

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปรากฏการณ์ร่วมสมัยอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง และพัฒนาด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคม การศึกษา หรือแม้กระทั่งการเพิ่มจำนวนประชากรอย่างรวดเร็วก็คือ องค์การทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชนต้องเร่งปรับตัวให้ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะองค์การภาครัฐบาลได้เริ่มตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาระบบติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างรัฐบาลไปสู่ประชาชน และจากประชาชนกลับมายังรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับมวลชน ด้วยความจำเป็นที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในทุก ๆ อย่างก้าวดังที่กล่าวมา การประชาสัมพันธ์จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการเผยแพร่การดำเนินงานของรัฐ และเป็นเครื่องมือสนับสนุนการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้กับประชาชน เพื่อให้เกิดความนิยมชมชอบที่ชัดเจนและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะความนิยมเป็นพื้นฐานของความเข้าใจและยอมรับ หากประชาชนมีความนิยมในสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งเริ่มนำเข้ามาแล้ว ความเข้าใจ การยอมรับ ความเชื่อถือ และการสนับสนุนย่อมเกิดขึ้นได้โดยง่าย

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้มีการนำระบบประกันสังคมเข้ามาบังคับใช้เกือบ 20 ปีมาแล้ว แต่ยังเป็นเพียงการให้ความคุ้มครองลูกจ้างที่ประสบอันตราย อุพพลภาพตายหรือสูญหายอันเนื่องมาจากการทำงานให้นายจ้าง โดยนายจ้างเป็นผู้ส่งเงินสมทบแต่เพียงฝ่ายเดียวเข้ากองทุนที่เรียกว่า "กองทุนเงินทดแทน" เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายยามเกิดอุบัติเหตุกับลูกจ้าง ต่อมาเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 กองทุนประกันสังคมจึงได้จัดตั้งขึ้นโดยเรียกเก็บเงินสมทบจาก 3 ฝ่าย คือ ลูกจ้าง นายจ้าง และรัฐบาล ฝ่ายละ 1.5 % ของค่าจ้างลูกจ้าง ให้ความคุ้มครองลูกจ้างที่ประสบอันตราย อุพพลภาพ ตายอันไม่เนื่องมาจากการทำงานให้นายจ้าง สำหรับข้อแตกต่างระหว่างกองทุนเงินทดแทนและกองทุนประกันสังคม นอกจากจะแตกต่างกันที่สาเหตุของสถานการณ์ที่ให้ความคุ้มครองแล้ว กองทุนประกันสังคมยังให้ความคุ้มครองเพิ่มในกรณีคลอดบุตร และอื่น ๆ หลังจากมีการจ่ายเงินสมทบครบตามที่กำหนดอีกด้วย จนสามารถกล่าวได้ว่าระบบประกันสังคมซึ่งนำมาใช้ในปัจจุบัน คุ้มครอง ดูแล และช่วย

เหลือลูกจ้างตลอด 24 ชั่วโมง แต่อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อันพึงมีพึงได้ของระบบประกันสังคมนั้น จะต้องรำลึกไว้เสมอว่า ภาครัฐบาลเป็นฝ่ายนำระบบดังกล่าวนี้มาบังคับใช้ ซึ่งแน่นอนว่าย่อมสร้างความไม่พึงพอใจในเบื้องต้นให้กับประชาชนอย่างแน่นอน ด้วยความจำเป็นแห่งปรากฏการณ์ที่กล่าวมา การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือเผยแพร่สาระสำคัญ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และวิธีปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายไปสู่ประชาชน ดังนั้นผลการดำเนินงานจะเป็นอย่างไร ประชาชนจะเข้าใจ ยอมรับ และเชื่อถือระบบประกันสังคมหรือไม่ จะให้การสนับสนุนการทำงานของสำนักงานประกันสังคมเพียงใด คุณภาพและความเหมาะสมของการวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมวลชน ก็คือ ตัวชี้วัดระดับการบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้นั่นเอง

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา การศึกษาประสิทธิผลของการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม นอกจากจะทำให้ทราบว่าผลการดำเนินงานดังกล่าวสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายหรือไม่ มากน้อยเพียงใดแล้ว ปัจจัยอะไรที่สามารถพยากรณ์ระดับการบรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าวได้ และเพื่อให้ทันเหตุการณ์ และปรับตัวตามกาลสมัยแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรคมนาคมอันรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงกำหนดให้หน่วยการวิเคราะห์สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นสถานศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐ โดยมีที่มาจากพื้นฐานความเชื่อว่า ผู้กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐจะเป็นแรงงานกลุ่มใหญ่ และเพื่อเป็นการฉายภาพ (Projection) "การเตรียมพร้อม" ในปัจจุบัน นำเสนอเป็นข้อมูลข่าวสารพื้นฐานสำหรับกำหนดนโยบาย และเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนประโยชน์ของงานประกันสังคมไปสู่กลุ่มเป้าหมายแรงงานฝีมือ (Skill Labour) ในอนาคตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ทั่วไป

- 1) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมในสถาบันการศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐ
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

วัตถุประสงค์เฉพาะ เพื่อศึกษา

- 1) พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม (การรับรู้ผ่านสื่อมวลชน การรับรู้โดยตรง และการรับรู้ในสถานศึกษา)

- 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม
- 3) ทักษะติดต่องานประกันสังคม
- 4) ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์
- 5) ความสัมพันธ์ และอำนาจการอธิบายของปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม กับประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

1) สถาบันการศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในฐานะที่เป็นสถาบันการศึกษาซึ่งรับผิดชอบในการจัดการศึกษาด้านวิชาชีพทั้งในระดับประกาศนียบัตรและระดับปริญญา

2) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ที่ศึกษาอยู่ในวิทยาเขตต่าง ๆ ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ วิทยาเขตพัฒนวิทยาการพระนคร วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ วิทยาเขตโชติเวช วิทยาเขตอุเทนถวาย

1.4 นิยามเชิงปฏิบัติการ

ประสิทธิผล หมายถึง การพิจารณาผลการดำเนินงานที่สำเร็จตามวัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายที่คาดหวังหรือกำหนดไว้เป็นหลัก กิจกรรมหรืองานใด ๆ ที่มีประสิทธิผล อาจเกิดจากการปฏิบัติหรือการดำเนินงานที่ไม่ประหยัด ผลงานอาจไม่ได้สร้างความพึงพอใจให้แก่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็ได้ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ประสิทธิผล หมายถึง การบรรลุจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และทัศนคติที่ติดต่อกัน วิธีดำเนินงาน และภาพลักษณ์ขององค์การ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานของหน่วยงานโดยวิธีการต่าง ๆ เช่น โฆษณาเผยแพร่และชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานนั้นไปสู่

ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือ และความนิยมจากประชาชนในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานใด ๆ ของหน่วยงานนั้น สำหรับการศึกษาคำครั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่สำนักงานประกันสังคมดำเนินการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมไปสู่กลุ่มเป้าหมายหรือมวลชน เพื่อให้ความนิยม (สิทธิประโยชน์อันพึงได้รับ) นำไปสู่ความรู้เข้าใจอย่างถูกต้องต่อวิธีปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิประโยชน์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับและความเชื่อถือ และนำไปสู่การสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การประชุมชี้แจง จัดหน่วยเคลื่อนที่ จัดทำเอกสารคู่มือ จัดหมายข่าว แผ่นพับ นิทรรศการ การใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงให้เห็นว่ารับรู้ และสามารถวัดได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ในเรื่องเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

ทัศนคติ หมายถึง กระบวนพฤติกรรมทางด้านความโน้มเอียงของความรู้สึกที่แสดงออกในทิศทางสนับสนุนหรือคัดค้าน สามารถวัดได้จากความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อสิ่งเร้าที่เกิดจากการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม (การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์ ขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ และองค์การ)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านองค์กร

1) เป็นข้อมูลข่าวสารพื้นฐานสำหรับการกำหนดนโยบาย และแผน ตลอดจนเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจ และประโยชน์ของงานประกันสังคมไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นแรงงานฝีมือ (Skill Labour) ในอนาคต

2) เป็นข้อมูลข่าวสารทางสังคมเพื่อเสนอทางเลือกช่องทางหรือสื่อที่เหมาะสม เป็นประโยชน์สูงสุด และสามารถเป็นตัวกลางนำสาระที่ต้องการไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) เป็นข้อมูลข่าวสารสำหรับสถานศึกษาด้านวิชาชีพในการกำหนดกิจกรรมหรือหลักสูตรเพื่อเตรียมพร้อมผู้เรียนก่อนเข้าสู่ระบบการจ้างงาน และการประกอบอาชีพในอนาคต

ด้านการวิจัย

1) การศึกษาย่านอาการพยากรณ์ของตัวแปรทำให้ทราบปัจจัยที่สามารถนำไปแปลงให้เป็นตัวชี้วัด (Indicator) ความสำเร็จของการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

2) การวิจัยเชิงปริมาณที่ถูกต้องตามหลักวิชาการด้วยสถิติวิเคราะห์สามารถพัฒนาองค์ความรู้ และอนุมานไปสู่ประชากรกลุ่มใหญ่ได้อย่างถูกต้องเป็นระบบ สามารถพิสูจน์ได้ และมีความเป็นวิทยาศาสตร์

3) เป็นแนวทางสำหรับนำไปศึกษาวิจัยกับประชากร และองค์กรอื่น ๆ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมในสถาบันการศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐ" กำหนดแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 การดำเนินงานประกันสังคมในประเทศไทย
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาประสิทธิผล
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

2.1 การดำเนินงานประกันสังคมในประเทศไทย

การศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประกันสังคมในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ประวัติความเป็นมา กองทุนเงินทดแทน กองทุนประกันสังคม และสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตน (สรุป คัดลอก และเรียบเรียงจากหนังสือ "ฐานที่มั่นคง", สำนักงานประกันสังคม, 2540)

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของการประกันสังคมในประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับการประกันสังคมในประเทศไทยเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2495 โดยรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ซึ่งมีนโยบายที่จะสร้างหลักประกันความมั่นคงทางสังคมแก่ประชาชน จึงได้แต่งตั้ง "คณะกรรมการสังคมสงเคราะห์" ขึ้น มีหน้าที่พิจารณาวิธีการให้ความช่วยเหลือประชาชนเกี่ยวกับสวัสดิการสังคม และยังมีบทบาทในการผลักดันให้รัฐบาลเสนอร่างกฎหมายประกันสังคมต่อรัฐสภา จนกระทั่งมีการตราเป็นพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2497 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2497 และ

ได้มีการจัดตั้ง "กรมประกันสังคม" ขึ้นในสังกัดกระทรวงการคลัง เพื่อบริหารระบบประกันสังคมของประเทศไทยด้วย

แต่ในครั้งนั้นการประกันสังคมตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2497 ยังไม่ได้มีการนำมาปฏิบัติ เพราะไม่มีการตราเป็นพระราชกฤษฎีกาตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ เนื่องจากมีการคัดค้านจากประชาชนและสื่อมวลชนต่าง ๆ มากมาย เนื่องจากไม่เข้าใจในผลที่จะได้รับจากระบบประกันสังคม เช่น ประชาชนไม่แน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างไรจากการประกันสังคม นายจ้างไม่ต้องการจ่ายเงินสมทบด้วยเกรงว่าจะต้องเพิ่มทุนในกิจการ บริษัทประกันชีวิตหรือประกันภัยไม่เห็นด้วยเนื่องจากเกรงว่าจะเสียผลประโยชน์ที่เคยได้รับ จึงพยายามขัดขวางไม่ให้มีการนำระบบประกันสังคมมาใช้ เป็นต้น นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้นจึงได้มีคำสั่งให้ระงับการบังคับใช้การประกันสังคมโดยไม่มีกำหนด ภายหลังเมื่อเกิดรัฐประหารล้มรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม รัฐบาลที่จัดตั้งภายหลังได้มีคำสั่งยุบกรมประกันสังคมที่จัดตั้งขึ้นในสังกัดกระทรวงการคลัง เปลี่ยนเป็นกรมความมั่นคงแห่งสังคม และให้โอนไปสังกัดกรมประชาสงเคราะห์ กระทรวงมหาดไทย มีหน้าที่พิจารณาปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2497 และเตรียมงานต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะดำเนินงานประกันสังคมต่อไป

ต่อมาในรัฐบาลของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ กระทรวงมหาดไทยได้เสนอให้แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติประกันสังคม ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้มีอำนาจหน้าที่นำพระราชบัญญัติประกันสังคมไปพิจารณาและเสนอร่างใหม่ต่อคณะรัฐมนตรี คณะกรรมการดังกล่าวได้พิจารณาและนำเสนอร่างพระราชบัญญัติฉบับใหม่ต่อคณะรัฐมนตรี เมื่อ 23 มิถุนายน 2507 ซึ่งต่อมากลางคณะรัฐมนตรีได้ลงมติให้สภาวิจัยแห่งชาติศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับระบบประกันสังคม และเสนอความเห็นประกอบการพิจารณา ผลการศึกษาของสภาวิจัยแห่งชาติแยกออกได้เป็น 2 ประเด็นคือ

1) เห็นสมควรให้งดใช้บังคับระบบประกันสังคมไว้ก่อน เพราะประชาชนที่ยากจนจะได้รับความเดือดร้อนจากการต้องจ่ายเงินสมทบ และนายจ้างที่จะต้องจ่ายเงินสมทบเป็น 2 เท่าของลูกจ้างจะไปเพิ่มเป็นต้นทุนการผลิต และทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น อันมีผลกระทบให้ประชาชนเดือดร้อนโดยทั่วไป

2) ถ้าหากรัฐบาลเห็นว่าสมควรใช้ระบบประกันสังคม เสนอให้เริ่มด้วยการทดลองตามความสมัครใจ

หลังจากรัฐบาลได้พิจารณารายงานของสภาวิจัยแห่งชาติแล้ว จึงลงมติให้งดใช้ระบบประกันสังคมไว้ก่อน จนกระทั่งปลายปี พ.ศ. 2510 กรมประชาสงเคราะห์ได้เสนอให้รัฐบาลทบทวนเรื่องการประกันสังคมอีกครั้ง รัฐบาลจึงได้ตั้งคณะกรรมการ

เตรียมการประกันสังคมขึ้นเพื่อพิจารณาแก้ไขร่างพระราชบัญญัติประกันสังคมบาง มาตรา แต่ระหว่างนั้นได้มีการปฏิวัติเกิดขึ้น คณะกรรมการดังกล่าวจึงได้เสนอร่างแก้ไข พระราชบัญญัติต่อหัวหน้าคณะปฏิวัติเพื่อพิจารณาเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2515 แต่ หัวหน้าคณะปฏิวัติได้สั่งให้รอเรื่องไว้ก่อน ต่อมานักวิชาการได้เสนอให้นำระบบกองทุน เงินทดแทนเข้าไว้ในกฎหมายแรงงาน ฉบับที่ 2 ซึ่งขณะนั้นเป็นการเตรียมร่างเพื่อใช้ แทนกฎหมายแรงงาน ฉบับแรกที่ถูกลบเลิกไปเมื่อ 15 ปีก่อน และในที่สุดคณะปฏิวัติได้ ออกประกาศฉบับที่ 103 ลงวันที่ 16 มีนาคม 2515 กำหนดให้มีกองทุนเงินทดแทนเพื่อ จ่ายเงินทดแทนแก่ลูกจ้างในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน ถือ ได้ว่าเป็นประเภทหนึ่งของระบบการประกันสังคม ทั้งนี้ ได้ให้มีการจัดตั้งสำนักงานกอง ทุนเงินทดแทนขึ้นเป็นองค์กรรับผิดชอบในการบริหารงานดังกล่าว เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2517 สังกัดกรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย

ในปี พ.ศ. 2518 รัฐบาลได้นำเรื่องการประกันสังคมขึ้นมาพิจารณา ใหม่ตามข้อเสนอของกรมประชาสัมพันธ์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการเตรียมการประกัน สังคมขึ้นอีกครั้ง ทำหน้าที่ผลักดันให้รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของระบบประกันสังคม และขยายขอบเขตออกไปในประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย เนื่องมาจากการทำงาน โดยได้จัดการสัมมนาไตรภาคีขึ้นในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2520 และเดือนเมษายน 2521 คณะกรรมการชุดนี้ได้นำผลสรุปเสนอต่อรัฐบาลพร้อมร่างพระ ราชบัญญัติประกันสังคมที่แก้ไขใหม่ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2522 คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อ เดือนมีนาคม 2522 ให้รอไว้เสนอรัฐบาลชุดต่อไป ซึ่งรัฐบาลชุดต่อมาซึ่งมีพลเอกเปรม ติณสูลานนท์เป็นนายกรัฐมนตรีได้รับหลักการในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2523 และแต่งตั้ง คณะกรรมการเตรียมการประกันสังคมขึ้นใหม่ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2524 เพื่อ พิจารณาปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2497 แต่คณะกรรมการปฏิรูป ระบบราชการได้เสนอความเห็นต่อรัฐบาลว่าควรขยายขอบเขตของงานกองทุนเงินทด แทนออกไปให้ทั่วถึงทุกจังหวัดเสียก่อน ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบและให้ขยายไปให้ทั่ว ในปี พ.ศ. 2528 ในระหว่างนั้นกระทรวงการคลังได้พยายามส่งเสริมให้มีกองทุนสำรอง เลี้ยงชีพโดยออกกฎกระทรวงฉบับที่ 162 ตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยกองทุน สำรองเลี้ยงชีพ และให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2527 เพื่อให้ นายจ้าง และลูกจ้างร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขึ้นโดยความสมัครใจ ด้วยการจ่ายเงิน สมทบไว้สำหรับเป็นเงินที่จะจ่ายให้แก่ลูกจ้างเมื่อออกจากงาน ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้ เสนอเป็นร่างกฎหมายเข้าสู่สภาผู้แทนราษฎร และได้ประกาศใช้เป็นกฎหมายในรูปพระ ราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 ในขณะเดียวกัน กระทรวงมหาดไทยก็ได้

เสนอให้คณะพิจารณาออกกฎหมายประกันสังคมด้วย ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้รับหลักการ โดยให้กระทรวงมหาดไทยร่างพระราชบัญญัติประกันสังคม และส่งให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา แล้วได้เปลี่ยนชื่อพระราชบัญญัติประกันสังคมเป็นพระราชบัญญัติกองทุนสวัสดิการแรงงาน เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา และได้ลงมติเห็นชอบเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2531 และให้เสนอสภาผู้แทนราษฎรเพื่อพิจารณาพร้อมกับร่างกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกันสังคมอีก 5 ฉบับ ต่อมาที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎรได้เห็นชอบในหลักการให้นำร่างกฎหมายทั้ง 6 ฉบับพิจารณาร่วมกัน โดยตั้งคณะกรรมการวิสามัญของสภาผู้แทนราษฎรขึ้นพิจารณา ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าวได้ประสานแนวคิดและหลักการของร่างกฎหมายเหล่านั้น แล้วให้ใช้ชื่อว่า "พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533" แต่เมื่อร่างกฎหมายนี้เข้าสู่การพิจารณาของวุฒิสภาในวาระที่ 2 ได้มีการแก้ไขจนเนื้อหาแตกต่างไปจากเดิมมาก จึงได้ตั้งคณะกรรมการร่วม 2 สภาขึ้นพิจารณา และได้ลงมติให้เป็นไปตามร่างกฎหมายของสภาผู้แทนราษฎร แต่ในวาระที่ 3 ของการประชุมวุฒิสภาได้ลงมติให้ไม่รับร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ อย่างไรก็ตามสภาผู้แทนราษฎรได้ลงมติรับรองและยืนยันผ่านร่างพระราชบัญญัติประกันสังคมอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2533 ด้วยคะแนนเสียงเกินกึ่งหนึ่งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้งหมด ทำให้มีผลบังคับใช้เป็น "พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533" และจากการบังคับใช้พระราชบัญญัตินี้ตั้งแต่วันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2533 "สำนักงานประกันสังคม" จึงได้ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกโดยเป็นส่วนราชการระดับกรมในสังกัดกระทรวงมหาดไทย โดยโอนงานของกรมประชาสงเคราะห์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกันสังคม และงานของสำนักงานกองทุนเงินทดแทน กรมแรงงานไปสังกัดสำนักงานประกันสังคมที่จัดตั้งขึ้น และได้โอนมาสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2536

สำนักงานประกันสังคม มีภารกิจและความรับผิดชอบในการให้หลักประกันและคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่ประสบอันตราย เจ็บป่วย ทูพพลภาพ หรือตาย อันเนื่องมาจากการทำงานตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนเงินทดแทน และให้ความคุ้มครองผู้ประกันตนที่ประสบอันตราย เจ็บป่วย ทูพพลภาพ หรือตาย อันมิใช่เนื่องมาจากการทำงาน รวมไปถึงการคลอดบุตร ชราภาพ สงเคราะห์บุตร และว่างงานตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม ตลอดจนดำเนินการให้ลูกจ้างหรือผู้ประกันตนที่พิการได้รับการฟื้นฟูสมรรถภาพและกลับเข้าทำงานหรือสามารถประกอบอาชีพได้ตามความเหมาะสม รวมทั้งกิจการอื่นที่กำหนดไว้ในกฎหมาย (กรมประชาสงเคราะห์, 2536: 86)

2.1.2 กองทุนเงินทดแทน

ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 103 ลงวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2515

กำหนดให้มีกองทุนเงินทดแทนเพื่อจ่ายเงินทดแทนแก่ลูกจ้างในกรณีที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องมาจากการทำงาน และต่อมาได้จัดตั้งสำนักงานกองทุนเงินทดแทนเพื่อรับผิดชอบบริหารกองทุนเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2517 สังกัดกรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย ต่อมาได้มีการประกาศใช้บังคับพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 แทนประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 103 ลงวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2515 เพื่อเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้แก่ลูกจ้าง

ขอบเขตการบังคับใช้

1) กรณีประสบอันตราย

- ให้การคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่ประสบอันตรายจากการทำงาน ซึ่งทำให้ลูกจ้างไม่สามารถทำงานได้ชั่วคราว หรือบาดเจ็บต้องทุพพลภาพ หรือถึงแก่ความตาย หรือสูญหาย

- ให้การคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่เจ็บป่วยเนื่องมาจากการทำงาน หรือเป็นโรคซึ่งเกิดตามลักษณะ หรือสภาพของงาน หรือโรคซึ่งเกิดขึ้นเนื่องจากการทำงาน

2) ผู้ที่อยู่ในข่ายบังคับ

สถานประกอบการธุรกิจเอกชนทุกประเภทที่แสวงหากำไรทางเศรษฐกิจซึ่งมีลูกจ้างตั้งแต่ 10 คนขึ้นไปทั่วราชอาณาจักร ยกเว้น

- ราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค และราชการส่วนท้องถิ่น
- รัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยพนักงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์
- นายจ้าง ซึ่งประกอบธุรกิจโรงเรียนเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับครู หรือครูใหญ่

โรงเรียนเอกชน เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับครู หรือครูใหญ่

- นายจ้างซึ่งดำเนินกิจการ ที่มีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร

ในทางเศรษฐกิจ

- นายจ้างอื่น ๆ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ที่มาของเงินสมทบกองทุนเงินทดแทน

1) กองทุนเงินทดแทนประกอบด้วยเงินที่นายจ้างจ่ายสมทบ เงินอุดหนุนจากรัฐบาล เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้ทูลเกล้าฯ และเงินรายได้อื่น ๆ

2) ตามกฎหมายกองทุนเงินทดแทน กำหนดให้นายจ้างเท่านั้นที่มีหน้าที่จ่ายเงินสมทบกองทุน ลูกจ้างไม่มีหน้าที่จะต้องจ่ายเงินสมทบด้วย นายจ้างจะหักเงินจากลูกจ้างไม่ได้ เพราะถือว่าสเป็นหน้าที่รับผิดชอบของนายจ้างแต่ผู้เดียว

3) นายจ้างที่จ่ายเงินสมทบอยู่แล้ว ให้จ่ายต่อไป แม้ว่าภายหลังจะมีลูกจ้างไม่ถึง 10 ก็ตาม

4) อัตราเงินสมทบตั้งแต่ 0.2 - 1.0 % เรียกว่า อัตราเงินสมทบหลัก นายจ้างจะจ่ายเงินสมทบในอัตราที่แตกต่างกัน มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะการเสี่ยงภัยในการทำงานของกิจการ

5) การเก็บเงินสมทบ ไม่เกิน 5% ของค่าจ้าง

6) ค่าจ้างสูงสุดที่จะนำมาคำนวณเงินสมทบ ต่อลูกจ้าง 1 คน ไม่เกิน 240,000 บาทปี

7) นายจ้างจ่ายเงินสมทบตามอัตราเงินสมทบหลักมาแล้ว 4 ปี (ปฏิทิน) ติดต่อกัน หากมีสถิติการประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยของลูกจ้างน้อยหรือไม่มีในปีที่ 5 จะได้รับการลดอัตราเงินสมทบตามค่าประสบการณ์น้อยลงไป

8) เงินและทรัพย์สินของกองทุนถือเป็นกรรมสิทธิ์ของสำนักงานประกันสังคมไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้ของแผ่นดิน และให้จ่ายเป็นเงินทดแทนแก่ลูกจ้างแทนนายจ้าง

การบริหารกองทุนเงินทดแทน

ประกอบด้วย

1) สำนักงานกองทุนเงินทดแทน มีหน้าที่จัดเก็บเงินสมทบจากนายจ้าง และมีหน้าที่จ่ายเงินทดแทนแทนนายจ้างเมื่อลูกจ้างประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานและเรื่องอื่นที่เกี่ยวกับกองทุนเงินทดแทน ดำเนินการโดยข้าราชการของสำนักประกันสังคม

2) คณะกรรมการกองทุนเงินทดแทน เป็นกรรมการไตรภาคีได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ประกอบด้วยเลขาธิการสำนักงานประกันสังคมเป็นประธาน โดยมีกรรมการอื่น ๆ ที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ (การแพทย์, กฎหมาย, เศรษฐศาสตร์, การเงิน, ระบบการประกันสังคมหรือการประกันภัย) ไม่เกิน 6 คน ผู้แทนนายจ้างและผู้แทนลูกจ้าง ฝ่ายละ 3 คน และมีผู้แทนสำนักงานประกันสังคมเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการกองทุนเงินทดแทนมีหน้าที่เสนอความเห็นด้านนโยบายบริหารกองทุน และการจ่ายเงินทดแทน ให้ความเห็นในการออกกฎกระทรวงและระเบียบต่าง ๆ วางระเบียบการรับ/จ่ายเงิน และเก็บรักษาเงินกอง

ทุน วางระเบียบการจัดการจัดหาผลประโยชน์ของกองทุนโดยความเห็นชอบของกระทรวงฯ พิจารณาวินิจฉัยยุทธวิธีของนายจ้าง ลูกจ้าง ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินงานของกองทุน และปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดหรือที่รัฐมนตรีมอบหมาย

3) คณะกรรมการการแพทย์ ประกอบด้วย ประธานกรรมการ และ กรรมการอื่น ๆ มีจำนวนรวมกันไม่เกิน 15 คน ซึ่งรัฐมนตรีฯ แต่งตั้งจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพเวชกรรมสาขาต่าง ๆ และให้รัฐมนตรีฯ แต่งตั้งข้าราชการสำนักงานประกันสังคมเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการการแพทย์มีหน้าที่เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการดำเนินงานในการให้บริการทางการแพทย์ ให้คำปรึกษาแนะนำทางการแพทย์แก่คณะกรรมการและสำนักงาน ให้ความเห็นต่อสำนักงานในการออกกฎกระทรวงเรื่องค่ารักษาพยาบาล และประกาศกระทรวงเรื่องกำหนดชนิดของโรคที่เกิดขึ้นตามลักษณะ หรือสภาพของงาน หรือโรคเนื่องมาจากการทำงาน และปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดหรือที่รัฐมนตรีมอบหมาย

สิทธิประโยชน์จากกองทุนเงินทดแทน

เมื่อลูกจ้างประสบอันตราย/เจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานให้แก่นายจ้าง มีสิทธิได้รับเงินทดแทน ดังนี้

เงินทดแทน ประกอบด้วย

ก. ค่ารักษาพยาบาล

ข. ค่าทดแทน

- กรณีหยุดงานเกิน 3 วัน แต่ไม่เกิน 1 ปี

- กรณีสูญเสียอวัยวะ/สูญเสียสมรรถภาพในการทำงานของร่างกาย/จิตใจ

- กรณีตาย/สูญหาย + ค่าทำศพ

- กรณีทุพพลภาพ

ค. การฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงาน

- ด้านร่างกาย

- ด้านจิตใจ

2.1.3 กองทุนประกันสังคม

จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความคุ้มครองผู้ประกันตนที่ประสบอันตราย เจ็บป่วย ทุพพลภาพ หรือตาย อันมี

ใช้เนื่องมาจากการทำงาน 7 กรณี คือ กรณีประสบอันตราย/เจ็บป่วย ทุพพลภาพ ตายที่ไม่เนื่องมาจากการทำงาน ชราภาพ สงเคราะห์บุตร และกรณีว่างงาน ผู้ประกันตนจะได้รับ ความคุ้มครองเมื่อได้รับอันตรายหรือประสบเหตุกรณีใดกรณีหนึ่งที่ทำให้เดือดร้อน การช่วยเหลือจะให้ในรูปตัวเงิน และบริการทางแพทย์

ผู้ที่อยู่ในข่ายบังคับ

พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 มีผลใช้บังคับกับสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป ตั้งแต่วันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2533 ต่อมาในวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2536 ได้ขยายการบังคับใช้กับสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป พระราชบัญญัตินี้ไม่ใช้บังคับแก่

1) ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราวรายวัน และลูกจ้างชั่วคราวรายชั่วโมงของราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ยกเว้น ลูกจ้างชั่วคราวรายเดือน

2) ลูกจ้างของรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์กระหว่างประเทศ

3) ครู หรือครูใหญ่ของโรงเรียนเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน

4) นักเรียน นักเรียนพยาบาล นิสิตหรือนักศึกษา หรือแพทย์ฝึกหัด ซึ่งเป็นลูกจ้างของโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือโรงพยาบาล

5) ลูกจ้างของสภากาชาดไทย

6) ลูกจ้างของรัฐวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติพนักงานรัฐวิสาหกิจ สัมพันธ์ พ.ศ. 2534

7) ลูกจ้างของกิจการเพาะปลูก ประมง ป่าไม้ และเลี้ยงสัตว์ ที่มีได้ใช้ลูกจ้างตลอดปี และไม่มียานลักษณะอื่นรวมอยู่ด้วย

8) ลูกจ้างของนายจ้างที่จ้างไว้เพื่อทำงานอันมีลักษณะเป็นครั้งคราว เป็นการจรหรือเป็นไปตามฤดูกาล

ที่มาของเงินสมทบกองทุนประกันสังคม

รัฐบาล นายจ้าง และผู้ประกันตนออกเงินสมทบเข้ากองทุนฝ่ายละเท่ากัน ในอัตราร้อยละ 1.5 ของเงินค่าจ้าง โดยคำนวณจากค่าจ้างสูงสุดไม่เกินวันละ 500 บาท และต้องนำส่งสำนักงานประกันสังคมทุกเดือน

การบริหารงานกองทุนประกันสังคม

การบริหารงานกองทุนประกันสังคมอยู่ในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งตามกฎหมายประกันสังคมได้กำหนดให้มีคณะกรรมการต่าง ๆ ดังนี้

1) คณะกรรมการประกันสังคม เป็นกรรมการไตรภาคี คือ จากภาค รัฐ ฝ่ายนายจ้าง และฝ่ายลูกจ้าง มีหน้าที่เสนอนโยบายและมาตรการในการประกันสังคม ต่อรัฐมนตรี และพิจารณาให้ความเห็นตราพระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง และระเบียบ ต่าง ๆ ตลอดจนการร่างระเบียบเกี่ยวกับการบริหารเงินกองทุนประกันสังคม

2) คณะกรรมการการแพทย์ มีหน้าที่เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการประกันสังคมเกี่ยวกับการดำเนินงานในการบริการทางการแพทย์และกำหนด อัตราประโยชน์ทดแทน การรับบริการทางการแพทย์ของผู้ประกันตนตามที่พระราช บัญญัติประกันสังคมกำหนด เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการฯ เกี่ยวกับการออกกฎ กระทรวงที่เกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ รวมถึงให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ แก่คณะกรรมการอุทธรณ์ และสำนักงานประกันสังคม

3) คณะกรรมการอุทธรณ์ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิต่าง ๆ (กฎหมาย, การแพทย์, ระบบงานประกันสังคม, การแรงงาน) ผู้แทนฝ่ายนายจ้าง และผู้ แทนฝ่ายลูกจ้าง มีหน้าที่พิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์กรณีที่นายจ้าง ผู้ประกันตน หรือบุคคล อื่นที่ไม่พอใจในคำสั่งของเลขาธิการ หรือพนักงาน เจ้าหน้าที่ ที่สั่งการตามพระราช บัญญัติประกันสังคม ซึ่งผู้ไม่พอใจในคำสั่งดังกล่าวได้ยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการ อุทธรณ์ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง

สิทธิประโยชน์จากกองทุนประกันสังคม

สิทธิประโยชน์จากกองทุนประกันสังคม เกิดขึ้นเมื่อมีการชำระเงิน สมทบครบตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของการประกันแต่ละประเภท ในรูปของบริการ ทางการแพทย์ และเงินทดแทนการขาดรายได้ ดังนี้

1) กรณีประสบอันตราย/เจ็บป่วยที่ไม่เนื่องมาจากการทำงาน เมื่อส่ง เงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 เดือน ภายใน 15 เดือน จะได้รับความช่วยเหลือในรูปค่า รักษาพยาบาล เงินทดแทนการขาดรายได้ และค่าอวัยวะเทียม หรือค่าอุปกรณ์ในการ บำบัดรักษาโรค

2) กรณีคลอดบุตร เมื่อส่งเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 7 เดือน ภายใน 15 เดือน จะได้รับเงินค่าคลอดบุตร และเงินสงเคราะห์การหยุดงานเพื่อการคลอดบุตร สำหรับผู้ประกันตนหญิง

3) กรณีทุพพลภาพ ที่ไม่เนื่องมาจากการทำงาน เมื่อส่งเงินสมทบ แล้วไม่น้อยกว่า 3 เดือน ภายใน 15 เดือน จะได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้ และค่า รักษาพยาบาล

4) กรณีตาย ที่ไม่เนื่องมาจากการทำงาน เมื่อส่งเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 เดือน ภายใน 6 เดือน จะได้รับเงินค่าทำศพ และเงินสงเคราะห์ทายาทตามระยะเวลาการส่งเงินสมทบ

2.1.4 สิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตน

ระยะแรกที่มีการนำระบบประกันสังคมมาใช้ มีเพียงกองทุนเงินทดแทน ซึ่งให้ความคุ้มครองลูกจ้างที่ประสบอันตราย ทุพพลภาพ ตาย หรือสูญหาย อันเนื่องมาจากการทำงานเท่านั้น โดยกองทุนเงินทดแทนจะเรียกเก็บเงินสมทบจากนายจ้างฝ่ายเดียว สมทบเข้ากองทุนเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อลูกจ้างเกิดเหตุ

เมื่อลูกจ้างเจ็บป่วยหรือประสบอันตรายจากการทำงาน จะได้รับค่ารักษาพยาบาลเท่าที่จ่ายจริงไม่เกิน 35,000 บาท ต่อการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย 1 ครั้ง ในกรณีที่มีค่าใช้จ่ายเกินกว่า 35,000 บาท ให้จ่ายเพิ่มเติมได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไม่เกิน 50,000 บาท และหากต้องหยุดงานติดต่อกันเกิน 3 วัน จะได้รับค่าทดแทนเป็นรายเดือนอีกร้อยละ 60 ของค่าจ้างรายเดือนไปตลอดระยะเวลาที่ไม่สามารถทำงานได้แต่ไม่เกิน 1 ปี หรือถ้าการประสบอันตรายนั้นร้ายแรงถึงขั้นสูญเสียอวัยวะหรือสมรรถภาพในการทำงานของอวัยวะบางส่วน จะได้รับค่าทดแทนเป็นรายเดือนอีกร้อยละ 60 ของค่าจ้างรายเดือนตามประเภทการสูญเสียแต่ไม่เกิน 10 ปี

แต่ถ้าเคราะห์ร้ายกว่านั้น ลูกจ้างประสบอันตรายถึงขั้นทุพพลภาพ ค่าทดแทนที่ได้รับคือร้อยละ 60 ของค่าจ้างรายเดือน แต่ไม่เกิน 15 ปี

ในกรณีที่ลูกจ้างประสบอันตรายถึงขั้นทุพพลภาพ หากจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟู จะได้รับค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูฯ ด้านการแพทย์และอาชีพ เท่าที่จ่ายจริงไม่เกิน 20,000 บาท หรือถ้าแพทย์สั่งให้ทำการผ่าตัดเพื่อประโยชน์ในการฟื้นฟูฯ จะได้รับค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอีกไม่เกิน 20,000 บาท

ส่วนลูกจ้างที่เสียชีวิตหรือสูญหายอันเนื่องมาจากการทำงาน จะได้รับสิทธิเป็นค่าทำศพ 100 เท่าของอัตราสูงสุดของค่าจ้างขั้นต่ำรายวัน พร้อมค่าทดแทนแก่ทายาทเป็นรายเดือนอีกร้อยละ 60 ของค่าจ้างเป็นเวลา 8 ปี

แต่ในการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลนั้น โอกาสที่จะประสบอันตราย/เจ็บป่วยย่อมเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนั้นในกรณีที่ประสบอันตราย/เจ็บป่วยอันมิได้เกี่ยวเนื่องมาจากการทำงาน ในปัจจุบันมีการจัดตั้งกองทุนประกันสังคมขึ้น โดยเรียกเก็บเงินสมทบจาก 3 ฝ่าย คือ ลูกจ้าง นายจ้าง และรัฐบาล ฝ่ายละ 1.5% ของค่าจ้าง

ลูกจ้าง คຸ່ມครองลูกจ้างที่ประสบอันตราย ทุพพลภาพ ตายอันไม่เนื่องมาจากการทำงาน เมื่อมีการส่งเงินสมทบได้ 1 เดือน สิทธิของลูกจ้างที่เกิดขึ้นประการแรก คือ กรณีตาย ลูกจ้างจะได้รับค่าทำศพ 30,000 บาท เงินสงเคราะห์แก่ทายาทตามระยะเวลาการส่งเงินสมทบ เช่น ส่งเงินสมทบมาแล้ว 3 ปีขึ้นไป ได้รับเงินสงเคราะห์เท่ากับค่าจ้างหนึ่งเดือนครึ่ง แต่ถ้าส่งเงินสมทบมาแล้ว 10 ปีขึ้นไป ได้รับเงินสงเคราะห์เท่ากับค่าจ้าง 5 เดือน นอกจากนี้ถ้าส่งเงินสมทบครบ 3 เดือน ลูกจ้างหรือผู้ประกันตนจะได้รับสิทธิประโยชน์อีก 2 ประการคือ

ประการแรก สิทธิประโยชน์กรณีเจ็บป่วย ให้ผู้ประกันตนเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลตามที่ระบุในบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาลโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและไม่จำกัดจำนวนครั้ง ยกเว้นกลุ่มโรค 15 โรคที่ขณะนี้กองทุนประกันสังคมยังไม่ให้ความคุ้มครอง เช่น โรคจิต การศัลยกรรมเพื่อความงาม โรคที่ยังอยู่ในระหว่างการค้นคว้าทดลอง เป็นต้น อย่างไรก็ตามในกรณีที่ผู้ประกันตนเจ็บป่วยฉุกเฉินหรือประสบอุบัติเหตุ สามารถไปรักษาที่โรงพยาบาลใดก็ได้ โดยให้จ่ายเงินสำรองไปก่อนแล้วนำใบเสร็จไปเบิกค่าใช้จ่ายภายใน 72 ชั่วโมงแรก คืบจากสำนักงานประกันสังคมตามอัตราที่กำหนด ซึ่งในกรณีที่ประสบอุบัติเหตุ หากเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลของรัฐ สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้เต็ม 72 ชั่วโมง และไม่จำกัดจำนวนครั้งในการเบิก แต่กรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน จะเบิกไม่เกิน 2 ครั้งในแต่ละปี และได้ในอัตราที่กำหนด

ประการที่สอง คือ สิทธิประโยชน์กรณีทุพพลภาพ ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นกรณีที่ทำให้เห็นประโยชน์ของการประกันสังคมได้ดีที่สุด และได้รับประโยชน์สูงสุด เพราะเมื่อลูกจ้างที่เคยทำงานตลอดมาต้องกลายเป็นคนทุพพลภาพ ขาดรายได้ประจำ อีกทั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการบำบัดรักษา ยิ่งทำให้ความเดือดร้อนเพิ่มขึ้นหากไม่มีกองทุนประกันสังคมเข้าไปดูแล และจากการที่มีกองทุนประกันสังคมสำหรับกรณีดังกล่าวนี้ กองทุนจะจ่ายเงินทดแทนการขาดรายได้ให้ร้อยละ 50 ของค่าจ้างตลอดชีวิต พร้อมค่ารักษาพยาบาลเท่าที่จ่ายจริง เดือนละไม่เกิน 2,000 บาท นอกจากนี้หากผู้ทุพพลภาพเสียชีวิตยังมีค่าทำศพ 30,000 บาท และเงินสงเคราะห์เช่นเดียวกับการตายอีกด้วย

จะเห็นได้ว่าความแตกต่างระหว่างกองทุนเงินทดแทน และกองทุนประกันสังคม นอกจากจะเป็นการคุ้มครองอันเนื่องมาจากการทำงาน และไม่เนื่องมาจากการทำงานแล้ว กองทุนประกันสังคมยังให้ความคุ้มครองในกรณีคลอดบุตรด้วย แต่ทั้งนี้ต้องหลังจากที่ส่งเงินสมทบแล้วไม่น้อยกว่า 7 เดือน โดยกองทุนประกันสังคมจะจ่ายค่าคลอดบุตรในลักษณะเหมาจ่าย 4,000 บาทต่อครั้ง พร้อมเงินสงเคราะห์การหยุดงานเพื่อ

คลอดบุตรเหมาจ่ายอีกร้อยละ 50 ของค่าจ้างเฉลี่ยเป็นเวลา 90 วัน หรือได้รับค่าจ้าง 45 วัน ซึ่งผู้ประกันตนแต่ละคนจะได้รับสิทธิค่าคลอดบุตรไม่เกิน 2 ครั้ง ดังนั้นหากสามี และภรรยาต่างเป็นผู้ประกันตนทั้งคู่ จะได้รับสิทธิรวมกันเป็น 4 ครั้ง ทั้งนี้ต้องเป็นบุตรที่ไม่เคยได้รับสิทธิมาก่อน

จึงกล่าวได้ว่าลูกจ้างที่เข้าสู่ระบบประกันสังคมจะได้รับการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง เพราะกองทุนเงินทดแทนดูแลลูกจ้างที่เจ็บป่วย ประสบอันตราย ทุพพลภาพตายหรือสูญหาย อันเนื่องมาจากการทำงาน ส่วนที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานก็จะมีกองทุนประกันสังคมเข้าไปดูแลตั้งแต่เรื่องเล็ก ๆ เช่น อุตุฟัน ถอนฟัน ไข้หวัด ปวดหัว ตัวร้อน ไปจนถึงเรื่องใหญ่ ๆ เช่น การผ่าตัดสมอง การผ่าตัดหัวใจ การปลูกถ่ายไขกระดูก ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายราคาแพง ตลอดจนคุ้มครองไปถึงยามชราภาพ ไม่มีรายได้ยังชีพในอนาคตด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

แนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ คัดลอกและสรุปจากหนังสือ "การวิจัยทางด้านการประชาสัมพันธ์" (สุพรรณิ มังคะลี, 2529: 2-27) ดังต่อไปนี้

2.2.1 ความหมาย

John E. Marston ได้ให้ความหมายว่า "การประชาสัมพันธ์" หมายถึง การค้นหาว่ามวลชนชอบและไม่ชอบในสิ่งใดเกี่ยวกับองค์การ และเมื่อพบว่าสิ่งใดที่ประชาชนชอบก็จะดำเนินการเพิ่มในสิ่งนั้นให้มากขึ้น ในทางตรงข้ามเมื่อพบว่าสิ่งใดที่ประชาชนไม่ชอบก็จะดำเนินการในสิ่งนั้นน้อยลง

H. Frazier Moore and Bertrand R. Canfield ให้ความหมายว่า "การประชาสัมพันธ์" หมายถึง งานด้านการจัดการที่มีหน้าที่ประเมินผลด้านทัศนคติของมวลชน บอกกล่าวข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายต่าง ๆ และวิธีการดำเนินการของบุคคลหรือองค์การที่อยู่ในความสนใจของมวลชน พร้อมทั้งดำเนินโครงการปฏิบัติการเพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจอันดี และการยอมรับจากมวลชน

ในการสัมมนานักประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2514 ได้กำหนดความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง การดำเนินงานของหน่วยงาน โดยวิธีโฆษณาเผยแพร่และชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีอื่นใดที่จะ

ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานนั้นไปสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือ และความนิยมจากประชาชนในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จงานใด ๆ ของหน่วยงานนั้น

จากคำอธิบายข้างต้น แสดงให้เห็นลักษณะหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ว่า ต้องมีลักษณะเป็นการติดต่อสองทาง (Two-way Communication) คือ องค์กรจะต้องบอกกล่าวข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรให้แก่กลุ่มเป้าหมายและมวลชนได้รับทราบ ซึ่งเรียกว่า ลักษณะทางออก (Outbound Communication) และองค์กรจะต้องทำการตรวจสอบ และประเมินผลทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและมวลชน ซึ่งเป็นการติดต่อที่เรียกว่า ลักษณะทางเข้า (Inbound Communication) พร้อมทั้งนำผลที่ได้รับนั้นมาปรับปรุงโครงการปฏิบัติการต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีให้แก่องค์กร และเกิดการยอมรับในที่สุด

2.2.2 จุดมุ่งหมาย

การประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายใหญ่ ๆ อยู่ 4 ประการด้วยกันคือ

1) สร้างความนิยม (Create Goodwill) เนื่องจากพื้นฐานของความเข้าใจและยอมรับย่อมมาจากความนิยม เพราะหากมวลชนหรือกลุ่มเป้าหมายนิยมชมชอบในกิจการหรือองค์กรนั้น ๆ แล้ว ความเข้าใจ การยอมรับ ความเชื่อถือ และการสนับสนุนย่อมจะเกิดขึ้นได้โดยง่าย

2) สร้างชื่อเสียงและป้องกันมิให้ชื่อเสียงเสื่อมเสีย (Create and Preventive Reputations) ในขณะที่องค์กรมีชื่อเสียงที่ดีย่อมส่งผลให้มวลชนและกลุ่มเป้าหมายยอมรับและเชื่อถือ แต่ในขณะเดียวกันองค์กร จะต้องมีการป้องกันมิให้ชื่อเสียงที่ดีของตนนั้นเสื่อมเสียด้วย เพราะย่อมหมายถึงการสูญเสียความเชื่อถือ การยอมรับ และการสนับสนุนจากมวลชนและกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน

3) สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน (Create Interrelated Understanding) การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการติดต่อ 2 ทาง (Two-way Communication) เพื่อให้องค์กรต่าง ๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกันได้ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ภายในหรือการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกกับมวลชนหรือกลุ่มเป้าหมายก็ตาม เพราะการสร้าง ความเข้าใจอันดีย่อมมีความสำคัญ และมีผลต่อความอยู่รอดขององค์กรด้วย

4) สร้างการยอมรับให้เกิดกับสื่อมวลชน (Building Recognition)

ในขั้นสุดท้ายซึ่งการประชาสัมพันธ์มุ่งหวังก็คือ การยอมรับจากมวลชน เพราะย่อมหมายถึงการดำเนินงานขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้ เนื่องจากการยอมรับย่อมนำมาซึ่งการสนับสนุนนั่นเอง

2.2.3 การติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงต่าง ๆ ในลักษณะซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนภายใน (Internal Communication) และกับภายนอก (External Communication) ก็ตาม ทั้งนี้เพราะจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและเป็นน้ำหนึ่งอันเดียวกันนั่นเอง

องค์ประกอบที่สำคัญของการติดต่อสื่อสาร ได้แก่

- 1) ผู้ส่ง (Sender)
- 2) ข่าวสารหรือเนื้อหา (Message or Content)
- 3) ช่องทางส่งสาร (Channels)
- 4) ผู้รับสาร (Receiver)

1) ผู้ส่ง (Sender) หมายถึง ผู้ถ่ายทอดความคิดเห็นหรือเริ่มต้นการติดต่อซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรืออาจเป็นกลุ่มบุคคล ทั้งนี้วิธีการถ่ายทอดหรือติดต่อในลักษณะต่าง ๆ เช่น การใช้เสียง การใช้ภาพ หรือการใช้สัญญาณ ซึ่งกระบวนการในการถ่ายทอดนั้นอาจใช้วิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างประกอบกันได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งจะเลือกใช้วิธีการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการใดก็ตาม สิ่งสำคัญที่ผู้ติดต่อจะต้องคำนึงถึงก็คือ วิธีการนั้นจะต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ถึงแม้ว่าในบางครั้งจำเป็นต้องใช้วิธีการติดต่อหลาย ๆ ทาง และหลาย ๆ ครั้งก็ตาม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับสามารถรับข่าวสารนั้น และมีความเข้าใจได้ถ่องแท้ จนกระทั่งสามารถคล้อยตามและเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นได้

2) ข่าวสารหรือเนื้อหา (Message or Content) หมายถึง ข้อมูล รายละเอียด ความคิดเห็น หรือสิ่งที่ผู้ส่งต้องการถ่ายทอดออกไปถึงผู้รับ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ข่าวสารนั้นต้องสามารถถ่ายทอดความคิดเห็นได้ ทั้งนี้ผู้ส่งจะต้องกำหนดความคิดเห็นที่ต้องการจะถ่ายทอดให้ชัดเจน และสามารถสร้าง

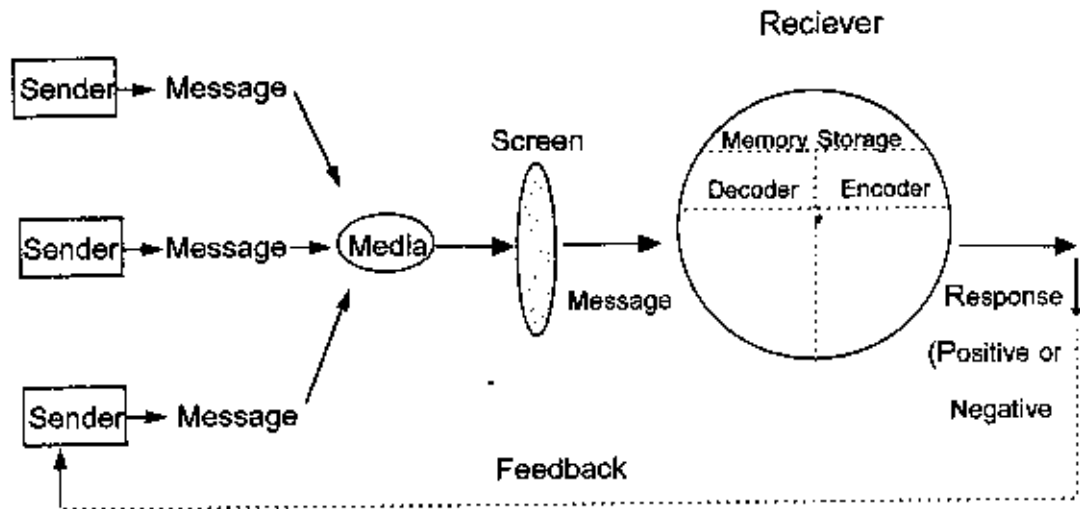
ความสนใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายได้ พร้อมทั้งข้อความหรือคำพูดหรือสิ่งที่ต้องการถ่ายทอดความคิดเห็นนั้นจะต้องเป็นที่เข้าใจของผู้รับแต่ละกลุ่มได้โดยง่าย

3) ช่องทางสื่อสาร (Channels) พาหนะหรือสื่อต่าง ๆ (Media) ที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งผ่านไปยังผู้รับ อาจเป็นช่องทางธรรมชาติ เช่น การเห็น การได้กลิ่น การสัมผัส การลิ้มรส หรืออาจเป็นช่องทางในลักษณะที่ไม่ใช่ธรรมชาติ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรศัพท์ วิทยุ ภาพยนตร์ นิตยสาร ป้ายต่าง ๆ และอื่น ๆ การที่จะเลือกช่องทางเพียงเพื่อจะให้ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะและความมุ่งหมายของผู้ส่งและข่าวสาร รวมทั้งลักษณะของผู้รับ

4) ผู้รับสาร (Receiver) กลุ่มเป้าหมายหรือมวลชนที่เป็นจุดมุ่งหมายปลายทางของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งหรือองค์กรต่าง ๆ ต้องการส่งข่าวสารไปถึง ในที่นี้อาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลก็ได้ ซึ่งการติดต่อสื่อสารจะสมบูรณ์แบบที่ต่อเมื่อข่าวสารนั้นไปถึงผู้รับ และมีปฏิกิริยาตอบจากผู้รับ ฉะนั้น หากผู้ส่งได้ศึกษาถึงลักษณะของผู้รับและส่งข่าวสารที่น่าสนใจถึงผู้รับแต่ละกลุ่มแล้ว ผู้รับก็จะเกิดความสนใจและมีแนวโน้มที่จะรับฟัง พร้อมทั้งให้เวลาในการพิจารณาสาระของข่าวสารนั้นด้วย

องค์ประกอบต่าง ๆ ของการติดต่อสื่อสารนั้น มีความสำคัญพอ ๆ กัน หากขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง การติดต่อสื่อสารก็จะไม่สมบูรณ์ หรือหากองค์ประกอบใดหย่อนประสิทธิภาพ จะมีผลให้วงจรของการสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จไปด้วย ดังภาพที่ 2.1 ซึ่งแสดงถึงกระบวนการและวงจรของการติดต่อสื่อสารให้ลักษณะสมบูรณ์ต่อไปนี้

ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบต่าง ๆ ของการติดต่อสื่อสารและกระบวนการในการติดต่อสื่อสาร



ตามปกติแล้วการติดต่อสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์มีอยู่ 2 ลักษณะคือ

- การติดต่อสื่อสารภายใน (Internal Communication)
- การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication)

การติดต่อสื่อสารภายใน (Internal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่ทำงานภายในองค์การบริหาร เจ้าของและบุคคลที่เกี่ยวข้องอยู่ภายในองค์การนั้น ๆ การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มมีความสำคัญต่อองค์การหรือบุคคลมาก หากบุคคลกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และมีความเชื่อถือศรัทธาต่อองค์การ ก็จะทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของคนกลุ่มนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นผลดีต่อการดำเนินงานขององค์การ ลักษณะการติดต่อสื่อสารภายในมักเกิดความยุ่งยากอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับองค์การใหญ่ ๆ เนื่องจากต้องเดินทางผ่านผู้มีอำนาจบังคับบัญชาหลายระดับ ซึ่งส่งผลให้ความหมายหรือสาระของข่าวสารนั้นเปลี่ยนแปลงหรือบิดเบือนจนกระทั่งเกิดความเข้าใจผิดได้ ดังนั้นในบางครั้งผู้บริหารจึงมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะต่าง ๆ เป็นเครื่องมือ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ วารสาร การจัดสัมมนา การจัดโครงการอบรม การรายงานผลงาน เป็นต้น

การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication) เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลต่าง ๆ ภายในองค์การกับบุคคลต่าง ๆ ภายนอกองค์การ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ชุมชน สถาบันการศึกษา รัฐบาล ฯลฯ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการสร้างความ

นิยม ความเข้าใจอันดี ความเชื่อถือ และให้มีการสนับสนุนเกิดขึ้นกับองค์การ แต่อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารภายนอกจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดหรือไม่ย่อมต้องขึ้นอยู่กับ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การนั้น ๆ ด้วย เพราะการติดต่อสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลให้การติดต่อสื่อสารภายนอกบังเกิดผลดีตามไปด้วย การติดต่อสื่อสารภายนอกอาจจะอยู่ในรูปของการให้ทุนการศึกษา การให้ความช่วยเหลือชุมชน การเผยแพร่ข่าวสารด้วยสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร บทความ เป็นต้น

2.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มี 2 ประเภท คือ

- ประเภทที่หนึ่ง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (Tools of Direct Approach)
- ประเภทที่สอง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อมวลชน (Mass Communication Approach)

1) ประเภทที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (Tools of Direct Approach) เป็นสื่อที่องค์การจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่และบอกกล่าวข่าวสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยไม่ผ่านสื่อมวลชน และสื่อชนิดอื่น ๆ ฉะนั้น การใช้สื่อที่จะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง องค์การจะต้องรับผิดชอบการตัดสินใจเกี่ยวกับข่าวสาร และสื่อที่จะใช้ และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านนี้ควรเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์อย่างยิ่ง สื่อที่สามารถเข้าถึงเป้าหมายได้โดยตรงมี 4 ประเภทคือ

- สื่อประเภทคำพูด (Spoken Words) หมายถึง การพูดจากของพนักงานในองค์การที่ใช้ติดต่อระหว่างพนักงานด้วยกัน และระหว่างพนักงานกับกลุ่มประชาชนอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงการประชุม การอภิปราย และการเผยแพร่ข่าวปากต่อปากหรือข่าวลือด้วย สื่อประเภทคำพูดนี้ ถือเป็นเครื่องมือติดต่อที่ได้ผลมากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้รวดเร็วกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า คำพูดเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

- สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (Printed Words) เป็นสื่อที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก และเข้าถึงได้ในเวลา

และสถานที่ตามต้องการ พร้อมทั้งสามารถเสนอข่าวสารได้ละเอียดครบถ้วน มีความคงทนถาวร และนำมาอ่านได้ทุกเวลาตามที่ต้องการ ได้แก่ วารสารประชาสัมพันธ์ หนังสือคู่มือ จดหมายและแถลงการณ์ ป้ายประกาศ และชั้นหนังสือ อย่างไรก็ตาม สื่อประเภทสิ่งพิมพ์นี้ควรนำมาใช้เมื่อเรื่องราวที่ต้องการเผยแพร่หรือแจ้งให้ทราบนั้นเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจงถึงคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ และผลที่ได้รับจากสิ่งพิมพ์นั้นควรคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์จัดส่งด้วย

- สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio-Visual Aid) เป็นสื่อที่สามารถจัดทำให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายใดกลุ่มหนึ่งได้ โดยสามารถขยายหรือลดขนาดของวัตถุเพื่อให้ผู้ชมสามารถมองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และเก็บไว้ได้นานอีกด้วย ทั้งยังเป็นสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถรับข่าวสารได้ทั้งทางการฟังและมองเห็น ฉะนั้น จึงเป็นสื่อที่สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมายได้สูง เพราะสามารถมองเห็นได้ด้วยนัยน์ตา และได้ยินเสียงด้วยหูของตนเอง สื่อประเภทนี้ได้แก่ รูปภาพ ป้ายโปสเตอร์ แผนภูมิ แผนที่ แผ่นเปิด (Flip Chart) เทปบันทึกเสียง ภาพยนตร์ สไลด์ फिल्मสตริป วิดีโอเทป โทรทัศน์วงจรปิด เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ (Transparency and Overhead Projector)

- สื่อประเภทกิจกรรมพิเศษ (Special Events) เป็นสื่อในลักษณะงานหรือเหตุการณ์ที่จัดทำขึ้นโดยบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคล เพื่อให้คนอื่น ๆ หรือกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความสนใจเหมือนกันเข้ามารวมกันในเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ เช่น การประชุม การสัมมนา การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษภายนอกองค์การ การเปิดให้เข้าชมกิจการหรือโรงงาน การจัดแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมพิเศษในวันครบรอบ การจัดประกวดในวันหรือสัปดาห์พิเศษ ในปัจจุบันองค์การต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อประเภทกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างบรรยากาศแห่งภาพ และสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดให้ประชาชนเข้าร่วมในงานอันจะทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์การ และสร้างความประทับใจต่อการเข้าร่วมงานด้วย เป็นผลทำให้ประชาชนเหล่านั้นเกิดความนิยมชมชอบและเชื่อถือองค์การ และท้ายสุดก็จะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับองค์การนั้น

2) ประเภทที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อมวลชน (Mass Communication Approach) เป็นการติดต่อข่าวสารอย่างหนึ่งที่สำคัญแล้วผู้เริ่มการติดต่อสื่อสาร (Communication Organization) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สื่อมวลชนหรือ

บุคคลที่เป็นตัวแทนของสถาบัน (Institutionalized Person) เช่น บรรณาธิการ เป็นต้น ส่วนใหญ่แล้วสถาบันการติดต่อนี้จะประกอบด้วยคนหลายคนร่วมกันทำงาน และผลิตผลงานออกมาในนามองค์กร เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงกับมวลชน นักประชาสัมพันธ์จะใช้บริการของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสาร เนื่องจากเป็นวิถีทางที่สามารถติดต่อกับคนจำนวนมากได้ (Mass) และยังเป็นวิธีที่ประหยัดได้ผลรวดเร็ว ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรอบรู้ และมีความชำนาญในการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารสามารถประสบผลสำเร็จตามที่มุ่งหมายไว้

โดยปกติแล้ว การใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การโฆษณา (Advertising) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Advertising) และการเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) ซึ่งเป็นการจัดหาข่าวสารเพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชน (Press Release) การจัดทำภาพข่าว (Photograph Release) การจัดทำบทความหรือสารคดี (Article and Feature) การจัดทำแฟ้มข้อมูลสำหรับนักข่าว (Press Kit) การให้สัมภาษณ์ (Press Interview) การประชุมแถลงข่าว (News Conference) การนำชมกิจการ (Facility Visit) การจัดปฐมทัศน์นักข่าว (New Preview)

2.2.5 ขั้นตอนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 4 ขั้นตอนคือ

- การวิจัยและการรับฟัง (Research - Listening)
- การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning - Decision-making)
- การติดต่อสื่อสารและการปฏิบัติการ (Communication - Action)
- การประเมินผล (Evaluation)

1) การวิจัยและการรับฟัง (Research - Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ ในขั้นตอนนี้เป็นการค้นหาข้อมูล รับฟังข่าวสาร และรวบรวมข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายและการปฏิบัติขององค์กรในรูปของทัศนคติ ความคิดเห็น และปฏิกิริยาต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย และมวลชน ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาและโอกาสต่าง ๆ ที่องค์กรกำลังประสบในขณะนั้น

ซึ่งเป็นลักษณะทางเข้า (Inbound Communication) การที่จะได้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ นั้นสามารถกระทำได้โดยการศึกษาค้นหาจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น รายงานประจำปี หนังสือคู่มือ วารสารขององค์กร แฟ้มข่าว เป็นต้น หรือทำการสำรวจทางอ้อม เช่น การจัดตั้งระบบเพื่อที่จะได้รับข้อเสนอแนะจากบุคคลต่าง ๆ การตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อรวบรวมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง รายงานของเจ้าหน้าที่ซึ่งไปติดต่อกับประชาชน เป็นต้น หรือทำการวิจัยอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นการค้นหาอย่างมีขั้นตอน และกระบวนการก็ได้ อย่างไรก็ตาม การค้นหาข้อมูล และรวบรวมข้อเท็จจริงต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้ อาจทำให้เสียเวลาไปบ้าง (ต้องใช้เวลามาก, เป็นเดือนหรือหลาย ๆ เดือน) แต่ก็ได้ผลคุ้มค่า เนื่องจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ นั้นสามารถทำให้ผู้ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ทราบว่าอะไรคือปัญหาและสาเหตุที่แท้จริง จุดอ่อน จุดได้เปรียบขององค์กรมีอะไรบ้าง เป็นต้น

2) การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning - Decision-making)

เป็นขั้นตอนที่สองของการประชาสัมพันธ์ เมื่อได้ศึกษาข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากขั้นตอนที่หนึ่งซึ่งทำให้ทราบได้ว่า อะไรคือปัญหาหรือสาเหตุที่แท้จริง และเป็นปัญหาหรือสาเหตุลักษณะใด เช่น อาจเป็นปัญหาภายในองค์กร หรือปัญหากับกลุ่มเป้าหมายภายนอก เป็นต้น พร้อมทั้งทำให้รู้ว่าปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่จะต้องปรับปรุงหรือแก้ไขด่วนหรือไม่ ฉะนั้น ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนในการวางแผนและหาวิธีการที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว พร้อมทั้งเป็นการเสนอแนะ และให้ข้อคิดเห็นต่อผู้บริหารว่าวิธีใดเหมาะสมที่สุด เพื่อให้ผู้บริหารจะได้ตัดสินใจเลือกวิธีการต่อไป

การวางแผนประชาสัมพันธ์ควรระบุเนื้อหาสาระที่สำคัญดังนี้

(1) ระบุเหตุผลในการทำโครงการประชาสัมพันธ์

(2) กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ

(3) กำหนดวิธีการ ได้แก่

- กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง
- กำหนดสื่อหรือช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- กำหนดความคิดหลักหรือแนวเรื่อง
- กำหนดระยะเวลา
- กำหนดค่าใช้จ่ายในการทำโครงการ
- กำหนดวิธีการประเมินผล

3) การติดต่อสื่อสารและการปฏิบัติการ (Communication - Action)

เป็นขั้นตอนที่สามของการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ ในขั้นตอนนี้เป็นการปฏิบัติการตามแผนที่ได้รับอนุมัติ (ตัดสินใจ) จากผู้บริหารแล้ว โดยทำการติดต่อสื่อสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Outbound Communication) ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่าการติดต่อสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ไม่ได้เป็นเพียงการให้ข่าวสารหรือการแจ้งให้ทราบเท่านั้น แต่จะต้องเป็นการแจ้งข่าวสารโดยวิธีการที่สามารถก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบรับ (Response) ได้ นั่นคือ จะต้องเป็นการสร้างหรือเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนให้เป็นไปในทิศทางซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กรนั่นเอง

4) การประเมินผล (Evaluation) คือ ขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เพื่อทราบว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ปฏิบัติไปนั้นก่อให้เกิดผลตามที่มุ่งหวังหรือวางแผนไว้หรือไม่ การประเมินผลจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ ผลการประเมินจะเป็นข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจว่าควรจะมีการปฏิบัติการดังกล่าวต่อไปหรือไม่ หรือควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินการหรือไม่อย่างไร

จะเห็นได้ว่าขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอนนี้ มีความสำคัญเท่าเทียมกัน ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวครบทุกขั้นตอน จะเว้นขั้นตอนหนึ่งขั้นตอนใดไม่ได้ เพราะมีความเกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่ และเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อลงมือดำเนินการตามโครงการประชาสัมพันธ์แล้ว จำเป็นต้องทำกิจกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กัน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ ประกอบด้วย เนื้อหาเกี่ยวกับ ความหมาย และปัจจัยกำหนดการรับรู้ (สรุปและเรียบเรียงจาก รุ่ง เจนจิต, สัญญา จัดดามันท์ และอัมพร ศิริบุญมา, 2527: 272-276)

2.3.1 ความหมาย

การรับรู้ คือ การแปลความหมายจากสิ่งเร้า เป็นขบวนการหาความหมายของสิ่งเร้า การแปลความหมายของสิ่งเร้านี้เป็นสิ่งที่เราได้ความรู้เรื่องสิ่งต่าง ๆ

รอบตัวเรา การรับรู้นับว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการเรียนรู้ และการรับรู้ที่ถูกต้องจะส่งผลให้ได้รับความรู้ที่ถูกต้องด้วย

เมื่อการรับรู้เป็นการแปลความหมายของสิ่งเร้าเช่นนี้ ย่อมจะต้องอาศัยประสบการณ์เดิม ความจำหรือความรู้เดิม ตลอดจนสถานการณ์ในขณะนั้นมาเป็นเครื่องช่วย เช่นสมมติว่าเรานั่งทำงานอยู่ในห้องทำงานใกล้ถนน ได้ยินเสียงรถเบรค เสียงกระจกแตก มีคนมุงดู เราจะเกิดการรับรู้ว่าเกิดรถยนต์ชนกันแล้ว ดังนั้นสิ่งเร้า คือ เสียงเบรค เสียงกระจกแตก และคนมุงดู เราสามารถแปลความหมายได้ว่า เกิดรถชนกัน แต่อย่างไรก็ตามการรับรู้นั้นมีสิ่งต่าง ๆ เข้าไปเกี่ยวข้องอย่างมากมาย เป็นขบวนการซับซ้อนพอควร และการรับรู้จะถูกต้องแม่นยำหรือผิดพลาดเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายอย่าง แต่พอจะแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ประการที่หนึ่งคือ สภาวะของสิ่งเร้า และประการที่สอง คือ ตัวผู้รับรู้เอง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยทางจิต

การรับรู้ นั้น หากมองในแง่ประสบการณ์ พฤติกรรม หรือกลไกที่เกี่ยวข้องแล้ว จะเห็นว่าเป็นขบวนการที่ซับซ้อนมาก นอกเหนือจากการรับสัมผัสแล้ว ยังมีสิ่งอื่นซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 2 หมู่ ได้แก่ ขบวนการทางสัญลักษณ์ (Symbolic Process) และขบวนการทางอารมณ์ (Affective Process)

ขบวนการรับสัมผัส เป็นขบวนการเบื้องต้นของการรับรู้ การจะเกิดการรับรู้ได้นั้น ร่างกายจะต้องสามารถสัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ทางพร้อมกัน เช่น ตา เห็น หู ได้ยิน จมูก ได้กลิ่น มีน้ำหนักร และอื่น ๆ

ขบวนการทางสัญลักษณ์ เมื่อผ่านขั้นตอนแรกแล้วคนจะจดจำเก็บเป็นสัญลักษณ์เอาไว้ในสมองเพื่อให้สามารถจดจำหรือระลึกได้ การที่เรียกว่าสัญลักษณ์เพราะแทนสิ่งของ สถานการณ์ หรือเหตุการณ์

ขบวนการทางอารมณ์ อีกด้านหนึ่งของการรับรู้จะต้องมีอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง นั่นคือ เราเกิดความรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งนั้น พอใจ ไม่พอใจ หรือเฉย ๆ สิ่งเร้าบางอย่าง เช่น ไฟดูด เข็มแทง เหล่านี้เราจะรู้สึกไม่พอใจไม่ว่าเราจะเคยสัมผัสมาก่อนหรือไม่

2.3.2 ปัจจัยกำหนดการรับรู้

เมื่อกล่าวถึงการรับรู้ อย่างน้อยมีขบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3 ขบวนการ คือ การรับสัมผัส การแปลเป็นสัญลักษณ์ และขบวนการทางอารมณ์ การรับ

รู้จะถูกต้องเพียงใดหรือเกิดการรับรู้ในแบบใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ลักษณะของสิ่งเร้า และตัวผู้รับรู้

ก. ลักษณะของสิ่งเร้า คนเราสามารถรับรู้สิ่งเร้าทันที สิ่งเร้านั้นจะต้องดึงความตั้งใจของเราได้ สิ่งเร้าที่ดึงความตั้งใจของคนเราได้จะต้องมีลักษณะดังนี้

1) สิ่งเร้าที่มีความเข้มข้นกว่า เช่น ข้อความโฆษณาด้วยสีสดใส จะดึงความตั้งใจของเราได้ดีกว่าสีที่ไม่เด่น

2) สิ่งเร้าที่มีการเปลี่ยนแปลงจะดึงความตั้งใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง สิ่งเคลื่อนไหวดึงความตั้งใจได้ดีกว่าสิ่งที่หยุดนิ่ง

3) สิ่งเร้าที่มีการซ้ำบ่อยๆ จะดึงความตั้งใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่ไม่เกิดซ้ำ เช่น เวลาเรียกชื่อคนต้องเรียกหลาย ๆ ครั้ง จะได้ผลกว่าเรียกน้อยครั้ง

4) สิ่งเร้าที่ขัดกับสิ่งอื่น ย่อมทำให้สามารถดึงความตั้งใจได้ดีกว่า เช่น แกะดำในฝูงแกะขาวย่อมเด่นออกมา

ข. ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้ อาจแยกออกได้เป็น 2 ด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านกายภาพ คือ ลักษณะความผิดปกติ หรือความปกติของตัวรับสัมผัสของผู้รับรู้ เช่น หู ตา จมูก ลิ้น และอวัยวะรับสัมผัสอื่น ๆ หากสิ่งเหล่านี้ผิดปกติไปย่อมทำให้การรับสัมผัสผิดปกติไป

ปัจจัยด้านจิตวิทยา เกี่ยวกับการรับรู้มีหลายประการ เช่น อารมณ์ ความต้องการ ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี และอื่น ๆ อันเป็นผลจากการเรียนรู้เดิม ตลอดจนความรู้ในเรื่องนั้น ๆ นักจิตวิทยากล่าวว่าการรับรู้เป็นการเลือกสรรอย่างยิ่ง (Highly Selective) เริ่มตั้งแต่การเริ่มรับสัมผัสเลือกเอาเฉพาะที่ต้องการ และแปลความให้เข้ากับตนเอง ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ มีดังต่อไปนี้

1) ความรู้เดิม หากเรามีความรู้เดิมเกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก ๆ เราจะสามารถแปลความหมายได้ถูกต้องมาก เช่น ชาวป่าไม่เคยเห็นเครื่องบินมาก่อน เคยเห็นแต่นก และไม่เคยมารู้มาก่อนว่ามีเครื่องบินในโลกนี้ เขาจะเห็นเครื่องบินเป็นนกยักษ์ไป เช่นนี้เป็นต้น

2) ความต้องการ เช่น นิยายปรัมปราเรื่องก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ ชายคนหนึ่งทำงานจนสายมากหิวจนตัวลั่น แม่เอาข้าวมาส่งช้าเกิดโมโหหิวมองเห็นข้าวในก่องน้อยไป คิดว่าไม่อิ่มเลยทำร้ายแม่ไป พอกินข้าวอิ่มข้าวก็ยังเหลืออยู่ แสดงว่าความต้องการหากมีมากจะทำให้การรับรู้ในปริมาณผิดไปได้

3) ทศนคติ เป็นเครื่องเลือกรับสิ่งเร้า และเลือกแนวความสิ่งเร้า เช่น เรามีทศนคติที่ไม่ดีต่อคน ๆ หนึ่งอยู่แล้ว แม้ว่าเขาจะประพฤติปฏิบัติต่อเราดีเพียงใด เรามักจะมองไม่เห็นว่าคุณลักษณะการกระทำนั้นเป็นความดี เป็นต้น

4) ภาวะของอารมณ์ เมื่อคนอารมณ์ดีมีความสบายใจมักจะไม่พิจารณารายละเอียดของสิ่งเร้ามากนัก มักมองไม่เห็นข้อบกพร่องเห็นไปว่าสิ่งนั้นดีไปหมด แต่หากเราอยู่ในภาวะอารมณ์ไม่ดีมักจะมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ไม่น่าชอบใจไปหมด หรือถ้าหากว่าอารมณ์เสียมาก ๆ อาจจะไม่รับรู้อะไรเลย นักสรีรวิทยากล่าวว่า เมื่อคนเราอารมณ์เครียดมาก ๆ กล้ามเนื้อและประสาทจะมีความต้านทานการไหลเวียนของกระแสประสาทสูง ทำให้การรับรู้ไม่ดี

5) ลักษณะของวัฒนธรรม มีหลักการรับรู้อย่างหนึ่งว่า สิ่งต่าง ๆ จะมีคุณสมบัติตามคุณสมบัติของส่วนใหญ่ที่มันร่วมด้วย จารีตประเพณีและค่านิยมต่าง ๆ ในสังคม จะเป็นเครื่องกำหนดการรับรู้ของคนเรา เช่น คนไทยมองว่าการแสดงความรักในที่สาธารณะ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ แต่เป็นเรื่องปกติสำหรับชาวตะวันตก นั่นคือคนเรามีกรอบแห่งการอ้างอิง (Frames of Reference) ต่างกัน กรอบแห่งการอ้างอิงนั้น เรานำมาเป็นเครื่องวัดสิ่งต่าง ๆ ที่เราพบเห็น เพื่อพิจารณาตัดสินคุณภาพของสิ่งนั้นว่าเป็นอย่างไร

ปัจจัยสำคัญที่กำหนดการรับรู้ อาจแบ่งอีกลักษณะหนึ่งได้ 2

พวก คือ

1) ปัจจัยทางโครงสร้าง (Structural Factors) เป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้า และสภาวะทางประสาทของผู้รับรู้

2) ปัจจัยทางหน้าที่ (Functional Factors) เป็นลักษณะทางจิตของผู้รับรู้ ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการทางอารมณ์ ทศนคติ ค่านิยมและวัฒนธรรม เป็นต้น

ค. ความผิดพลาดของการรับรู้ โอกาสที่การรับรู้ของคนจะผิดพลาดนั้น อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) ความผิดพลาดอันเกิดจากสภาวะบางประการของสิ่งเร้า ซึ่งเกิดขึ้นได้กับบุคคลปกติ เราเรียกว่า Illusions เป็นการเกิดจากสภาวะสิ่งเร้าเอง เช่น วงกลมสองวงเท่ากัน วงหนึ่งถูกแวดล้อมด้วยวงกลมวงเล็ก อีกวงหนึ่งถูกแวดล้อมด้วยวงกลมก่อนข้างใหญ่ เราจะเห็นวงกลมซึ่งถูกแวดล้อมด้วยวงกลมเล็กมีขนาดโตกว่าวงกลมซึ่งถูกแวดล้อมด้วยวงกลมที่โตกว่า เป็นต้น

2) ความผิดพลาดของการรับรู้อันเกิดจากภาวะทางอินทรีย์ของผู้รับรู้ผิดไป เช่น กินยาบางอย่างเข้าไป แล้วเห็นหรือได้ยินเสียงที่ไม่มีจริง เช่นนี้เราเรียกว่า Hallucination

3) ความผิดพลาดของการรับรู้อาจเกิดจากโอกาสที่สังเกตไม่ค่อยจะดี เช่น แสงสว่างน้อยไป มีบางสิ่งบ้างบางส่วนของสิ่งนั้นหรือเหตุการณ์นั้น ความคาดหวังหรือความต้องการหรือทัศนคติอาจมีส่วนทำให้การรับรู้ผิดไปเช่นกัน

สำหรับการศึกษาคำนี้ การรับรู้อันเกิดจากความชัดเจนของสื่อประเภทต่างๆ และวิธีการดำเนินงานของสำนักงานประกันสังคมในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ซึ่งสามารถวัดได้จากคะแนนการตอบแบบสัมภาษณ์ในเรื่องเกี่ยวข้อง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.4.1 ความหมายของทัศนคติ

มีผู้ให้ความหมายของ "ทัศนคติ" หรือ "เจตคติ" ไว้ดังนี้ คือ

พจนานุกรมทางการศึกษา (Dictionary of Education) ให้คำจำกัดความว่า "ทัศนคติ" หมายถึง แนวโน้มหรือท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์หนึ่ง โดยปกติจะมีความรู้สึกและอารมณ์เกี่ยวข้องอยู่ในความเห็นนั้น ทัศนคติสังเกตไม่ได้ แต่จะอนุมานได้จากพฤติกรรมทั้งที่เป็นวาจา และท่าทาง

เธอร์สโตน (Therstone, 1967: 77) ให้ความหมายว่า "ทัศนคติ" เป็นผลรวมทั้งหมดของความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัว ต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านความรู้สึก เช่น ความคิดเห็น ดังนั้นเราวัดทัศนคติได้โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ

อัลพอร์ต (Allport, 1953: 810) กล่าวว่า "ทัศนคติ" เป็นสภาพความพร้อมของสมองและประสาท ที่จัดไว้เป็นระเบียบโดยอาศัยประสบการณ์เข้าช่วย ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

อนาสตาซี (Anastasi, 1976: 543) กล่าวว่า "ทัศนคติ" เป็นความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองสิ่งเร้าที่กำหนดให้เป็นพวก ๆ ในทางชอบหรือไม่ชอบ

กิลฟอร์ด (อ้างถึงใน สวัสดิ์ สุคนธรังษี, 2517: 231) ให้ความหมายว่า "ทัศนคติ" เป็นความโน้มเอียงของจิตใจในทางที่ชอบ เห็นด้วย สนับสนุน หรือไม่ชอบ ไม่เห็นด้วย ไม่สนับสนุนต่อการกระทำหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสังคม

เซดคักดี โฆวาสันธุ์ (2522: 93) ให้ความหมายว่า "ทัศนคติ" คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้แลประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า นั้น ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง อาจเป็นไปในทางสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การอบรมให้เรียนรู้ระเบียบของสังคม (Socialization) ทัศนคติจึงเป็นสิ่งที่ปลูกฝังและ พัฒนาได้ และเป็นสิ่งที่กำหนดให้บุคคลประพฤติปฏิบัติ หรือตอบสนองในการที่จะชอบหรือไม่ชอบต่อวัตถุ บุคคล สถานการณ์ หรือแม้แต่ความคิดเห็นต่าง ๆ

จากการให้ความหมายของนักวิชาการในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า "ทัศนคติ" เป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล เกิดขึ้นจากการรับรู้และ ประสบการณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ในลักษณะที่สนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเป็นสิ่งที่สังเกตไม่ได้ วัดโดยตรงไม่ได้ แต่วัดได้จากความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ

พิพัฒน์ ชารุันทกร อธิบายความหมายของทัศนคติไว้ในบทความทางวิชาการ เรื่อง "ทัศนคติกับการประยุกต์ใช้ทางการตลาด" (วารสารร่วมพฤษ 14, 2538 : 73-79) อย่างน่าสนใจดังนี้

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองในสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งเร้าที่กำหนดให้ คำว่า "สิ่งเร้า" ที่ใช้ในความหมายของทัศนคตินั้นกินความหมายกว้างมากเพราะอาจจะเป็นบุคคล การกระทำ เหตุการณ์ ความเห็น ประเพณี สถาบัน หรือประเด็นต่าง ๆ ทัศนคติดีมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ การเรียนรู้ ความสม่ำเสมอ และอิทธิพลของสถานการณ์ที่อาจจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ

ลักษณะประการแรกของทัศนคติ คือ เป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ซึ่งจะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ทางตรงที่ประสบกับตนเอง หรือประสบการณ์ทางอ้อมที่ได้รับข่าวสารข้อมูลมา ซึ่งล้วนแล้วแต่ทำให้เกิดการเรียนรู้และทำให้เกิดทัศนคติได้ในที่สุด

ลักษณะประการที่สองของทัศนคติ คือ ความสม่ำเสมอ ทัศนคติดีมีความสม่ำเสมอ แต่มีได้หมายความว่ามีความคงทนถาวร เพราะว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียน

รู้ได้ ดังนั้นเราจึงสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ และถึงแม้ว่าบุคคลนั้นจะมีได้ เปลี่ยนทัศนคติ แต่ก็มิได้หมายความว่าเขาจะต้องทำตามหรือแสดงพฤติกรรมทัศนคติ เสมอไป

ลักษณะประการสุดท้าย คือ อิทธิพลของสถานการณ์จะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ บางอย่างที้อาจจะเหมือนหรือแตกต่างไปจากทัศนคติเดิมหรืออาจจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากทัศนคติที่มีอยู่

2.4.2 โครงสร้างแบบจำลองของทัศนคติ

โครงสร้างแบบจำลองของทัศนคติเป็นตัวชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติมีส่วนประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ซึ่งจะมีด้วยกัน 3 แบบ และในแต่ละแบบจะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในแต่ละมุมมอง และแสดงถึงองค์ประกอบความสัมพันธ์ระหว่างกัน (คัดลอกจากบทความทางวิชาการ เรื่อง "ทัศนคติกับการประยุกต์ใช้ทางการตลาด" ของพิพัฒน์ ชารุณนทกร (วารสารร่วมพฤษภา 14, 2538 : 73-79)

แบบจำลอง Tricomponent Attitude Model ประกอบด้วย

1) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (The Cognitive Component) คือ ความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้ของบุคคลที่ได้มาโดยการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ทางตรงกับสิ่งเร้า และการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ความรู้และผลของการรับรู้เหล่านี้มักจะมาในรูปแบบของความเชื่อ นั่นคือ บุคคลเชื่อว่าทัศนคติต่อสิ่งเร้ามีหลายลักษณะ และมีพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจงอันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจงเช่นกัน

2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ (The Affective Component) อารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่สัมพันธ์โดยเฉพาะกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งประกอบขึ้นเป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์ของทัศนคติ อารมณ์และความรู้สึกเหล่านี้จะเป็นหลักสำคัญในการประเมินทัศนคติที่แต่ละบุคคลจะแสดงออกมาว่าชอบหรือไม่ชอบ และเนื่องจากองค์ประกอบด้านอารมณ์เป็นตัวประเมินความรู้สึกโดยรวมเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า จึงถูกพิจารณาให้เป็นส่วนสำคัญของทัศนคติ

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้หรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะกระทำสิ่งที่เฉพาะเจาะจงหรือแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้าที่เป็นเป้าทัศนคติ

แบบจำลอง Single-Component Attitude Model

แบบจำลองนี้จะพิจารณาเน้นหนักเฉพาะองค์ประกอบทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึกว่าเป็นเสมือนดังตัวทัศนคติเอง แบบจำลองนี้นิยมกันในหมู่นักวิจัยที่ต้องการประหยัดเวลาและพื้นที่ในการสัมภาษณ์โดยการใช้มาตรวัดการประเมินผลในแบบสอบถาม

เพื่อกำจัดข้อบกพร่องของแบบจำลองทั้งสองจึงได้มีการประนีประนอมระหว่างแนวคิด โดยยังคงพิจารณาองค์ประกอบด้านอารมณ์มาชี้วัดทัศนคติ และให้องค์ประกอบอีกสองประการที่เหลือคือ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรมเป็นตัวสนับสนุน เรียกว่าเป็น Modified Single-Component Attitude Model หรือ Multi-Attribute Attitude Model

แบบจำลอง Multi-Attitude Model

แบบจำลองนี้เป็นที่สนใจของนักวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์มาก เพราะสามารถใช้เป็นตัวแบบในการตรวจสอบการเลือกคุณลักษณะหรือความเชื่อของบุคคลได้ ในที่นี้จะขอเสนอ 3 รูปแบบคือ

1) The Attitude-Toward-Object Model เป็นแบบจำลองที่มีความเหมาะสมสำหรับวัดทัศนคติที่มุ่งสู่สิ่งเร้า เช่น ความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สามารถเขียนในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$\text{Attitude}_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

$\text{Attitude}_o =$ ทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า

$b_i =$ ความเชื่อที่บุคคลมีต่อคุณสมบัติที่ i

$e_i =$ การประเมินค่าของคุณสมบัติที่ i ของบุคคล

แบบจำลองนี้มักจะใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินคุณลักษณะบางอย่างโดยรวมต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่น ความชอบ ความรัก ความตั้งใจ กับความเชื่อที่บุคคลผสมผสานระหว่างคุณสมบัติที่เฉพาะเจาะจง และความสำคัญที่บุคคลให้ต่อคุณสมบัตินั้น

2) The Attitude-Toward-Behavior Mode เป็นแบบจำลองทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมหรือการกระทำที่สัมพันธ์ต่อสิ่งเร้า จุดที่น่าสนใจสำหรับแบบจำลองนี้คือความที่ดูเหมือนว่ามีความใกล้เคียงกับพฤติกรรมจริงมากกว่าแบบจำลองทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า เช่น การรับรู้ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการซื้อสินค้าราคาแพง จะมีความชัดเจนกว่าการรับรู้ทัศนคติของบุคคลที่มีศักยภาพในการซื้อ เนื่องจากผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้า

ราคาแพงอาจจะมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อสินค้านั้น แต่ผู้ที่มีศักยภาพในการซื้อแต่ยังไม่ได้ซื้ออาจมีทัศนคติที่เป็นลบต่อสินค้าราคาแพงก็เป็นได้ สามารถเขียนในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$\text{Attitude}_{(\text{beh})} = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

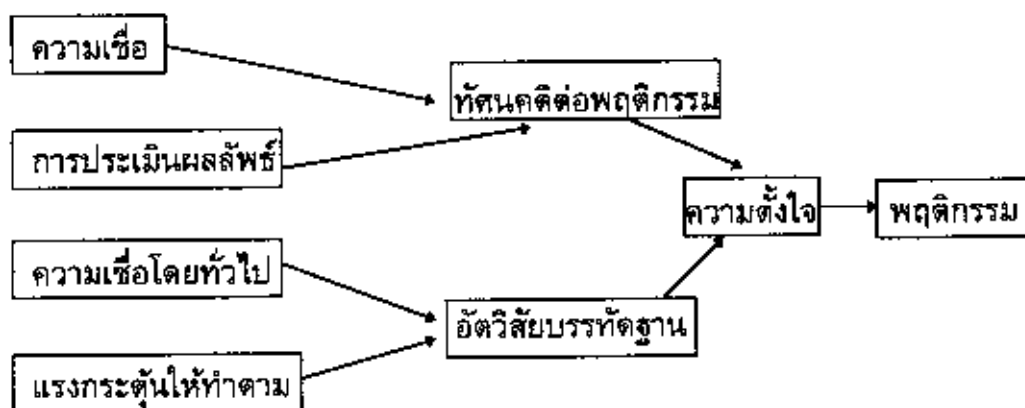
$\text{Attitude}_{(\text{beh})}$ = ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม

b_i = ความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรม i ที่ทำให้เกิดผล

e_i = การประเมินผล i ที่เกิดจากการกระทำหรือพฤติกรรม

3) Theory of Reasoned Action Model แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงการจัดองค์ประกอบของทัศนคติอย่างซับซ้อนที่จะช่วยให้สามารถคะแนน และอธิบายพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรัก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม แต่อย่างไรก็ตามแบบจำลองนี้ได้ทำการจัดรูปแบบขององค์ประกอบทั้งสามแตกต่างไปจาก Tricomponent Model โดยจะเริ่มต้นการอธิบายจากพฤติกรรมได้ทางดีที่สุด จะต้องพิจารณาถึงความตั้งใจที่จะกระทำ ดังนั้น นักวิจัยที่ต้องการคาดคะแนนพฤติกรรมจะทำการวัดความตั้งใจแทน เพื่อให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้นตามภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 2.2 แสดง Theory of Reasoned Action Model อย่างง่าย



ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมสามารถวัดได้โดยตรงในฐานะที่เป็นความรู้สึก โดยมีความเชื่อว่าพฤติกรรมจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น และการประเมินผลของการกระทำที่ได้กระทำลงไปนั้นจะทำให้เกิดทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม

ในทำนองเดียวกันเพื่อให้เข้าใจถึงความตั้งใจ เราสามารถที่จะวัดบรรทัดฐานทางอัตวิสัยที่มีผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสามารถวัดได้โดยตรงด้วยการประเมินความรู้สึกของบุคคลในฐานะที่เป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาว่า การกระทำที่จะคาดหวังนั้น เราสามารถที่จะวัดความเชื่อโดยทั่วไป และแรงกระตุ้นที่จะทำตามในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้

สามารถสรุปได้ว่า "ทัศนคติ" เป็นความรู้สึกทางด้านบวกและลบของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ทำให้บุคคลพร้อมที่จะโต้ตอบออกมาเป็นพฤติกรรม (พรพิมล วราวุฒิปุททพงศ์, 2528: 82) ความคิดเห็น (Opinion) เป็นการแสดงทัศนคติออกมาให้ปรากฏ ให้ผู้อื่นทราบโดยใช้ภาษาเป็นสื่อ เราจึงสามารถวัดทัศนคติของบุคคลได้ โดยพิจารณาจากภาษาที่บุคคลแสดงออก หรือพิจารณาจากความคิดเห็นนั่นเอง

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ จึงวัดทัศนคติโดยสำรวจความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างมีต่องานประกันสังคม สิทธิประโยชน์ และขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ การแสดงออกของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เป็นผลสืบเนื่องมาจากสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่นำมาใช้ประชาสัมพันธ์นั่นเอง

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาประสิทธิผล

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาประสิทธิผล ประกอบด้วย การอธิบายความหมายของคำว่า "ประสิทธิผล" และการวิเคราะห์จุดมุ่งหมายของการทำงานประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมของสำนักงานประกันสังคม ดังต่อไปนี้

2.5.1 ความหมาย

มีนักวิชาการให้ความหมายของคำว่า "ประสิทธิผล" ไว้ที่น่าสนใจ ดังนี้

สมพงษ์ เกษมสิน (2526: 14) อธิบายว่า "ประสิทธิผล" คือ การพิจารณาการทำงานที่สำเร็จลุล่วงดังประสงค์ หรือที่คาดหวังไว้เป็นหลัก และความสำเร็จ

จากงานอย่างมีประสิทธิภาพนี้ อาจเกิดจากการปฏิบัติงานที่ไม่ประหยัด หรือไม่มีประสิทธิภาพก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามการการปฏิบัติงานทุกประเภท ก็คือการใช้ปัจจัยพื้นฐานซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรการบริหาร 4 ประการอันได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) ถึงแม้ว่าคุณค่าทางประสิทธิภาพของงานจะไม่คำนึงถึงความประหยัด (Economy) และความพึงพอใจ (Satisfaction) เพราะถือว่าเพียงแต่งานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายก็เพียงพอแล้ว เช่น การจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ตั้งเป้าหมายว่าจะต้องทำให้สำเร็จทั้งประเทศภายในเวลา 5 ปี ในกรณีนี้ถ้าทำสำเร็จถือว่างานมีประสิทธิภาพ คือ บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนจะสิ้นเปลืองงบประมาณสักเพียงใด ก็เป็นเรื่องที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ผลงานที่ได้อาจไม่ประหยัดแต่มีประสิทธิภาพ

ปุรุชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2529: 41-42) ให้ความหมายและอธิบายว่า การศึกษาประสิทธิภาพ คือ การเปรียบเทียบผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่ปรากฏว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่เพียงใด

ไพศาล ชัยมงคล (2530: 52) ให้ความหมายและอธิบายว่า คือ ความสามารถขององค์กรที่ทำให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลในวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือถ้ามองอีกด้านหนึ่งคือ การเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้จากการปฏิบัติงานหรือผลที่ได้จากการดำเนินงานตามแผนงานกับวัตถุประสงค์ของแผนงาน

2.5.2 วิเคราะห์ประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

ภารกิจหลักของสำนักงานประกันสังคม คือ ให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างหรือผู้ประกันตน เพื่อเป็นหลักประกันในการดำรงชีวิต ให้มีการทดแทนการขาดรายได้ และบริการรักษาพยาบาลด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นธรรม ดังที่ได้กำหนดเป็นทัศนภาพ (Vision) ประจำองค์การเอาไว้ว่า "สร้างความศรัทธาในงานประกันสังคมให้เกิดการยอมรับเป็นหลักประกันความมั่นคงของชีวิตด้วยบริการเป็นเลิศ พร้อมทั้งเสริมสร้างกองทุนให้มีเสถียรภาพ" แต่จะต้องยอมรับความจริงว่า ถึงแม้จะได้มีการนำระบบประกันสังคมในรูปแบบการให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานให้แก่นายจ้างมาบังคับใช้เป็นเวลาประมาณ 20 ปีแล้วก็ตาม (หรือที่รู้จักกันในนามของ "กองทุนเงินทดแทน") แต่สำหรับการคุ้มครองลูกจ้างที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันไม่เกี่ยวเนื่องกับการทำงานให้นายจ้าง (หรือที่รู้จักกันในนาม

"กองทุนประกันสังคม") เพิ่งจะเริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2533 หรือประมาณ 7 ปีเท่านั้น การให้บริการในระยะเวลาอันน้อยนิดเช่นนี้ย่อมไม่สามารถสร้างความนิยมชมชอบ การยอมรับ และความเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือมวลชนได้เท่าที่ควร การประชาสัมพันธ์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะต้องนำมาใช้ เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ตลอดจนขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ดังนั้นหากสามารถดำเนินการให้กลุ่มเป้าหมายหรือมวลชนเกิดความเข้าใจอันดีต่องาน สิทธิประโยชน์ และวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องได้แล้วความนิยมชมชอบ และความเชื่อถ้อย่อมตามมาและนำไปสู่การยอมรับ ให้การสนับสนุน และเข้ามามีส่วนร่วมในระบบประกันสังคมอย่างเต็มใจในที่สุด

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การรับรู้ และทัศนคติ สามารถสรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันสังคม ดังนี้

1) กำหนดจุดมุ่งหมาย

จากแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ คือ

- สร้างความนิยม (Create Goodwill) เพื่อให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ ความเชื่อถือ และนำไปสู่การสนับสนุน

- สร้างชื่อเสียงและป้องกันมิให้ชื่อเสียงเสื่อมเสีย (Create and Preventive Reputations) ในขณะที่องค์การมีชื่อเสียงที่ดี มวลชนและกลุ่มเป้าหมายยอมรับและเชื่อถือ แต่ในขณะเดียวกันจะต้องมีการป้องกันมิให้ชื่อเสียงที่ดีของตนนั้นเสื่อมเสียด้วย เพราะย่อมนำมาซึ่งการสูญเสียความเชื่อถือ การยอมรับ และการสนับสนุนจากมวลชนและกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน

- สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน (Create Interrelated Understanding) ให้เป็นการติดต่อ 2 ทาง (Two-way Communication) เพื่อให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกันได้ ทั้งภายในและภายนอก เพราะการสร้าง ความเข้าใจอันดีย่อมมีความสำคัญ และมีผลต่อความอยู่รอดขององค์การ

- สร้างการยอมรับให้เกิดกับสื่อมวลชน (Building Recognition) ขั้นสุดท้ายซึ่งการประชาสัมพันธ์มุ่งหวัง ก็คือ การยอมรับจากมวลชน เพราะย่อมนำมาซึ่งการดำเนินงานขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้ เนื่องจากการยอมรับย่อมนำมาซึ่งการสนับสนุนนั่นเอง

ดังนั้น จุดมุ่งหมายของสำนักงานประกันสังคมในการประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมไปสู่กลุ่มเป้าหมายและมวลชน เมื่อบูรณาการแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งทัศนภาพ (Vision) ของหน่วยงานซึ่งกำหนดไว้ว่า "สร้างความศรัทธาในงานประกันสังคมให้เกิดการยอมรับเป็นหลักประกันความมั่นคงของชีวิตด้วยบริการเป็นเลิศ พร้อมทั้งเสริมสร้างกองทุนให้มีเสถียรภาพ" สามารถสังเคราะห์ได้ว่า

"เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม เพื่อให้เกิดความนิยม (สิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับ) อันจะนำไปสู่ความรู้เข้าใจอย่างถูกต้องต่อวิถีปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิประโยชน์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับและความเชื่อถือ และนำไปสู่การสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การ"

2) ศึกษารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์และค้นหาปัจจัยที่อาจจะเกี่ยวข้องกับการเกิดสัมฤทธิ์ผลตามจุดมุ่งหมาย เช่น

- รูปแบบที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น การประชุมชี้แจง จัดหน่วยเคลื่อนที่ จัดทำเอกสารคู่มือ จัดหมายข่าว แผ่นพับ นิทรรศการ เป็นต้น

- รูปแบบที่สามารถเข้าถึงโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น การใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3) กำหนดเครื่องมือวัดประสิทธิผล

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การรับรู้ และทัศนคติ สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม เพื่อสร้างความนิยม ความเข้าใจ การยอมรับ ความเชื่อถือ และนำไปสู่การสนับสนุนนั้น สามารถวัดได้จาก

- ระดับความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่ประชาสัมพันธ์ (การรับรู้ หรือ Perception)

- แนวโน้มหรือทิศทางของความรู้สึกที่กลุ่มเป้าหมายและมวลชนมีต่อภารกิจขององค์การ และองค์การ (สำรวจความคิดเห็นเพื่อวัดทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายและมวลชน)

4) กำหนดประเด็นหรือแนวเรื่องที่เกี่ยวข้อง

- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม
- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ

- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ
- ทักษะคิดต้องงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์ ขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ และองค์การ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทบทวนงานเฉพาะวิจัยที่กำหนดให้ความรู้ความเข้าใจ (Cognition) และทัศนคติ (Attitude) เป็นตัวชี้วัดประสิทธิผลของการดำเนินงานในรูปแบบการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์หรือพยากรณ์การบรรลุวัตถุประสงค์/จุดมุ่งหมาย (ประสิทธิผล) เท่านั้น โดยไม่จำกัดเรื่องและประเด็น

นภพล กาญจนกานนท์ และคณะ (2538) ศึกษาวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของการจัดบรรยากาศการฝึกอาชีพให้แก่หญิงโสเภณี" โดยกำหนดให้ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติต่อการค้าประเวณีเป็นตัวชี้วัดประสิทธิผลของการจัดบรรยากาศการฝึกอาชีพให้แก่ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมอาชีพ ณ สถานสงเคราะห์หญิงบ้านนารีสวัสดิ์ (ปัจจุบันคือ "สถานคุ้มครองและพัฒนาอาชีพบ้านนารีสวัสดิ์") จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดบรรยากาศการฝึกอาชีพ คือ บรรยากาศทั่วไป และการจัดบรรยากาศการเรียนรู้ในขณะที่ฝึกอบรม โดยค้นพบว่า ถึงแม้สถานสงเคราะห์หญิงบ้านนารีสวัสดิ์จะมีการจัดบรรยากาศการฝึกอาชีพในระดับที่ดี สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เรียนอย่างสูงสุด แต่เมื่อผ่านการการฝึกอบรมแล้ว จากการวัดความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของผู้เรียน แต่กลับพบว่า การจัดบรรยากาศการฝึกอาชีพโสเภณีโดยมุ่งประสงค์ให้ผู้เรียนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไม่มีประสิทธิผล คือไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อผลเสียของการค้าประเวณี และไม่มีความแน่ใจ/ตระหนัก/ตัดสินใจว่าการดำรงชีวิตด้วยการค้าประเวณีเป็นสิ่งไม่พึงกระทำ

นภพล กาญจนกานนท์ และคณะ (2538) ศึกษาวิจัยเรื่อง "ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และจิตสำนึกร่วมของประชาชน: ประสิทธิผลของการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในแม่น้ำเจ้าพระยา" โดยศึกษาจากการดำเนินงานตามโครงการรักเจ้าพระยากับตาวิเศษพบว่า การรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมตามโครงการรักเจ้าพระยากับตาวิเศษมีประสิทธิผลใน

ระดับสูงมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในแม่น้ำเจ้าพระยา (วัดจากระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันแก้ไขปัญหามลภาวะในชีวิตประจำวัน) ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และการรับรู้ถึงผลเสียของสภาพมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังค้นพบว่า ลักษณะอาชีพ และประเภทของสื่อที่ใช้รณรงค์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโครงการ โดยสถานประกอบการซึ่งมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันปัญหามลภาวะมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในแม่น้ำเจ้าพระยามากที่สุด และสื่อประเภทโทรทัศน์และวิทยุมีความสัมพันธ์กับการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมในแม่น้ำเจ้าพระยามากที่สุด

พรพรรณ กาญจนาคม (2539) ศึกษาวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการรักษาสิ่งแวดล้อมในคูคลองและลำรางสาธารณะ" (การดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร) ซึ่งกำหนดให้ ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหามลภาวะ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษในแม่น้ำลำคลอง คือตัวชี้วัดประสิทธิผล จากการศึกษาพบว่า กรุงเทพมหานครสามารถการดำเนินงานได้บรรลุวัตถุประสงค์หรือมีประสิทธิผลในระดับค่อนข้างสูง โดยประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่อการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษในแม่น้ำลำคลอง และมีส่วนร่วมหรือให้ความร่วมมือกับทางราชการในการป้องกันแก้ไขปัญหามลพิษในแม่น้ำลำคลองในระดับที่ดี และประชาชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามโครงการ และการดำเนินงานบำบัดน้ำเสียด้านกายภาพและเคมีของทางราชการในระดับค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโครงการ ได้แก่ วิธีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความรู้และประสบการณ์ให้แก่ประชาชน และปัจจัยด้านประชากรและสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะที่อยู่อาศัยหรือสถานประกอบการ อาชีพ และระดับการศึกษา

2.7 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

เพื่อฉายภาพของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา จึงสรุปความเป็นมา การจัดการศึกษา และสถานที่ศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2528: เอกสารโรเนียว) ไว้ดังนี้

2.7.1 ความเป็นมา

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เป็นชื่อใหม่ของวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ที่ได้รับพระราชทานนามจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2531 โดยพระราชบัญญัติเปลี่ยนชื่อวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา เป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2532

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเป็นสถาบันการศึกษาและวิจัยซึ่งมีสถานภาพเป็นกรม ๆ หนึ่งในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ มีอธิการบดีเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด และเป็นหัวหน้าส่วนราชการ การดำเนินงานของสถาบันฯ อยู่ภายใต้การควบคุมของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และมีหน้าที่ดังนี้

- 1) ผลิตครูอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี
- 2) จัดการศึกษาด้านวิชาชีพ ทั้งระดับประกาศนียบัตร ระดับปริญญาตรี และประกาศนียบัตรชั้นสูง
- 3) ทำการวิจัยเพื่อส่งเสริมการศึกษาทางด้านวิชาชีพ และการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม

2.7.2 การจัดการศึกษา

ปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลจัดการศึกษา 2 ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตร และระดับปริญญาตรี

1) การจัดการศึกษาระดับประกาศนียบัตร โดยแบ่งออกเป็น 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มีวิทยาเขตในสังกัดที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 29 แห่ง รับผิดชอบดำเนินการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ทางสายช่างอุตสาหกรรม เกษตรกรรม พณิชยกรรม คหกรรม และศิลปกรรม

2) การจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ในสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ และสาขาศึกษาศาสตร์ ประกอบด้วย 10 คณะ รับผิดชอบดำเนินการจัดการเรียนการสอน และมีหน่วยงานรับผิดชอบงานปริญญาอีก 3 หน่วยงาน คือ สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบ สถาบันวิจัยและมีกิจกรรมการเกษตรสำปาง และสถาบันวิจัยและมีกิจกรรมการเกษตรสกลนคร

เนื่องจากการจัดการศึกษาระดับปริญญาในส่วนกลาง ยังไม่มีสถานที่ โดยเฉพาะ ต้องอาศัยสถานที่ของวิทยาเขตต่าง ๆ เป็นการชั่วคราว สถาบันฯ จึงได้จัดทำโครงการก่อสร้างศูนย์กลางการจัดการศึกษาขึ้น ได้รับอนุมัติงบประมาณสามารถเริ่มดำเนินการได้ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2527 ที่ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีเนื้อที่ประมาณ 740 ไร่ และให้ชื่อว่า "ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล"

ในด้านการขยายการจัดการศึกษานั้น สถาบันฯ มีนโยบายที่จะจัดการศึกษาสนองความต้องการของตลาดแรงงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ดังนั้น สถาบันฯ จึงได้เปิดสอนสาขาวิชาใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นหลายสาขาวิชา ขยายการเปิดสอนสาขาวิชาชีพที่ขาดแคลนทั้งระดับประกาศนียบัตร และระดับปริญญา แลเปิดสอนระดับปริญญาตรีบางสาขาในวิทยาเขตต่าง ๆ พร้อมทั้งได้จัดตั้งคณะใหม่ขึ้นอีกคณะหนึ่ง คือ "คณะวิศวกรรมเกษตรและเทคโนโลยี" เพื่อสนองความต้องการกำลังคนของตลาดแรงงาน และรองรับ High Technology ในสังคมปัจจุบัน

2.7.3 สถานที่ทำงาน และสถานที่ศึกษา

ส่วนกลาง

- สำนักอธิการบดี ตั้งอยู่ในบริเวณวิทยาเขตเทเวศน์ ถนนสามเสน กรุงเทพมหานคร
- สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบ เปิดทำการอยู่ในบริเวณ วิทยาเขตเทเวศน์ อาคาร 1 ชั้น 4 เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
- คณะศิลปศาสตร์ สถานที่ทำงานของคณะอยู่ในบริเวณศูนย์กลาง สถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- คณะศึกษาศาสตร์ สถานที่ทำงานของคณะอยู่ในบริเวณศูนย์กลาง สถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- คณะวิศวกรรมเทคโนโลยี เปิดทำการสอนที่ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- คณะบริหารธุรกิจ เปิดทำการสอนที่ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- คณะสหกรรมศาสตร์ เปิดทำการสอนที่ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

- คณะศิลปกรรม เปิดทำการสอนที่ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- คณะนาฏศิลป์และดุริยางค์ เปิดทำการสอนในวิทยาลัยนาฏศิลป์ กรมศิลปากร ถนนราชินี กรุงเทพมหานคร และที่อาคารคณะบริหารธุรกิจ ถนนวิภาวดีรังสิต เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
- คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร เปิดทำการสอนที่ ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ เปิดทำการสอนในวิทยาเขตเทคนิค กรุงเทพ ถนนนางลิ้นจี่ เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
- วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เปิดทำการสอนในวิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ถนนนครสวรรค์ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
- วิทยาเขตพัฒนชัยการพระนคร เปิดทำการสอนในวิทยาเขตพระนคร ถนนพิษณุโลก เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
- วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เปิดทำการสอนในวิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ถนนจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
- วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ เปิดทำการสอนในวิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ ถนนอาคารสงเคราะห์ เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
- วิทยาเขตพระนครใต้ เปิดทำการสอน ณ ศูนย์กลางสถาบันราชมงคล ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- วิทยาเขตโชติเวช เปิดทำการสอนในวิทยาเขตโชติเวช ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
- วิทยาเขตอุเทนถวาย เปิดทำการสอนในวิทยาเขตอุเทนถวาย ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ส่วนภูมิภาค

- คณะเกษตรกรรมบางพระ เปิดทำการสอนในบริเวณวิทยาเขตบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
- คณะเกษตรศาสตร์นครศรีธรรมราช เปิดทำการสอนในคณะเกษตรศาสตร์นครศรีธรรมราช อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง สถานที่ตั้ง 179 หมู่ที่ 3 ตำบลไม้ฝาด อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง สถานที่ทำงานชั่วคราว 28/8 ถนนเพลินพิทักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
 - วิทยาเขตปทุมธานี เปิดทำการสอนในวิทยาเขตปทุมธานี ตำบล ประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
 - วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา หันตรา เปิดทำการสอนในวิทยาเขต พระนครศรีอยุธยา หันตรา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
 - วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสกรี เปิดทำการสอนในวิทยาเขต พระนครศรีอยุธยา วาสกรี อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
 - สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรลำปาง เปิดทำการอยู่ใน วิทยาเขตลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
 - วิทยาเขตลำปาง เปิดทำการสอนในวิทยาเขตลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
 - วิทยาเขตภาคพายัพ เปิดทำการสอนในวิทยาเขตภาคพายัพ ถนน ห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
 - วิทยาเขตพิษณุโลก เปิดทำการสอนในวิทยาเขตพิษณุโลก ตำบล บ้านกร่าง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
 - วิทยาเขตน่าน เปิดทำการสอนในวิทยาเขตน่าน ตำบลฝายแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
 - วิทยาเขตตาก เปิดทำการสอนในวิทยาเขตตาก ถนนพหลโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดตาก
 - สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร ตำบลท่าแร่ อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร
 - วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เปิดทำการสอนในวิทยาเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนสุนทราราม ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมือง จังหวัด นครราชสีมา
 - วิทยาเขตขอนแก่น เปิดทำการสอนในวิทยาเขตขอนแก่น ถนนศรี จันท์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
 - วิทยาเขตกาฬสินธุ์ เปิดทำการสอนในวิทยาเขตกาฬสินธุ์ ตำบล เหนือ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

- วิทยาลัยเกษตรสุรินทร์ เปิดทำการสอนในวิทยาลัยเกษตรสุรินทร์ ถนนสายสุรินทร์-ปราสาท อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์
- วิทยาลัยเกษตรศรีนครราชสีมา เปิดทำการสอนในวิทยาลัยเกษตรศรีนครราชสีมา ตำบลต้าใหญ่ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- วิทยาลัยเกษตรภาคใต้ เปิดทำการสอนในวิทยาลัยเกษตรเทคนิคภาคใต้ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Study) เพื่อวิเคราะห์อำนาจการพยากรณ์ที่ตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตาม โดยมีขั้นตอนในการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 ตัวแปรที่ศึกษา

3.1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

เนื่องจากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถทำนายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การรับรู้ และทัศนคติ สามารถสรุปเป็นขั้นตอนการกำหนดตัวแปรได้ดังนี้

1) จากการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันสังคม พบว่า ควรให้ความสนใจศึกษารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์และค้นหาปัจจัยที่อาจจะเกี่ยวข้องกับการเกิดสัมฤทธิ์ผลตามจุดมุ่งหมาย อันได้แก่ รูปแบบที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น การประชุมชี้แจง จัดหน่วยเคลื่อนที่ จัดทำเอกสารคู่มือ จัดหมายข่าว แผ่นพับ นิทรรศการ เป็นต้น และรูปแบบที่สามารถเข้าถึงโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น การใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น และเนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับสิ่งที่กล่าวมาเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกหรือสภาพแวดล้อมทางสังคม ดังนั้นจึงกำหนดให้ตัวแปรอิสระต่อไปนี้ คือ ปัจจัยทางสังคม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

กลุ่มที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมโดยตรงจากนิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือและแผ่นพับ และจดหมายข่าว

2) บรรยากาศในสถานศึกษาย่อมมีส่วนที่ทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาสรับรู้เรื่องราว และประสบการณ์ต่าง ๆ มากมาย และในบรรดาสิ่งที่กล่าวมานั้น กำหนดให้พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมในสถานศึกษา เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมใน

สถานศึกษา และประสบการณ์จากการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับงานประกันสังคม เป็นปัจจัยทางสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง

3) ส่วนที่เป็นสภาพแวดล้อมภายใน หรือสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากธรรมชาติ และความสามารถของปัจเจกบุคคล เช่น เพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน (เกรดเฉลี่ย) และการทำงานนอกเวลาเรียน นอกจากนี้ การปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่ผูกพันกันโดยธรรมชาติ เช่น อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา รวมถึงปัจจัยเลี้ยงชีพหรือรายได้ครอบครัว ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้เป็นปัจจัยทางประชากร

3.1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การรับรู้ และทัศนคติ สามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมเพื่อสร้างความนิยม ความเข้าใจ การยอมรับ ความเชื่อถือ และนำไปสู่การสนับสนุนนั้น สามารถวัดได้จากระดับความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่ประชาสัมพันธ์ (การรับรู้ หรือ Perception) และแนวโน้มหรือทิศทางของความรู้สึกที่กลุ่มเป้าหมายและมวลชนมีต่อภารกิจขององค์กร และองค์กร (สำรวจความคิดเห็นเพื่อวัดทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายและมวลชน) จึงกำหนดให้ตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ และทัศนคติต่องานประกันสังคม สิทธิประโยชน์ ขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ และองค์กร

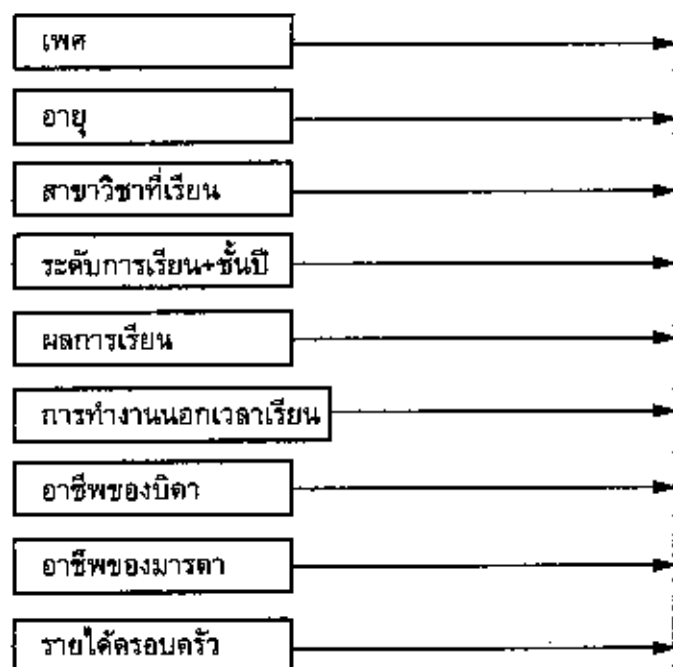
3.2 ตัวแบบและกรอบในการศึกษา

จากการสำรวจแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบในการศึกษา ดังแผนภูมิต่อไปนี้

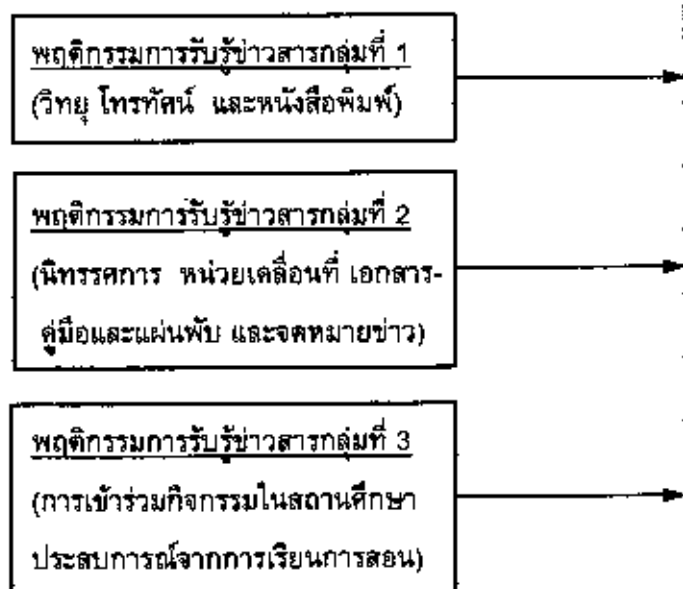
แผนภูมิที่ 3.1 ตัวแบบในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถทำนาย
ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ
งานประกันสังคม

ตัวแปรอิสระ

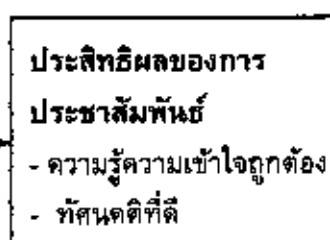
ปัจจัยทางประชากร



ปัจจัยทางสังคม



ตัวแปรตาม



แผนภูมิที่ 3.1 เป็นกรอบในการศึกษาที่กำหนดขึ้นจากการแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการวิจัย จะเห็นได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ลักษณะคือ ตัวแปรปัจจัยทางประชากร และตัวแปรปัจจัยทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐาน และชี้ว่าตัวแปรตาม (ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์) สามารถเขียนเป็นสมการถดถอย (Regression Model of Analysis) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Effectiveness (E)} = & C_0 + B_1P_1 + B_2P_2 + B_3P_3 + B_4P_4 + B_5P_5 + B_6P_6 + B_7P_7 + \\ & B_8P_8 + B_9P_9 + B_{10}S_1 + B_{11}S_2 + B_{12}S_3 + B_{12}S_{1,2} + B_{12}S_{1,3} + \\ & B_{12}S_{2,1} + B_{12}S_{2,2} + B_{12}S_{2,3} + B_{12}S_{2,4} + B_{12}S_{3,1} + B_{12}S_{3,2} + \\ & B_{12}S_{3,3} + B_{12}S_{3,4} + B_{12}S_{3,5} \end{aligned}$$

Effectiveness (E) = ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

C_0 = ค่าคงที่ (Constant) หรือจุดตัด (Intercept)

B_{1-19} = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงส่วน (Regression Coefficient)

P_1 = เพศ (Dummy)

P_2 = อายุ

P_3 = สาขาวิชาที่เรียน (Dummy)

P_4 = ระดับการเรียน และชั้นปี (ใช้จำนวนปีที่เรียนนับตั้งแต่ชั้นประถมปีที่ 1 : เริ่มตั้งแต่ 11 - 16)

P_5 = ผลการเรียน

P_6 = การทำงานนอกเวลาเรียน (Dummy)

P_7 = อาชีพของบิดา (Dummy)

P_8 = อาชีพของมารดา (Dummy)

P_9 = รายได้ครอบครัว (รายได้จากทำงานนอกเวลา+รายได้บิดา +รายได้มารดา)

$S_{1,1}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 1 (ผ่านสื่อมวลชน)

$S_{1,2}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 1 (ผ่านสื่อมวลชน)

$S_{1,3}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 1 (ผ่านสื่อมวลชน)

$S_{2,1}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 2 (โดยตรง)

$S_{2,2}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 2 (โดยตรง)

$S_{2,3}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 2 (โดยตรง)

$S_{2,4}$ = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 2 (โดยตรง)

- S_{3.1} = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 3 (ในสถานศึกษา)
 S_{3.2} = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 3 (ในสถานศึกษา)
 S_{3.3} = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 3 (ในสถานศึกษา)
 S_{3.4} = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 3 (ในสถานศึกษา)
 S_{3.5} = พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร กลุ่มที่ 3 (ในสถานศึกษา)

3.3 สมมติฐาน

จากกรอบแนวคิดในการศึกษา นำมากำหนดเป็นสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ตัวแปรปัจจัยด้านประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชา ที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน การทำงานนอกเวลาเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

จากสมมติฐาน ผู้วิจัยต้องการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม กล่าวคือ ตัวแปรอิสระเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรมีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับตัวแปรตามประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หรือ 0.05 หรือไม่

สมมติฐานที่ 2 ตัวแปรปัจจัยด้านสังคม คือ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมโดยตรง เช่น จากนิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือ และแผ่นพับ และจดหมายข่าว และพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา (เช่น เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรง และทราบจากการจัดกิจกรรมทั่ว ๆ ไปในสถาบัน) และประสบการณ์จากการเรียนการสอน (เช่น อาจารย์กล่าวถึงในช่วงการเรียนสอน อาจารย์ให้ทำรายงาน และเลือกทำรายงานที่เกี่ยวข้อง) มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

จากสมมติฐาน ผู้วิจัยต้องการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม กล่าวคือ ตัวแปรอิสระเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับตัวแปรตามประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หรือ 0.05 หรือไม่

สมมติฐานที่ 3 ตัวแปรปัจจัยทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน การทำงานนอกเวลาเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้ครอบครัว ตัวแปรปัจจัยทางสังคม ได้แก่ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมโดยตรง เช่น จากนิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือและแผ่นพับ และจดหมายข่าว และพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา (เช่น เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรง และทราบจากการจัดกิจกรรมทั่ว ๆ ไปในสถาบัน) และประสบการณ์จากการเรียนการสอน (เช่น อาจารย์กล่าวถึงในช่วงการเรียนสอน อาจารย์ให้ทำรายงาน และเลือกทำรายงานที่เกี่ยวข้อง) สามารถร่วมกันทำนายและอธิบายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้

จากสมมติฐาน ผู้วิจัยต้องการพิสูจน์ว่าในกลุ่มปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม ตัวแปรใดบ้างสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หรือ 0.05

3.4 ระดับการวัดของตัวแปร

เนื่องจากตัวแปรเพศ สาขาวิชาที่เรียน การทำงานนอกเวลาเรียน อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา มีระดับการวัดเป็นตัวแปรไม่ต่อเนื่อง จึงสร้างตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ให้มีลักษณะทวินาม (Dichotomous) คือ 1 และ 0 เพื่อให้สอดคล้องกับตัวแปรอื่น ๆ ที่มีระดับการวัดเป็น Interval Scale ตลอดจนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และพิสูจน์สมมติฐาน ด้วยการเขียนคำสั่ง RECODE หรือ COMPUTE และ IF ในขั้นตอนประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Release 7.5.1

3.5 ประชากรที่ศึกษา และการสุ่มตัวอย่าง

3.5.1 ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ที่กำลังศึกษาปวช. และระดับ ปวส. ในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 7 แห่ง ได้แก่ วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วิทยาเขตพณิชยการพระนคร วิทยาเขต

บพิตรพิมุข จักรวรรดิ วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ วิทยาเขตโซติเวซ และวิทยาเขตอุเทนถวาย

3.5.2 เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์อำนาจการพยากรณ์ที่ตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตามซึ่งเป็นการพิสูจน์ทฤษฎี พัฒนาการความรู้ และเสนอแนะกลุ่มเป้าหมายซึ่งประสงค์ต่อผลในระยะยาว จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป้าประสงค์ (Purposive Random Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมกับกระบวนการวิเคราะห์ และข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติที่ใช้เท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 ราย จากวิทยาเขตของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 7 แห่ง โดยมีหลักเกณฑ์ในการสัมภาษณ์ คือ

- 1) ต้องมีความยินดี และเต็มใจที่จะให้สัมภาษณ์
- 2) สามารถเข้าใจ และตัดสินใจเลือกคำตอบจากการสัมภาษณ์ตาม

แบบสัมภาษณ์ได้

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นการรอบในการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน การทำงานนอกเวลาเรียน รายได้จากการทำงานนอกเวลา อาชีพของบิดา รายได้ของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้ของมารดา เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Interview) และคำถามปลายปิด (Close-ended Interview) ผสมกัน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Interview)

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจ เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Interview)

ส่วนที่ 4 ทักษะคิด เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Interview)

ข้อคำถามส่วนที่ 2 และ 4 ใช้มาตรวัดในลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ แต่จะไม่กำหนดค่ากลางเพื่อให้มีอำนาจจำแนกภายใน (Internal Consistency) แต่ระดับมีค่ากำกับ ดังนี้ (ทองใบ สุตซารี, 2537: 55)

ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงบวก (Positive) ได้แก่

เป็นประจำ/เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

บ่อยครั้ง/เห็นด้วย = 4

นาน ๆ ครั้ง/ไม่เห็นด้วย = 2

ไม่เคย/ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงลบ (Negative) ได้แก่

เป็นประจำ/เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

บ่อยครั้ง/เห็นด้วย = 2

นาน ๆ ครั้ง/ไม่เห็นด้วย = 4

ไม่เคย/ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5

ข้อคำถาม

สำหรับส่วนที่ 3 (ความรู้ความเข้าใจ) ให้คะแนนแบบถูกผิด ตอบถูกต้องได้คะแนน 1 คะแนน ตอบผิดไม่ได้คะแนน (0 คะแนน)

3.7 การสร้างและพัฒนามาตรวัด

นำแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้นไปส่งทางไปรษณีย์ไปทดสอบกับผู้ศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตปทุมธานี จำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของคำถามคำตอบ ความเป็นปรนัย ความชัดเจนรวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการสัมภาษณ์ (ทองใบ สุตขารี, 2537: 56-59) โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.7.1 การวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) เพื่อช่วยในการตัดสินใจว่าควรจะคงข้อคำถามใดไว้ และควรตัดข้อคำถามใดทิ้ง โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Coefficient) ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวมแต่ละส่วน โดยมีหลักการทางทฤษฎี คือ

1) ให้คะแนนแต่ละข้อแล้วรวมคะแนนทุกข้อเป็นคะแนนรวมแบบ

Summative Model

2) หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวม โดย

ใช้สูตรต่อไปนี้

$$r_{xy} = \frac{(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{[N(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][N(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}$$

- เมื่อ r_{xy} = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวม
 X = ค่าคะแนนข้อคำถามแต่ละข้อ
 Y = คะแนนรวมของแต่ละคน
 N = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 Σ = ผลรวม

3.7.2 การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) นำข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_{xy}) ที่เข้ากับหลักเกณฑ์ไปทดสอบเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α : Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach (เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของอำนาจจำแนกภายใน (Internal Consistency Reliability) โดยสูตรต่อไปนี้

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{S^2} \right]$$

- เมื่อ K = จำนวนข้อคำถามทั้งหมด
 S^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม
 Σ = ผลรวม

3.7.3 ขั้นตอนการดำเนินการ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows Release 7.5.1 ตามลำดับดังนี้

- 1) ให้คะแนนแบบสัมภาคณตามที่กำหนดไว้ คือ 5, 4, 2 หรือ 1
- 2) ลงรหัส และ Key ข้อมูลพร้อมกับให้สัญลักษณ์และจัดการข้อมูล

ดังนี้

- ให้ V1 ถึง Vn แทนข้อคำถามในแต่ละกลุ่ม

- ใช้คำสั่ง RECODE สำหรับข้อคำถามเชิงลบ
- ใช้คำสั่ง COMPUTE เพื่อสร้างตัวแปรของคะแนนรวม (Σ)

ของตัวแปรแต่ละกลุ่มดังนี้ เช่น คำถามชุดที่ 1 ให้สัญลักษณ์เป็นตัวแปรชื่อ Q1 และทำคำสั่ง COMPUTE รวมคะแนนรายข้อ เช่น V1 หมายถึง ข้อ 1Vn หมายถึง ข้อที่ n คือ $(V1+V2+V3+.....Vn) / N$ ($N =$ จำนวนข้อ)

- การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Coefficient) คลิกเมาท์ที่เมนู Statistics แล้วเลือกคำสั่ง Correlate ที่เมนูย่อย Bivariate

- ที่เมนู Bivariate เลือก Pearson ที่ หัวข้อ Correlation Coefficient และเลือก Two-tailed ที่หัวข้อ Test of Significance

- ให้คลิกเลือกตัวแปรที่ช่อง Variables เช่น คำถามชุดที่ 1 หรือ สัญลักษณ์ Q1 ประกอบด้วย V1 ถึง Vn ให้เลือก Q1 V1 ถึง Vn เมื่อครบทุกตัวแปรแล้ว ให้คลิกเมาท์ที่ช่อง OKEY

- สำหรับผลการวิเคราะห์รายข้อจะเลือกข้อที่มีค่า r_{xy} ไม่น้อยกว่า 0.32 (ตามคำแนะนำใน ทองใบ สุตซารี, 2537: 58) และตัดข้อที่มีค่าต่ำกว่านี้ออกไป หากจำนวนคำถามไม่เพียงพอจะสร้างข้อคำถามใหม่ และดำเนินการทดลองตามขั้นตอนเดิมจนกว่าจะได้ผลตามที่กำหนดไว้

- การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α : Alpha Coefficient) ให้คลิกเมาท์ที่เมนู Statistics แล้วเลือกคำสั่ง Scale และเมนูย่อย Reliability Analysis

- ที่เมนู Reliability Analysis เลือก Alpha ที่หัวข้อ Model

- ให้คลิกเลือกตัวแปรที่ช่อง Variables เช่น คำถามชุดที่ 1 ประกอบด้วย V1 ถึง Vn ให้เลือก V1 ถึง Vn เมื่อครบทุกตัวแปรแล้ว ให้คลิกเมาท์ที่ช่อง OKEY

- สำหรับการพิจารณาค่าอัลฟา กำหนดให้ค่าที่ได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 ตามเกณฑ์ที่ Nunally เสนอไว้ (สุจิตรา บุญรัตพันธ์, 2534: 152 อ้างถึงใน ทองใบ สุตซารี, 2537: 60) หากต่ำกว่านี้ ต้องคัดเลือกข้อความเพิ่มเติม แล้วหาค่าความเชื่อถือได้อีกครั้ง

3.7.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างและวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของ
มาตรวัด สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) พบว่า ค่า r_{xy} ของแต่ละ

ข้อคำถามมีความสัมพันธ์กับคะแนนรวมแต่ละชุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 แสดงว่าข้อคำถามมีความสัมพันธ์กับคะแนนรวมในแต่ละชุด และมีความสอดคล้องกัน มีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้ได้ (ค่า r_{xy} ชุดที่ 1 ถึง 7 อยู่ในช่วง 0.37 - 0.58)

2) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ข้อคำถามและค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient)

ข้อคำถาม	จำนวนข้อ	อัลฟา
1. พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม		
1.1 การรับรู้ผ่านสื่อมวลชน	4	60.6
1.2 การรับรู้โดยตรง	5	62.1
1.3 การรับรู้ในสถานศึกษา	5	67.8
2. ความรู้ความเข้าใจ	38	73.1
3. ทักษะคดี	14	79.8

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาทุกค่าที่คำนวณได้สูงกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามชุดนี้มีศักยภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้ได้

3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัย 5 คน โดยมีขั้นตอนของการเตรียมผู้ช่วยวิจัย และวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย และอธิบายทำความเข้าใจในแบบสัมภาษณ์ทั้ง 4 ส่วน เพื่อให้ผู้ช่วยวิจัยมีความเข้าใจในแบบสัมภาษณ์ และสามารถอธิบายหรือชี้แจงเพิ่มเติมแก่กลุ่มตัวอย่างได้ถูกต้อง และตรงกับผู้วิจัย เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัย

2) ผู้วิจัย และผู้ช่วยวิจัยขอความร่วมมือจากนักศึกษาในแต่ละแห่งที่ไปสัมภาษณ์ เมื่อผู้ใดมีหน้าที่กระตือรือร้นและยินยอมเข้าร่วมการวิจัย จึงเริ่มสัมภาษณ์

3) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์ และในระหว่างการสัมภาษณ์ได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาพูดคุยซักถามเมื่อมีข้อข้องใจในข้อคำถาม หากนักศึกษารายใดสามารถเข้าใจเนื้อความในแบบสัมภาษณ์ได้ครบถ้วน จะอนุญาตให้อ่าน และตอบแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลา 15 วัน ระหว่างวันที่ 1-20 สิงหาคม พ.ศ. 2540 และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งหมด 350 รายตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.9.1 การวิเคราะห์คำตอบที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ใช้วิธีหาค่าพิสัย (Range) กำหนดเกณฑ์ในการจัดระดับโดยสูตร

$$\text{พิสัย (Range)} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่าในสูตร} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{พิสัย} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการจัดระดับคะแนน คือ

ลบ	1.00 - 1.89	=	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ต่ำ
↑	1.90 - 2.69	=	ไม่เห็นด้วย/ค่อนข้างต่ำ
—	2.70 - 3.49	=	ไม่แน่ใจดี/ปานกลาง
↓	3.50 - 4.29	=	เห็นด้วย/ค่อนข้างสูง
บวก	4.30 ขึ้นไป	=	เห็นด้วยอย่างยิ่ง/สูง

3.9.2 การพิจารณาระดับการกระจายของคะแนน จะใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน (Coefficient of Variation) ด้วยสูตร

$$C.V. = \frac{S.D.}{\text{Mean}}$$

ถ้าผลลัพธ์ที่ได้มากกว่า 0.30 ขึ้นไป แสดงว่าลักษณะการตอบคำถามในข้อนั้น ๆ กระจายไม่รวมกลุ่มอยู่ในระดับคะแนนที่ใกล้เคียงกัน

3.9.3 การปรับเปลี่ยนค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มค่าถามที่คะแนนเต็ม=1.00 ให้สามารถอ่านค่าได้ในความหมายเดียวกับค่าถามที่คะแนนเต็ม 5.00 ดังนี้

$$A_1 = C_1 \times 5.00$$

เมื่อ A = ค่าเฉลี่ยที่ต้องการ

$$\bar{C}_1 = \text{ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจ}$$

หรือปรับเปลี่ยนค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มค่าถามที่คะแนนเต็ม=5.00 ให้สามารถอ่านค่าได้ในความหมายเดียวกับค่าถามที่คะแนนเต็ม 1.00 ดังนี้

$$A_2 = C_2 \div 5.00$$

เมื่อ A = ค่าเฉลี่ยที่ต้องการ

$$\bar{C}_2 = \text{ค่าเฉลี่ยของทัศนคติ}$$

3.9.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

- ร้อยละ (%)
- ค่าเฉลี่ย (Mean)
- ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- ค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน (Coefficient of Variation)
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
- การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผล

การพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 8 ส่วนดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไป
- 4.2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม
- 4.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม
- 4.4 ทศนคติต่องานประกันสังคม
- 4.5 ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม
- 4.6 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถทำนายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม
- 4.7 การอภิปรายผล
- 4.8 ข้อจำกัดในการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย (ร้อยละ 70.6) รองลงมาเป็นหญิง (ร้อยละ 29.4) มีอายุระหว่าง 20 - 22 ปี (ร้อยละ 54.0) รองลงมา 17 - 19 ปี (ร้อยละ 28.8) และ 23 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 17.2) ตามลำดับ

สาขาวิชาที่เรียน พบว่าส่วนใหญ่เรียนช่างกลอุตสาหกรรม (ร้อยละ 55.4) รองลงมาคือ พณิชยการ (ร้อยละ 41.4) และคหกรรม (ร้อยละ 3.2) ตามลำดับ

การเรียนและชั้นปี พบว่า ส่วนใหญ่เรียนระดับ ปวช. ปี 1 -2 (ร้อยละ 46.9) รองลงมาคือ ปวช. ปี 3 (ร้อยละ 19.7) ปวส. ปี 3 (ร้อยละ 17.1) ปวช. ปี 2 (ร้อยละ 10.3) และปวช. ปี 1 (ร้อยละ 6.0) ตามลำดับ

ผลการเรียนในภาคเรียนที่ผ่านมา (เกรดเฉลี่ย) พบว่าส่วนใหญ่เกรดเฉลี่ย 2.51 - 3.00 (ร้อยละ 41.4) รองลงมา 2.01 - 2.50 (ร้อยละ 30.6) 3.01 - 3.27 (ร้อยละ 18.6) และไม่เกิน 2.00 (ร้อยละ 9.4) ตามลำดับ

การทำงานนอกเวลา พบว่าส่วนใหญ่ไม่ได้ทำงานนอกเวลา (ร้อยละ 74.0) ส่วนที่ทำงานนอกเวลามีเพียง (ร้อยละ 26.0) ตามลำดับ

อาชีพของบิดา พบว่าเป็นพนักงานบริษัท/ธนาคาร (ร้อยละ 21.1) รองลงมาคือรับราชการ (ร้อยละ 20.6) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 16.8) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 14.0) เกษตรกรรม (ร้อยละ 12.6) รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 10.6) ไม่ได้ทำงาน (เกษียณอายุ) (ร้อยละ 4.3) ตามลำดับ

อาชีพของมารดา พบว่ารับราชการ (ร้อยละ 20.0) รองลงมาคือ พนักงานบริษัท/ธนาคาร (ร้อยละ 19.4) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 16.3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 14.8) เกษตรกรรม (ร้อยละ 12.6) และรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 9.1) แม่บ้าน (ร้อยละ 4.9) และไม่ได้ทำงานเนื่องจากเกษียณอายุ (ร้อยละ 2.9) ตามลำดับ

ส่วนรายได้ครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่รายได้มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 43.7) รองลงมาคือ 45,001 - 55,000 บาท (ร้อยละ 20.9) 35,001 - 45,000 บาท (ร้อยละ 19.7) 25,001 - 35,000 บาท (ร้อยละ 8.8) และไม่เกิน 25,000 บาท (ร้อยละ 6.8) ตามลำดับ (รายละเอียดตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไป

ลักษณะทั่วไป	จำนวน (350)	ร้อยละ (100.0)
เพศ		
- ชาย	247	70.6
- หญิง	103	29.4
อายุ		
- 17 - 19 ปี	101	28.8
- 20 - 22 ปี	189	54.0
- 23 ขึ้นไป	60	17.2
สาขาวิชาที่เรียน		
- ช่างกลอุตสาหกรรม	194	55.4
- พณิชยการ	145	41.4
- อหกรรม	11	3.2
ระดับการเรียนและชั้นปี		
- ปวช. ชั้นปีที่ 1	21	6.0
- ปวช. ชั้นปีที่ 2	36	10.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน (350)	ร้อยละ (100.0)
- ปวช. ชั้นปีที่ 3	69	19.7
- ปวส. ชั้นปีที่ 1	79	22.6
- ปวส. ชั้นปีที่ 2	85	24.3
- ปวส. ชั้นปีที่ 3	60	17.1
ผลการเรียนในภาคเรียนที่ผ่านมา (เกรดเฉลี่ย)		
- ไม่เกิน 2.00	33	9.4
- 2.01 - 2.50	107	30.6
- 2.51 - 3.00	145	41.4
- 3.01 - 3.27	65	18.6
ทำงานนอกเวลาเรียน		
- ทำ	91	26.0
- ไม่ทำ	259	74.0
อาชีพของบิดา		
- รับราชการ	72	20.6
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	14.0
- พนักงานบริษัท/ธนาคาร	74	21.1
- เกษตรกรรม	44	12.6
- รับจ้างทั่วไป	37	10.6
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	59	16.8
- ไม่ได้ทำงาน (เกษียณอายุ)	15	4.3
อาชีพของมารดา		
- รับราชการ	70	20.0
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	14.8
- พนักงานบริษัท/ธนาคาร	68	19.4
- เกษตรกรรม	44	12.6
- รับจ้างทั่วไป	32	9.1
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	57	16.3
- แม่บ้าน	17	4.9
- ไม่ได้ทำงาน (เกษียณอายุ)	10	2.9

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน (350)	ร้อยละ (100.0)
รายได้ครอบครัว		
- ไม่เกิน 25,000 บาท	24	6.8
- 25,001 - 35,000 บาท	31	8.8
- 35,001 - 45,000 บาท	69	19.7
- 45,001 - 55,000 บาท	73	20.9
- มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	153	43.7

4.2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม

การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) การรับรู้ผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ 2) การรับรู้โดยตรง ได้แก่ นิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือและแผ่นพับ และจดหมายข่าว 3) การรับรู้ในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และประสบการณ์จากการเรียนการสอน

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมจากสื่อมวลชน (Mean=3.33) รองลงมารับรู้จากสถานศึกษา (Mean=3.19) และรับรู้โดยตรง (Mean=2.91) ตามลำดับ โดยพบข้อสังเกตว่า สามารถรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมได้ในระดับปานกลางทุกประเภท

ในรายละเอียดจะพบว่าการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนนั้น หนังสือพิมพ์มีบทบาทมากที่สุด (Mean=3.56) รองลงมาคือ โทรทัศน์และวิทยุระบบ F.M. เท่า ๆ กัน (Mean=3.49 และ 3.48 ตามลำดับ) ส่วนในสถานศึกษา พบว่าการเรียนการสอนมีบทบาทมากที่สุดคือ มีการให้ทำรายงาน และผู้เรียนเลือกเป็นหัวข้อในการทำรายงานส่งอาจารย์ (Mean=3.67 และ 3.63 ตามลำดับ) และพบว่า หน่วยเคลื่อนที่ และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้โดยตรง (Mean=3.06 และ 3.05 ตามลำดับ)

และเมื่อพิจารณาจากลักษณะการตอบคำถาม พบว่า ในส่วนของการรับรู้ผ่านสื่อมวลชน และการรับรู้ในสถานศึกษาคะแนนเกาะกลุ่มในทิศทางเดียวกัน (S.D.=0.64 และ 0.67 ตามลำดับ) ส่วนการรับรู้โดยตรง พบว่า คะแนนกระจายค่อนข้างสูง (S.D.=0.89) รายละเอียดตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับพฤติกรรม การรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม

ข้อคำถาม	Mean	S.D.
<u>การรับรู้ผ่านสื่อมวลชน</u>		
1. ท่านฟังจากวิทยุ ระบบ A.M.	3.24	0.57
2. ท่านฟังจากวิทยุ ระบบ F.M.	3.48	0.66
รวม	3.36	0.61
3. ท่านพบเห็นจากโทรทัศน์ทั่ว ๆ ไป (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ไอทีวี)	3.49	0.68
4. ท่านพบเห็นจากเคเบิลทีวี (เช่น ไอบีซี, ไทยสกายทีวี ฯลฯ)	2.68	0.93
รวม	3.08	0.80
5. ท่านอ่านจากหนังสือพิมพ์	3.56	0.50
รวม	3.33	0.64
<u>การรับรู้โดยตรง</u>		
1. ท่านพบเห็นจากนิทรรศการ	2.64	0.91
2. ท่านพบเห็นจากหน่วยเคลื่อนที่	3.06	0.92
3. ท่านได้รับเอกสารคู่มือและแผ่นพับ	3.05	0.89
4. ท่านได้รับจดหมายข่าว	2.91	0.86
รวม	2.91	0.89
<u>การรับรู้ในสถานศึกษา</u>		
1. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรง	2.61	0.56
2. ท่านทราบจากการจัดกิจกรรมทั่ว ๆ ไปในสถาบัน	3.00	0.88
รวม	2.80	0.72
3. อาจารย์กล่าวถึงเรื่องนี้ในช่วงการเรียนสอน	2.98	0.85
4. อาจารย์ให้ท่านทำรายงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้	3.67	0.47
5. ท่านเลือกทำรายงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ส่งอาจารย์	3.63	0.55
รวม	3.58	0.62
รวม	3.19	0.67

4.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

การศึกษาความรู้ความเข้าใจ ประกอบด้วย การทดสอบความรู้เกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 38 ข้อย่อย

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมในระดับปานกลาง (Mean=0.63) และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะคะแนน พบว่ากระจายสูงมาก (S.D.=0.19) และพบข้อสังเกตที่สำคัญ เช่น กลุ่มตัวอย่างยังไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างกองทุนเงินทดแทนกับกองทุนประกันสังคม (Mean= 0.47 เท่ากัน) เป็นต้น รายละเอียดตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

ข้อคำถาม	Mean	S.D.
1. ระบบประกันสังคม คือ ให้ความคุ้มครอง และทดแทนให้ลูกจ้างที่ประสบอันตรายจากการทำงานให้นายจ้าง	0.93	0.25
2. ระบบประกันสังคม คือ ให้ความคุ้มครอง และทดแทนให้ลูกจ้างที่เจ็บป่วยจากการทำงานให้นายจ้าง	0.95	0.38
3. ระบบประกันสังคม คือ ให้ความคุ้มครอง และทดแทนให้ลูกจ้างที่ต้องพิการอันเนื่องมาจากการทำงานให้นายจ้าง	0.75	0.50
4. ระบบประกันสังคม คือ ช่วยเหลือและทดแทนให้ลูกจ้างที่สูญหายจากการทำงานให้นายจ้าง	0.97	0.50
5. ระบบประกันสังคม คือ ให้ความช่วยเหลือค่าทำศพ และทดแทนให้ลูกจ้างที่เสียชีวิตอันเนื่องมาจากการทำงานให้นายจ้าง	0.61	0.49
6. ระบบประกันสังคม คือ ให้ความคุ้มครอง และทดแทนเฉพาะการเจ็บป่วย ประสบอันตราย สูญหาย และเสียชีวิตจากการทำงาน ซึ่ง <u>ไม่ได้มีสาเหตุจากความประมาทหรือความผิดพลาดของลูกจ้าง</u>	0.17	0.50
7. ระบบประกันสังคมให้ความคุ้มครองและช่วยเหลือ <u>เฉพาะ</u> ลูกจ้างที่ประสบอันตราย เจ็บป่วย พิการ และเสียชีวิตจากการทำงานให้นายจ้างเท่านั้น	0.38	0.49

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อความ	Mean	S.D.
8. ลูกจ้างที่คลอดบุตรไม่ได้รับการคุ้มครองและช่วยเหลือ เนื่องจากการตั้งครรภ์ไม่ได้เกิดจากการทำงานให้นายจ้าง	0.15	0.36
9. กฎหมายบังคับให้สถานประกอบการธุรกิจเอกชนที่แสวงหากำไร ซึ่งมีลูกจ้างตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป เฉพาะในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ต้องเข้าร่วมกับระบบประกันสังคม	0.53	0.50
10. ลูกจ้างที่เข้าเป็นผู้ประกันตนต้องอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปี และไม่เกิน 60 ปี	0.77	0.42
11. ถ้าลูกจ้างซึ่งเป็นผู้ประกันตนอยู่แล้วมีอายุครบ 60 ปี แต่ยังเป็นลูกจ้างของสถานประกอบการที่ภายใต้บังคับของกฎหมายประกันสังคม ให้เป็นผู้ประกันตนต่อไป	0.70	0.46
12. กฎหมายประกันสังคมไม่บังคับใช้กับข้าราชการทุกประเภท	0.78	0.42
13. กฎหมายประกันสังคมบังคับใช้กับลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว รายวัน ลูกจ้างชั่วคราวรายชั่วโมง และลูกจ้างชั่วคราวรายเดือนของทางราชการ	0.97	0.18
14. ในประเทศไทยมีการจัดตั้งกองทุน 2 ประเภทในระบบประกันสังคม	0.57	0.50
15. กองทุนเงินทดแทนเกี่ยวข้องข้องกับการคุ้มครอง และทดแทนให้ลูกจ้างที่ประสบอันตราย เจ็บป่วย พิกัด และเสียชีวิตจากการทำงานให้นายจ้าง	0.47	0.44
16. กองทุนประกันสังคมเกี่ยวข้องข้องกับการคุ้มครองและช่วยเหลือลูกจ้างที่ประสบอันตราย/เจ็บป่วย พิกัด และเสียชีวิตที่ไม่เนื่องมาจากการทำงานให้นายจ้าง	0.47	0.18
17. กองทุนประกันสังคมเกี่ยวข้องข้องกับการคุ้มครองและช่วยเหลือลูกจ้างที่คลอดบุตร	0.59	0.21
18. นายจ้างเท่านั้นที่มีหน้าที่จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนเงินทดแทนแต่เพียงฝ่ายเดียว ลูกจ้างไม่มีหน้าที่ต้องจ่ายแต่อย่างใด	0.64	0.48
19. รัฐบาล นายจ้าง และลูกจ้าง/ผู้ประกันตนออกเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมฝ่ายละเท่ากัน ในอัตรา 1.5 % ของเงินค่าจ้างรายเดือน	0.83	0.38
20. หากผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 เดือน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ก่อนเสียชีวิตกรณีมิใช่เนื่องจากทำงานให้นายจ้าง ผู้จัดการศพมีสิทธิได้รับค่าทำศพ	0.70	0.46

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อความ	Mean	S.D.
21. หากผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี ก่อนเสียชีวิต ทายาทได้เงินสงเคราะห์เป็นค่าจ้าง 1.5 เดือน	0.31	0.47
22. หากผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 10 ปี ก่อนเสียชีวิต ทายาทได้เงินสงเคราะห์เป็นค่าจ้าง 5 เดือน	0.61	0.42
23. หากผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 เดือน ภายในระยะเวลา 15 เดือน ก่อนวันที่คณะกรรมการแพทย์ กำหนดให้เป็นผู้พิการ (ทุพพลภาพ) กรณีอันมิใช่เนื่องจากทำงานให้นายจ้าง ผู้ประกันตนมีสิทธิรับประโยชน์ทดแทน 2 ประเภท คือ ค่ารักษาพยาบาล และเงินทดแทนการขาดรายได้ตลอดชีวิต	0.57	0.50
24. หากผู้ประกันตนซึ่งพิการทุพพลภาพเสียชีวิตในระหว่างรับเงินทดแทนการขาดรายได้ จะไม่มีการจ่ายค่าทำศพ และเงินสงเคราะห์อีกแล้ว	0.23	0.49
25. หากผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 7 เดือน ภายในระยะเวลา 15 เดือนก่อนตนเองหรือภริยากลอดบุตร มีสิทธิได้รับค่าคลอดบุตรเหมาจ่าย และเงินสงเคราะห์การหยุดงานเพื่อคลอดบุตรร้อยละ 50 ของค่าจ้างเฉลี่ยเป็นเวลา 90 วัน	0.93	0.47
26. สิทธิตามข้อ 25 ผู้ประกันตนมีสิทธิเพียง 2 ครั้ง เท่านั้น	0.36	0.48
27. หากทั้งสามีและภริยาต่างเป็นผู้ประกันตนทั้งคู่ หมายถึงได้รับสิทธิตามข้อ 25 ถึง 4 ครั้ง	0.68	0.47
28. ผู้ประกันตนชายมีสิทธิตามข้อ 25 เฉพาะกับภริยาที่จดทะเบียนตามกฎหมายเท่านั้น	0.33	0.25
29. การรับบริการทางการแพทย์กรณีคลอดบุตร ใช้ได้เฉพาะสถานพยาบาลที่กำหนดมาแล้วก่อนหน้า	0.87	0.33
30. หากผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 เดือน ภายในระยะเวลา 15 เดือน ก่อนวันรับบริการทางการแพทย์ 1) กรณีเจ็บป่วยทั่วไป มีสิทธิรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลที่ระบุไว้ในบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาล โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ	0.92	0.27

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.
2) กรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน ไม่สามารถรับรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลที่ระบุไว้ในบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาล สำนักงานประกันสังคมจะรับผิดชอบให้ทั้งหมด ภายใน 72 ชั่วโมง	0.85	0.36
3) กรณีอุบัติเหตุ ไม่สามารถรับรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลที่ระบุไว้ในบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาล สำนักงานประกันสังคมจะรับผิดชอบค่ารักษาเท่าที่จำเป็น ภายใน 72 ชั่วโมง	0.66	0.48
31. ผู้ประกันตนตามกฎหมายจะได้รับบัตรจากสำนักงานประกันสังคม 2 ใบ คือ บัตรประกันสังคม และบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาล	0.79	0.41
32. บัตรประกันสังคม มีอายุใช้งานตราบเท่าที่ยังไม่ได้เปลี่ยนสถานที่ทำงานใหม่	0.62	0.49
33. บัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาลมีอายุใช้งาน 2 ปี	0.74	0.44
34. ผู้ประกันตนต้องยื่นบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาลทุกครั้งไปสถานพยาบาล	0.59	0.50
35. หากผู้ประกันตนไม่ได้รับการลดส่วนเงินสมทบในกรณีเจ็บป่วย หรือประสบอันตราย และจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 เดือน ภายในระยะเวลา 15 เดือน สามารถใช้สิทธิประโยชน์ทางทันตกรรม กรณีถอนฟัน อุดฟัน และขูดหินปูนได้	0.80	0.40
36. หากผู้ประกันตนไม่ได้รับการลดส่วนเงินสมทบในกรณีเจ็บป่วย หรือประสบอันตราย และจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 เดือน ภายในระยะเวลา 15 เดือน สามารถใช้สิทธิประโยชน์รับการผ่าตัดเพื่อศัลยกรรมเกี่ยวกับความงามได้ (เช่น ผ่าตัดเสริมจมูก ดึงหน้าเสริมเต้านม เปลี่ยนเพศ ฯลฯ)	0.31	0.47
รวม	0.63	0.19

4.4 ทักษะคติต้องงานประกันสังคม

การศึกษาทัศนคติวัดโดยสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์ ขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ และภาพลักษณ์ทั่ว ๆ ไปขององค์การ จำนวนทั้งสิ้น 14 ข้อย่อย

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในทางบวกต่องานประกันสังคมและภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม ตลอดจนระบบประกันสังคมที่นำมาใช้ในประเทศไทย (Mean=3.89) และเมื่อพิจารณาลักษณะคะแนน พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (S.D.=0.63) รายละเอียดตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนทัศนคติต่องานประกันสังคม

ข้อคำถาม	Mean	S.D.
1. ประเทศไทยนำระบบประกันสังคมมาบังคับใช้เพื่อให้นายจ้างไม่ต้องรับผิดชอบความเสียหายใด ๆ อันเกิดแก่ลูกจ้าง	4.17	0.75
2. ระบบประกันสังคม ลดปัญหารายได้ไม่เพียงพอ หรือขาดแคลนรายได้ของลูกจ้าง อันเนื่องมาจากประสบอันตราย /เจ็บป่วย	4.44	0.82
3. ระบบประกันสังคมให้ความคุ้มครอง และเป็นหลักประกันพื้นฐานต่อความมั่นคงของลูกจ้างอย่างเป็นระบบ	4.41	0.90
4. ระบบประกันสังคมสร้างความมั่นใจ และเป็นกำลังใจในการทำงานแก่ลูกจ้าง	3.29	1.38
5. ระบบประกันสังคมลดความขัดแย้งด้านสวัสดิการในการทำงานระหว่างนายจ้างและลูกจ้างได้ดีที่สุด	3.25	1.42
6. ระบบประกันสังคมเป็นข้ออ้างให้ลูกจ้างสามารถหยุดงานโดย ไม่ขาดรายได้ สะดวกกว่าแต่ก่อน	3.17	1.37
7. ระบบประกันสังคมส่งเสริมให้สถานประกอบการเพิ่มมาตรการป้องกันการเกิดอันตรายแก่ลูกจ้างอันเนื่องมาจากการทำงาน	3.83	1.30
8. การออกกฎหมายบังคับให้นายจ้างจ่ายเงินทดแทนไว้กับรัฐบาล ทำให้มีการกำหนดวิธีจ่ายเงินทดแทนความเสียหายจากการทำงานอย่างเหมาะสม (รัฐมิได้แสวงหากำไรจากการประกันเงินทดแทน)	4.56	0.50

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.
9. การขยายความคุ้มครองไปยังสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คน ขึ้นไป	3.61	1.27
10. การขยายความคุ้มครองไปยังผู้ชราภาพ และผู้ว่างงานเป็นการประกันความมั่นคงสำหรับลูกจ้างในอนาคต	3.78	1.19
11. การที่มีการปรับปรุงอัตราเงินทดแทนในกรณีต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเป็นระยะ ๆ แสดงถึงประสิทธิภาพของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดีที่สุด	4.39	0.67
12. ระบบประกันสังคมเป็นสัญลักษณ์ของประเทศที่เจริญแล้ว	3.18	1.33
13. การนำระบบประกันสังคมมาใช้ในประเทศไทย แสดงภาพลักษณ์ของความก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศ	3.72	1.24
14. ระบบประกันสังคม คือ การสร้างสรรค์หลักประกันชีวิตซึ่งรัฐมอบให้แก่คนไทย	4.67	0.47
รวม	3.89	0.63

4.5 ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับงานประกันสังคม

ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม วัดจากคะแนนรวมผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจ และการวัดทัศนคติ

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิผลค่อนข้างสูง (Mean=3.52) โดยในรายละเอียด ถึงแม้คะแนนความรู้ความเข้าใจจะอยู่ในระดับปานกลาง (น้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐานในการประเมินสัมฤทธิ์ผลทั่วไป ซึ่งกำหนดไว้ร้อยละ 70) แต่กลับพบว่าผู้ตอบมีทัศนคติที่ดีต่องานประกันสังคม (รายละเอียดตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

ขั้วคำถาม	Mean	S.D.
- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม	0.63 / 3.15 *	0.19
- ทัศนคติต่องานประกันสังคม	3.89 / 0.78 **	0.63
รวม	0.71 / 3.52	- ***

* จากสูตร ค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ $\times 5.00$

** จากสูตร ค่าเฉลี่ยทัศนคติ $\div 5.00$

*** รวมและเฉลี่ยไม่ได้ เนื่องจากเป็นข้อมูลต่างฐาน

4.6 การศึกษาความสัมพันธ์ และอำนาจการอธิบายของปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม กับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการพิสูจน์สมมติฐานเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน การประกอบอาชีพ อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้ครอบครัว และตัวแปรปัจจัยด้านสังคม คือ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมโดยตรง เช่น จากนิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือ จดหมายข่าว และแผ่นพับ และพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา (เช่น เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรง และทราบจากการจัดกิจกรรมทั่ว ๆ ไปในสถาบัน) และประสบการณ์จากการเรียนการสอน (เช่น อาจารย์กล่าวถึงในช่วงการเรียนสอน อาจารย์ให้ทำรายงาน และเลือกทำรายงานที่เกี่ยวข้อง) กับตัวแปรประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ การพิสูจน์สมมติฐานใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาอำนาจการร่วมกันทำนายและอธิบายของตัวแปรอิสระ (ปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม) ที่มีต่อตัวแปรตาม (ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์) เพื่อทราบตัวพยากรณ์ที่แท้จริง การพิสูจน์สมมติฐานใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression)

โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

การพิสูจน์สมมติฐานข้อที่ 1

"ตัวแปรปัจจัยด้านประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน การทำงานนอกเวลาเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์"

ผลการศึกษาพบว่า การทำงานนอกเวลาเรียนเป็นปัจจัยทางด้านประชากร เพียงปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามได้ ร้อยละ 58.0 ($r = 0.580 / P < 0.05$) จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานข้อที่ 1 เพียงบางส่วน (รายละเอียดตารางที่ 4.10)

การพิสูจน์สมมติฐานข้อที่ 2

"ตัวแปรปัจจัยด้านสังคม คือ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม ผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมโดยตรง เช่น จากนิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือ จดหมายข่าว และแผ่นพับ และพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา (เช่น เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรง และทราบจากการจัดกิจกรรมทั่ว ๆ ไปในสถาบัน) และประสบการณ์จากการเรียนการสอน (เช่น อาจารย์กล่าวถึงในช่วงการเรียนการสอน อาจารย์ให้ทำรายงาน และเลือกทำรายงานที่เกี่ยวข้อง) มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์"

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ผ่านสื่อมวลชนโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ การรับรู้โดยตรงจากเอกสารคู่มือและแผ่นพับ และการรับรู้ในสถานศึกษา โดยเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และประสบการณ์จากการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ โดยโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามร้อยละ 50.9 และ 45.2 ($r = 0.509$ และ $0.452 / P < 0.01$) เอกสารคู่มือและแผ่นพับมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามร้อยละ 50.5 ($r = 0.505 / P < 0.01$) การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และประสบการณ์จากการเรียนการสอนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามร้อยละ 39.5 และ 22.7 ($r = 0.395$ และ $0.227 / P < 0.01$ และ < 0.05) ตามลำดับ จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานครึ่งหนึ่งจากที่ตั้งไว้ (รายละเอียดตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรปัจจัยทางประชากร (P) และตัวแปรปัจจัยทางสังคม (S) กับตัวแปรประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ (E)

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ (r) กับตัวแปร (E)	P
<u>ปัจจัยทางประชากร (P)</u>		
- เพศ	0.041	0.704
- อายุ	0.010	0.928
- สาขาวิชาที่เรียน	0.037	0.732
- ระดับการเรียนและชั้นปี	0.078	0.472
- ผลการเรียน	0.053	0.623
- การทำงานนอกเวลาเรียน	0.580**	0.000
- อาชีพของบิดา	0.014	0.896
- อาชีพของมารดา	0.073	0.499
- รายได้ครอบครัว	0.087	0.425
<u>ปัจจัยทางสังคม (พฤติกรรมกรับรู้ข่าวสาร : S)</u>		
1. รับรู้ผ่านสื่อมวลชน		
- วิทยุ	0.181	0.104
- โทรทัศน์	0.509**	0.000
- หนังสือพิมพ์	0.452**	0.000
2. รับรู้โดยตรง		
- นิทรรศการ	0.022	0.840
- หน่วยเคลื่อนที่	0.118	0.277
- เอกสารคู่มือ และแผ่นพับ	0.505**	0.000
- จัดหมายข่าว	0.011	0.919
3. รับรู้ในสถานศึกษา		
- การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา	0.395**	0.000
- ประสบการณ์จากการเรียนการสอน	0.227*	0.035

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การพิสูจน์สมมติฐานข้อที่ 3

"ตัวแปรปัจจัยทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน ระดับการเรียนและชั้นปี ผลการเรียน การทำงานนอกเวลาเรียน อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้ครอบครัว ตัวแปรปัจจัยทางสังคม ได้แก่ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมโดยตรง เช่น จากนิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือจดหมายข่าว และแผ่นพับ และพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา (เช่น เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรง และทราบจากการจัดกิจกรรมทั่ว ๆ ไปในสถาบัน) และประสบการณ์จากการเรียนการสอน (เช่น อาจารย์กล่าวถึงในช่วงการเรียนการสอน อาจารย์ให้ทำรายงาน และนักศึกษาเลือกทำรายงานที่เกี่ยวข้อง) สามารถร่วมกันทำนายและอธิบายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้"

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนประสิทธิผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีทั้งสิ้น 6 ตัวแปร ดังนี้

ปัจจัยด้านการทำงานนอกเวลาเรียนเป็นตัวแปรแรกที่เข้าสู่สมการถดถอย รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ประสบการณ์จากการเรียนการสอน การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับ ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคะแนนประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์ได้ในระดับปานกลางประมาณร้อยละ 49.0 ($R^2=0.490$) แต่มีข้อสังเกตว่า ปัจจัยการทำงานนอกเวลาเรียนเพียงตัวแปรเดียวสามารถอธิบายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้ถึงร้อยละ 33.7 และเมื่อตัวแปรสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ประสบการณ์จากการเรียนการสอน การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับเข้าสู่สมการพบว่าทำให้อำนาจการพยากรณ์เพิ่มขึ้นอีกเพียงเล็กน้อย คือ ร้อยละ 7.7, 4.1, 1.8, 0.9 และ 0.8 (R^2 ที่เพิ่ม=0.077, 0.041, 0.018, 0.009 และ 0.008) ตามลำดับ จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐานข้อที่ 3 ได้เพียงบางส่วน (รายละเอียดตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถทำนายประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ² ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		T	P
				B	Béta		
ค่าคงที่ (Constant)				2.683		3.063	0.002
<u>ปัจจัยทางประชากร</u>							
1. ทำงานนอกเวลาเรียน	0.580	0.337	0.337	0.283	0.343	8.908	0.000
<u>ปัจจัยทางสังคม</u>							
2. โทรทัศน์	0.643	0.414	0.077	0.147	0.225	5.509	0.000
3. หนังสือพิมพ์	0.675	0.455	0.041	0.207	0.224	6.214	0.000
4. ประสบการณ์จากการเรียน การสอน	0.688	0.473	0.018	0.146	0.119	3.180	0.002
5. การเข้าร่วมกิจกรรมในสถาน ศึกษา	0.695	0.482	0.009	0.119	0.116	2.853	0.004
6. เอกสารคู่มือ และแผนพับ	0.700	0.490	0.008	0.112	0.104	2.800	0.005

F = 264.027 (P < 0.01)

4.7 การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Study) เพื่อวิเคราะห์อำนาจการทำนายและอธิบายของตัวแปรอิสระ (ปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม) ที่มีต่อประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม ผลการศึกษาตอบรับสมมติฐานเพียงบางส่วน ดังรายละเอียดการอภิปรายผลต่อไปนี้

4.7.1 ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมมีประสิทธิผลค่อนข้างสูง ในขณะที่คะแนนความรู้ความเข้าใจน้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐานในการประเมินสัมฤทธิ์ผลทั่วไป ซึ่งกำหนดไว้ร้อยละ 70 แต่ปรากฏว่านักศึกษาระดับ ปวช. และ ปวส. ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลมีทัศนคติที่ดีต่องานประกันสังคม ข้อค้นพบนี้หากพิจารณาความสอดคล้องทางแนวคิดและทฤษฎีสามารถสรุปได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสังคมมีประสิทธิผลหรือบรรลุจุดมุ่งหมายทางวิชาการ นั่นคือ การที่ค้นพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่องาน หน่วยงาน และวิธีการที่นำมาปฏิบัตินั้น ถือว่าความนิยมได้เกิดขึ้นแล้ว และความนิยมจะเป็นพื้นฐานไปสู่ความเข้าใจ ยอมรับ และเชื่อถือ ตลอดจนการสนับสนุนต่อไปทั้งปัจจุบันและอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดของสุพรรณิ มังคะลี (2529: 8-10) ที่กล่าวโดยสรุปไว้ว่า การประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายใหญ่ ๆ อยู่ 4 ประการ คือ

1) เพื่อสร้างความนิยม (Create Goodwill) เนื่องจากพื้นฐานของความเข้าใจและยอมรับย่อมมาจากความนิยม มวลชนหรือกลุ่มเป้าหมายนิยมชมชอบในกิจการหรือองค์กรนั้น ๆ แล้ว ความเข้าใจ การยอมรับ ความเชื่อถือ และการสนับสนุนย่อมจะเกิดขึ้นได้โดยง่าย

2) เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันมิให้ชื่อเสียงเสื่อมเสีย (Create and Preventive Reputations) ในขณะที่ยังคงมีชื่อเสียงที่ดี มวลชนและกลุ่มเป้าหมายยอมรับและเชื่อถือ แต่ในขณะเดียวกันองค์กรจะต้องมีการป้องกันมิให้ชื่อเสียงที่ดีของตนนั้นเสื่อมเสียด้วย เพราะย่อมหมายถึงการสูญเสียความเชื่อถือ การยอมรับ และการสนับสนุนจากมวลชนและกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน

3) เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน (Create Interrelated Understanding) การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการติดต่อ 2 ทาง (Two-way Communication) ให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกันได้ ทั้งภายในองค์กร และหรือภายนอกกับมวลชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เพราะการสร้าง ความเข้าใจอันดี ย่อมสำคัญ และส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรด้วย

4) เพื่อสร้างการยอมรับให้เกิดกับสื่อมวลชน (Building Recognition) ขั้นสุดท้ายของการประชาสัมพันธ์ ก็คือการยอมรับจากมวลชน เพราะหมายถึง ประสิทธิภาพและความสำเร็จตามที่องค์กรมุ่งหวังไว้ เนื่องจากการยอมรับ ยอมรับมาซึ่งการสนับสนุนนั่นเอง

4.7.2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

จากการศึกษาพบว่า การทำงานนอกเวลาเรียน สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ประสบการณ์จากการเรียนการสอน การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับ สามารถร่วมกันอธิบายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้ โดยปัจจัยการทำงานนอกเวลาเรียนเพียงตัวแปรเดียวมีอำนาจพยากรณ์สูงสุด ข้อค้นพบนี้ คือคำตอบที่ดีสำหรับการนำระบบประกันสังคมมาบังคับใช้ในประเทศไทย โดยในปัจจุบันมีขอบข่ายบังคับสถานประกอบการธุรกิจเอกชนทุกประเภทที่แสวงหากำไรทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีลูกจ้างตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ส่งผลให้นักศึกษาที่ทำงานนอกเวลาเรียนต้องเข้าสู่ระบบประกันสังคม และมีฐานะเป็นผู้ประกันตนไปด้วย ส่งผลให้สามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อันพึงมีจากการนำระบบประกันสังคมมาบังคับใช้ ประสบการณ์การณ์ตรงดังกล่าว เป็นเหตุให้การทำงานนอกเวลาเรียนเป็นปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาคั้งนี้ค้นพบอีกเช่นว่า สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์มีความสำคัญต่อประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ในระดับรองลงมา สอดคล้องกับทีนภพล กาญจนกานนท์ และคณะ (2538) ค้นพบว่า สื่อประเภทโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของประชาชนเช่นเดียวกับระบบประกันสังคม เนื่องจากมีคุณสมบัติที่สามารถให้ข้อมูลทั้งภาพแสงเสียงได้พร้อมกัน จึงทำให้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถ

เข้าถึงมนุษย์ในสังคมได้ดีที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ซึ่งสามารถพบเห็นได้ในทุกสถานที่ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์

นอกจากนี้ ยังพบว่าประสบการณ์จากการเรียนการสอน และการเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษาสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้ ข้อค้นพบนี้สนับสนุนวัตถุประสงค์ในการกำหนดให้สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในฐานะที่เป็นสถานศึกษาด้านวิชาชีพเป็นหน่วยการวิเคราะห์ เนื่องจากผู้วิจัยเชื่อว่า สถาบันการศึกษาใดที่สามารถจัดการเรียนการสอนด้วยเนื้อหาวิชาหรือสอดแทรกความรู้ทั่วไปที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพในอนาคตให้กับผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอแล้ว จะส่งผลกระทบต่อชีวิตที่ดีของผู้เรียนในอนาคต หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า คือ "การเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต" นั้นเอง

4.8 ข้อจำกัดในการวิจัย

ด้านความตรงภายใน (Internal Validity) ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) การเก็บข้อมูลโดยวิธีผสมผสานระหว่างการสัมภาษณ์กับการส่งแบบสัมภาษณ์ให้ตอบเอง อาจมีผลต่อคำตอบของกลุ่มตัวอย่างได้ เช่น ในการสัมภาษณ์ ความลำเอียงจากการตอบเพื่อให้สังคมยอมรับอาจไม่ตรงกับความจริงได้ ส่วนการตอบแบบสัมภาษณ์โดยตนเองนั้น การตอบอาจลดความลำเอียงลง เนื่องจากผู้ตอบไม่ต้องเผชิญหน้ากับผู้สัมภาษณ์

2) ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมความลำเอียงของผู้สัมภาษณ์ในการอ่านและอธิบายข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจ ความคาดหวังต่อผลการวิจัยกับผู้สัมภาษณ์แต่ละคนอาจแตกต่างกัน ซึ่งอาจทำให้มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างได้

ด้านความตรงภายนอก (External Validity) ของการวิจัยคือ การศึกษาครั้งนี้ สุ่มตัวอย่างตามเป้าประสงค์ โดยไม่คำนึงถึงประชากรที่แท้จริง เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องทุน และเวลา ผลการวิจัยจึงไม่สามารถอนุมานไปถึงนักศึกษาระดับ ปวช. และปวส. ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในส่วนภูมิภาคได้

บทที่ 5

สรุป และเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมในสถาบันการศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐ" เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่กำลังศึกษาระดับ ปวช. และระดับ ปวส. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 7 แห่ง ได้แก่ วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วิทยาเขตพัฒนชัยการพระนคร วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ วิทยาเขตโชติเวช และวิทยาเขตอุเทนถวาย จำนวน 350 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ทั่วไป

- 1) ศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมในสถาบันการศึกษาด้านวิชาชีพของรัฐ
- 2) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม

วัตถุประสงค์เฉพาะ

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม (การรับรู้ผ่านสื่อมวลชน การรับรู้โดยตรง และการรับรู้ในสถานศึกษา)
- 2) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม
- 3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่องานประกันสังคม
- 4) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์
- 5) ความสัมพันธ์ และอำนาจการอธิบายของปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม กับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์เฉพาะข้อที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคม 3 ประเภท คือ การรับรู้ผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ การรับรู้โดยตรง ได้แก่ นิทรรศการ หน่วยเคลื่อนที่ เอกสารคู่มือและแผ่นพับ และ

จดหมายข่าว และการรับรู้ในสถานศึกษา ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และประสบการณ์จากการเรียนการสอน

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทต่อการรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมของผู้ที่ศึกษาระดับ ปวช. และ ปวส. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลมากที่สุด รองลงมารับรู้จากสถานศึกษา และรับรู้โดยตรง ตามลำดับ โดยพบข้อสังเกตว่า สามารถรับรู้ข่าวสารด้านประกันสังคมได้ในระดับปานกลางทุกประเภท

วัตถุประสงค์เฉพาะข้อที่ 2 ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคม โดยทดสอบความรู้เกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์อันพึงจะได้รับ ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย และในการรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมในระดับปานกลางเท่านั้น

วัตถุประสงค์เฉพาะข้อที่ 3 ศึกษาทัศนคติต่องานประกันสังคม ซึ่งวัดโดยสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานประกันสังคม สิทธิประโยชน์ ขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ และภาพลักษณ์ทั่ว ๆ ไปขององค์การ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในทางบวกต่องานประกันสังคม และภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม ตลอดจนระบบประกันสังคมที่นำมาใช้ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์เฉพาะข้อที่ 4 ศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ วัดจากคะแนนรวมผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจ และผลการวัดทัศนคติ

ผลการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประกันสังคมมีประสิทธิผลค่อนข้างสูง

วัตถุประสงค์เฉพาะข้อที่ 5 ศึกษาความสัมพันธ์ และอำนาจการอธิบายของปัจจัยทางประชากร และปัจจัยทางสังคม กับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า การทำงานนอกเวลาเรียนเป็นปัจจัยทางด้านประชากร เพียงปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยทางสังคม พบว่า สื่อมวลชนโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การเอกสารคู่มือและแผ่นพับ การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และประสบการณ์จากการ

เรียนการสอนมีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทำงานนอกเวลาเรียน สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ประสบการณ์จากการเรียนการสอน การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับ สามารถร่วมกันอธิบายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้ร้อยละ 49.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยการทำงานนอกเวลาเรียนเพียงตัวแปรเดียวมีอำนาจพยากรณ์สูงสุดสามารถอธิบายประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้ถึงร้อยละ 33.7 และเมื่อสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ประสบการณ์จากการเรียนการสอน การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับเข้าสู่สมการ พบว่าทำให้อำนาจการพยากรณ์เพิ่มขึ้นอีกเพียงเล็กน้อย

5.2 เสนอแนะ

ผลการศึกษาพบว่า การทำงานนอกเวลาเรียน สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ประสบการณ์จากการเรียนการสอน การเข้าร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา และเอกสารคู่มือ/แผ่นพับ สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้ ข้อค้นพบดังกล่าวสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ด้านองค์การ

1) ควรปรับปรุง และพัฒนาเนื้อหา/แนวเรื่องสำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจ เพื่อให้โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์สามารถรักษาคุณสมบัติของการเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านงานประกันสังคมอย่างคงที่

2) ควรปรับปรุงความเข้ม (Intensity) ในการส่งเสริมความรู้ด้านประกันสังคมโดยสื่อวิทยุให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อซึ่งประหยัด และด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันเครื่องรับวิทยุเป็นอุปกรณ์ที่สามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง ไม่จำกัดเวลาและสถานที่

3) ควรกำหนดให้สถานศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับงานประกันสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากผู้ที่อยู่ในวัยศึกษาในปัจจุบันนี้ก็คือกำลังแรงงานที่สำคัญของประเทศในอนาคต

ด้านหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษา

ควรกำหนดให้เนื้อหาวิชาเกี่ยวกับระบบประกันสังคม สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และแนวทางปฏิบัติในอนาคตเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการศึกษาทุกระดับ หรืออาจให้มีการสอดแทรกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประกันสังคมในกระบวนการเรียนการสอนเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานและการประกอบอาชีพในอนาคต

ด้านการวิจัย

- ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์กับหน่วยการวิเคราะห์ และประชากรกลุ่มอื่น ๆ เช่น นักศึกษาระดับปริญญาในสถาบันการศึกษาประเภทเดียวกัน (เน้นการเรียนการสอนด้านวิชาชีพ) นักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ/เอกชน เพื่อให้ค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์งานประกันสังคมไปสู่นักเรียนนักศึกษา ซึ่งจะเป็นแรงงานฝีมือ (Skilled Labour) กลุ่มใหญ่ต่อไปในอนาคต

- ควรนำรูปแบบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอำนาจพยากรณ์ในการศึกษาผลการดำเนินงาน สาเหตุของปัญหาในการดำเนินงาน และชีวิตความสำเร็จของการดำเนินงานเพื่อขยายขอบเขตความรู้ และแก้ไขปัญหอันอาจเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับเอกชนให้ลุ่มลึกยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

กุลธน ชนาพงศธร.

- 2522 การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช.

จิรพรรณ กาญจนจิตรา.

- 2528 ระเบียบวิจัยขั้นสูงทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จุมพล พูลภัทรชีวิน.

- 2521 จิตวิทยาสังคมขั้นนำ กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจริญ สุขนันตพงศ์.

- 2529 หลักและวิธีการของงานส่งเสริมมวลชน. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

เชิดศักดิ์ โยवासินธุ์.

- 2522 การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ทองใบ สุดซารี.

- 2537 การวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด: การประยุกต์
โปรแกรม SPSS/pc+ v 4.0. สุรินทร์: ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูสุรินทร์.

ทองศรี กำภู ณ อยุธยา.

2531 หลักการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

มาณพ สวามิชัย.

2537 การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ดร. สง่า.

บุญทัน ดอกไธสง.

2523 ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
รุ่งเรืองรัตน์.

ประกันสังคม, สำนักงาน.

2540 ฐานที่มั่นคง. ม.ป.ท.

ประชาสงเคราะห์, กรม.

2536 กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม. กรุงเทพมหานคร:
ท.จ.ก. อรุณอมรินทร์การพิมพ์.

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์.

2529 การวิจัยประเมินผล: หลักการและกระบวนการ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
ศรีสง่า.

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์.

2530 การบริหารงาน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

พรพิมล วราวุฒิปุทธพงศ์.

2528 จิตวิทยาองค์การ. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

ไพศาล ชัยมงคล

2530 รัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- รุ่ง เจนจิต และคณะ.
2525 วิชาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประสานมิตร.
- วุฒิชัย จำนงค์.
2523 พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: บารมีการพิมพ์.
- วรชัย เขาวป่าณี.
2532 โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับคอมพิวเตอร์ SPSS/pc
ขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สมพงศ์ เกษมสิน.
2526 การบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- สวัสดิ์ สุคนธรังษี.
2517 จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สุจิต ศิลารักษ์.
2525 การศึกษาผู้ใหญ่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สุพรรณณี มังคะลี
2529 การวิจัยทางด้านการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ประชาชน.
- อรุณ วัชรธรรม.
2524 พฤติกรรมข้าราชการไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
โอเดียนสโตร์.
- อุทัย หิรัญโต.
2531 หลักการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์
โอเดียนสโตร์.

งานวิจัย บทความในวารสาร และหนังสือพิมพ์

เทคโนโลยีราชมงคล, สถาบัน.

- 2539 ความเป็นมาของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. เอกสาร
โรเนียว, ม.ป.ท.

นภพล กาญจนกานนท์ และคณะ.

- 2538 ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติ และจิตสำนึกร่วมของ
ประชาชน: ประสิทธิภาพของการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม
ในแม่น้ำเจ้าพระยา. กรุงเทพมหานคร: R S & A Group.

นภพล กาญจนกานนท์ และคณะ.

- 2538 ประสิทธิผลของการจัดบรรยายภาสการฝึกอาชีพให้แก่หญิง
โสเภณี. กรุงเทพมหานคร: R S & A Group.

พรพรรณ กาญจนาคม.

- 2539 "ประสิทธิผลของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ
รักษาสิ่งแวดล้อมในคูคลองและสำราญสาธารณะ" ภาคนิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายและการวางแผนสังคม) บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.

พิพัฒน์ ชารุณทกร.

- 2538 "ทัศนคติกับการประยุกต์ใช้ทางการตลาด." วารสารร่วมพฤษภ.
14, (มิถุนายน-ตุลาคม) : 73-79.

BOOKS

Barnard, C. I.

- 1966 The Function of Executive. Cambridge, Mass. : Harvard
University.

Child, John.

- 1976 **Organization: A Guide to Problems and Practice.** London:
Harper & Row.

Davis, R. C.

- 1951 **Fundamental of Top management.** New York: Harper &
Brothers Co.

Flippo, Edward B.

- 1971 **Principle of Personal ManageMent.** New York: Book Co.

Good, Carter V.

- 1973 **Dictionary of Education.** New York: Mac Graw-Hill,
Book Co.

Getzels, J.W. and Guba, E.G.

- 1966 **Social Behavior and the Administrative Process.**
New York : Macmillan Co.

Halpin, Andrew W.

- 1966 **Theory of Research in Administration** New York: The
Mcmillan Co.

Hodge, B. J. and Anthony, William F.

- 1984 **Organization Theory.** New York: Mass. Allyn and Bacon.

Parker, Henry W. and C. H. Oglesby

- 1972 **Method Improvement for Constructive Managers.**
New York: Mac Graw-Hill, Book Co.

Rogers, Everett M.

1964 **Diffusion of Innovation.** New York: The Free Press.

Roger, Everett M. and Sheomaker F. Floyd.

1971 **Communication of Innovation.** New York: The Free Press.

Ross G. Mary.

1967 **Community Organization Theory, Principles and Practice.** New York : L.K.Publishing.

Smith, Harry Clay.

1973 **Psychology of Industrial Behavior.** New York:
McGraw-Hill.