เป็นเพียงการยอมรับทางความคิดเท่านั้น ยังไม่ก่อให้เกิดการยอมรับทางพฤติกรรมคือการซื้อใช้เครื่อง ซึ่งจะใช้เวลาในการศึกษาและคิดพิจารณา ก่อนตัดสินใจซื้อใช้เครื่องอยู่นานพอสมควร เพื่อความคุ้มกับการลงทุนหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ซึ่งในที่สุดอาจจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนี้ได้ จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าขนาดขององค์กรธุรกิจ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนี้ได้

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะด้านประโยชน์ของการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับขององค์กรธุรกิจมากที่สุด ดังนั้นในการเผยแพร่ข่าวสารหรือการวางแผนส่งเสริมทางการตลาดของนวัตกรรมนี้ ก็ควรคำนึงถึงหรือให้ความสำคัญกับการนำเสนอทางด้านคุณลักษณะด้านประโยชน์ของนวัตกรรมนี้ให้มาก หรือมีการนำเสนอคุณลักษณะด้านประโยชน์อื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยีของเครื่อง Desktop

Publishing รุ่นใหม่ ๆ ที่ดีกว่ารุ่นเก่า หรือมีคุณสมบัติที่เหนือกว่าการพิมพ์ระบบปกติ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการยอมรับได้เป็นอย่างดี

2. จากผลการวิจัย พบว่า การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะโดยสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับขององค์กรธุรกิจ และยังพบอีกว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งนิตยสารและวารสาร เป็นสื่อที่องค์กรธุรกิจมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น นอกจากนี้ สื่อบุคคลโดยเฉพาะพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ ก็ค่อนข้างมีผลต่อการจูงใจให้เกิดการยอมรับอยู่บ้าง ฉะนั้น ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนี้ก็ควรจะได้มีการพิจารณาความสำคัญของสื่อบุคคลให้มีบทบาทมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ในขณะเดียวกันการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ก็ควรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ควรมีการนำเสนอที่ชัดเจนและเพิ่มความถี่ในการนำเสนอให้มากขึ้น ส่วนสื่อเฉพาะกิจ ก็ควรมีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจและมีความถี่มากขึ้นเช่นกัน อย่างเช่นการจัดนิทรรศการ apple world ซึ่งจัดเพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น ผู้ที่พลาดโอกาสในการชม ก็จะต้องรอไปถึงปีหน้า ทำให้การเผยแพร่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงควรปรับปรุงในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อที่จะได้ใช้สื่อทุกประเภทควบคู่กันไปในการเผยแพร่ นวัตกรรมนี้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษา พบว่า ปัญหาหนึ่งซึ่งเป็นอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อใช้เครื่อง Desktop Publishing ก็คือ ปัญหาเรื่องราคาแพง มีการลงทุนสูง ซึ่งอาจจะทำให้องค์กรธุรกิจที่มีทัศนคติที่คัดค้านนวัตกรรมนี้แต่อาจไม่ซื้อใช้ เพราะเห็นว่า มีการลงทุนสูง มีความเสี่ยง เนื่องจากยังเป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับคนในสังคม ดังนั้น ถ้าหากมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อ ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการให้ข้อมูล ความรู้ แก่บุคคลหรือองค์กรธุรกิจ เพื่อให้เห็นถึงคุณประโยชน์ที่ดีเกินกว่าการพิมพ์ระบบปกติที่ใช้อยู่ ทั้งนี้เพื่อลดความรู้สึกว่ามีความเสี่ยงที่จะใช้เครื่อง Desktop Publishing นี้ ซึ่งจะทำ

ให้มีแนวโน้มของการยอมรับนวัตกรรมนี้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สื่อมวลชน มีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ และการเปิดรับสื่อมวลชน โดยเฉพาะนิตยสารและวารสาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ จึงน่าจะมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ให้ลึกซึ้งขึ้นไปอีก โดยศึกษาถึงลักษณะและรูปแบบการนำเสนอและลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่น่าเสนอ รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ในตัวสื่อที่คาดว่าจะมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนี้ เพื่อนำมาปรับปรุงการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ นวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นองค์กรธุรกิจ เฉพาะที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น น่าจะมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่อื่น ๆ นอกเขตกรุงเทพมหานครด้วย เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการเผยแพร่ นวัตกรรมให้เป็นที่รู้จักและยอมรับกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และยังสามารถนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะ ทำให้การวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยเพียงบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่อาจจะมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้วย แต่ยังมีได้มีการศึกษา จึงน่าจะทำการศึกษาในส่วนนี้เพิ่มเติมด้วย เพื่อจะได้ทราบว่า มีปัจจัยอะไรอีกบ้างที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการเผยแพร่ นวัตกรรมให้เป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างกว้างขวาง