

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์การเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ และสำรวจการเปิดรับ ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเรื่อง "การเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย" เป็นการศึกษาบทบาทของหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญด้านเศรษฐกิจและมีผลกระทบต่อบุคคลทั่วไป ในวงกว้างทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ประการหนึ่ง กับในอีกด้านหนึ่งเป็นการศึกษาในด้านผู้รับสารเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทในการนำเสนอประเด็นข่าวสาร ความถี่ในการนำเสนอ การให้ความสำคัญ รูปแบบการนำเสนอ และแหล่งที่มาของข่าวสาร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของผู้รับสาร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับสื่อกับระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของผู้รับสาร

ในการวิเคราะห์การเสนอเนื้อหาข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์นั้น ได้สร้างเกณฑ์การวิเคราะห์การนำเสนอประเด็นข่าวสาร ความถี่ในการนำเสนอ การให้ความสำคัญ รูปแบบการนำเสนอ และแหล่งที่มาของข่าวสาร โดยแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวันประเภทปริมาณ หนังสือพิมพ์รายวันประเภทคุณภาพ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ หนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจของเอกชนพิมพ์จำหน่ายรายวัน หนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจของเอกชนพิมพ์จำหน่ายรายสัปดาห์ละ 2 ครั้ง และหนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจของภาครัฐพิมพ์จำหน่ายรายสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ คือ หนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับ ที่มียอดการอ่าน (Readership) สูงสุดในแต่ละประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน บางกอกโพสต์ ผู้จัดการรายวัน ฐานเศรษฐกิจ และข่าวพาณิชย์ ที่พิมพ์จำหน่ายในช่วงระยะ 7 เดือน ตั้งแต่

เดือนพฤศจิกายน 2536 - เดือนพฤษภาคม 2537 รวมทั้งสิ้น 909 ฉบับ โดยมีสมมติฐานว่า หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์ข่าวเน้นเศรษฐกิจเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยมากกว่าหนังสือพิมพ์ประชานิยม

ในด้านผู้รับสารนั้น ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของผู้รับสาร รวมทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับสื่อกับระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย โดยตั้งสมมติฐานว่าระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของผู้รับสารแตกต่างกันตามปริมาณการเปิดรับสื่อ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร รวมทั้งสิ้น 445 คน คือ กลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมในการสัมมนา ซึ่งกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานประสานงานเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (สปศ.) สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้จัดขึ้น ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เดือนสิงหาคม 2537 เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย แก่บุคคลทั่วไปในเขตภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศและในส่วนกลาง

### สรุปผลการวิจัย

1. การเสนอเนื้อหาข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

#### 1.1 ประเด็นข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งประเด็นข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยเป็น 12 ประเด็น ได้แก่

- (1) ทำที่การเจรจาของประเทศต่าง ๆ
- (2) การเปิดตลาด
- (3) สินค้าเกษตร
- (4) การค้าบริการ
- (5) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- (6) การปรับกฎระเบียบเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ
- (7) ประเด็นใหม่ที่มีผลเชื่อมโยงกับการค้าระหว่างประเทศ

- (8) การจัดตั้งองค์กรและการเข้าเป็นสมาชิก
- (9) พันธกรณีของไทยตามผลการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย
- (10) ผลกระทบของแกตต์ต่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจโลกในภาพรวม
- (11) แกตต์กับผลได้/ผลเสียต่อประเทศไทย และ
- (12) แกตต์กับผลได้/ผลเสียต่อการประกอบธุรกิจ

ประเด็นข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย ที่หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอมากที่สุด คือ ประเด็นเกี่ยวกับการเปิดตลาดร้อยละ 20.3 รองลงมาได้แก่เรื่องการค้าบริการ สินค้าเกษตร และทำการเจรจาของประเทศต่าง ๆ ร้อยละ 16.6, 12.5 และ 11.0 ตามลำดับ ส่วนประเด็นข่าวสารที่มีการนำเสนอน้อยที่สุด ได้แก่ ประเด็นเรื่องแกตต์กับผลได้/ผลเสียต่อประเทศไทย และแกตต์กับผลได้/ผลเสียต่อการประกอบธุรกิจ คิดเป็นปริมาณเท่ากันคือร้อยละ 2.1

### 1.2 ปริมาณความถี่ของการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญในการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.4 ของจำนวนข่าวทั้งหมดที่หนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ศึกษานำเสนอ รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน มติชน ไทยรัฐ และข่าวพาณิชย์ ในอัตราร้อยละ 23.1, 21.4, 10.0 และ 6.9 ตามลำดับ โดยหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีความถี่ในการเสนอเนื้อหาในเรื่องนี้น้อยที่สุดเพียงร้อยละ 5.2

สำหรับระยะเวลาที่หนังสือพิมพ์มีการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยมากที่สุด คือ เดือนธันวาคม 2536 จำนวน 274 ชิ้น รองลงมาคือเดือนพฤศจิกายน 2536 จำนวน 149 ชิ้น และเดือนเมษายน 2537 จำนวน 101 ชิ้น

### 1.3 ตำแหน่งหน้าการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย

หนังสือพิมพ์ทั้ง 6 ชื่อฉบับ ส่วนใหญ่นำเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยในหน้าประจำ เช่น หน้าเศรษฐกิจ และหน้าข่าวต่างประเทศถึงร้อยละ 77.2 ของจำนวนชิ้นข่าวทั้งหมด หนังสือพิมพ์ที่มีการเสนอในหน้าหนึ่งของฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ผู้จัดการรายวัน

ฐานเศรษฐกิจ และข่าวพาณิชย์ซึ่งมีอัตราส่วนรวมกันเพียงร้อยละ 7.0 ส่วนการเสนอในหน้าหนึ่งของส่วนแยกฉบับมีเพียงร้อยละ 3.6 โดยหนังสือพิมพ์ทางกอกโพสต์มีการนำเสนอมากที่สุดในพื้นที่บิสซิเนสโพสต์ ซึ่งเป็นส่วนแยกฉบับในด้านธุรกิจโดยเฉพาะ

#### 1.4 รูปแบบการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย

ในการวิจัย ได้แบ่งรูปแบบการเสนอข่าวสารออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ ข่าวบทบรรณาธิการ บทความ/ความคิดเห็น สารคดี และสารคดีพิเศษ ซึ่งพบว่า หนังสือพิมพ์มีการเสนอในรูปแบบของข่าวมากที่สุดร้อยละ 77.0 รองลงมา เป็นการเสนอในรูปแบบบทความ ร้อยละ 14.3 การเสนอในรูปแบบสารคดี และสารคดีพิเศษอยู่ในปริมาณใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 4.1 และ 3.4 ตามลำดับ ส่วนการเสนอในรูปแบบของบทบรรณาธิการมีเพียงร้อยละ 1.2

#### 1.5 แหล่งที่มาของข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย

แหล่งที่มาของข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยที่พบมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับคือ แหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศ ร้อยละ 41.9 โดยหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และมติชนใช้แหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศเป็นลำดับหนึ่ง แหล่งที่มาของข่าวสารในระดับรองลงมาคือ แหล่งข่าวจากนักการเมือง/ข้าราชการ/พนักงานวิสาหกิจ ร้อยละ 26.3 แหล่งข่าวจากนักธุรกิจ/เอกชน ร้อยละ 6.6 จากผลการประชุม/สัมมนา/การสัมภาษณ์ ร้อยละ 5.8 ซึ่งใกล้เคียงกับแหล่งข่าวจากหน่วยราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.5 ส่วนแหล่งข่าวจากหน่วยงานธุรกิจ/เอกชน และสื่อมวลชนไทยมีการอ้างถึงน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 0.3 เท่ากัน

#### 1.6 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์ข่าว เน้น เศรษฐกิจ เสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยมากกว่าหนังสือพิมพ์ประชาชน ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวพบว่า ปริมาณความถี่ในการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



การทดสอบต่อไปเพื่อหาว่า หนังสือพิมพ์ประเภทใดมีความแตกต่างในปริมาณความถี่ในการเสนอข่าวสารเทียบกับหนังสือพิมพ์ประชานิยมเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของ Schaffe' ไม่พบว่า ปริมาณความถี่ในการเสนอข่าวสารการเจรจาแก้คดีรอกฎหมายของหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจ แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ประชานิยม จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อย่างไรก็ตาม การทดสอบโดยวิธีการของ Schaffe' พบว่า หนังสือพิมพ์ข่าวภาษาอังกฤษมีปริมาณความถี่ในการเสนอข่าวสารการเจรจาแก้คดีรอกฎหมายมากกว่าหนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจรายสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

## 2. การเปิดรับ ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแก้คดีรอกฎหมายของผู้รับสาร สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

### 2.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 445 คน สรุปได้ ดังนี้

- 2.1.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 80.2 เพศหญิงร้อยละ 19.8
- 2.1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 41-50 ปี และ 31-40 ปี ในจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 30.8 และ 29.4 ตามลำดับ
- 2.1.3 ในด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 42.0
- 2.1.4 ส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม จะเป็นข้าราชการมากที่สุดร้อยละ 45.2 รองลงมาเป็นเกษตรกร ร้อยละ 31.7
- 2.1.5 กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้มีรายได้เดือนละ 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 38.6 รองลงมา เป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 34.4

## 2.2 พฤติกรรมการเปิดรับสาร

ผลการสำรวจการเปิดรับข่าวสารการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัยจากสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งหมายถึงการเข้าร่วมการสัมมนาที่หน่วยราชการจัดขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้แก่บุคคลทั่วไป และ สื่อมวลชนทั่วไป โดยเน้นด้านสื่อหนังสือพิมพ์ ปรากฏว่า

2.2.1 ในด้านสื่อเฉพาะกิจ ผู้ที่เคยเข้าร่วมการสัมมนา 1 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 79.6

2.2.2 ในด้านพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ถึงร้อยละ 48.5 รองลงมาจะอ่านหนังสือพิมพ์เกือบทุกวัน ร้อยละ 27.1 โดยมีผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 2-3 ฉบับถึงร้อยละ 54.6 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจะนิยมอ่านข่าวการเมืองมากที่สุด รองลงมาเป็นข่าวเศรษฐกิจ

## 2.3 ความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัย

2.3.1 ในด้านสื่อเฉพาะกิจ ผู้เข้าร่วมสัมมนาระบุว่า ได้รับความรู้เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัยในระดับมาก จากเอกสารประกอบการสัมมนา และจากวิทยากร คิดเป็นร้อยละ 39.1 และ 37.1 ตามลำดับ และจากการสัมมนานี้ กลุ่มตัวอย่างระบุว่า มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัยเพิ่มขึ้นในระดับปานกลางมากที่สุด โดยมีความรู้ความเข้าใจในประเด็นสินค้าเกษตรในระดับมาก มากที่สุด ร้อยละ 36.4

2.3.2 ในด้านสื่อหนังสือพิมพ์นั้น มีผู้ระบุว่า หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัยในระดับมาก ร้อยละ 28.1 ผู้ระบุว่า หนังสือพิมพ์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องแก้คดีในระดับปานกลางมากที่สุด คือหนังสือพิมพ์มติชน ร้อยละ 31.0 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ร้อยละ 28.5 ส่วนบางกอกโพสต์มีเพียงร้อยละ 11.7 นอกจากนี้ ผู้รับสารส่วนใหญ่ระบุได้รับข่าวสารความรู้และใช้ประโยชน์ในระดับมากจากการสัมมนา และจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจใกล้เคียงกัน ร้อยละ 28.6 และร้อยละ 28.2 ตามลำดับ และในระดับปานกลางจากหนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป ร้อยละ 37.8

2.3.3 จากการทดสอบระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัยของกลุ่มตัวอย่างจากแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสาระและผลกระทบของการเจรจาแก้คดีรอบอุรุกวัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง (คะแนนระหว่าง

11 - 14 คะแนน จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน) ร้อยละ 47.9 มีความรู้ในระดับสูง (คะแนนระหว่าง 15 - 20 คะแนน) ร้อยละ 39.8 และระดับต่ำ (ต่ำกว่า 10 คะแนน) ร้อยละ 12.3

2.4 เหตุผลเชิงใจในการเปิดรับข่าวสารการเจรจาแก่ศรัทธอบุรุษ ได้จำแนกเหตุผลเชิงใจออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

#### 2.4.1 ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน

มีผู้ระบุได้รับข่าวสารการเจรจาแก่ศรัทธอบุรุษด้วยเหตุผลเชิงใจเพื่อการดำเนินงานในหน้าที่รับผิดชอบในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20.9 และระดับมาก ร้อยละ 29.9 ส่วนเหตุผลเพื่อการวางแผนด้านการตลาดนั้น มีผู้ตอบว่า ใช้ประโยชน์ในระดับน้อย ร้อยละ 21.6

#### 2.4.2 ด้านข้อมูลข่าวสารการค้า

มีการระบุเหตุผลเชิงใจเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศในระดับมากที่สุด ร้อยละ 16.6

#### 2.4.3 ด้านประโยชน์ต่อตนเอง

มีการระบุเหตุผลเชิงใจเพื่อความเป็นคนทันเหตุการณ์ ทันสมัยในระดับมากที่สุด ร้อยละ 22.9 ระดับมาก ร้อยละ 42.5

2.5 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแก่ศรัทธอบุรุษ ได้จำแนกการใช้ประโยชน์ออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับเหตุผลเชิงใจในการเปิดรับข่าวสารการเจรจาแก่ศรัทธอบุรุษ ดังนี้

#### 2.5.1 ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามระบุการใช้ประโยชน์ เพื่อดำเนินงานในหน้าที่รับผิดชอบในระดับมากที่สุด ร้อยละ 16.4 ระดับมาก ร้อยละ 28.1 ระบุการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนหรือขยายกิจการ และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดในระดับน้อยที่สุดในอัตราเท่ากัน คือร้อยละ 6.3

#### 2.5.2 ด้านข้อมูลข่าวสารการค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุการใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านกฎเกณฑ์ระหว่างประเทศในระดับมากร้อยละ 36.0

### 2.5.3 ด้านประโยชน์ต่อตนเอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุการใช้ประโยชน์เพื่อสนองความสนใจอยากรู้ส่วนตัวในระดับมากถึงร้อยละ 39.6

## 2.6 การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์การเปิดรับ ความรู้ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารเกี่ยวกับข่าวสารการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัย ได้ตั้งสมมติฐานว่า ระดับความรู้ความเข้าใจ เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัยแตกต่างกันตามปริมาณการใช้สื่อ โดยแบ่งลักษณะการใช้สื่อเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.6.1 การใช้สื่อเฉพาะกิจ : ความรู้ความเข้าใจ เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัยแตกต่างกันตามปริมาณความถี่ในการเข้าร่วมสัมมนาแก้คดี

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว พบว่า ความรู้ความเข้าใจ เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัยของผู้รับสารแตกต่างกันตามปริมาณความถี่ในการเข้าร่วมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจากการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจ เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัย ระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 1 ครั้ง กับ 2-3 ครั้ง และกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 1 ครั้งกับผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 2-3 ครั้ง กับกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป และจากการเปรียบเทียบค่า Coefficient of variation ปรากฏว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 2-3 ครั้ง มีความรู้ความเข้าใจมากกว่ากลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป

2.6.2 การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ ได้ตั้งสมมติฐานย่อย ดังนี้

(1) ความรู้ความเข้าใจ เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัยแตกต่างกันตามปริมาณความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว พบว่า ความรู้ความเข้าใจ เรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทกภัยของผู้รับสาร ไม่แตกต่างกันตามปริมาณความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

(2) ความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์แตกต่างกันตามจำนวนหนังสือพิมพ์ที่อ่านต่อวัน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวพบว่า ความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์ของผู้รับสารแตกต่างกันตามปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์ต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และจากการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์ระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 1 ฉบับ กับกลุ่มผู้อ่านวันละ 2 ฉบับ และกลุ่มผู้อ่านวันละ 1 ฉบับ กับกลุ่มผู้อ่านวันละ 3 ฉบับขึ้นไป ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 2-3 ฉบับ กับกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 3 ฉบับขึ้นไป และจากการเปรียบเทียบค่า Coefficient of variation ปรากฏว่า กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 2-3 ฉบับ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์มากกว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 3 ฉบับขึ้นไป

การอภิปรายผล

1. การเสนอเนื้อหาข่าวสารการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์ของหนังสือพิมพ์

เนื่องจากการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์เป็นการเจรจาระหว่างประเทศ เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์การค้าสากลสำหรับประเทศภาคีองค์การการค้าโลกถือปฏิบัติ เพื่อความเป็นธรรมทางการค้า โดยมีระยะเวลาการเจรจาที่ยาวนานถึง 7 ปี (2529-2536) ข่าวการเจรจาแก้คดีรอบอุทธรณ์ นับว่าเป็นข่าวเศรษฐกิจที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นไปตามหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ คือ การให้ข่าวสารแก่สาธารณชน โดยรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่มีคุณค่าของข่าวเพียงพอให้ผู้อ่านทราบ ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างหนังสือพิมพ์ที่ทำการศึกษา 6 ชื่อฉบับ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2536 - เดือนพฤษภาคม 2537 นั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอในรูปของข่าวถึง 626 รายเรื่อง เป็นบทความ/ความคิดเห็น 116 รายเรื่อง คิดเป็นการนำเสนอเฉลี่ยเดือนละ 16.6 รายเรื่อง อย่างไรก็ตาม สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของบทบรรณาธิการ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทในการให้ความคิดเห็นแก่สาธารณชนนั้น มีปริมาณน้อยมาก กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการนำเสนอ 6 รายเรื่อง มติชน 3 รายเรื่อง และฐานเศรษฐกิจ 1 รายเรื่อง ทั้งๆ ที่ข่าวสารในเรื่องนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้างและมีคุณค่าของข่าวเพียงพอ โดยเฉพาะในด้านความเด่น ผลกระทบกระเทือน ความสนใจของคนทั่วไปและความก้าวหน้า

เนื่องจากการเจรจาแก้ศรอบอุรุกวัยเป็นการเจรจการค้าระดับโลก ซึ่งประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปล้วนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกติกาการค้าโลก ทำให้เกิดความก้าวหน้าที่ทางเศรษฐกิจและการค้าโดยส่วนรวม แต่ก็จะมีผลกระทบกระเทือน เนื่องจากความจำเป็นต้องปรับตัวของบุคคลบางกลุ่ม จึงนับเป็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป ซึ่งหนังสือพิมพ์สามารถทำหน้าที่จัดลำดับและให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวสารแก่ประชาชนในช่วงเวลาดังกล่าวได้ ตามแนวคิดของการกำหนดวาระข่าวสาร หรือ Agenda Setting โดยหนังสือพิมพ์น่าจะให้ความสนใจและข้อวิพากษ์วิจารณ์ในแง่มุมต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง นอกเหนือจากการเสนอข้อเท็จจริงแต่ประการเดียว แต่ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวเศรษฐกิจกลับไม่แสดงบทบาทนี้เลย และมีหนังสือพิมพ์เพียง 3 ชื่อฉบับ ที่มีการนำเสนอเป็นบทบรรณาธิการแต่ก็มีจำนวนการนำเสนอเพียง 10 รายเรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 1.2 ของปริมาณการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์

สำหรับปริมาณความถี่ของการเสนอข่าวสารในเรื่องนี้ จะเห็นได้ว่าในช่วงเดือนพฤศจิกายน และเดือนธันวาคม 2536 เป็นช่วงที่หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวในเรื่องนี้มากถึง 149 ชิ้น และ 274 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.3 และร้อยละ 33.7 ของจำนวนรายเรื่องการนำเสนอข่าวสารทั้งหมดตลอดระยะเวลา 7 เดือน เนื่องจากในช่วงเวลานี้เป็นช่วงสำคัญของการเจรจา ซึ่งไม่สามารถคาดเดาได้ว่า การเจรจาจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว ถึงแม้ว่าประเทศต่าง ๆ จะพยายามผลักดันให้การเจรจายุติลงภายในเดือนธันวาคม 2536 ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงมีการนำเสนอทำที่การเจรจาของประเทศต่าง ๆ ในหลาย ๆ ประเด็นที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนเมษายน 2537 เป็นช่วงที่ทั่วโลกต่างทราบถึงแนวโน้มของผลการเจรจารอบอุรุกวัยแล้ว ประเด็นที่เหลือจึงเป็นเรื่องที่ไม่ขัดแย้งกันจนเกินไป ดังนั้น หนังสือพิมพ์ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้กรองสาร อาจพิจารณาว่า ความขัดแย้ง ผลกระทบกระเทือน และความสนใจของคนทั่วไปในแง่คุณค่าของข่าวลดน้อยลง จึงมีการเสนอข่าวในเรื่องนี้ลดลงเหลือ 101 ชิ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 12.4 ของจำนวนชิ้นข่าวทั้งหมดในช่วง 7 เดือน ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงที่มีการประชุมระดับรัฐมนตรีของประเทศภาคีภาคีที่ซึ่งน่าจะมีความสำคัญในแง่ความเด่นของบุคคลมากกว่าการประชุมในระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสก็ตาม

ประเด็นข่าวสารการเจรจาแก้ศรอบอุรุกวัยทั้ง 12 ประเด็นนั้น หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญแก่เรื่องการเปิดตลาดซึ่งเป็นเรื่องการลดภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้ามากที่สุดร้อยละ 20.3 ของจำนวนข่าวทั้งหมด ที่เป็นดังนี้อาจเป็นเพราะ เท่าที่ผ่านมการลดภาษีศุลกากรเป็น

เรื่องสำคัญที่อยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไป และมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการลดภาษีเป็นประเด็นที่มีข้อขัดแย้งกันระหว่างผู้ผลิต ซึ่งต้องการปกป้องสินค้าและรักษาสถานะของตนจากการแข่งขันของสินค้าต่างประเทศ กับผู้บริโภค ซึ่งจะมีโอกาสได้เปรียบเทียบการเลือกใช้สินค้าจากต่างประเทศในราคาถูก ประเด็นข้อขัดแย้งผลกระทบ และความสนใจของคนทั่วไปดังกล่าวนี้ สื่อหนังสือพิมพ์ถือเป็นการเพิ่มคุณค่าของข่าวที่สมควรนำเสนอต่อผู้รับสารทั่วไป ดังนั้น ตามแนวคิดการกำหนดวาระข่าวสารหรือ Agenda Setting จึงถือได้ว่า การที่หนังสือพิมพ์ในฐานะผู้กรองสารคัดเลือกการเสนอข่าวสารในประเด็นนี้มาก เป็นการให้ความสำคัญแก่ข่าวที่ถูกทิศทาง เพื่อสนองความต้องการของผู้อ่านโดยทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาแนวคิดเรื่อง "ผู้เฝ้าประตู" หรือ "ผู้กรองสาร" ของ D.M. White (1950) ที่ต้องการทราบว่า บรรณาธิการข่าวได้ใช้เกณฑ์ส่วนตัวที่ไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนมากนักเพียงใดในการคัดเลือกข่าว โดยศึกษาบทบาทของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกาฉบับหนึ่ง และพบว่า การคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการข่าวนั้น เป็นเรื่องของความต้องการขององค์กรส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งจะเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสาร

การจัดวาระข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ได้มีการใช้องค์ความเข้มข้นของข่าวเป็นส่วนเสริมบทบาทของการจัดวาระด้วย โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวในหน้าหนึ่งของฉบับ มีหนังสือพิมพ์ข่าวภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจ รวม 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ผู้จัดการรายวัน ฐานเศรษฐกิจ และข่าวพาณิชย์ เสนอข่าวสารเรื่องนี้ในหน้าหนึ่งของฉบับ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และมติชนเสนอข่าวสารในหน้าธุรกิจ ซึ่งเป็นหน้าประจำปกติสำหรับข่าวลักษณะนี้ สำหรับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์นั้น เป็นหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญแก่ข่าวนี้นมากที่สุด โดยมีการนำเสนอถึงร้อยละ 33.4 ของจำนวนชิ้นข่าวทั้งหมดที่หนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับนำเสนอในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2536 - เดือนพฤษภาคม 2537 และในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2536 เดือนธันวาคม 2536 และเดือนเมษายน 2537 ซึ่งเป็นช่วงสำคัญของการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ก็มีการเพิ่มขยายพื้นที่ของการเสนอข่าวในเรื่องนี้มากกว่าปกติ มีการจัดทำกรอบพิเศษ เป็นการเน้นให้เห็นว่า ข่าวนี้นี้มีความสำคัญ น่าติดตามอ่าน ส่วนหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ในช่วงนี้ก็มีการรายงานข่าวบ่อยครั้ง และเสนอข่าวติดต่อกันเป็นการย้ำความสนใจแก่ผู้รับสารมากขึ้นเช่นเดียวกัน



การที่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ให้ความสนใจข่าวการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยมาก อาจเนื่องมาจากลักษณะของหนังสือพิมพ์ซึ่งมีการแยกฉบับเป็นส่วนธุรกิจโดยเฉพาะ (บิสซิเนสโพสต์) เป็นการให้ความสำคัญแก่ข่าวเศรษฐกิจมาก และเป็นการสนองตอบความสนใจของผู้รับสาร ซึ่งจำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคล อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ก็อยู่ในรูปของการเสนอข่าวซึ่งเป็นข้อเท็จจริงถึงร้อยละ 92.6 ของการนำเสนอทั้งหมด ทั้งนี้ น่าจะมีการขยายผลของข่าวสารให้เผยแพร่ออกมาในรูปของบทความและความคิดเห็นประกอบ นอกจากนี้ เป็นที่น่าสนใจว่า หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญแก่สำนักข่าวต่างประเทศมาก โดยจะอ้างแหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ เอเอพี เอพี เป็นต้น และโดยเฉพาะข่าวเศรษฐกิจ เช่น ข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยนี้ เป็นข่าวเศรษฐกิจระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เป็นหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวที่อ้างแหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศสูงถึงร้อยละ 63.1 จากจำนวนแหล่งที่มาของข่าวสารทั้งหมด

สำหรับแหล่งข่าวการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของหนังสือพิมพ์ 6 ชื่อฉบับนี้ ส่วนใหญ่จะใช้แหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศถึงร้อยละ 41.9 ของจำนวนแหล่งที่มาของข่าวสารทั้งหมด รองลงมา เป็นแหล่งข่าวจากนักการเมือง/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.3 ซึ่งเป็นข้อสังเกตได้ว่า เนื่องจากการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยเป็นเรื่องการเจรจาของประเทศต่างๆ มากกว่า 100 ประเทศ ดังนั้น ในส่วนท่าทีและประเด็นการเจรจาในภาพรวม หนังสือพิมพ์จะใช้แหล่งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศเป็นหลัก ส่วนข่าวจากนักการเมือง/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจนั้น จะเป็นข่าวที่เกี่ยวกับท่าทีของไทย ผลกระทบของการเจรจาและการปรับตัวของธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว หนังสือพิมพ์น่าจะใช้แหล่งข่าวในประเทศให้หลากหลายมากขึ้น โดยรวมนักวิชาการ นักธุรกิจมากกว่านี้ เพราะจะทำให้ข่าวการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยมีความใกล้ชิดผู้อ่านมากขึ้นและเห็นผลกระทบชัดเจนยิ่งขึ้น

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยไม่พบว่า หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมมีปริมาณความถี่ในการนำเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงอาจกล่าวได้ว่า สำหรับข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยนี้เป็นข่าวเศรษฐกิจที่หนังสือพิมพ์ทุกประเภทให้ความสำคัญในการนำเสนอต่อผู้อ่าน ซึ่งอาจจะเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ในฐานะผู้กรองสารตระหนักดีว่า ในยุคโลกาภิวัตน์ บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าวสารด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้อ่านเป็นสิ่งจำเป็น



อย่างไร้ในการช่วยเสริมสมรรถนะของบุคคลในสังคม ซึ่งสภาวะการแข่งขันได้ทวีความเข้มข้นมากขึ้น ดังที่ ดร.อานวย วีรวรรณ (2526) กล่าวว่า "สังคมเรากำลังต้องการหรือกระหายในข่าวสารและข้อมูลด้านเศรษฐกิจและธุรกิจมากขึ้น" ดังนั้น แม้กระทั่งหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไปมักจะเสนอข่าวประเภทที่ไม่หนักเกินไปเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ในยุคปัจจุบันก็มีหน้าข่าวเศรษฐกิจเป็นหน้าประจำ และมีปริมาณความถี่ของการเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์คุณภาพ หรือหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจ

สำหรับหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มหนังสือพิมพ์ที่ศึกษาด้วยกัน หนังสือพิมพ์ข่าวพาณิชย์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจของภาครัฐ ได้นำเสนอข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย ในหน้าหนึ่งของฉบับถึงร้อยละ 25 ของการนำเสนอข่าวในรูปแบบอื่น ๆ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจรายวัน ที่มีจำนวนจำหน่ายมากที่สุด มีการนำเสนอในหน้าหนึ่งของฉบับเพียงร้อยละ 16.5 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม สำหรับแหล่งที่มาของข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยนั้น หนังสือพิมพ์ข่าวพาณิชย์ได้เน้นแหล่งที่มาของข่าวสารจากนักการเมือง/ข้าราชการ/และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ถึงร้อยละ 43.1 ซึ่งมากกว่าหนังสือพิมพ์กลุ่มที่ศึกษานับอื่น ๆ มาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ เน้นถึงแหล่งที่มาของข่าวสารที่จะให้ข้อคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์ที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้บริโภคได้ชัดเจนขึ้น มากกว่าการรายงานข่าวที่สรุปมาจากสำนักข่าวต่างประเทศเป็นแหล่งสำคัญ

## 2. การเปิดรับ ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยของผู้รับสาร

การเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยนั้น เป็นประเด็นทางด้านเศรษฐกิจการค้าที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนทั่วไปในกรอบกว้าง ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้ส่งออก นักธุรกิจที่ติดต่อกำขายกับต่างประเทศ ผู้บริโภค รวมถึงข้าราชการผู้กำกับกฎระเบียบการค้าของไทยให้เป็นไปตามพันธกรณีของความตกลงระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้เห็นความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยแก่ประชาชนทั่วไป จึงได้กำหนดโครงการจัดสัมมนาในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ รวมถึงผลกระทบจากการเจรจาดังกล่าวแก่บุคคลทั่วไป

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย และการวางแผนเพื่อบริหารและประกอบธุรกิจสำหรับผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยสำนักงานประสานงานเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (สปรศ.) ก็ได้จัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้เรื่องการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยแก่ข้าราชการในส่วนกลางเช่นเดียวกัน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ บุคคลที่เข้าร่วมในโครงการสัมมนาดังกล่าว จำนวน 445 คน ซึ่งจากการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อทั้งสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งหมายถึงการจัดสัมมนาของหน่วยราชการ และสื่อมวลชนซึ่งเน้นเฉพาะหนังสือพิมพ์นั้น ผู้รับสารระบุว่า ได้รับความรู้ความเข้าใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัย ในระดับมาก จากการสัมมนาของหน่วยราชการและจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ และ ได้รับความรู้และการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลางจากหนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไป

การที่สื่อเฉพาะกิจและหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับสารได้ในระดับมากนั้น แสดงถึงประสิทธิภาพของสื่อทั้ง 2 ประเภท ประกอบกัน โดยสื่อมวลชนสามารถส่งสารไปยังผู้รับเป็นจำนวนมาก เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ในกลุ่มผู้รับสารด้วยความรวดเร็ว ในขณะที่สื่อบุคคลซึ่งหมายถึงวิทยากรในการสัมมนานั้นเป็นข้าราชการ นักวิชาการที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และมีทักษะความสามารถในการสื่อสารซึ่งสามารถถ่ายทอดข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การส่งและการรับสารมีประสิทธิภาพที่ดี ซึ่งเป็นไปตามการวิเคราะห์ของ Rogers และ Shoemaker (1971) ที่ว่า ช่องทางการสื่อสารมวลชนมีความสำคัญในการทำหน้าที่ให้ความรู้ และสำหรับในประเทศกำลังพัฒนานั้น ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในขั้นการให้ความรู้ด้วย ดังนั้น ในกรณีการเผยแพร่ข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาในปัจจุบันนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่างมีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างความรู้แก่สาธารณชน

การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ และระดับความรู้ความเข้าใจในข่าวสารการเจรจาแกตต์รอบอุรุกวัยนี้ ยังมีลักษณะเช่นเดียวกับงานวิจัย เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่มของผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มในกรุงเทพมหานคร (สุภิดา ฉัตรศิริรักษ์, 2536) เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าว กระทรวงการคลังได้เริ่มนำระบบการ

เรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งเป็นแนวคิดใหม่มาใช้ และจำเป็นต้องให้ความสำคัญแก่การประชาสัมพันธ์ เป็นอย่างมาก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทั้งการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่างมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความรู้เรื่องภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ ที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่า ทั้งสื่อเฉพาะ กิจและหนังสือพิมพ์ล้วนให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก่ดัตร์รอบอุรุกวัยแก่ผู้รับสารในระดับมาก

ในด้านการเปิดรับสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างระบุ ได้ใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแก่ดัตร์ รอบอุรุกวัย ทั้งในด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านข้อมูลข่าวสารการค้า และด้านประโยชน์ ต่อตนเอง สามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ กล่าวคือ บุคคล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นทั้งเกษตรกร ข้าราชการ นักวิชาการ นักธุรกิจ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องและ อาจได้รับผลกระทบจากการเจรจาแก่ดัตร์รอบอุรุกวัย จึงมีความต้องการคาดหวังที่จะต้องแสวงหา ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ตามความเห็นของ Mc Combs และ Becker (1979) อาทิ เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ เพื่อการพูดคุยสนทนา ฯลฯ ซึ่งเมื่อเปิดรับสื่อแล้ว จะได้รับการสนองประโยชน์ รวมทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการ เจรจาแก่ดัตร์รอบอุรุกวัยต่อเนื่องมาด้วย

ในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเจรจาแก่ดัตร์รอบอุรุกวัยดังกล่าว กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุการใช้ประโยชน์จากข่าวสารในระดับมากเพื่อประโยชน์ในด้านข้อมูลข่าวสาร การค้า โดยเฉพาะเพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้านกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศสูง ถึงร้อยละ 36.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนการได้รับข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อ ตนเองนั้น กลุ่มตัวอย่างระบุว่า เพื่อประโยชน์ในความเป็นคนทันเหตุการณ์ ทันสมัย เพื่อสนอง ความสนใจอยากรู้ส่วนตัว และเพื่อความรู้รอบตัวในสัดส่วนร้อยละ 39.3, 39.6 และ 40.7 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการระบุเหตุผลจูงใจในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุ เหตุผลจูงใจในด้านข้อมูลข่าวสารการค้า โดยเฉพาะเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านกฎเกณฑ์ การค้าระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง โดยเน้นเพื่อประโยชน์ในความเป็นคนทัน เหตุการณ์ ทันสมัย เพื่อสนองความสนใจอยากรู้ส่วนตัว และเพื่อความรู้รอบตัวในสัดส่วน ร้อยละ 34.4, 42.5, 38.9 และ 40.2 ตามลำดับ

การวิจัยนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก่ดัตร์รอบ อุรุกวัย จะแตกต่างกันตามปริมาณการใช้สื่อ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวพบว่า

(1) ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งแตกต่างกันตามปริมาณความถี่ในการเข้าร่วมสัมมนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการหากลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 1 ครั้ง กับกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 2-3 ครั้ง และกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 1 ครั้งกับกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 2-3 ครั้ง กับกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป โดยกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา 2-3 ครั้งมีระดับความรู้ความเข้าใจมากกว่ากลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป

(2) ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งไม่แตกต่างกันตามปริมาณความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ และ

(3) ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งแตกต่างกันตามจำนวนหนังสือพิมพ์ที่อ่านต่อวันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการหากลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ วันละ 1 ฉบับ กับกลุ่มผู้อ่านวันละ 2-3 ฉบับ และกลุ่มผู้อ่านวันละ 1 ฉบับ กับกลุ่มผู้อ่านวันละ 3 ฉบับขึ้นไป ไม่มีความแตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 2-3 ฉบับ กับกลุ่มผู้อ่านวันละ 3 ฉบับขึ้นไป โดยกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 2-3 ฉบับ มีระดับความรู้ความเข้าใจมากกว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์วันละ 3 ฉบับขึ้นไป

ในด้านการเปิดรับสื่อมวลชน ผลจากการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว ไม่สามารถยืนยันได้ว่า การอ่านหนังสือพิมพ์หลายฉบับจะทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้เรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งมากขึ้น เนื่องจาก

(1) ไม่สามารถระบุได้ว่าผู้อ่านอาจอ่านเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ หรือไม่

(2) ข่าวสาร บทความเรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้ง อาจเป็นเรื่องที่มีรายงานข่าวเขียนซ้ำ ๆ กันอยู่แล้ว

(3) การที่ผู้อ่านรับหนังสือพิมพ์มากขึ้น อาจจะเนื่องมาจากความสนใจที่จะอ่านเรื่องอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

(4) ผู้อ่านอาจจะเลือกรับรู้จดจำสาระ เฉพาะในเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้น

ส่วนในด้านการเปิดรับสื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ผลการทดสอบสมมติฐานก็ไม่สามารถยืนยันได้เช่นกันว่า การเข้าร่วมการสัมมนาหลายครั้ง จะทำให้ผู้เข้าร่วมการสัมมนาได้รับความรู้ เรื่องการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งมากขึ้น ด้วยเหตุผลทำนองเดียวกัน กล่าวคือ

- (1) ผู้เข้าร่วมสัมมนาอาจไม่มีความสนใจในเนื้อหาสาระอย่างจริงจัง แต่อาจมาเข้าสัมมนาด้วยเหตุผลอื่น
- (2) การสัมมนาทุกครั้งจะเป็นการอภิปรายแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นในประเด็นซ้ำ ๆ กัน
- (3) ผู้เข้าร่วมสัมมนาจะเลือกรับรู้จดจำสาระ เฉพาะเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้น

### ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความถี่ในการเสนอข่าวสารการเจรจาแก้ข้อขัดแย้งของหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ประชานิยม ดังนั้น ในการเผยแพร่ข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนรับทราบ อาทิเช่น การประชุมผู้นำความร่วมมือด้านเศรษฐกิจของเอเชีย-แปซิฟิก (ASIA PACIFIC ECONOMIC COOPERATION - APEC) การประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 5 (The Fifth ASEAN Summit) และการประชุมสุดยอดอาเซียน-สหภาพยุโรป (ASIA - EUROPE MEETING - ASEM) ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดประชุม นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถประชาสัมพันธ์เผยแพร่โดยผ่านหนังสือพิมพ์ทุกประเภท โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ประชานิยม ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้อ่านได้เป็นจำนวนมาก น่าจะเป็นทางเลือกที่ดีในด้านการให้ความรู้แก่บุคคลในระดับกลางทั่ว ๆ ไป นอกจากหนังสือพิมพ์ที่เน้นในเรื่องเศรษฐกิจโดยตรง ซึ่งอาจจำกัดกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

2. ผลการวิจัยพบว่า ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างมีส่วนทำให้ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจในข่าวสารการเจรจาแก้ข้อขัดแย้ง ดังนั้น ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสารด้านเศรษฐกิจแก่สาธารณชน ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของหน่วยราชการเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่บุคคลต่าง ๆ ในสถานการณ์ที่ภาวะเศรษฐกิจมีการแข่งขันกันอย่างมาก หน่วยราชการจึงควรใช้สื่อบุคคลออกเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการจัดสัมมนาหรือการประชุมกลุ่มย่อย หรือเป็นวิทยากรพิเศษในวาระต่าง ๆ กัน ตามความเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารได้รับความรู้ในเชิงลึกเป็นการเสริมจากการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อที่ให้ความรู้ในแนวกว้างแก่สาธารณชน

### ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์เฉพาะเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ในขณะที่วารสารและนิตยสาร สื่อวิทยุและ โทรทัศน์ ก็มีการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องการเจรจาแก้ศัตรอบอรรุกาย ซึ่งข่าวสารจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้รับสารในปริมาณมากเช่นเดียวกัน
2. ผู้รับสารจำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยได้ตั้งสมมติฐานว่า เป็นกลุ่มที่มีความสนใจต่อผลจากการเจรจาแก้ศัตรอบอรรุกายในระดับหนึ่ง โดยมีได้รวมถึงกลุ่มบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะนักวิชาการ นักศึกษา และนักธุรกิจภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าจะมีความสนใจต่อข่าวสารเศรษฐกิจในระดับสูง
3. การวิจัยเป็นลักษณะแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งทางไปรษณีย์ตอบรับ โดยไม่มีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เนื่องจากข้อจำกัดทั้งในด้านเวลาและงบประมาณการทำวิจัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรสำรวจการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ กึ่งปริมาณและกึ่งคุณภาพ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านในปริมาณมาก รวมทั้งนิตยสารและวารสารต่าง ๆ เพื่อจะได้ภาพรวมในการเสนอเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท
2. ควรวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการเสนอข่าวเศรษฐกิจของสื่อมวลชนอื่น เช่น วิทยุ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารถึงคนจำนวนมากในเวลารวดเร็ว
3. ควรศึกษาความเห็นในด้านผู้ส่งสาร โดยเฉพาะบรรณาธิการข่าวเกี่ยวกับแนวคิดในการคัดเลือกข่าวสาร เพื่อจะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร ตัวสาร และผู้รับสารโดยครบวงจร
4. ควรพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับสาร ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการรับรู้ข่าวสาร
5. ควรศึกษาสื่อบุคคลอื่น ๆ ที่มีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารกันภายในกลุ่มเฉพาะ อาทิ ครู อาจารย์ บุคคลในที่ทำงานเดียวกัน เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสาร
6. ควรกระจายประชากรให้ครอบคลุมกลุ่มบุคคลทั่วไปทั้งที่ให้ความสนใจข่าวสารเศรษฐกิจ เช่น นักศึกษา อาจารย์มหาวิทยาลัย นักการเมือง และกลุ่มบุคคลที่ไม่น่าจะมีความสนใจในข่าวประเภทนี้มากนัก เช่น แม่บ้าน เพื่อให้มีความหลากหลายในกลุ่มผู้รับสารแทนการจำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมการสัมมนา เฉพาะกิจที่หน่วยราชการจัดขึ้นเพียงกลุ่มเดียว