

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุน  
ของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)



นางสาวอภาพร เอกวัฒนกิจ

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-0797-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, AND ATTITUDE OF GOVERNMENT OFFICIALS TOWARD  
THE INVESTMENT OF GOVERNMENT PENSION FUND (GPF)

Miss Arpaporn Ekwatanakij

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-0797-3



อาภาพร เอกวัฒน์กิจ : การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) (MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF GOVERNMENT OFFICIALS TOWARD THE INVESTMENT OF GOVERNMENT PENSION FUND (GPF)) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ สตะเวทิน, 184 หน้า ISBN. 974-03-0797-3

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 600 คน เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้าราชการมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับต่ำ มีความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับปานกลาง
2. ลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ได้แก่ เพศ และภาค มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และอายุราชการไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนของ กบข.
6. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนของ กบข.

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์ ..... ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา ..... 2544 ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

438 52969 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : MEDIA EXPOSURE/ KNOWLEDGE/ ATTITUDE

ARPAPORN EKWATANAKIJ : MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF GOVERNMENT OFFICIALS TOWARD THE INVESTMENT OF GOVERNMENT PENSION FUND (GPF). THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. PARAMA SATAWEDIN., PH.D. 184 PP. ISBN. 974-03-0797-3

The purpose of this research was to study the correlation among media exposure, knowledge and attitude of government officials toward the investment of Government Pension Fund (GPF). Questionnaires were used to collect the data from 600 samples. Frequency, Percentage, Mean, T-test, One-Way Analysis of Variance, Standard Deviation and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were employed for the analysis of the data. SPSS for windows program was used for data processing.

The results of the study were as follows:

1. Government officials were exposed to information about the investment of Government Pension Fund (GPF) at the low level. Their knowledge of the investment of GPF were at the moderate level while their attitudes toward the investment of GPF were neutral.
2. Sex and region of residence correlated with information exposure about the investment of GPF, but age, education and years of service did not correlate with information exposure about the investment of GPF.
3. Both mass and interpersonal media exposure did not correlate with knowledge of the investment of GPF.
4. Only exposure to specialized media about the investment of GPF positively correlated with knowledge of the investment of GPF.
5. Exposure to information about the investment of GPF did not correlate with attitude toward the investment of GPF.
6. Knowledge about the investment of GPF positively correlated with attitude toward the investment of GPF.

Department/Program	Public Relation	Student's signature
Field of study	Development Communication	Advisor's signature
Academic year	2001	Co-Advisor's signature

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการวิจัยมาด้วยดีโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญดิลอ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาช่วยให้คำแนะนำและให้ความคิดเห็นเป็นอย่างดีแก่ผู้วิจัย รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านคลังจังหวัดทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการส่งและรวบรวมแบบสอบถาม จากข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. เป็นอย่างดี โดยเฉพาะท่านคลังจังหวัดจันทบุรีที่ช่วยเหลือ และประสานงานกับคลังจังหวัดอื่นๆ ให้ด้วยดีเสมอมา ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาใช้เวลาให้ความร่วมมือทุกท่าน รวมถึงกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ทุกฝ่ายงาน และเพื่อนร่วมงานทุกคน สำหรับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณป้า ป้า หม่าม้า และน้องๆ ทั้งบอล เต๋อ หน้อย ที่ให้ทั้งกำลังใจ และกำลังใจอันมีค่ายิ่งสำหรับผู้วิจัยเสมอมา และขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคน เริ่มจากคุณกรทิพย์ และฝ่ายทรัพยากรบุคคลที่ช่วยออกจดหมายแสดงความมีตัวตนของพนักงานตัวน้อยๆ ใน กบข. ทำให้การกระจายแบบสอบถามเป็นไปได้ง่ายขึ้น ขอขอบคุณ Call Center มากๆ ที่คอยช่วยเหลือ ติดต่อประสานงานกับคลังจังหวัดต่างๆ ให้ รวมทั้ง กอล์ฟ และพี่กาญจน์ (ทะเลเย็นรับ) ด้วย พี่ปิยะ สำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ตามมาด้วยพี่นุ-ต้อม-พี่มุก-พี่แก้ว-พี่ตุ้ม-พี่อัศ-พี่เจ็บบ-พินที-พี่โดม-คเชนทร์ ขอขอบคุณมากสำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือที่ให้แก่เสมอมา สำหรับน้องที่น่ารัก นัท-น้อย ขอขอบคุณที่ช่วยพี่แบบสอบถามจำนวนเป็นพันๆ ไปส่งที่ไปรษณีย์ จากนั้นก็เป็นฝ่ายสารบรรณ ที่คอยใส่ใจเก็บกล่องแบบสอบถามให้จากคลังจังหวัดต่างๆ ที่ส่งกลับมาถึง กบข. และงานวิจัยนี้คงไม่เสร็จลุล่วงไปด้วยดีถ้าขาดสุชาติ ช่วยอย่างมากในการคำนวณสถิติ พงศ์-บุ๋น-บอย ทางด้านโปรแกรมต่างๆ ต้องยกให้พวกเขาเลยที่เต็มใจช่วยกันแบบสุดๆ ขอใจนะ บ๊ี้-บ๊ิก-ลิน-พี่ไอ้ก-พินุก และเพื่อนๆ จากแดนไกลที่ส่งกำลังใจผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่เป็นเพื่อนกันยามดึกดื่นสุดท้ายเพื่อนที่ร่วมหัวจมท้ายกันมาตั้งแต่ต้นจนจบ สัมกับแป๊ะ เราคงจำกันได้ไปอีกนาน และอีกหลายๆ คน รวมทั้งเพื่อนนิเทศศาสตร์พัฒนาร่วมรุ่นทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและยังเป็นกำลังใจสำคัญในการดำเนินการศึกษาวิจัยจนสำเร็จลุล่วงในที่สุด เราอยากบอกว่า “งานวิจัยชิ้นนี้ นอกจากจะให้คุณค่าทางวิชาการแล้ว ยังทำให้ตัวผู้วิจัยได้รู้จักการวางแผนการทำงานที่ดี ได้รู้วิธีการติดต่อประสานงาน การทำงานร่วมกัน และสุดท้ายดีใจมากๆ ค่ะที่ได้รู้จักทุกคน ทุกคนเป็นเพื่อน เป็นพี่ เป็นน้องที่น่ารักมากๆ ขอขอบคุณทุกคนค่ะ”

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	11
1.3 ปัญหำนำการวิจัย.....	11
1.4 สมมติฐานในการวิจัย.....	12
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	12
1.6 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	12
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.1 แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสาร.....	15
2.2 แนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร.....	18
2.3 แนวคิดเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร.....	36
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติ.....	42
2.5 แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากร.....	59
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	66
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	79
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	79
3.2 ประชากร.....	79
3.3 กลุ่มตัวอย่าง.....	79

3.4	วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	80
3.5	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	83
3.6	ตัวแปร และการวัดตัวแปร.....	84
3.7	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	91
3.8	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	93
3.9	กรรมวิธีทางข้อมูล.....	94
3.10	การประมวลผลข้อมูล.....	94
4	ผลการวิจัย.....	95
4.1	การนำเสนอข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา.....	96
4.2	การนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน.....	113
5.	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	129
5.1	การนำเสนอผลการวิจัย.....	130
5.2	สรุปผลการวิจัย.....	131
5.3	การอภิปรายผลการวิจัย.....	136
5.4	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	150
5.5	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย.....	151
	รายการอ้างอิง.....	153
	ภาคผนวก.....	162
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	163
	ภาคผนวก ข กฎกระทรวงฉบับที่ 4, 5.....	170
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	184



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	96
2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	96
3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา.....	97
4 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุราชการ.....	98
5 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาค.....	98
6 แสดงจำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามประเภทของการ เปิดรับข่าวสารจากรายการต่างๆ ทางสื่อมวลชนเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	99
7 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	100
8 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามประเภทการเปิด รับข่าวสารจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	100
9 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	101
10 แสดงจำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามประเภท การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับ เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	102
11 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับเกี่ยวกับ การลงทุนของ กบข.....	103
12 แสดงจำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามประเภทการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับ เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	104
13 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับ เกี่ยวกับ การลงทุนของ กบข.....	105
14 แสดงจำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยรวมเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....	106

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข.....	107
16 แสดงจำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข.....	108
17 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.....	110
18 จำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.....	111
19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ.....	112
20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอายุ.....	113
21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	114
22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอายุราชการ.....	115
23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน จำแนกตามภาคในประเทศไทย.....	116
24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อบุคคล จำแนกตามภาคในประเทศไทย.....	117
25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามภาคในประเทศไทย.....	118
26 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข...	119
27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข...	120

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข...121
29	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภท ต่างๆกับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.....122
30	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.....123
31	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภท ต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.....124
32	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.....125
33	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.....126
34	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ความเข้าใจกับทัศนคติของ ข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.....126

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

##### ประวัติความเป็นมา

กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) เป็นกองทุนเงินออมประเภทหนึ่งที่รัฐได้ส่งเสริมให้จัดตั้งขึ้นเพื่อข้าราชการ โดยวัตถุประสงค์หลักอย่างหนึ่งคือต้องการให้กองทุนเป็นแหล่งระดมเงินออมระยะยาวแบบผูกพัน (Contractual Saving) สนับสนุนให้ข้าราชการออมเงินเพื่อไว้ใช้ในการยังชีพหลังเกษียณอายุและมุ่งหวังให้เป็นกองทุนที่มีบทบาทสำคัญในการระดมเงินออมเพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพทางการเงินและเศรษฐกิจของประเทศ

##### กว่าจะเป็น กบข.

ระบบบำเหน็จบำนาญในประเทศ เริ่มตั้งขึ้นตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) โดยพระองค์ทรงมีพระราชดำริว่า “ราชการบ้านเมืองมีมากขึ้นกว่าแต่ก่อน แม้จะเพิ่มเงินเดือนให้มากขึ้นก็ตาม แต่ข้าราชการมีหน้าที่ต้องรับราชการเต็มเวลา ไม่ใคร่ได้มีโอกาสที่จะสะสมทรัพย์ไว้เลี้ยงตนเมื่อแก่ชราหรือทุพพลภาพ” ด้วยเหตุนี้จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีการตราพระราชบัญญัติเพื่อจ่ายเบี้ยบำนาญขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2444 เรียกว่า พระราชบัญญัติเบี้ยบำนาญรัตนโกสินทร์ศก 120 ซึ่งต่อมาภายหลังได้มีการปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มเติมตลอดมา

ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 คณะรัฐมนตรีมีมติให้กระทรวงการคลังพิจารณาปรับปรุงระบบบำเหน็จบำนาญข้าราชการเป็นระบบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพกลาง (Central Provident Fund) โดยให้ใช้หลักการคำนวณมิให้ข้าราชการเสียสิทธิ และผลของการศึกษาในที่สุด ออกมาเป็นการจัดตั้งกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)

## เหตุผลและความจำเป็นในการปรับปรุงระบบบำเหน็จบำนาญ

เป็นที่ทราบกันดีว่า ระบบบำเหน็จบำนาญตาม พรบ. บำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 นั้น จะใช้เงินเดือนสุดท้ายเป็นหลักในการคำนวณทำให้รัฐไม่สามารถปรับปรุงอัตราเงินเดือนของข้าราชการที่ยังรับราชการอยู่ให้สอดคล้องกับภาวะค่าครองชีพที่แท้จริงได้ เพราะหากมีการปรับปรุงอัตราเงินเดือนของข้าราชการ ก็จะทำให้รายจ่ายบำเหน็จบำนาญของข้าราชการที่ออกจากราชการไปเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับที่ผ่านมา รัฐมีภาระผูกพันในการจ่ายบำเหน็จบำนาญ โดยเพียงแต่ตั้งงบประมาณรายจ่ายเป็นรายปีตามแต่จะคำนวณภาระได้ในแต่ละปีเท่านั้น ไม่มีการกันเงินสำรองล่วงหน้าซึ่งไม่เป็นไปตามหลักการคลังที่ดี และเมื่อพิจารณาจะพบว่าภาระการจ่ายบำเหน็จบำนาญในอนาคตนั้น เมื่อเทียบเป็นอัตราส่วนกับรายจ่ายประจำแล้วจะเพิ่มขึ้นสูงมากทำให้ขาดหลักประกันแก่ผู้รับบำนาญและข้าราชการทั่วไป

ด้วยเหตุนี้ รัฐจึงจำเป็นต้องหาแนวทางที่จะสร้างหลักประกันให้แก่ข้าราชการ เมื่อออกจากราชการและเพื่อให้สามารถวางแผนเชิงบริหารการคลังในระยะยาวได้ จึงได้เริ่มแนวคิดให้มีการปรับปรุงระบบบำเหน็จบำนาญโดยให้จัดตั้งในรูปแบบของกองทุน นอกจากนี้ยังต้องการมุ่งหวังให้กองทุนเป็นสถาบันเงินออมที่สำคัญและมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

## พัฒนาการของการจัดตั้ง

ในระยะแรกของการศึกษาเพื่อจัดตั้ง กบข. กระทรวงการคลังได้มีแนวคิดที่จะจัดตั้งเป็นกองทุนบำเหน็จกลาง โดยในหลักการจะออกเป็นพระราชบัญญัติเป็นการเฉพาะขึ้นมาใหม่ ให้กองทุนมีสถานะเป็นนิติบุคคลมีคณะกรรมการกองทุนเป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารและว่าจ้างเอกชนให้บริหารเงินข้าราชการและลูกจ้างประจำทุกคนต้องเป็นสมาชิก ซึ่งจะต้องสะสมเงินเข้ากองทุนโดยรัฐบาลจะจ่ายสมทบให้เป็นประจำทุกเดือนเมื่อข้าราชการออกจากราชการจะได้รับเงินบำเหน็จเท่านั้น ยกเว้นข้าราชการที่รับราชการอยู่ก่อนการจัดตั้งกองทุน ซึ่งอาจจะได้รับบำเหน็จ หรือบำนาญจากงบประมาณอีกส่วนหนึ่งด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อร่างกฎหมายดังกล่าวเสนอคณะรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรีได้มีข้อสังเกตและให้กลับไปทบทวนอีกครั้งโดยเกรงว่าอาจมีการได้เปรียบเสียเปรียบเกิดขึ้นระหว่างข้าราชการที่บรรจุก่อน และหลังวันที่พระราชบัญญัติมีผลบังคับใช้

ต่อมากระทรวงการคลังได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาชุดหนึ่ง เพื่อศึกษาการจัดตั้งกองทุนบำเหน็จกลางอีกครั้ง โดยในการศึกษาของคณะกรรมการชุดดังกล่าวได้นำข้อสังเกตของคณะรัฐมนตรี และข้อสังเกตจากผู้เชี่ยวชาญการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund หรือ IMF) มาพิจารณา และในที่สุดได้เสนอร่างพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 และประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2539 กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ จึงเกิดขึ้นตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

### **หลักการสำคัญของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ**

กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการมีสถานะเป็นนิติบุคคล มีคณะกรรมการที่ประกอบด้วยตัวแทนจากรัฐ ผู้แทนจากสมาชิก ผู้ทรงคุณวุฒิ และเลขาธิการ เป็นผู้กำหนดนโยบายบริหารกองทุน ข้าราชการที่รับเงินจากเงินงบประมาณกลางเท่านั้นที่สามารถเป็นสมาชิกกองทุนได้ โดยข้าราชการที่รับราชการอยู่ก่อนการจัดตั้งกองทุนให้เป็นที่ไปด้วยความสมัครใจสำหรับข้าราชการที่เข้ารับราชการตั้งแต่วันที่กฎหมายมีผลบังคับใช้จะต้องเข้าเป็นสมาชิกกองทุนทุกคน

ระบบกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการเป็นระบบผสมระหว่าง ระบบบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ซึ่งเป็นระบบที่กำหนดว่าเมื่อออกจากงานแล้วจะได้รับเงินจำนวนหนึ่งที่แน่นอนคือ ได้รับบำเหน็จบำนาญตามสูตรที่กำหนด (Defined Benefit) และหลักการของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ คือระบบที่มีความแน่นอนในการจ่ายเงินเข้ากองทุน แต่จำนวนที่จะได้รับเมื่อออกจากกองทุนนั้นไม่แน่นอน (Defined Contribution) เพราะจำนวนเงินที่จ่ายออกจะเท่ากับจำนวนเงินที่จ่ายเข้ารวมกับผลประโยชน์ที่ได้จากการลงทุนของเงินดังกล่าว ดังนั้น กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ก็คือกองทุนที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อเสริมระบบบำเหน็จบำนาญในปัจจุบันนั่นเอง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่ากองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ หรือ กบข. ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2540 มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นหลักประกันการจ่ายบำเหน็จบำนาญ เพื่อให้ผลประโยชน์ตอบแทนการรับราชการแก่ข้าราชการเมื่อออกจากความเป็นข้าราชการ และเพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ของสมาชิก นับเป็นการช่วยระดมเงินออมในการรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจ และความต้องการเงินลงทุน อีกทั้งยังไม่เป็นภาระแก่รัฐบาลในการตั้งงบประมาณรายจ่ายในอนาคตอีกด้วย ดังนั้น หน้าที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของ กบข. คือ การบริหารเงินของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด เนื่องจากข้าราชการไทย ถือเป็นประชากรกลุ่ม

ใหญ่กลุ่มหนึ่งในประเทศ และถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากกับ กบข. เพราะ กบข. ก่อตั้งมาเพื่อส่งเสริมการออมให้กับข้าราชการไทย และนำเงินที่ข้าราชการออมนั้นไปลงทุนแทนตัวข้าราชการ กบข. จึงได้มีการศึกษาหนทางการนำเงินไปลงทุนในทางเลือกที่เหมาะสม คือ การลงทุนในทางเลือกที่ได้ผลตอบแทนที่ดี และมีความเสี่ยงที่ยอมรับได้ อันหมายถึง ความพยายามในการหาช่องทางการลงทุนที่ ณ ระดับความเสี่ยงในการลงทุนเท่ากัน แต่สามารถได้รับผลประโยชน์ตอบแทนที่สูงกว่าที่ตัวข้าราชการนำเงินออมนั้นไปลงทุนเอง การลงทุนของ กบข. แต่ครั้งนั้นจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก คณะกรรมการ กบข. ซึ่งเป็นตัวแทนจากข้าราชการทั้งหมด 12 ประเภท ได้แก่ ข้าราชการพลเรือนตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการพลเรือน ข้าราชการฝ่ายตุลาการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการฝ่ายตุลาการ ข้าราชการฝ่ายอัยการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการฝ่ายอัยการ ข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัยตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย ข้าราชการครูตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการครู ข้าราชการรัฐสภาสามัญตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการฝ่ายรัฐสภา ข้าราชการตำรวจตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการตำรวจ ข้าราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการทหาร ข้าราชการศาลรัฐธรรมนูญ ข้าราชการตุลาการศาลปกครอง ข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ และข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

เงินของ กบข. นั้นจะประกอบด้วย "เงินประเดิม" ซึ่งเป็นเงินที่รัฐจ่ายจากเงินคงคลังให้สมาชิกที่รับราชการอยู่ก่อนวันที่ 27 มีนาคม 2540 ส่วนเงินที่ข้าราชการออมสะสม ซึ่งเรียกว่า "เงินสะสม" ปัจจุบันคือ 3% ของเงินเดือน "เงินสมทบ" คือ เงินที่รัฐจ่ายสมทบเข้ากองทุนเพื่อจูงใจการออม (3% เท่ากับเงินสะสมที่สมาชิกออมทุกเดือน) และ "เงินชดเชย" เงินที่รัฐจ่ายให้เพื่อชดเชยการจ่ายบำนาญเท่ากับ 2% และเป็นหลักประกันการจ่ายบำนาญข้าราชการอีกส่วนหนึ่ง เงินดังกล่าวของกองทุนจะต้องนำไปลงทุนหาผลประโยชน์และจ่ายคืนให้สมาชิกเมื่อสมาชิกพ้นสมาชิกภาพ ไม่ว่าจะเป็นการออกจากราชการ หรือเสียชีวิต จากหลักการดังกล่าว กบข. จึงเปรียบเสมือนกับ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพทั่วไป แต่จะต่างกันก็ตรงที่ว่า นายจ้างของ กบข. นั้นต่างจากกองทุนสำรองเลี้ยงชีพอื่นๆ ตรงที่เป็นรัฐบาล และสมาชิกของกองทุนทั้งหมดแทนที่จะเป็นพนักงานบริษัท ก็เป็นข้าราชการทุกประเภท ที่รับเงินเดือนจากงบประมาณแผ่นดิน จึงนับได้ว่ากองทุนนี้เป็นกองทุนสำรองเลี้ยงชีพกองที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

ในด้านการลงทุน กบข. ถือเป็นผู้ลงทุนประเภทสถาบัน ที่บริหารเงินออมระยะยาว ดังนั้น ข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ในฐานะที่เป็นนายจ้าง จ้างให้ กบข. บริหารเงินแทน จึงควรที่จะทำการ

ศึกษาหาความรู้ทางด้านการลงทุนอย่างเพียงพอ ทั้งนี้ จากการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2536<sup>1</sup> สำหรับผู้ออมโดยทั่วไป หนีไม่พ้นการออมเงินโดยการนำเงินไปฝากธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่เป็นข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจที่ออมเงินที่ใกล้ตัวอีกแหล่งหนึ่ง คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ การออมเงินกับสถาบันทั้งสองนี้เป็นถึงประมาณ 75% ของการออมเงินในสินทรัพย์ทางการเงินทั้งหมด และตัวเลขนี้ยิ่งสูงขึ้นไปอีกในปี 2541 ซึ่งแสดงถึงความไม่มั่นใจในระบบการเงินเป็นอย่างมาก ในความเป็นจริงแล้วยังมีตราสารทางการเงินต่างๆ อีกมาก ที่สามารถเลือกลงทุน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดสำหรับแต่ละคน แต่ปัญหาอยู่ที่ การไม่มีความรู้พอในตราสารทางการเงินในรูปแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของตราสาร รูปแบบการลงทุน ผลตอบแทนที่จะได้รับ รวมถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นเมื่อสภาวะการณ์ต่างๆเปลี่ยนแปลงไป และความเหมาะสมในการลงทุนในตราสารประเภทต่างๆ ในแต่ละสภาวะการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การส่งเสริมให้ข้าราชการไทยซึ่งถือว่าเป็นคนส่วนใหญ่กลุ่มหนึ่ง และเป็นเจ้าของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ให้มีความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในตราสารทางการเงินรูปแบบอื่นๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะ เมื่อสมาชิก กบข. มีความรู้ความเข้าใจทางด้านการลงทุน ก็จะสามารถตรวจสอบการบริหารเงินและการลงทุนของ กบข. ได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งเข้าใจถึงการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ ของ กบข.

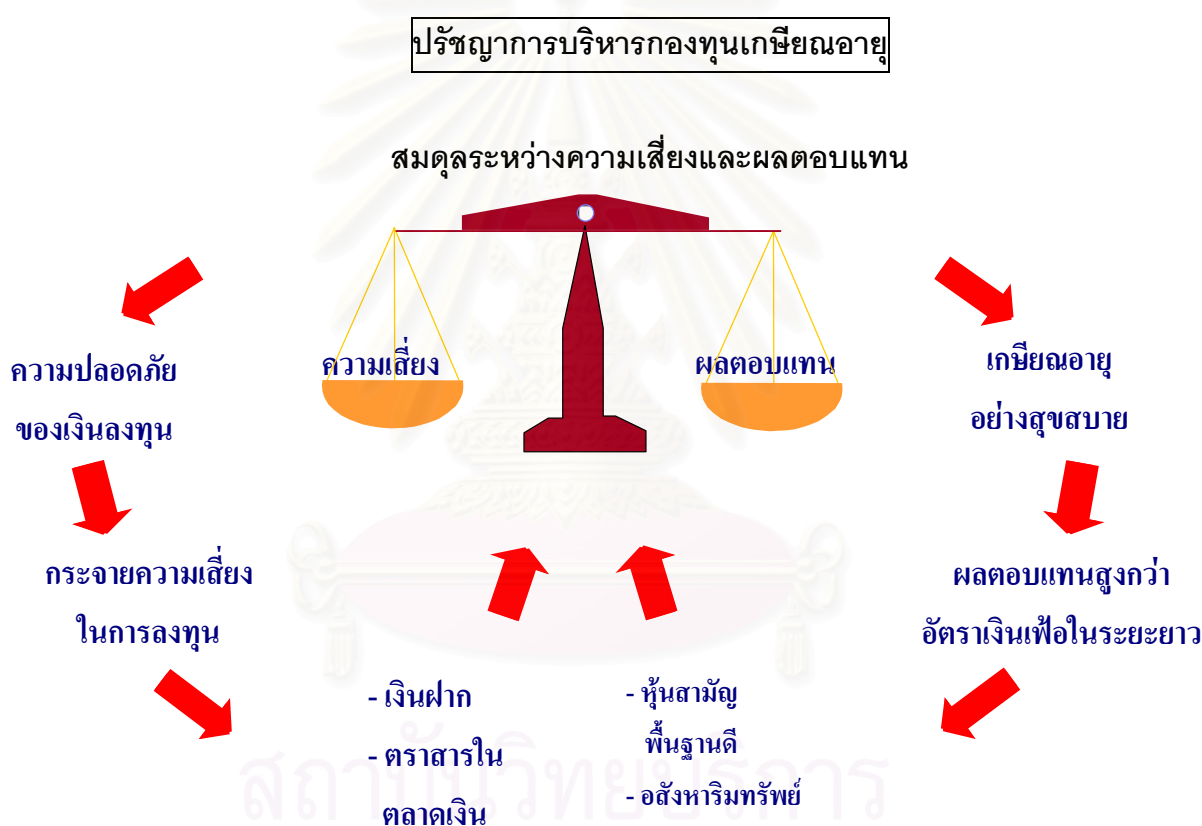
จากการศึกษาเรื่องการบริหารเงินออมระยะยาวของกองทุนประเภทเดียวกันในต่างประเทศที่มีกองทุนประเภทนี้มาก่อนประเทศไทยนั้น นำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า นโยบายการจัดสรรสินทรัพย์ทางการเงินเพื่อการลงทุนที่ดีนั้น ต้องกระจายความเสี่ยงโดยลงทุนให้หลากหลายทั้งในแง่ตราสาร อายุ และประเทศ<sup>2</sup> ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการลงทุน ของ กบข. จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้สมาชิกได้รู้ถึงหลักการบริหารเงินที่ถูกต้อง รู้ถึงเป้าหมาย และวิธีการบริหารเงินออมระยะยาวในตราสารทางการเงินประเภทต่างๆ นอกเหนือจากการฝากเงิน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่มากพอ ในความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ภายใต้กรอบนโยบายการลงทุน เพื่อให้งานด้านการลงทุนเป็นไปอย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพสูงสุด

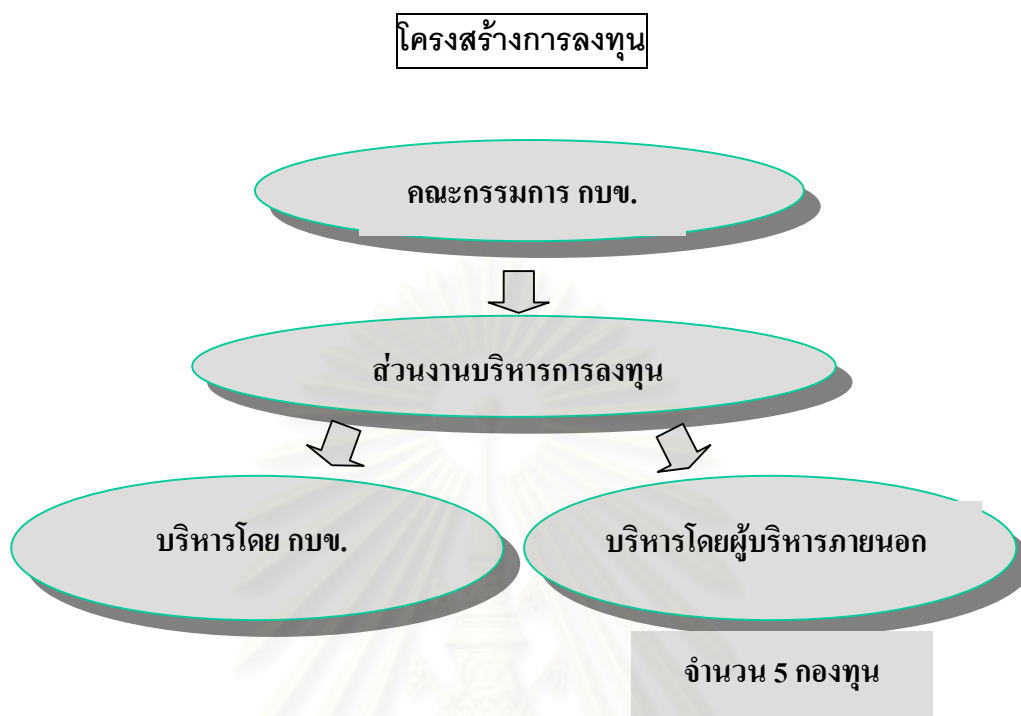
<sup>1</sup> นวพร เรืองสกุล, เลขานุการคณะกรรมการกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ, “ออมก่อน รวยกว่า,” (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพ, 2543), น.76.

<sup>2</sup> นวพร เรืองสกุล, เลขานุการคณะกรรมการกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ, “ออมก่อน รวยกว่า,” (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพ, 2543), น.8.



ดังนั้น นโยบายในการลงทุนของ กบข. จึงเป็นสิ่งสำคัญ และใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ ภายใต้กรอบและข้อจำกัดของกฎกระทรวงฉบับที่ 4 และกฎกระทรวงฉบับที่ 5 โดย “นโยบายหลักในการลงทุนของ กบข. คือ การบริหารเงินกองทุนโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของเงินต้นเป็นหลัก (Preservation of Capital) ควบคู่ไปกับการขยายตัวของอัตราผลตอบแทน (Growth of Income) เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของสมาชิกในวัยเกษียณอายุราชการ” การลงทุนของ กบข. จะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดแก่สมาชิกในระยะยาวมีกระบวนการในการตัดสินใจลงทุนที่รอบคอบ เป็นลำดับและเป็นขั้นตอน ไม่ได้ให้อำนาจใครคนใดคนหนึ่งที่จะลงทุนได้ตามลำพัง ดังจะเห็นได้จาก





โดยจะเห็นได้จากแผนภาพข้างต้นว่า การลงทุนของ กบข. ยังต้องขึ้นอยู่กับความเห็นชอบจาก คณะกรรมการ กบข. ด้วย ซึ่งการทำความเข้าใจกับสมาชิก กบข. เกี่ยวกับนโยบายการลงทุน และการตัดสินใจลงทุนของ กบข. จะทำให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจ และมีความมั่นใจในการลงทุนของ กบข. มากขึ้น จะเห็นได้ว่าในระยะแรกของการจัดตั้ง กบข. ข้าราชการจำนวนมากไม่มั่นใจว่าการเป็นสมาชิก กบข. จะดีเพียงไร และการบริหารงาน กบข. จะประสบความสำเร็จหรือไม่ การบริหารเงินกองทุนจะขาดทุนหรือไม่ ซึ่งก็เป็นธรรมดาที่ข้าราชการจะคิดเช่นนั้น เพราะองค์กร หรือระบบเงินออมเพื่อการชราภาพรูปแบบนี้เป็นเรื่องใหม่ที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย ดังนั้น กบข. จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ กบข. เพื่อให้สมาชิกทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยในระยะแรกจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ กบข. ว่า “กบข. คืออะไร” มีที่มาและความสำคัญอย่างไรในการก่อตั้งกองทุนแบบนี้ขึ้นมา รวมถึงหน้าที่หลัก และการดำเนินงานของ กบข. จนถึงปัจจุบัน

ณ ปัจจุบันนี้ กบข. เปิดดำเนินการมาจนครบ 4 ปีแล้ว ทำให้สมาชิกเริ่มรู้จัก กบข. เพิ่มมากขึ้น และเริ่มที่จะให้ความสำคัญ และหันมาสนใจทางด้านการลงทุนของ กบข. มากขึ้นว่า กบข. ได้นำเงินที่หักจากเงินเดือนทุกเดือนไปลงทุนในอะไรบ้าง มีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใดในการลงทุน และผลตอบแทนที่สมาชิกจะได้รับเป็นจำนวนเท่าไร ดังนั้น เพื่อให้สมาชิกมีความเชื่อมั่นใน กบข. มากยิ่งขึ้น ในปี 2543 กบข. จึงเน้นการให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุน เนื่องจาก กบข. เป็นองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมทางการเงินของประเทศ ดังนั้น การลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุน จึงเป็นเรื่องที่ กบข. จะต้องเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อนำเงินของสมาชิกไปลงทุนให้ได้ผลตอบแทนที่ดี ในความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ซึ่งบางครั้งการลงทุนในหลักทรัพย์บางอย่างเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก และอาจทำให้สมาชิกของ กบข. ซึ่งเป็นเจ้าของเงินนั้นเกิดความเข้าใจผิด หรือไม่เข้าใจเหตุผลในการลงทุน จนเกิดความไม่มั่นใจในการลงทุนของ กบข. ซึ่งตรงจุดนี้อาจทำให้เกิดกระแสต่อต้าน รวมถึงทัศนคติที่ไม่ดีต่อการลงทุน ตลอดจนคุณภาพลักษณะของ กบข. ดังนั้น การวางพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการลงทุนให้กับข้าราชการไทย เพื่อให้สามารถเข้าใจการดำเนินงาน และการตัดสินใจลงทุนของ กบข. จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะ จากการศึกษางานวิจัยจากวิทยานิพนธ์หลายๆ เล่ม ทำให้ทราบว่า เมื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารมาก ก็จะทำให้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น อันจะส่งผลต่อไปถึงทัศนคติที่ดีขึ้น ดังนั้น เมื่อข้าราชการไทยมีความรู้ความเข้าใจในการลงทุนที่เพียงพอ และมีทัศนคติที่ดีต่อการลงทุนของ กบข. ก็จะทำให้การดำเนินงาน การบริหารจัดการการลงทุนเป็นไปได้อย่างราบรื่นมากขึ้น เพราะ การนำเงินของสมาชิกไปลงทุนในทางเลือกใหม่ๆ จะต้องผ่านขั้นตอนการพิจารณา และความเห็นชอบจากเจ้าของเงิน ก็คือคณะกรรมการของ กบข. ซึ่งเป็นตัวแทนของสมาชิก กบข. ทั้ง 12 ประเภท ซึ่งถ้าสมาชิกมีความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุนพอสมควร ก็จะทำให้การชี้แจง อธิบายเหตุผลในการตัดสินใจ

ใจลงทุนในตราสารประเภทต่างๆ เป็นไปได้ง่ายขึ้น การยอมรับเมื่อมีตราสารทางการเงินใหม่ๆ เข้ามาในตลาดเงิน หรือตลาดทุน ที่น่าสนใจ ก็จะเป็นไปได้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้ การส่งเสริมให้สมาชิก กบข. มีความรู้ทางด้านการลงทุนเพิ่มขึ้น ก็ถือเป็นการเตรียมให้สมาชิกมีความสามารถที่จะบริหารดูแลเงินของตนเองได้ในอนาคต เนื่องจาก กบข. มี “พันธกิจในอนาคตที่มุ่งหวังในระยะยาว”<sup>3</sup> ดังนี้

1. เราจะเป็นแม่แบบให้กับอุตสาหกรรมการเงินของประเทศ และผลักดันให้เกิดมาตรฐานที่ดีในอุตสาหกรรมนี้
2. เราจะเป็นกองทุนแรกที่จะลงทุนในโอกาสใหม่ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
3. เราจะเป็นกองทุนที่น่าเชื่อถือในเรื่องการมีความคิดริเริ่มทางการให้บริการสมาชิกตามความต้องการ เพื่อให้สมาชิกมีความรู้สึกมั่นคงและมั่นใจเพื่อเสริมสร้างชีวิตที่ดีกว่าทั้งก่อนและหลังเกษียณอายุ
4. เราจะใช้เวลาอย่างน้อย 10 ปี จากปี 2544 ที่จะทำให้สมาชิกของเรามีความรู้เพียงพอที่จะสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการเงินด้วยตนเองได้ และเราจะจัดเตรียมทางเลือกหลากหลายที่ได้เลือกสรรแล้วไว้คอยให้บริการสมาชิกตามความต้องการ
5. เราจะเป็นองค์กรที่องค์กรนานาชาติยกย่องว่าเราเป็นหน่วยงานอันดับหนึ่งของโลกในอุตสาหกรรมนี้

จากพันธกิจทั้ง 5 ข้อ จะเห็นได้ว่าการที่จะพัฒนาองค์กรไปสู่พันธกิจที่ตั้งไว้ให้ได้นั้น พันธุ์ที่สำคัญตัวหนึ่งที่จะผลักดันให้ กบข. บรรลุพันธกิจนั้นได้ ก็คือ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่จะต้องคอยส่งเสริมให้กองทุนพัฒนาไปให้ทัดเทียมกับกองทุนในต่างประเทศ นั่นคือ สมาชิกของกองทุนสามารถที่จะตัดสินใจลงทุนในรูปแบบที่ตนต้องการได้ ซึ่งเป็นรูปแบบกองทุนในต่างประเทศที่เน้นการตอบสนองของความต้องการของสมาชิก เพื่อให้สมาชิกของกองทุนมีทางเลือกในการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบุคคล แต่ก่อนที่สมาชิกแต่ละคนจะสามารถลงทุนในรูปแบบที่ตนต้องการได้ สมาชิกแต่ละคนก็ต้องมีความรู้ทางด้านการลงทุนมากพอสมควรว่าการลงทุนในหลักทรัพย์แต่ละประเภทนั้นมีความแตกต่างกัน และส่งผลแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ดังนั้น การที่ กบข. สนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลที่

<sup>3</sup> กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ, “รายงานประจำปี 2543,” (กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออกจำกัด, 2544), น.60.

เกี่ยวข้องกับการลงทุนให้สมาชิกทราบจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะ เป็นการปูพื้นฐานความรู้ทางการลงทุนเพื่อใช้ในการตัดสินใจและจัดสรรการลงทุนของตนเองได้อย่างเหมาะสม โดย กบข. ได้ใช้วิธีการสื่อสาร และทำการเผยแพร่ข้อมูลทางการลงทุนผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวารสารรายเดือนทั้งที่ กบข. จัดทำขึ้นเอง และวารสารส่วนที่ส่วนราชการจัดทำขึ้น สำหรับวารสารที่ กบข. จัดทำขึ้นนั้นพิมพ์เพื่อแจกจ่ายสมาชิกเดือนละ 1.2 แสนฉบับ โดยคาดหวังว่าจะถึงมือสมาชิก 1 ใน 10 คน และกระจายอ่านได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังมีการออกพบสมาชิกโดยตรง คือ โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร การจัดนิทรรศการเมื่อส่วนงานต่างๆ มีการประชุมหัวหน้าส่วนราชการ รวมถึง การบริการข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์ หรือ Call center (เบอร์โทร 1179) แต่ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ แม้จะพยายามสื่อสารในหลายรูปแบบแล้ว แต่ก็ยังมีสมาชิกจำนวนหนึ่งบอกว่า ไม่ได้รับข่าวสารจาก กบข. เลย นอกจากนี้ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สมาชิกแต่ละคนมีพื้นฐานความรู้ทางการลงทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ เช่น เพศ อายุราชการ ระดับการศึกษา กระทรวงที่สังกัด และความสนใจในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เพื่อที่จะได้ทราบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารแบบใด มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนอยู่ในระดับไหน และมีทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ในแง่ใด เพื่อ กบข. จะได้หาแนวทางการประชาสัมพันธ์ การให้ความรู้ความเข้าใจผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ไปพร้อมๆ กับการลงทุนของ กบข. ในตราสารใหม่ ๆ

ดังนั้น เมื่อข้าราชการไทยมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการลงทุนแล้ว ก็จะสามารถตรวจสอบการดำเนินงานทางการบริหารเงิน และเข้าใจถึงเหตุผลในการตัดสินใจลงทุนของ กบข. ในตราสารประเภทต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะทำให้กระแสดต่อต้านในการลงทุนของ กบข. ลดน้อยลง นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์กับ กบข. ที่จะบรรลุพันธกิจในระยะยาว ทั้ง 5 ข้อได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริม และเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมการเงินของไทย สุดท้ายยังเป็นประโยชน์กับตัวสมาชิกเองในการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับตนเอง และเป็นการส่งเสริมการออมของข้าราชการไทย เพราะเมื่อข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีความรู้ด้านการลงทุนเพียงพอนอกจากจะสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการเงินของตนเองในอนาคตได้ โดยเลือกลงทุน จากรูปแบบการลงทุนที่หลากหลายที่ กบข. ได้คัดสรรให้แล้วเพื่อบริการสมาชิกตามความต้องการ สมาชิกยังสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาจัดสรรเงินออมของตนเองในการลงทุนในตราสารประเภทต่างๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่อกเงยขึ้นตามเงื่อนไขของแต่ละบุคคลได้อีกด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าว การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ว่าเป็นอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. และเพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่กำลังสนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลแก่ประชาชน หรือบุคคลเฉพาะกลุ่ม

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
3. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
4. เพื่อศึกษาทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทย กับการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข.
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. กับ ทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

### ปัญหาคำถามการวิจัย

1. ข้าราชการไทยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อย่างไร
2. ข้าราชการไทยมีความรู้ ความเข้าใจในการลงทุนของ กบข. เพียงใด
3. ข้าราชการไทยมีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อย่างไร
4. ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แตกต่างกันหรือไม่
5. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับความรู้ของข้าราชการไทยในเรื่องการลงทุนของ กบข. หรือไม่

6. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. หรือไม่
7. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. หรือไม่

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับ ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
3. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.
4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะในขอบเขตของประเด็นต่อไปนี้ คือ

1. ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
2. สื่อ จำกัดเฉพาะสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจที่เกิดจากการจัดทำ และเผยแพร่โดย กบข. และสื่อบุคคล

### คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ และภาคในประเทศไทย
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. หมายถึง ความถี่ที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อประเภทต่างๆ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
3. ความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ซึ่งเป็นความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการลงทุนประเภทต่างๆ ในตลาดเงิน และตลาดทุน

4. ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. เกี่ยวกับการลงทุนประเภทต่างๆ ในตลาดเงิน และตลาดทุน
5. สื่อ หมายถึง สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจที่ทาง กบข. ใช้ในการสื่อสารกับสมาชิก
6. สื่อมวลชน แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่
  - สื่อวิทยุ ได้แก่ รายการ เรื่องนี้ที่นำรู้จาก กบข.
  - สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการหนึ่งนาทิมิตรพิทย์ และรายการบ่ายนี้มีคำตอบ
  - หนังสือพิมพ์ ได้แก่ คอลัมน์ สนทนากับเลขาธิการ ในมติชน, คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTING) ในกรุงเทพธุรกิจ
7. สื่อบุคคล ได้แก่ สมาชิก กบข. และเจ้าหน้าที่ กบข.
8. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือเวียน คู่มือสมาชิก วารสาร กบข. รายงานประจำปี พระราชบัญญัติ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พรบ. กบข.) กฎกระทรวงฉบับที่ 4 กฎกระทรวงฉบับที่ 5 โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์ดีใจจร การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center) ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลสมาชิกทางโทรศัพท์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
9. ข้าราชการไทย หมายถึง ข้าราชการพลเรือนตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการพลเรือน ข้าราชการฝ่ายตุลาการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการฝ่ายตุลาการ ข้าราชการฝ่ายอัยการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการฝ่ายอัยการ ข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย ตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย ข้าราชการครูตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการครู ข้าราชการรัฐสภาสามัญตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการฝ่ายรัฐสภา ข้าราชการตำรวจตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการตำรวจ ข้าราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการทหาร ข้าราชการศาลรัฐธรรมนูญ ข้าราชการตุลาการศาลปกครอง ข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ และ ข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
10. การลงทุนของ กบข. หมายถึง การจัดการเงินของ กบข. จะดำเนินการตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2540) และกฎกระทรวงฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2543)
11. กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) หมายถึง นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้
  - เพื่อเป็นหลักประกันในการจ่ายบำเหน็จบำนาญ และให้ประโยชน์ตอบแทนการรับราชการแก่ข้าราชการเมื่อออกจากราชการ



- เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ของสมาชิก
- เพื่อจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่นให้แก่สมาชิก

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แก่ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
2. เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่กำลังสนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลแก่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม
3. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่างๆ ที่มีลักษณะงาน คล้ายๆกับการดำเนินงานของ กบข. เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพต่างๆ กองทุนเพื่อการเกษียณอายุ รวมถึงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) ที่เน้นการเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในตลาดเงิน และตลาดทุน ซึ่งจะสามารถนำผลการวิจัยที่พบนี้ ไปปรับใช้กับการพัฒนาสื่อ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่อไปนี้ประกอบในการอ้างอิง

1. แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสาร
2. แนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร
3. แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติ
5. แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ<sup>4</sup> (ปรมะ สตะเวทิน 2533: 65) กระบวนการสื่อสารจึงประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องสื่อ และผู้รับสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ หมายถึง การมีลักษณะที่ต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ไม่มีจุดเริ่มต้น และไม่มีจุดสิ้นสุด ไม่มีการหยุดนิ่ง หรือกล่าวได้ว่าจะมีการกระทำที่ต่อกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดเวลา ผู้ส่งสารกลายเป็นผู้รับสาร และผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน

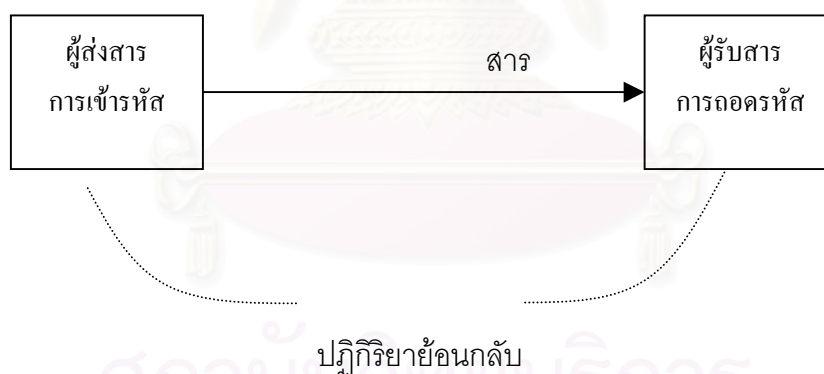
การติดต่อสื่อสารมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ เฮอริเบิร์ต เอ ไชมอน (Siomon, 1960: 154) กล่าวว่า ถ้าองค์การ หรือสังคมขาดการติดต่อสื่อสารก็จะอยู่ไม่ได้ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของการทำความเข้าใจระหว่างบุคคล องค์การ หรือสังคม จึงมีปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการติดต่อ หรือส่งข่าวสาร (Transmit) คือ

<sup>4</sup> ปรมะ สตะเวทิน, "หลักนิเทศศาสตร์," (พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533), น.65.

1. ปัจจัยเกี่ยวกับการเชื่อถือ หรือรับรู้ (Cognitive Material) ได้แก่ เรื่องราวต่างๆ (Information) ข้อเท็จจริง (Facts) หรือปัญหาต่างๆ
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจูงใจ และอารมณ์ (Motivational and Emotional Material) ได้แก่ บรรยากาศที่เกี่ยวกับอารมณ์ ทักษะคติ และปฏิกริยา ความจงรักภักดี หรือทำที่เป็นศัตรู ความรู้สึกสนับสนุน หรือไม่เห็นด้วย และวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ต้องการ (Likert<sup>5</sup> : 1961)

ปัจจัยเกี่ยวข้องกับการติดต่อ หรือส่งข่าวสารนั้น จะมีผลกระทบต่อตัวบุคคล และต่อการรับรู้เรื่องราวต่างๆ อยู่เป็นอันมาก เพราะการติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นศิลปะการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็น และทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

เอฟเวอเรทท์ เอ็ม โรเจอร์ส<sup>6</sup> (Everett M. Rogers, 1973) กล่าวว่า กระบวนการสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสาร (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร



กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับข่าวสาร แปลงเนื้อหาของสารให้เป็นรหัส (Encode) คือ แปลงข่าวสาร ความคิดเห็น ทักษะคติ หรือความรู้สึกใดๆ ให้อยู่ในลักษณะที่สามารถถ่ายทอดไปยังผู้อื่นได้ แล้วส่งเนื้อหาที่แปลงนี้ออกไปสู่ผู้รับโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารสมบูรณ์เมื่อเนื้อหาที่ส่งเป็นรหัสไปสู่ผู้รับนั้นได้ถูกถอดออก (Decode) และผู้รับได้รับรู้เนื้อหาของสารที่ส่งไปนั้น แต่

<sup>5</sup> Rensis, Likert. New Patterns of Management. New York : McGraw-Hill Book Company, 1961, p.45.

<sup>6</sup> Everett M. Rogers, Communication Strategies for Family Planning, (New York: The free Press, 1973), p.43.

การที่จะตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่ก็แล้วแต่ประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร (Field of Experience) ในกระบวนการสื่อสารปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อข่าวสารของผู้ส่งสาร ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาว่าการสื่อสารบรรลุผลสำเร็จหรือไม่

โกเยอร์<sup>7</sup> (Goyer : 1970) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “การสื่อสาร คือ เหตุการณ์ที่ต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 5 ชนิดที่เกิดขึ้นตามลำดับดังต่อไปนี้ (ก) ผู้ส่ง หรือผู้สร้าง (ข) สิ่งเร้าในรูปของเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ซึ่ง (ค) ถูกส่งไปยัง (ง) ผู้รับสิ่งเร้าอย่างน้อย 1 คน (จ) และผู้รับสิ่งเร้าตอบสนองด้วยความพินิจพิเคราะห์ การสื่อสารจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับสิ่งเร้าได้ตอบสนองสิ่งเร้าที่ผู้ส่งสิ่งเร้าส่งมาในรูปของเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ จนกระทั่งเกิดสหสัมพันธ์ระหว่างการโต้ตอบต่อสิ่งเร้าที่ผู้ส่งหวังจะได้รับตอบสนองจากผู้รับสิ่งเร้า และการโต้ตอบต่อสิ่งเร้าที่ผู้รับสิ่งเร้าได้ตอบไปจริง”

โกเยอร์<sup>8</sup> (Goyer) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

### องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

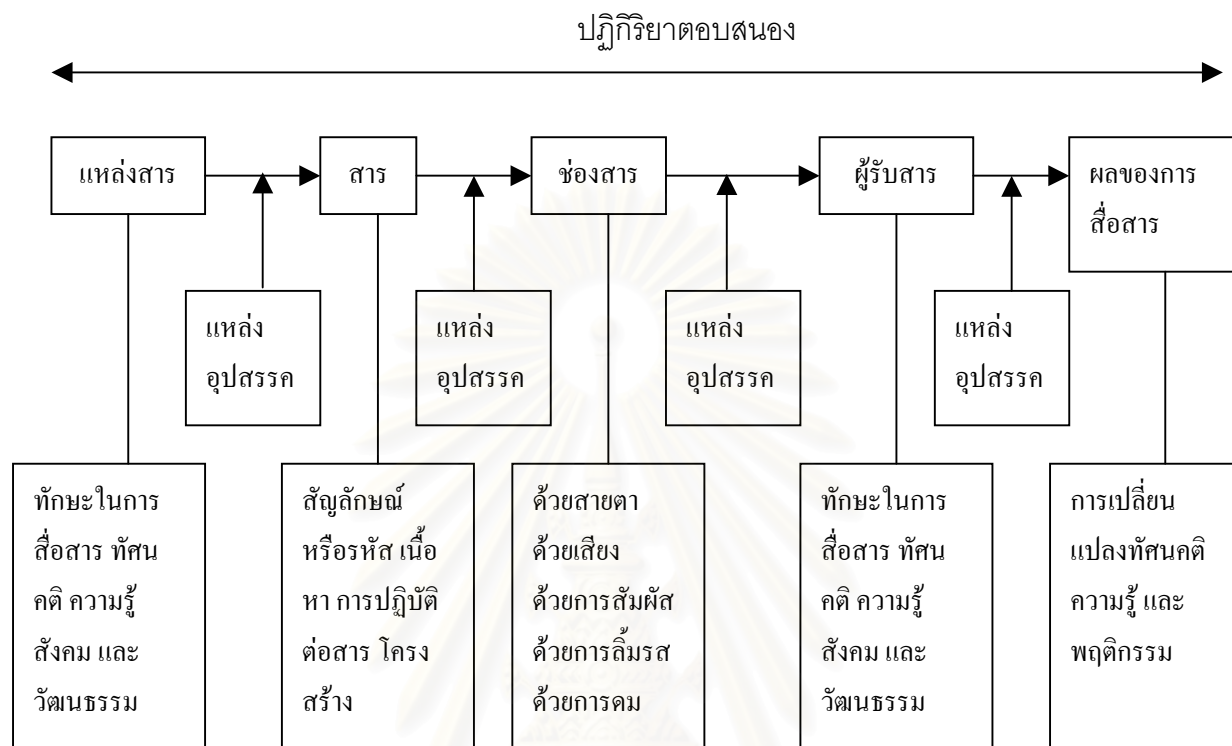
โดยปกติการสื่อสารมีองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประการด้วยกันตามแนวคิดของเบอร์โล (Berlo) คือ แหล่งสาร สาร ช่องสาร ผู้รับสาร ผลที่เกิดจากการสื่อสาร และปฏิกริยาตอบสนอง เราอาจสร้างแบบจำลองของการสื่อสารที่ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้ง 6 ประการด้วยคำพูดต่อไปนี้

การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ผู้ส่งสาร ส่งสารผ่านช่องสารไปยังผู้รับสาร แล้วก่อให้เกิดผลบางประการขึ้น โดยผู้รับสารมีปฏิกริยาตอบสนองออกไป

<sup>7</sup> Robert S. Goyer, “Communication, Communicative Process, Meaning.: Toward a Unified Theory”, *Journal of Communication*, vol. 20 (1970), p. 4-16.

<sup>8</sup> Ibid., p. 4-16.

เสถียร เชยประทับ<sup>9</sup> ได้อธิบายแบบจำลองเพื่อขยายแนวความคิดของเบอร์โล (Berlo) ดังนี้



องค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ซึ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องสาร (สื่อ) ผู้รับสาร ผลที่เกิดจากการสื่อสาร และปฏิกริยาตอบสนองของกระบวนการสื่อสารนั้น ช่องทางการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดว่า ช่องทางการสื่อสารประเภทใดที่ผู้ส่งสารจะสามารถใช้เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในอันที่จะให้เกิดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมแก่ผู้รับสารในทางที่ตนปรารถนาได้

## 2. แนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร

ในการสื่อสารของมนุษย์ทุกครั้งจะต้องประกอบด้วยแหล่งสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหนึ่ง กลุ่มคน สถาบัน หรือองค์การ ที่มีจุดมุ่งหมายหรือเหตุผลในการกระทำการสื่อสาร เมื่อมีแหล่งสาร มีความคิด มีความต้องการในการสื่อสาร และตั้งใจที่จะสื่อสารข้อมูลและจุดมุ่งหมายแล้วก็จะต้องนำมารวบรวมเรียบเรียงเป็นเนื้อหาข่าวสาร การที่จะส่งเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับสารจำเป็นจะต้องมี “ช่องสาร

<sup>9</sup> เสถียร เชยประทับ, “การสื่อสารงานนวัตกรรม,” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, น. 11.

(channel) ซึ่งเบอร์โต ได้ให้ความหมายของช่องทางไว้ว่า “ช่องทาง คือตัวกลาง หรือสื่อ (medium)”<sup>10</sup> ดังนั้นช่องทาง หรือ สื่อ จำเป็นอย่างยิ่งในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ที่ต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน

สื่อ (Media) เป็นหนทาง หรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520: 3) หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อ คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

ช่องทางการสื่อสาร (Channels) เป็นวิธีการที่ผู้ส่งสารจะนำข่าวสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ช่องทางสื่อมวลชน (Mass Media Channels) เป็นการถ่ายทอดข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชนทั้งหมด ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และนิตยสาร แหล่งข่าวสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือสองสามคน ที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้
2. ช่องทางสื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โรเจอร์ส<sup>11</sup> ได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดขึ้นในกรณีที่เราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น ผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูง หรือเจ้าหน้าที่ราชการ โรเจอร์ส กล่าวว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการให้ความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
3. ช่องทางสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่าโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่องๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจ โดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้นๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย

<sup>10</sup> ธนวิ บัญญัติ, "ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐาน ทางการศึกษาสื่อสาร," หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529) น. 514-515.

<sup>11</sup> Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations*, (New York: The Free Press, 1971), p. 252.

## สื่อมวลชน

### กระบวนการสื่อสารมวลชน

ลักษณะผู้ส่งสารจะไม่ใช่เป็นบุคคลเพียงคนเดียว แต่เป็นองค์การที่มีรูปแบบที่เป็นทางการ และตัวผู้ส่งสารจะต้องมีอาชีพทางการสื่อสารโดยเฉพาะตัวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนนั้น ไม่มีลักษณะปรากฏออกมาเด่นชัดในแง่ใดแง่หนึ่ง อีกทั้งยังมีเนื้อหาที่แปรเปลี่ยนได้ และไม่สามารถคาดล่วงหน้าได้ โดยปกติแล้วเนื้อหาจะถูกทำขึ้นโดยลักษณะแบบเดียวกันหมด และคละเคล้าผสมผสานกันบ้างในบางระดับ เนื้อหาที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากผลงานที่ได้ทำขึ้นกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยน ในขณะที่เดียวกันก็มีคุณค่าในเชิงที่เป็นประโยชน์ใช้สอยอีกด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นไปในลักษณะทางเดียว และมักจะไม่มีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้เองทำให้การสื่อสารมวลชนจึงต้องมีลักษณะที่เป็นทางการ ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องศีลธรรม และไม่อาจรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นเฉพาะบางประการที่มีต่อบุคคล การที่มีลักษณะเป็นทางการนี้ ส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ได้มีความใกล้ชิดต่อกัน แต่ห่างไกลกันทั้งทางกายภาพ และทางสังคม นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่เป็นทางการในเรื่องของบทบาท ซึ่งผู้ส่งสารได้สวมบทบาทในฐานะผู้ส่งสารให้กับสาธารณชน ซึ่งบทบาทนี้ทำให้ผู้ส่งสารยอมรับบรรทัดฐานของความเป็นกลาง และแยกตัวเองออกมาไม่ยึดติดกับสิ่งที่ตนเสนอต่อผู้รับสาร การที่กล่าวถึงความห่างไกลทางสังคมนี้ หมายถึงความแตกต่างทางสังคม ที่ปรากฏออกมาในรูปของความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน โดยที่ผู้ส่งสารดูจะมีอำนาจเหนือกว่าผู้รับสาร เพราะผู้ส่งสารมีสาระที่อยู่กับตนมากกว่า มีชื่อเสียงมากกว่า และมีความเชี่ยวชาญมากกว่าผู้รับสาร ส่วนผู้รับสารก็เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้รับสารขนาดใหญ่ที่ได้รับประสบการณ์ร่วมกับผู้อื่น ที่มีปฏิกริยาโต้ตอบในฐานะผู้รับสารที่เป็นรูปแบบแน่นอนและสามารถคาดล่วงหน้าได้ การสื่อสารมวลชนจึงเกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารคนหนึ่งกับผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ด้วยเหตุนี้เอง อิทธิพลของสื่อมวลชนสามารถเกิดขึ้นได้อย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว ลักษณะการเกิดขึ้นของอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้น จะเกิดขึ้นอย่างซ้ำๆ และค่อยเป็นค่อยไปด้วยการแพร่กระจายข่าวสารจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง

## ความหมายของสื่อมวลชน

**สื่อมวลชน (Mass Media)** หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียว หรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร

ปรมะ สตะเวทิน<sup>12</sup> ได้ให้ความหมายของ สื่อมวลชน ว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารกับมวลชนจำนวนมากในขณะเดียวกัน พร้อมๆ กัน โดยที่สมาชิกของมวลชนแต่ละคน อยู่ในที่ต่างๆ กัน เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกัน จึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว คือ สื่อมวลชน (Mass Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

เกศินี จุฑาวิจิตร<sup>13</sup> (2540 : 64) กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีความซับซ้อนทางเทคโนโลยี สามารถที่ส่งสารไปยังผู้รับสารที่ไม่รู้จักเป็นจำนวนมาก และอยู่ห่างไกลกันได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคม หรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จัก หรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน
2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

<sup>12</sup> ปรมะ สตะเวทิน, "หลักนิเทศศาสตร์," (กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540), น.35-36.

<sup>13</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, "การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น," (นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540), น.64.



ในกรณีที่มีผู้รับสารจำนวนมากและต้องการถ่ายทอดสารให้ได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็วในเวลาใกล้เคียงกัน จำเป็นต้องใช้สื่อที่เรียกว่า สื่อมวลชน (Mass media) ซึ่งวาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี<sup>14</sup> ได้กล่าวถึงคำว่า สื่อมวลชน ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. สิ่งพิมพ์
2. วิทยุกระจายเสียง
3. โทรทัศน์
4. ภาพยนตร์

การจัดแบ่งสื่อมวลชนโดยอาศัยประสาทสัมผัสของมนุษย์ อาจจัดแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. สื่อทัศน์ (Sight media) หมายถึง สื่อมวลชนที่ประชาชน หรือผู้รับสารจะต้องอาศัยตาในการมอง ในการรับสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ สิ่งพิมพ์ ภาพถ่าย ภาพนิ่ง เป็นต้น
2. สื่อโสต (Sound media) หมายถึง สื่อมวลชนที่ประชาชน หรือผู้รับสาร รับสารโดยการได้ยิน หรือการได้ยินจากสื่อมวลชน สื่อเหล่านี้ ได้แก่ วิทยุ และเครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น
3. สื่อโสตทัศน์ (Sight & sound media) เป็นสื่อมวลชนที่ผู้รับสารจะรับสารได้อย่างสมบูรณ์ โดยต้องอาศัยทั้งตาและหู สื่อเหล่านี้ ได้แก่ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

สื่อมวลชนดังกล่าวมีบทบาท และลักษณะในการส่งสารแตกต่างกัน เช่น วิทยุส่งสารไปยังผู้รับ โดยผ่านระบบคลื่นวิทยุไปยังผู้ฟัง เป็นที่นิยมแพร่หลายมาก เพราะสามารถส่งสารได้รวดเร็ว และแพร่กระจายไปได้ไกลที่สุด อีกทั้งสามารถเข้าถึงประชาชนทุกระดับทุกประเภท แม้แต่ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออก และผู้รับสารยังเสียค่าใช้จ่ายน้อยด้วย เพียงแต่ผู้รับมีเครื่องรับวิทยุเท่านั้น ส่วนโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันนี้และนับวันจะมีอิทธิพลต่อผู้รับมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ส่งสารไปยังผู้รับเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องใช้ในทันทีที่ได้รับ จะใช้เมื่อใดก็ได้ และสามารถใช้อ่านได้หลายครั้ง แต่มีข้อจำกัดในเรื่องทักษะการอ่าน

<sup>14</sup> วาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี, "การสื่อสารเพื่อชีวิต," (กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2532), น. 47.

นอกจากนี้ โรเจอร์ส<sup>15</sup> (Rogers) ได้ขยายความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารคือกระบวนการที่ให้ความคิดและข่าวสารจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวสร้างเสริมเพิ่มความรู้เบื้องต้นอันเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ แชรรมปี<sup>16</sup> (Wilbur Schramm) ได้เคยกล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เป็นเครื่องมือในการให้บริการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สื่อมวลชนสามารถช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ คือ การกระตุ้นให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติ ค่านิยมเดิมไปสู่ชนบทรรมนิยมประเพณีและวิถีปฏิบัติใหม่ และในบางกรณีก็เปลี่ยนไปสู่ความสัมพันธ์ทางสังคมที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งกระบวนการที่จะช่วยตัดสินใจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในเรื่องของทัศนคติ ความเชื่อ ทักษะ และบรรทัดฐานของสังคม สื่อมวลชนอาจมีอิทธิพลโดยตรงต่อทัศนคติและทักษะในบางครั้ง และ แชรรมปี<sup>17</sup> (Schramm) กล่าวเพิ่มเติมว่า ไม่ว่าสังคมชนบทหรือสังคมเมือง สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ คือ

1. บทบาทในการเสนอข่าวสาร แจ้งข่าวสาร หรือสารสนเทศ (To inform) เพื่อให้บุคคลรับรู้ถึงนวัตกรรมในด้านต่างๆ ส่งเสริมให้ประชาชนนำความรู้ข่าวสารไปพัฒนาตัวเอง และประเทศชาติให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
2. บทบาทในการปลุกกระดมสำนึก (To mobilize) เพื่อร่วมกันตัดสินใจวินิจฉัยปัญหาต่างๆ อันเนื่องมาจากการรับและการกำหนดทิศทาง ตลอดจนผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อสังคม ประเทศที่ตนอาศัยอยู่ การตัดสินใจของสังคมรวมทั้งสามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ไม่พึงรากลึก
3. บทบาทในการสอน (To educate) เป็นการเรียนรู้โดยอ้อมแท้ถึงนวัตกรรม ทั้งนี้เพื่อปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมนั้นๆ สื่อมวลชนช่วยถ่ายทอดความเชื่อและทักษะที่สังคมเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าให้แก่สมาชิกใหม่ของสังคม และเชื่อว่าสื่อมวลชนสามารถช่วยให้การศึกษาและการฝึกอบรมทุกประเภท

<sup>15</sup> Everett M. Rogers, *Communication Strategies for Family Planning*, (New York: The free Press, 1973), p.43, 92.

<sup>16</sup> Wilbur Schramm, *Mass Media and National Development*, (California: The Stanford University Press, 1964), p. 114.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p. 127-144.

## อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์<sup>18</sup> (Joseph T. Klapper) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

- 1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition's) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

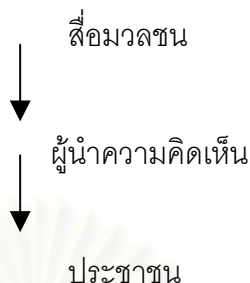
- 1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิด และความเชื่อของตน

- 1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

---

<sup>18</sup> Joseph T. Klapper, *The Effect of Mass Communication*, New York: The Free Press, 1967 (อ้างใน ประมุข สตะเวทิน, "หลักนิเทศศาสตร์," พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533, น. 142)

## ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Communication)



1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรีต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อถือสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม
3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเท่านั้น
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้ หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลายาวขึ้น

เออร์วิน พี เบททิงเฮาส์<sup>19</sup> (Erwin P. Bettinghaus, 1968) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่า จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด คือ อารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัยแน่นอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

### **สื่อบุคคล (Personal Media)**

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ให้นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

### **การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)**

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล โรเจอร์ส และ ชูแมคเกอร์<sup>20</sup> (Rogers and Shoemaker) ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

### **ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล**

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากใน

<sup>19</sup> Erwin P. Bettinghaus, *Persuasive Communication*, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1968), p. 168-170.

<sup>20</sup> Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovation: A Cross-Culture Approach*, (New York: The Free Press, 1971), p. 252.

การใช้เครื่องซักถุง ไน้มน้ำใจผู้รับสาร ดังที่ เสถียร เขยประทับ<sup>21</sup> ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถโต้ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนอง หรือปฏิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่มดังนี้

- 1) การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยวิธีเยี่ยมบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัยไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำเร็จข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงไน้มน้ำใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

- 2) การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ Blumer (1969) กล่าวไว้ว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย” การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และการสนทนาภายใน

<sup>21</sup> เสถียร เขยประทับ, “การสื่อสารงานนวัตกรรมการ,” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ม.ป.ท., 2525), น. 218-219.

ในกลุ่มคือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับ หรือปฏิเสธข่าวสาร

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น ตารางแสดงการเปรียบเทียบระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน

**ตารางแสดงการเปรียบเทียบระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน**

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)	เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication)
2. ความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการที่จะจัดการเลือกของผู้รับสาร	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ	มาก	น้อย
7. ผล (effect)	เปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร	เพิ่มพูนความรู้แก่ผู้รับสาร

โรเจอร์ส<sup>22</sup> (Rogers) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์

<sup>22</sup> Everett M. Rogers, Communication Channels in Handbook of Communication, (Chicago : Rand Mc. Nelly, 1978), p.291.

ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตติงเฮาส์<sup>23</sup> (Bettinghaus) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

แคทซ์ และลาซาสเฟล<sup>24</sup> (Katz and Lazarsfeld) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจิตใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของลาซาสเฟล และคณะ (Lazarsfeld and Menzel) มี 5 ประการ<sup>25</sup> คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

<sup>23</sup> Erwin P. Bettinghaus, *Persuasive Communication*, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1968), p.180.

<sup>24</sup> Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence*, (New York : The Free Press, 1955), p.27.

<sup>25</sup> Paul F. Lazarsfeld and Menzel, H. Mass Media and Personal Influence. In Wilbur Schramm(ed), *The Science of Human Communication*, (New York: Basic Books, 1968), p.97.



2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่ายๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จัก และนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย
5. ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น บางครั้งผู้ทำการสื่อสารอาจประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของตน โดยไม่ได้มีการชักจูงใจให้ผู้ฟังยอมรับทัศนคติของเขา

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข้อมูลข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นๆ ต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้ง ผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติ หรือความคิดเห็นของตนลงไป ทำให้ผู้รับสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกเข้ามาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม<sup>26</sup>

## สื่อเฉพาะกิจ

นอกจากสื่อทั้งสองประเภทที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว การสื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต คุณภาพสังคม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนเป้าหมายนั้นมิใช่เรื่องง่าย ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการพัฒนา โครงการใดโครงการหนึ่ง ซึ่งต้องการที่จะทำการรณรงค์เฉพาะเรื่องนั้นกับประชากรกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของประชากรเป้าหมาย การใช้สื่อเฉพาะกิจในการพัฒนาย่อมสามารถ

<sup>26</sup> Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence. (New York : The Free Press, 1969), p.377-452.

ทำให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้รับทราบข่าวสาร ความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี<sup>27</sup>

### ความหมายของสื่อเฉพาะกิจ

เกศินี จุฑาวิจิตร<sup>28</sup> ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

สมควร กวียะ (2530 อ้างถึงใน อรรถวณิช ปันธน์โอวาท<sup>29</sup>) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่าโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสาร หรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาขึ้นมาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่องๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจ โดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้นๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย

### ประเภทของสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท กว้างๆ ดังนี้<sup>30</sup>

#### 1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควรมีลักษณะที่สำคัญ คือ จะต้องตอบสนองวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน เช่น ต้องการให้ความรู้กับข้าราชการไทยเกี่ยวกับนโยบายการลงทุนของ กบข. ว่าสามารถลงทุนในตราสารที่มีความเสี่ยงต่ำได้อย่างน้อยร้อยละ 60 และลงทุนในตราสารที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูงไม่เกินร้อยละ

<sup>27</sup> ปรมะ สตะเวทิน, “เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1-8”, (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532), น. 99-100 .

<sup>28</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น,” (นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540), น. 135.

<sup>29</sup> สมควร กวียะ อ้างใน อรรถวณิช ปันธน์โอวาท, “การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ,” (พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 196.

<sup>30</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น,” (นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540), น. 135-143.

ละ 40 เป็นต้น นอกจากเนื้อหา หรือสารจะมีความชัดเจนแล้ว รูปแบบก็จะต้องมีความน่าสนใจด้วย เช่น การใช้สี การจัดหน้า ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพที่สื่อความหมาย ฯลฯ ที่สำคัญที่สุด คือ การแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ จะต้องแจกจ่ายให้ทั่วถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

### สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สำคัญ มีดังนี้

- 1.1 ใบปลิว หรือ แผ่นปลิว (Leaflets) เอกสารที่ใช้แจกเป็นใบๆ
- 1.2 แผ่นพับ (Folders) มีลักษณะคล้ายใบปลิว อาจพับสอง พับสาม หรือพับสี่ตามแต่จะออกแบบ ไม่เย็บกลางเล่ม
- 1.3 หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็กๆ คล้ายแผ่นพับมักเย็บกลางเล่ม มีจำนวนหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักไม่เกิน 10 หน้า
- 1.4 เอกสารแนะนำประกอบ (Brochures) เป็นหนังสือคู่มือปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ
- 1.5 แผ่นโฆษณา (Poster) เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อๆ ไม่มีรายละเอียดมากนัก เพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ เตือนความทรงจำให้เข้าประชุม หรือไปร่วมรายการกิจกรรมต่างๆ ควรมีลักษณะที่เมื่อคนผ่านไป ผ่านมาก็สามารถอ่านข้อความทั้งหมดเข้าใจในทันที
- 1.6 คู่มือสื่อมวลชน (Press Kit) เป็นแฟ้มขนาดกระทัดรัด เพื่อใส่ข่าวสารหรือข้อมูลพื้นฐานด้านความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้สื่อมวลชนได้นำไปพิมพ์ หรือเผยแพร่ต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป
- 1.7 หนังสือฉบับพิเศษ (Newspaper Supplement) เป็นวิธีการที่หน่วยงานจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1-2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก หรือหนังสือพิมพ์แทรก เป็นฉบับพิเศษ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ หรือ การระดมของความร่วมมือจากประชาชนทั่วไป
- 1.8 จดหมายข่าว (Newsletter) เป็นเอกสารที่เสนอข่าวสั้นๆ มีวาระการผลิิตอย่างสม่ำเสมอ
- 1.9 จดหมาย (Letter) จดหมายถึงผู้รับ จัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เจ้าหน้าที่ของถึงบุคคลต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเราโดยตรง จุดเด่นตรงที่เข้าถึงตัวผู้รับโดยตรงนี้ เมื่อผู้รับได้รับแล้วก็เกิดความรู้สึกที่ดี มีความรู้สึกเป็นส่วนตัว สามารถเปิดอ่านเมื่อไร ที่ไหนก็ได้ จดหมายนี้ควรจะมีเนื้อหาเพียงสั้นๆ ที่สื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และตรงประเด็น
- 1.10 ภาพพลิก เป็นสื่อที่จัดว่าเป็นภาพขนาดใหญ่มีข้อความประกอบ ใช้บอกเล่าเรื่องราว หรือสารที่ต้องการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมายสามารถพลิกอ่านเรื่องราวด้วยตนเองได้ หรือใช้เป็นสื่อประกอบการอบรม ภาพพลิกที่น่าสนใจอาจนำเสนอด้วยภาพวาด หรือการ์ตูน และมีการดำเนินเรื่องแบบละคร

## 2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแบบแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ เทปบันทึกเสียง วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญที่สามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนา ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น การผลิตวีดิทัศน์เพื่อให้ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ได้ทราบถึงนโยบายการลงทุนของ กบข. โดยส่งไปยังคลังจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้ช่วยเผยแพร่ ซึ่งอาจจะนำเสนอด้วยรูปแบบสาระกึ่งละคร ที่น่าสนใจมากกว่าการนำเสนอด้วยรูปแบบของสารคดีทั่วไป

## 3. สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ (Mobile Unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์ และความบันเทิงไปพร้อมกัน

รูปแบบของกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

- 3.1 การจัดวัน และสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks) โดยการเลือกกำหนดเอาวันสำคัญ หรือสัปดาห์สำคัญโดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเอง แล้วถือเอาวัน หรือสัปดาห์ช่วงนั้นเป็นระยะเวลาจัดกิจกรรมของตนขึ้น
- 3.2 การจัดการแสดง และนิทรรศการ (Displays and Exhibitions) เป็นการแสดงผลงานความก้าวหน้าของโครงการ หรืออาจจะเป็นการจัดแสดงเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การจัดการกิจกรรมการแสดงและนิทรรศการที่ดีจะต้องมีความน่าสนใจ และเร้าใจให้ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการที่จะได้เข้ามาสัมผัส ได้พบได้เห็นได้มีส่วนร่วมด้วยตนเอง
- 3.3 การพบปะ และการประชุม (Meetings and Conferences) เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่าย ได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เช่น การจัดประชุมทางวิชาการ การสัมมนาระหว่างผู้บริหาร การประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ การจัด

อบรมให้ความรู้เฉพาะด้านแก่กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบปัญหา หรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน ได้มีโอกาสสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างทีมงาน

3.4 การจัดประกวด (Contest) เป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ได้มีโอกาสส่งผลงานเข้าร่วม อันจะเป็นการกระตุ้นให้พวกเขาเกิดความตระหนักในปัญหาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การจัดประกวดเรื่องสั้น เป็นต้น

3.5 การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants) การจัดกิจกรรมนี้ ส่วนใหญ่แล้วเป็นการจัดร่วมกับกิจกรรมประเภทการแสดง และนิทรรศการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มสีสัน และบรรยากาศที่เร้าใจให้เข้าร่วมงาน การจัดขบวนแห่ที่น่าสนใจเป็นการกระตุ้นเตือนให้กลุ่มเป้าหมาย และชุมชนเกิดความตื่นตัว

สำหรับสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ ของที่ระลึก หรือของขวัญ ซึ่งทางโครงการ หรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจำหน่าย หรือแจกจ่ายฟรีให้แก่กลุ่มเป้าหมาย และผู้เข้าร่วมกิจกรรม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการ กระตุ้นเตือนย้ำให้นึกถึง หรือเกิดความตระหนักในปัญหา ของที่ระลึก หรือของขวัญในที่นี้สามารถจัดทำขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น ปากกา นาฬิกา กระเป๋า เสื้อ และเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันอื่นๆ

### ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์<sup>31</sup> (Adams, 1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct mail) นอกจากนี้ การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลกๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ

การใช้สื่อเฉพาะกิจนั้น จะทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อข่าวสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่รณรงค์เรื่องหนึ่งเรื่องใด ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง และเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย

<sup>31</sup> James R. Adams, Media Planning, (Oxford: Aden Press, 1971)

ทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่าเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญ และความจำเป็นอย่างยิ่ง ก็คือ สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้ ทั้งในแง่ความถูกต้องของเนื้อหาตามข้อเท็จจริง และแนวคิด อีกทั้งเป็นสื่อที่ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าเข้าถึงตัวผู้รับสาร

ดังนั้น ในการเลือกช่องทางการสื่อสารหลายๆ ช่องทางมาใช้ร่วมกัน เพื่อส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือที่เรียกว่า การใช้สื่อผสม (Media Mix หรือ Multi Media Approach) จึงเป็นการคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสม และความพยายามที่จะจัดให้การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นไปอย่างสอดคล้อง และเสริมซึ่งกันและกัน อย่างการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนผ่านสื่อมวลชนทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร จะทำให้ข่าวสารเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็วครวญระลอกๆ ส่วนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อบุคคล ผู้รับสารก็สามารถได้ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสาร เพื่อให้ตนเองมีความเข้าใจอย่างชัดเจน ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้นับว่ามีผลดีในการโน้มน้าวใจให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดี อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารได้จำนวนน้อย และต้องใช้เวลามาก ด้านการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อเฉพาะกิจ เช่น วารสาร กบข. ก็เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของ กบข. รวมถึงความรู้ทางด้านการลงทุน ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ข้าราชการไทยที่ได้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดี จะเห็นได้ว่าสื่อทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจนั้น ต่างก็มีคุณสมบัติที่โดดเด่นแตกต่างกัน ดังนั้น การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม ให้เกิดความสอดคล้อง และเสริมซึ่งกันและกันจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ และไม่ควรมองข้าม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม ดังนี้<sup>32</sup>

## 1. สื่อที่จะเลือกใช้

สื่อนับเป็นสิ่งแรกที่จะต้องคำนึงถึง และพิจารณาว่ามีสื่อใดให้เลือกบ้าง โดยสื่อที่ดีสำหรับการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ ควรเป็นสื่อที่เข้าถึงตัวผู้รับสาร และเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอสารได้อย่างชัดเจนตรงประเด็น

## 2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

<sup>32</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, "การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น," (นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540), น. 145-147.

เป็นการพิจารณาว่า โดยปกติแล้วกลุ่มเป้าหมายของเรามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างไร เช่น อ่านหนังสือประเภทไหนบ้าง ชมรายการโทรทัศน์หรือไม่ ชมรายการอะไร ทางสถานีใด ฟังวิทยุหรือไม่ ฟังรายการอะไรบ้าง มักจะชมหรือฟังช่วงไหน เวลาใด บ่อยครั้งหรือไม่ เพราะถ้าเราสามารถเลือกสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับอยู่แล้ว โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับสารก็มีความเป็นไปได้มาก

### 3. งบประมาณ

เนื่องจากสื่อแต่ละสื่อ มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน การผลิตแตกต่างกันไป เช่นการผลิตรายการทางโทรทัศน์ ย่อมต้องใช้งบประมาณมากกว่าการผลิตรายการวิทยุ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อจะถูกจำกัดโดยงบประมาณ แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า สื่อใดที่ใช้งบประมาณในการดำเนินงานสูง จะต้องมีประสิทธิภาพดีกว่าสื่อที่ใช้งบประมาณต่ำ

### 4. ค่าใช้จ่ายต่อหัว

นอกจากการคำนึงถึงงบประมาณโดยภาพรวมแล้ว ในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายต่อหัวด้วย นั่นคือ การคำนวณว่า การใช้สื่ออื่นๆ ต้องใช้งบประมาณเท่าไรในครั้งหนึ่งๆ แล้วจะมีผู้รับสารจำนวนเท่าใด จากนั้นเราก็จะได้ตัวเลขค่าใช้จ่ายต่อหัว เป็นเกณฑ์ประการหนึ่งที่จะใช้เปรียบเทียบสื่อแต่ละชนิด

### 5. ความเหมาะสมกับเนื้อหาของสาร

เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีและข้อด้อยแตกต่างกันไป เนื้อหาของสารประเภทหนึ่งอาจต้องการใช้สื่อชนิดหนึ่ง ในขณะที่เนื้อหาสาระของสารอีกประเภทหนึ่งอาจต้องการใช้สื่ออีกชนิดหนึ่ง

### 6. ความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

ในบางครั้งผู้ส่งสารอาจต้องการใช้สื่อร่วมกับการทำกิจกรรม เช่น ต้องการที่จะให้ความรู้ หรือ ข้อมูลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งก่อน แล้วต่อยอดกิจกรรมการเสวนาร่วมกัน ผู้ส่งสารก็ต้องพิจารณาว่าสื่อใดจะเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของตน

## 3. แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร

ในการทวิวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. โดยพิจารณาข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ในฐานะที่เป็นผู้รับสารที่ทาง กบข. ตั้งใจส่งไปให้โดยผ่านสื่อประเภท

ต่างๆ ผู้วิจัยจึงขอกล่าวถึงแนวคิดทางการสื่อสารที่มองในเชิงผู้รับสารเป็นสำคัญ แต่เดิมการวิจัยทางการสื่อสารมักมุ่งเน้นไปที่ผู้ส่งสาร และผลของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร นักวิจัยในยุคแรกๆ จึงมองผู้รับสารในฐานะเป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสาร ต่อมาในระยะหลังได้มีผู้ศึกษาพบว่า ผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ หรือถูกป้อนแต่ฝ่ายเดียว แต่ผู้รับสารก็มีบทบาทในการเลือกเปิดรับ มีบทบาทในการโต้ตอบข่าวสารต่างๆ ในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน ดังนั้น ผู้รับสารจึงกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารที่นักนิเทศศาสตร์หันมาสนใจศึกษาเป็นอย่างมาก โดยมองว่าผู้รับสาร คือ เป้าหมายสำคัญของการสื่อสาร ในการสื่อสารแต่ละครั้งอาจวัดสัมฤทธิ์ผลได้จากผู้รับสาร ผู้รับสารจึงเป็นส่วนที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วนสมบูรณ์อย่างขาดไม่ได้

คลอสเช<sup>33</sup> (Clauze, R. 1968, p.625-64) ได้แบ่งผู้รับสารออกเป็น 4 ประเภทด้วยกันตามลำดับความเข้มที่ได้รับสาร คือ

1. ประชาชนทั่วไป หรือประชาชนที่มีโอกาสได้รับสาร (Potential Receiver)
2. ประชาชนที่สื่อเข้าถึงจริงๆ (Effective Receiver)
3. คนที่ได้รับสารที่ต้องการให้ได้รับ (Particular Message Receiver)
4. ผู้รับสารที่สารนั้นๆ มีผลกระทบต่อบ (Affected Receiver)

นอกจากผู้รับสารจะมีความสำคัญอย่างยิ่งแล้ว ข่าวสารก็ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับชีวิตมนุษย์เช่นกัน มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

ชาร์ลส์ อัทคิน<sup>34</sup> (Charles K. Atkin) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (New Model For Mass Communication Research)

<sup>33</sup> Clauze R, "The Mass Public at Grips with Mass Communication." *International Social Science Journal* 20, 4, (Oxford: Blackwell Publisher for UNESCO, 1968), p.625-643.

<sup>34</sup> Charles K. Atkin, *New Model For Mass Communication Research*, (New York : The Free Press, 1973), p.205.



คอลิน เชอร์รี่<sup>35</sup> (Colin Cherry) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์ เป็นการทำให้แบ่งปันสาร (An Act Sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

ดังนั้น เมื่อพิจารณาแนวความคิดของชาร์ลส์ อัทคิน และคอลิน เชอร์รี่ นั้น อาจกล่าวได้ว่า เมื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารมากเท่าใด บุคคลนั้นก็จะมีความรู้ และความเข้าใจแหล่งสาร และมีการตัดสินใจและมีการทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกันมากเท่านั้น นำมาเขียนเป็นแผนภูมิ ได้ดังนี้

### แผนภูมิที่ 1

#### แสดงผลของการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสาร ----- ความรู้ความเข้าใจ ----- การทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้อง

สำหรับแนวความคิดกับการเปิดรับข่าวสารที่สามารถนำมาประกอบการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่

#### กระบวนการในการเปิดรับข่าวสาร

โจเซฟ ที แคลปเปอร์<sup>36</sup> (Joseph T. Klapper) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์ว่า บุคคลมีกระบวนการเลือกรับสารของตนเอง (Selectivity process) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) ที่ตรงกับความเห็นที่มีอยู่แต่แล้ว และเลือกรับรู้ (Selective perception) เฉพาะสารที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็น รวมทั้งเลือกที่จะเก็บรักษาสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย

<sup>35</sup> Colin Cherry, *On Human Communication : A Review, A Survey and a Criticism*, (New York : Holt Rinehart & Winston, 1978), p. 4, 306.

<sup>36</sup> Joseph T. Klapper, *The Effect of Mass Communication*, (New York : The Free Press, 1967), p.49.

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยการกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้คือ



1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง ทฤษฎีนี้พบว่าบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการรับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์ หรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้นการที่จะลด หรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารเลือกเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน และเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่ทำลงไป
2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) กระบวนการกลั่นกรองขั้นตอนต่อมาเมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนได้ไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ความเชื่อ ตามความต้องการตามความคาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ เป็นต้น
3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง โดยมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นดีด้วยได้ง่าย

แชรรมม<sup>37</sup> (Wilbur Schramm) ให้ความเห็นว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ ของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งปรารถนา

เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์<sup>38</sup> (John C. Merrill and Ralph L. Lownstein) กล่าวถึง ปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดัน (Motivational factors) ใ้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อว่าประกอบด้วย

1. ความเหงา (Loneliness) เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัวการเินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อ หรือสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การได้อยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร
2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ (Curiosity) เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ และเมื่อเป็นเช่นนี้ สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ซึ่งปกติมนุษย์อยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มิใช่เป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเอง หรือผู้อื่นด้วย
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self – Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

<sup>37</sup> Wilbur Schramm, Men, Messages and Media : a look at Human Communication, (New York : Harper & Row Publisher, 1973), p. 206.

<sup>38</sup> John C. Merrill and Ralph L. Lownstein, Media, Messages and Men : New Perspectives in Communication, (New York : David Mckay Company, 1971), p.134-135.

นอกเหนือจาก 3 ปัจจัยข้างต้น ยังมีสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับสื่อ นั่นคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารเอง นักวิจัยทางการสื่อสารส่วนใหญ่มักให้ความสนใจลักษณะทางประชากรศาสตร์ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นแนวคิดที่ยึดหลักการความเป็นเหตุเป็นผล โดยเชื่อว่าพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากกว่า (External Force) เพราะฉะนั้นคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน จึงมักมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้รวมถึงพฤติกรรมทางด้านการสื่อสารด้วย<sup>39</sup> (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 64-65)

### ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

David Berlo<sup>40</sup> ได้เสนอไว้ในกระบวนการติดต่อสื่อสารว่า ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้ หรือขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งความรู้ และประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย

สำหรับขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้ย่อมขึ้นกับระบบสังคม และวัฒนธรรมตลอดจนภูมิหลังต่างๆ ซึ่งแยกเป็นปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

- ทักษะหรือความชำนาญในการสื่อสาร (Communication Skills) อันเป็นทักษะในการอ่านและฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่าน ตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย
- ทักษะจิตของผู้รับสาร (Attitude) ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับ และทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสาร ผู้รับก็ย่อมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสาร และปฏิเสธการรับข่าวสาร
- ระดับความรู้ของผู้รับสาร (Knowledge) การที่จะทำความเข้าใจข่าวสาร เรื่องราวที่จะรับหรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น คนที่มีความรู้มาก ย่อมเข้าใจ ข่าวสารเรื่องราวต่างๆ ได้เร็วกว่าผู้มีความรู้น้อย

<sup>39</sup> ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, “การวิเคราะห์ผู้รับสาร,” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534, น. 64-65 .

<sup>40</sup> David K. Berlo, The Process of Communication, (New York: Rinehart and Winston Inc., 1960), p.11.

- ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social System and Culture) ซึ่งจะมีผลต่อการแปลหรือการตีความของผู้รับสาร ที่คนเรามาจากสังคมที่ต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับมาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคม และวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่
- ความต้องการของผู้รับสาร เนื่องจากในสังคมปัจจุบัน มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ แก่กัน ข่าวสารนั้นมีมากมายหลายประเภท ผู้รับสารแต่ละบุคคลหรือกลุ่มจะเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกันกับความสนใจความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคน และสนใจจดจำส่วนนั้นๆ มากเป็นพิเศษ

กล่าวโดยสรุปคือ บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองของความ ต้องการ และสอดคล้องกับควมมีทัศนคติดั้งเดิมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติ

##### 4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

การรับรู้ทางการสื่อสาร และการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เกือบจะเป็นไปไม่ได้เลย ที่จะกล่าวถึงการสื่อสารโดยไม่กล่าวถึงการเรียนรู้<sup>41</sup> การสื่อสารเป็นผลมาจากกระบวนการของการเรียนรู้ และการเรียนรู้ที่เป็นผลอย่างหนึ่งของการสื่อสาร นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้เน้นถึงหลักการของการเรียนรู้บางประการ ซึ่งเป็นประโยชน์มากสำหรับการทำการสื่อสาร กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใดๆ ก็ตาม จำเป็นที่ต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้นว่า คนหนุ่มสาว จะเรียนรู้ได้เร็วกว่าคนแก่ คนฉลาดเข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่ซับซ้อนได้ง่ายกว่าคนโง่ เป็นต้น
2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ โดยทั่วไปแล้วการสรรเสริญจะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการถูกทำโทษก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรง เนื่องจากคนเรามักจะเรียนรู้ภายหลังจากได้รับความเจ็บปวดเสมอ

<sup>41</sup> Read, Hadley, *Communication: Method for All Media*, (Urbana: University of Illinois Press, 1972), p. 34-

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอะไร ดีกว่าการบอกเฉยๆ เพราะการแสดงถึงวิธีการให้ผู้รับสาร เห็นว่าควรทำอะไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน
4. ทักษะที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางครั้งการที่บอกว่า “ใคร เป็นคนพูด” มีความสำคัญพอๆ กับบอกว่า “พูดว่าอะไร” อย่างไรก็ตามในระยะยาวตัวสารจะมีความสำคัญมากกว่า
5. ความจำมีความสำคัญกับความใหม่สด เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับสดๆ และการให้ข่าวสารซ้ำๆ กัน จะก่อให้เกิดการจดจำ และเก็บสารนั้นไว้
6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อได้มีการทดลองทำ
7. การนำเสนอด้วยวิธีแปลกใหม่ที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์สูง จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ครอนบาค<sup>42</sup> (Cronbach) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับมาจากประสบการณ์ ซึ่งองค์ประกอบของการเรียนรู้มีดังนี้ (อุบลรัตน์ เฟิงสถิตย์, 2530: 17-20)

1. ความสามารถทางสติปัญญาในการเรียนรู้ใดๆ ก็ตาม ถ้าผู้เรียนขาดความสามารถทางสติปัญญา ย่อมทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้นๆ ไม่ได้ผล หรือเรียนรู้ไม่ได้เลย การเรียนรู้สิ่งใดก็ตาม จำต้องคำนึงถึงความสามารถทางสติปัญญาของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของเด็กที่มีอายุแรกเกิดจนถึงอายุ 18 ปี จะเป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางด้านระดับสติปัญญาอย่างรวดเร็ว เด็กแต่ละคนจะมีพัฒนาการทางสติปัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น ทำให้การเรียนรู้ของบุคคลที่มีระดับสติปัญญาแตกต่างกัน จะมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป
2. แรงจูงใจ แรงจูงใจของแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไปจะทำให้ความจำ แรงขับ ความต้องการ เป้าหมาย หรือแรงกระตุ้นของแต่ละบุคคลนั้นมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจในการเรียนรู้ อาจเกิดได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการ คือ

<sup>42</sup> Cronbach อ้างในอุบลรัตน์ เฟิงสถิตย์ “วารสารรามคำแหง,” (ศึกษาศาสตร์: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2530), น. 17-20.

- แรงจูงใจ เนื่องจากตัวผู้เรียน ลักษณะแรงจูงใจประเภทนี้ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ความต้องการ ลักษณะนิสัยของบุคคลนั่นเอง
  - แรงจูงใจ อันเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ต่างๆ ที่มาบังคับให้ผู้เรียนเกิดการ เรียนรู้ เช่น การได้รับการเสริมแรง สถานการณ์ที่น่าสนใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วย ให้เกิดแรงจูงใจได้ง่าย
3. การจำและการลืม การจำจะมีส่วนช่วยให้การเรียนรู้ประสบผลสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ส่วน การลืมจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการลืมเลือน หรือทำให้การเรียนรู้ไม่เกิดขึ้น ลักษณะการ จำ เกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีการรับรู้เข้าไปสะสมในสมอง บางครั้งอาจจะมี ความรู้สึกทางอารมณ์เข้ามาผสม กลายเป็นความประทับใจ ซึ่งความประทับใจนี้มีผลต่อ ความจำทั้งสิ้น
  4. ความสนใจ ความสนใจมีส่วนทำให้ผู้เรียน เรียนรู้ได้เร็วขึ้น แต่ถ้าผู้เรียนไม่มีความสนใจแล้ว จะทำให้ขาดความตั้งใจ และทำให้การเรียนรู้นั้นๆ ไม่มีประสิทธิภาพ

แพทริก เมเรดิท<sup>43</sup> (Patrick Meredith) ได้พูดถึง “ความรู้” ว่า จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการคือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะ ความรู้ หมายถึง ความ สามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว

เบนจามิน เอส บลูม<sup>44</sup> (Benjamin S. Bloom) กล่าวว่า “ความรู้” เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการ ระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่วไป ระลึกได้ถึงวิธีการ กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้น ความจำ

บิคฮาร์ด เอช มาร์ค<sup>45</sup> (Bickhard H. Mark) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า “ความรู้” ว่าเป็นความ สามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ โดยแบ่งเป็นความรู้ต่อสถานการณ์ หรือความรู้ในระดับกว้าง

<sup>43</sup> Patrick G. Meredith, Learning, Remembering and Knowing, (London : The English Universities Press, 1961), p.10.

<sup>44</sup> Benjamin S. Bloom, J. Thomas Hastings and George F. Madaus, Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning, (New York : McGraw-Hill Book Company, 1971), p.271.

<sup>45</sup> Mark H. Bickhard, Cognition, Convention and Communication, (New York: Praeger Publisher, 1980)

คาร์เตอร์ วี กู๊ด<sup>46</sup> (Good) ได้ให้ความหมายของ “ความรู้” ไว้ว่าเป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับ และรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่างๆ

โรเจอร์ส<sup>47</sup> (Rogers) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า หมายถึง การรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า (S-R) และจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพทางจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำเป็นที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเองเป็นกระบวนการภายใน ที่อื่นจะรับรู้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตโดยตรง

ประภาเพ็ญ สุวรรณ<sup>48</sup> กล่าวว่า “ความรู้” เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้ หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

วิชัย วงษ์ใหญ่<sup>49</sup> กล่าวว่า “ความรู้” เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจดจำได้ หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

เกศินี จุฑาวิจิตร<sup>50</sup> กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้นๆ โดยแบ่งออกเป็นความรู้สถานการณ์หนึ่งๆ และความรู้ต่อเรื่องราวทั่วไปในระดับกว้าง ความรู้จึงเป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง ความคิด ความหยั่งรู้หยั่งเห็น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงความรู้เข้ากับเหตุการณ์ต่างๆ ได้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>46</sup> Carter V. Good, Dictionary of Education, (New York : McGraw-Hill Book Company, 1973), p.325.

<sup>47</sup> Everett M. Rogers, Communication Channels in Handbook of Communication, (Chicago: Rand Mc. Nelly, 1978), p.208-209.

<sup>48</sup> ประภาเพ็ญ สุวรรณ, “ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย,” (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2526), น. 16.

<sup>49</sup> วิชัย วงษ์ใหญ่, “พัฒนาหลักสูตรและการสอนมิติใหม่,” (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์รุ่งเรือง, 2523), น. 130.

<sup>50</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น,” (นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540), น. 52.



เชียรศรี วิวิธสิริ<sup>51</sup> กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่ นั้น เกิดจากประสบการณ์ 3 ประการคือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ธรรมชาติ (Natural Setting) คือเรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว
2. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ทางสังคม (Society Setting) มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น
3. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (Formal Institutional Setting) คือ มีผู้แทนจากสถาบันการจัดลำดับการเรียนรู้อย่างมีจุดหมาย และต่อเนื่อง

ปกิจ พรหมายน<sup>52</sup> ได้กล่าวถึง “ความรู้” ว่าหมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับ รวมทั้งสิ่งที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ และบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือการค้นคว้า การรับรู้สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ต้องอาศัยเวลา และมนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวมสะสมไว้

दानินท์ กิจนิชี<sup>53</sup> กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ สิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกตประสบการณ์ หรือจากสื่อต่างๆ ประกอบกัน

<sup>51</sup> เชียรศรี วิวิธสิริ, “จิตวิทยาการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่,” (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2527), น. 19-20.

<sup>52</sup> ปกิจ พรหมายน, “ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สิ่งแวดล้อม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531), น. 27.

<sup>53</sup> ดานินท์ กิจนิชี, “การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงาน ในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. 18.

ความรู้ทำให้ผู้เรียนได้รู้ถึงความสามารถในการจำ และระลึกถึงเหตุการณ์ และประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งได้ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
2. ความรู้เกี่ยวกับวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวคิดและโครงสร้าง

นภดล ทองมัน<sup>54</sup> กล่าวว่า ความรู้ คือ การรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งเร้า (Stimulus) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>55</sup> ได้กล่าวถึง “ความรู้” จากความสัมพันธ์ ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมไว้ดังนี้

ความรู้ (Knowledge) ในที่นี้ เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้ถึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

<sup>54</sup> นภดล ทองมัน, “การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. 23.

<sup>55</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, “การสื่อสารกับสังคม,” (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 118-122.

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคติ ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรม นั้นๆ ในฐานะความรู้
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนัก และผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกรับสารสนเทศนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of the Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยม และอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่น่าเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนยิ่งขึ้น

ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่างๆ ที่มนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวม สะสมไว้ ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือรายงานเอกสาร

ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำแนกได้ อาจโดนฝึก หรือโดยการมองเห็น ได้ ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น

ความรู้ หมายถึง ความสามารถทางพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถ และทักษะต่างๆ ทางสมอง 6 ขั้นตอน ได้แก่ ความรู้ ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล (อนันต์ ศรีโสภณ<sup>56</sup>, 2520: 13-14)

<sup>56</sup> อนันต์ ศรีโสภณ, "การวัดและประเมินผลการศึกษา", (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2520), น. 13-14.

## แหล่งที่มาของความรู้

แหล่งที่มาของความรู้จำแนกออกได้เป็น 5 แหล่ง (กิตติยา ปรีดาติลก, 2520: 29-30) ดังนี้

1. ความรู้ที่พระเจ้าเป็นผู้ให้ (Revealed Knowledge) เป็นความรู้ที่ซ่อนอยู่ เป็นที่เชื่อกันว่าความรู้ประเภทนี้จะทำให้คนเป็นนักปราชญ์ได้ ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากคำสอนของศาสนาต่างๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจริง เพราะความเชื่อ ใครจะดัดแปลงแก้ไขไม่ได้
2. ความรู้ที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ (Authoritative Knowledge) เช่น หนังสือ พจนานุกรม การวิจัย เป็นต้น
3. ความรู้ที่เกิดจากการหยั่งรู้ (Intuitive Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ และความชอบ
4. ความรู้ที่ได้จากการคิดหาเหตุผล (Rational Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ และความชอบ
5. ความรู้ที่ได้จากประสาทสัมผัส (Empirical Knowledge) ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้จับต้อง และการสังเกต

## ระดับความรู้

ความรู้แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. ความรู้ระดับต่ำ ได้แก่ ความรู้อันเกิดจากการเดา หรือภาพลวงตาทางประสาทสัมผัส
2. ความรู้ระดับธรรมดา ได้แก่ ความรู้ทางประสาทสัมผัส หรือความเชื่อถือที่สูงกว่า แต่ยังไม่แน่นอน เป็นเพียงขั้นอาจเป็นไปได้
3. ความรู้ระดับสมมุติฐาน ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากความคิดหรือความเข้าใจ ซึ่งไม่ได้เกิดจากประสาทสัมผัส เช่น ความรู้ทางคณิตศาสตร์ ความรู้ขั้นนี้ถือเป็นความรู้ขั้นสมมุติฐาน เพราะ เกิดจากคำนิยาม และสมมุติฐานที่ไม่ได้พิสูจน์
4. ความรู้ระดับเหตุผล ได้แก่ ความรู้จากตรรกวิทยา เป็นความรู้ที่ทำให้มองเห็นรูป หรือมโนภาพว่าเป็นเอกภาพ

## การวัดความรู้

เนื่องจากความรู้ คือ ความสามารถทางพุทธิปัญญา ซึ่งแบ่งได้หลายระดับดังกล่าว ดังนั้น การวัดความรู้จึงควรวัดความสามารถในทุกระดับ

เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้จะต้องอาศัยแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ (Achievement Test) ซึ่งจะเป็นการวัดความสามารถทางปัญญา และทักษะต่างๆ ตลอดจนสมรรถภาพด้านต่างๆ ที่ได้รับการเรียนรู้อันในอดีต ยกเว้นการวัดทางด้านร่างกาย (วิเชียร เกตุสิงห์, 2523: 16)

เบนจามิน เอส บลูม<sup>57</sup> (Benjamin S. Bloom) กล่าวถึงการวัดความรู้ ใช้เครื่องมือแตกต่างกันตามความสามารถทางสติปัญญา ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ว่า

### 1. พฤติกรรมด้านความรู้ความจำ (Knowledge)

ความรู้ความจำ หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นหลักเบื้องต้นของพฤติกรรมด้านอื่นๆ ซึ่งนอกจากความจำแล้วยังมีการระลึกได้ (Recall) อีกด้วย แต่ไม่จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจไปที่ความหมายเรื่องนั้นๆ

### 2. พฤติกรรมด้านความเข้าใจ (Comprehension)

ความเข้าใจ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ ได้ ทั้งเป็นรูปธรรมและนามธรรม

### 3. พฤติกรรมด้านการนำไปใช้ (Application)

การนำไปใช้ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือนำไปแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

### 4. พฤติกรรมด้านการวิเคราะห์ (Analysis)

การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อย หรือเป็นการหาความสำคัญ ความสัมพันธ์ และหลักการหรือทฤษฎีที่เป็นมูลเหตุของเรื่องราวต่างๆ ได้

### 5. พฤติกรรมด้านการสังเคราะห์ (Synthesis)

<sup>57</sup> Benjamin S. Bloom, J. Thomas Hastings and George F. Madaus, Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning, (New York : McGraw-Hill Book Company, 1971), p. 271-273.

การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการนำเอาเรื่องราว หรือส่วนประกอบย่อยๆ มาผูกสัมพันธ์กันเป็นเรื่องราวเดียวกัน โดยมีการดัดแปลง วิเคราะห์สร้างสรรค์ ทำการปรับปรุงให้ดีขึ้น

#### 6. พฤติกรรมด้านการประเมินค่า (Evaluation)

การประเมินค่า หมายถึง การวินิจฉัย หรือการตีราคาอย่างมีหลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจว่าสิ่งใดดี หรือไม่ดีอย่างไร โดยใช้หลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง และสิ่งที่จะเกิดตามมาคือ ทักษะคิด และความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ

### 4.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะคิด

#### 1. ความหมายของคำว่า “ทักษะคิด”

คำว่า “ทักษะคิด” นี้มีการให้ความหมายไว้ต่างๆ กันตามความคิดของนักจิตวิทยาต่างๆ ดังนี้

ไฮวาร์ด เอช. เคนดเลอร์<sup>58</sup> (Howard H. Kendler) กล่าวว่า “ทักษะคิด หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด”

คาร์เตอร์ วี. กู๊ด<sup>59</sup> (Carter V. Good) กล่าวว่า “ทักษะคิด คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ที่จะเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลหรือสิ่งใดๆ”

นอร์แมน แอล มัน<sup>60</sup> (Norman L. Mun) กล่าวว่า “ทักษะคิด คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด”

<sup>58</sup> Howard H. Kendler , Basic Psychology, (New York: Appleton-Century-Grofts Company , 1963), p.572.

<sup>59</sup> Carter V. Good, Dictionary of Education, (New York : McGraw-Hill Book Co., Inc., 1959), p.48.

กอร์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ต<sup>61</sup> (Gordon W.Allport) กล่าวว่า “ทัศนคติ เป็นสภาวะที่มีก่อน การแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม” กล่าวคือ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ช่วยเตรียมบุคคลให้รู้จักการสังเกต และการตัดสินใจอย่างเหมาะสมเกี่ยวกับสิ่งที่บุคคลได้ยิน ได้ฟัง แล้วนำมาคิดพิจารณา และแสดงออกมา เป็นการกระทำ

ดร.เสรี วงมณฑา<sup>62</sup> กล่าวว่า “ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติ ประกอบไปด้วย ความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม”

จาระไน แกลโกส<sup>63</sup> กล่าวว่า “ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์ วัตถุ หรือแง่มุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงความรู้และความรู้สึก อารมณ์ทัศนคติในส่วนของความรู้หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผล และความรู้ตามที่เป็นจริง และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิริยาตอบกลับตลอดจนการ ประพฤติ ปฏิบัติต่างๆ ซึ่งทัศนคติอาจจะสะท้อนให้เห็น ในรูปของพฤติกรรม เช่น การแสดงออกโดยการ กล่าวให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพราะเหตุใดเราจึงชอบหรือไม่ชอบสิ่งเหล่านั้น เป็นต้น

จากแนวความคิดเหล่านี้ กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีอารมณ์ หรือ ความรู้สึกมาประกอบเป็นแนวโน้มอันเป็นความพร้อมที่จะทำให้มีการแสดงออกในการสนับสนุนร่วมมือ หรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>60</sup> Norman L. Munn, *Introduction to Psychology*, (Boston : Houghton Mifflin Co, 1971), p.77.

<sup>61</sup> Gordon W. Allport, “Attitudes,” in *Handbook of Social Psychology*, ed. Carl Murchison (Wolocester, Mars: Clark University Press, 1975), p.22.

<sup>62</sup> ดร.เสรี วงมณฑา , “บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคมการณ์,” *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 12 , (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 685.

<sup>63</sup> จาระไน แกลโกส, “การปรับปรุงทัศนคติเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล,” *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 10, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 588.

## 2. องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาร์โด และเอบบีเซิน<sup>64</sup> (Zimbardo and Ebbesen) กล่าวว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ

- 2.1 องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่ เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
- 2.2 องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (The Affective Cognition Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน
- 2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Cognition Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบทางด้านความรู้ ความนึกคิดและองค์ประกอบทางด้านความรู้สึก

## 3. ลักษณะของทัศนคติ

- 3.1 ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
- 3.2 ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
- 3.3 ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์ และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

## 4. ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติอาจแบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 ประเภท คือ

<sup>64</sup> Philip G. Zimbardo and Ebbe B. Ebbesen, A Basic Introduction to Relevant Methodology, Theory and Applications, (Reading Massachusetts : Addison – Wesley Publishing, 1970), p. 21.



4.1 ทักษะทั่วไป (General Attitude) ได้แก่ สภาพจิตใจอันกว้างขวาง ซึ่งเป็นแนวความคิดประจำตัวของบุคคลนั้น เป็นพฤติกรรมบุคลิกภาพอย่างกว้างๆ เช่นการมองโลกในแง่ดี การเคร่งในระเบียบประเพณี เป็นต้น

4.2 ทักษะเฉพาะอย่าง (Specific Attitude) ได้แก่ สภาพทางจิตใจที่บุคคลมีต่อวัตถุสิ่งของ บุคคลอื่น สถานการณ์ และสิ่งอื่นๆ เป็นอย่างไรไป ทักษะในวงแคบเช่นนี้ มักแสดงออกในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หรือบุคคลนั้น ถ้าไม่ชอบ หรือเห็นว่าไม่ดี ก็เรียกว่า มีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น หรือบุคคลนั้น

นอกจากนั้นแล้ว ชวนะ ภวกันนท<sup>65</sup> (2527) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติทางเชิงบวก หรือที่ดี เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ
2. ทัศนคติทางเชิงลบ หรือไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมถึงเกลียดชังต่อบุคคลใด บุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ
3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์การและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

อนึ่งทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไป

<sup>65</sup> ชวนะ ภวกันนท, “ภาพพจน์เชิงลบกับการประชาสัมพันธ์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527), น. 24.

ซิมบาร์โด เอบปีเซ็น และมาสลาช (Zimbardo, Ebbesen และ Maslach<sup>66</sup> :1977) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ในการที่จะให้มีการยอมรับ หรือปฏิเสธในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้

## 5. การเกิดของทัศนคติ (Attitude Formation)

เรนซิส ไลเคิร์ต<sup>67</sup> (Rensis Likert) ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติของตนเอง ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย อย่างไรก็ตามแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

- 5.1 ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นาย ก. เคยพุดคุยกับนาย ข. ด้วยไมตรีที่ดี ก็จะทำให้ นาย ก. รู้สึกชอบ หรือมีทัศนคติที่ดีต่อนาย ข. เป็นต้น
- 5.2 การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้เด็กมีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆตามที่ได้รับทราบมา
- 5.3 สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่า พ่อแม่ แสดงท่าไม่ชอบสิ่งใดก็ตาม เด็กจะเลียนแบบ คือไม่ชอบสิ่งนั้นไปด้วย

<sup>66</sup> Philip G. Zimbardo, Ebbe B. Ebbesen and Christina Maslach. Influencing Attitudes and Changing Behavior. London : Addison – Wesley Publishing Company, 1977.

<sup>67</sup> เรนซิส ไลเคิร์ต อังโน ดาราวรรณ ศรีสุกใส, “การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้ามหานครที่มีผลต่อ ความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 43.

5.4 ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทักษะคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มา และสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

## 6. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญกับปัญหา เหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่ายบางคนเปลี่ยนได้ยาก เพราะทัศนคติของคนเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทนแต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ การรับข่าวสารทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ

เฮอริเบิร์ต ซี. เคลแมน<sup>68</sup> (Herbert C. Kelman) ได้เสนอปัจจัยการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล คือ

- 6.1 การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลของผู้อื่น เพราะต้องการให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อตนในทางที่ต้องการ
- 6.2 การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการสร้างภาพพฤติกรรมของตนขึ้นให้เหมือนกับบุคคลในสังคม
- 6.3 การที่บุคคลยอมรับพฤติกรรมในสังคมที่เหมาะสมกับค่านิยมที่มีอยู่ในตัวเราแล้ว (Internalization)

นอกจากนี้ เรายังสามารถแบ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้อีก 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติเดิมของบุคคล ที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นทางลบด้วย

<sup>68</sup> Herbert C. Kelman, "Compliance, Identification and Internalization : Three Process of Attitude Change," *Attitude Theory and Measurement* (New York : John Wiley and sons. Inc., 1967), p. 469-471.

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะเป็นไปในทางตรงกันข้าม

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางเดียวกันจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า มั่นคงกว่า คงที่กว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปคนละทาง ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี วิธีหนึ่ง คือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมีมาจากสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม และสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนี้ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective component) และส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารที่แตกต่างกันก็ย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยม (Value) ของบุคคล แต่มาจากการเปลี่ยนแปลงการยอมรับข่าวสาร ซึ่งสัมพันธ์กับบุคคลนั้น ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ สื่อ (media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อมวลชน หรือสื่อบุคคล ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อข่าวสาร (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของข่าวสาร และสื่อ จะมีมากหรือน้อยเพียงไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ ระหว่างข่าวสารกับความรู้และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

### กระบวนการที่แสดงว่าบุคคลได้ถูกชักจูงโดยการสื่อสาร

จากการศึกษาของคาร์ล ไอ โฮฟแลนด์ และเจนิส<sup>69</sup> (Carl I. Hovland and Janis) ระบุว่ากระบวนการ 4 ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นตัวกำหนด หรือแสดงว่าบุคคลได้ถูกชักจูงโดยการสื่อสาร

1. การใส่ใจ (Attention) ถ้าบุคคลไม่ให้ความสนใจ ความสนใจ หรือความตั้งใจที่จะรับฟังข่าวสาร ก็จะไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นได้ ข่าวสารนั้นจะสามารถจูงใจ จัดไว้ อย่างเป็นระบบระเบียบหรือมีเหตุผล สิ่งแรกที่มีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม คือ บุคคลจะต้องให้ความสนใจ ตั้งใจฟังข่าวสารที่ผู้ส่งส่งออกไป การสร้างให้เกิดความสนใจ เกิด

<sup>69</sup> Carl I. Hovland and Irving L. Janis, *Personality and Persuasibility*, (New Haven: Yale University Press, 1959), p.59.

ความตั้งใจที่จะรับฟังข่าวสารนั้นๆ เป็นจุดเริ่มต้นของการชักจูงใจให้คนเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ถ้ากระบวนการขั้นแรกดังกล่าวนี้ไม่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็ย่อมไม่เกิด

2. ความเข้าใจ (Comprehension) กระบวนการขั้นที่ 2 ที่จะเกิดตามมาของการใส่ใจคือ ความเข้าใจ ถึงแม้ผู้ฟังจะให้ความสนใจกับข่าวสารนั้น แต่ถ้าไม่เข้าใจข่าวสารก็ จะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลนั้น
3. การยอมรับ (Acceptance) การยอมรับข่าวสาร แนวคิดข้อโต้แย้ง และข้อสรุปของข่าวสารนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติใดๆ ก็ย่อมจะมีแนวโน้มมากขึ้น แต่ถ้าผู้ฟังไม่ยอมรับก็ยากต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือชักจูงให้กระทำสิ่งนั้น
4. ความคงอยู่ (Retention) ประสิทธิภาพของข่าวสารจะสมบูรณ์หรือไม่ ขึ้นอยู่กับความคงอยู่ของข่าวสารนั้น หรือการจำได้ของบุคคลนั่นเอง ข่าวสารนั้นจะต้องมีพลังในการคงอยู่ (Staying power) กับบุคคลนั้น เพื่อจะได้เกิดผลในเวลาต่อมา คำขวัญ การใช้ข้อความสั้นๆ แต่น่าสนใจ ตัวอย่างที่แปลกๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้ข่าวสารนั้นๆ คงอยู่กับบุคคล หรือทำให้จำได้

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของมนุษย์ มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ถึง 3 ระดับ คือ<sup>70</sup>

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

ซึ่งในแง่ของพฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคลผู้นั้นที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของตนเอง การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติอันเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ การแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่ง

<sup>70</sup> จุมพล รอดคำดี, "สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา," (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532), น. 117.

เหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่างกัน อันมีผลกระจายต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไป การใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นมีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>71</sup> 2533: 123)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ ( Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าจะด้วยภาพหรือด้วยเสียง เช่น บรรยายภาคีในการประกาศปฏิวัติรัฐประหาร
2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนให้ยอมรับได้ เช่น คนไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ก็เพราะเห็นผู้สมัครคนนั้นถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่น ๆ
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norm) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมแบบเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวิจัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีดำเนินงาน หรือการสนับสนุนการลงทุนใหม่ๆ (Alternative investment)

## 5. แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากร

เดอเฟลอร์<sup>72</sup> (De Fleur, 1966) ได้กล่าวถึงปัจจัยบางอย่างซึ่งเป็นตัวแปรแทรกที่เกี่ยวข้อกับผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาและสังคม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร และทำให้

<sup>71</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, "การสื่อสารกับสังคม," (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 123.

เกิดผลไม่เหมือน หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งเดอเฟลอร์ได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ 3 ทฤษฎีด้วยกัน คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) เป็นทฤษฎีที่สรุปว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือการตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน โดยหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ มีดังนี้
  - มนุษย์มีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
  - ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพ หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
  - มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี่ยนภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันออกไป
  - การเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ได้สรุปไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะมีการแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน ซึ่งได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น ส่วนลักษณะทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิลำเนา ฯลฯ
3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ได้กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ หรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิจะเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน หรือในครอบครัว หรือวงศาคณาญาติ จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งจะมีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้ หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่ม หรือบุคคลในกลุ่มเข้าไปเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่ นั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือจากเพื่อนๆ หรือผู้ใกล้ชิด ซึ่งเป็นอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล”

<sup>72</sup> เดอเฟลอร์ อังโนพรทิพย์ สิริชูทรัพย์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น.10.

## ลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristic)

ลักษณะทางประชากร (Demographic) ประกอบด้วย อายุ, เพศ, สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม, ระดับการศึกษา และระดับรายได้ จากงานวิจัยที่ยุบล เบญจรงค์กิจ (อ้างในคณิงนิจ แซ่อั้ง, 2539: 12-14) ได้สรุปว่า คนที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับสื่อแตกต่างกัน ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

### 1. อายุ (Age)

อายุมีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการรับสารทางสื่อมวลชน จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน ซี เมเปิล (C. Maple)<sup>73</sup> และ ไอ แอล เจนิส และ ดีไรฟ์ (I.L. Janis and D. Rife)<sup>74</sup> ได้ทำการวิจัย และให้ผลสรุปว่าการชักจูงจิตใจ หรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น ซึ่งมีการศึกษาพบว่า คนหนุ่มสาวนั้นจะเป็นผู้ที่ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) มองโลกในแง่ดี (Optimistic) และจิตใจไม่มั่นคง (Flexible) มากกว่าคนแก่ ในขณะที่คนแก่นั้นจะมีความเป็นคนหัวรั้น (Pragmatic) และมีความระมัดระวัง (Cautions) สูงกว่าคนหนุ่มสาว นอกจากนี้อายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสารอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การฟังเทศน์หรือการเข้าวัดไปบำเพ็ญกุศล จะพบว่า ผู้สูงอายุจะมีกิจกรรมด้านนี้สูงกว่าผู้มีอายุน้อย หรือภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็มีความแตกต่างกันด้วย โดยจะพบว่า ภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาว สูงกว่า ผู้สูงอายุ เป็นต้น

วิลเลียม ดี บรูคส์<sup>75</sup> (William D. Brooks) (อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, “หลักนิเทศศาสตร์”, 2538 : 113) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยกับคนที่มีอายุมากจะมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว คนอายุน้อยจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) มองโลกในแง่ดี (Optimistic) ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการ

<sup>73</sup>C. Maple, The Comparative Susceptibility of Three Age Levels to the Suggestion of Group Versus Export Opinion, (Journal of Social Psychology, 4(1993), p. 176-187).

<sup>74</sup> Irving L. Janis and D. Rife, “Persuasibility and Emotional Disorder” Personality and Persuasibility, (Land and I. L. Janis, (ed.) New Haven : Yale University Press, 1959), p. 121-137.

<sup>75</sup> วิลเลียม ดี บรูคส์ อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, “หลักนิเทศศาสตร์”, 2538, น. 113.



ปฏิบัติ (Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautions) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) Brooks ยังกล่าวอีกว่า คนที่รุ่นต่างกันจะมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดต่างกัน นอกจากความแตกต่างด้านความคิดแล้ว อายุยังเป็นตัวกำหนดความแตกต่างเกี่ยวกับความยากง่ายในการชักจูงใจ

ไมเคิล เบอร์กู้น<sup>76</sup> (Michael Burgoon) กล่าวว่า เมื่อคนอายุมากขึ้นจะเปลี่ยนใจ หรือถูกชักจูงใจน้อยลง ในเรื่องของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกันโดยผู้ที่มีอายุมากจะใช้สื่อมวลชนเพื่อหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง เช่น อ่านข่าวการเมือง ปัญหาสังคม เป็นต้น แทนที่จะเป็นข่าวสารเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการที่หนักๆ เช่น ข่าว ดนตรีคลาสสิก การอภิปรายปัญหาสังคม และไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

กล่าวโดยสรุป “อายุ” ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติ ด้วยเหตุดังกล่าวนี้การศึกษาจึงคำนึงถึงตัวแปร “อายุ” ของผู้รับสารด้วย

## 2. เพศ (Sex)

วิลเลียม ดี บรูคส์<sup>77</sup> (William D. Brooks อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2533 หน้า 114) ได้ศึกษาพบว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันหลายด้าน เช่น เรื่องความคิด ทัศนคติ และค่านิยม โดยที่มีวัฒนธรรม และสังคมทำหน้าที่เป็นตัวกำหนด ผู้หญิงมักจะมีจิตใจอ่อนไหว ถ่อมตัว เป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home oriented) เจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนน้อมตาม (Submissive) นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้หญิงจะถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ทั้งนี้ เนื่องจาก มีงานวิจัยหลายชิ้นศึกษาพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ศักดิ์ชัย ศรีสอน (2533) พบว่านักศึกษาวิทยาลัยครูเพศหญิงและชายมีความรู้ความคิดเห็นในเรื่องเพศศึกษาแตกต่างกัน มณี ตรีรัตน์พันธ์ (2516) ศึกษาพบว่า นักศึกษาชายมีทัศนคติทางวิทยาศาสตร์แตกต่างกับนักศึกษาหญิง เป็นต้น

<sup>76</sup> ไมเคิล เบอร์กู้น อ้างในคาราวรรณ ศรีสุกใส, “การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้ามหานครที่มีผลต่อ ความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 34.

<sup>77</sup> วิลเลียม ดี บรูคส์ อ้างในปรมะ สตะเวทิน, “หลักนิเทศศาสตร์”, 2533, น. 114)

ส่วนในเรื่องการเปิดรับสื่อก็มีแตกต่างกันบ้าง เพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าดูโทรทัศน์ เพศชายมักดูรายการข่าวและกีฬา (Greenberge และ Kumata<sup>78</sup>, 1963 อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 หน้า 69)

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างนั้นชายและหญิงต่างกัน เช่น จากการศึกษาทัศนคติของครูผู้ชาย กับครูผู้หญิงที่มีต่อการสอน “เพศศึกษา” นั้น พบว่าครูผู้ชายจะมีทัศนคติที่ดีมากกว่าครูผู้หญิง<sup>79</sup> นอกจากนี้ พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของชายและหญิงก็ต่างกัน ดังเช่นการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด<sup>80</sup>

แต่อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงนั้นไม่แตกต่างกัน เช่น จากการศึกษาวิจัยแบบทดลอง พบว่าผู้รับสารชายและหญิงไม่มีความสัมพันธ์ทางการโน้มน้าวจิตใจจากผู้พูด<sup>81</sup> หรือจากการวิจัยเกี่ยวกับความคล่องในการคิดความยืดหยุ่นในการคิด และความคิดริเริ่มพบว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างนักศึกษาชายและหญิง<sup>82</sup> เป็นต้น

<sup>78</sup> Greenberge และ Kumata อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, “การวิเคราะห์ผู้รับสาร,” (คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534)

<sup>79</sup> ถวัลย์ รักศีล, “ทัศนคติของผู้ปกครองนักเรียน และครู โรงเรียนราษฎร์ในโรงเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเพศศึกษามาสอนในโรงเรียน” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2522), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>80</sup> ปฏิพัทธ์ กระแสอินทร์, “อิทธิพลของภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>81</sup> F.H. Kowner, Experimental Studies of Change in Attitudes : A Study of the Effect of Oral Argument on Changes of Attitude, (Journal of Social Psychology, 6 (1935), : 315-344)

<sup>82</sup> มาลินี เหมะรุจินทร์, “ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเพาะช่าง” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527), หน้าบทคัดย่อ.

จากการศึกษาข้างต้น พบว่า ชายและหญิงจะมีทัศนคติ และพฤติกรรม ทั้งที่แตกต่างกัน และเหมือนกัน แต่ตามธรรมชาติแล้วชายและหญิงจะมีคุณลักษณะที่ต่างกัน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จึงยังต้องศึกษาว่า “เพศ” มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติมากน้อยเพียงใด

### 3. การศึกษา (Education)

“การศึกษา” เป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสาร ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การอ่านออกเขียนได้ ก็จะต้องมีการศึกษาระดับหนึ่ง การมีความรู้ความเข้าใจคำศัพท์หรือคำพูด บางประโยคก็อาจต้องการความรู้ที่ระดับหนึ่งเช่นเดียวกัน สาขาวิชาที่จบมากก็มีอิทธิพลที่ทำให้บุคคลนั้นมีความรู้ ความเข้าใจ หรือความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งต่างกัน

มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ได้ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารมีการเปิดรับสารแตกต่างกันออกไป เช่น บุคคลที่ยังมีการศึกษาสูงก็จะมี ความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ โดยจะต้องมีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ<sup>83</sup>

คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน และโดยทั่วไปคนที่ศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ โดยเฉพาะสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์<sup>84</sup>

โดยเฉลี่ยแล้ว คนที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย งานวิจัยของแชรรมบี และไวท์ (Schramm and White, 1949) ศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารในสังคมอเมริกัน แสดงผลที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยอื่นๆ ว่า ผู้ที่มีรายได้สูงกว่ามักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง แมคเนลลี และคณะ (Mc Nelly and other, 1968) พบว่า คนที่มีฐานะดี และมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด (อ้างใน ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ<sup>85</sup>, 2534)

<sup>83</sup> ปรมะ สตะเวทิน, “หลักนิเทศศาสตร์,” (กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526), น. 109-110.

<sup>84</sup> ปรมะ สตะเวทิน, “หลักนิเทศศาสตร์,” (กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2538), น. 116.

<sup>85</sup> ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ, “การวิเคราะห์ผู้รับสาร,” (คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534)

กล่าวโดยสรุป “การศึกษา” เป็นตัวแปรหนึ่งที่ผู้ศึกษาจะต้องนำมาใช้ในการศึกษา เพราะผู้เปิดรับข่าวสารที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติ ที่ต่างกันหรือไม่

#### 4. ระดับตำแหน่ง (Position)

มีรายงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า ระดับตำแหน่งนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของคน เช่น จากการศึกษาถึงความทะเยอทะยานของข้าราชการในระดับกลางและระดับต่ำ พบว่า ข้าราชการระดับกลางมีความทะเยอทะยานมีความสนใจตนเองและผู้อื่น มีความต้องการจะเห็นสังคมเจริญขึ้นมากกว่าข้าราชการระดับต่ำ<sup>86</sup>

#### 5. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status)

ได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว เบอร์กูน (Burgoon) กล่าวว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร เป็นสิ่งที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน ประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน

จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะผู้เปิดรับข่าวสารที่วิเคราะห์ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ เห็นว่า ความแตกต่างของอายุ เพศ การศึกษา และระดับตำแหน่งนั้นจะส่งผลให้เกิดความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติทั้งในทางบวก และทางลบต่อสิ่งนั้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้เปิดรับข่าวสารที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการลงทุนของ กบข.

<sup>86</sup> ภาวดี อิศรเสนา ณ อยุธยา, “การศึกษาเปรียบเทียบความทะเยอทะยานของข้าราชการในระดับกลางและระดับต่ำ” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514), หน้าบทคัดย่อ.

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. งานวิจัยในประเทศ

รุจิรา คงรุ่งโรจน์<sup>87</sup> (2543) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับ มาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ของบุคลากรในองค์กรที่ดำเนิน ธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน

ช่อแก้ว ประสงค์สม<sup>88</sup> (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมใน โครงการโรงเรียนสีเขียวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขต กทม. พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีเขียว

ศิริพร เชิดวงศ์สุข<sup>89</sup> (2539) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาฆ่าของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาฆ่าของครู วุฒิการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาฆ่าของครู ระยะเวลาในการปฏิบัติการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาฆ่าของครู

<sup>87</sup> รุจิรา คงรุ่งโรจน์. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>88</sup> ช่อแก้ว ประสงค์สม. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีเขียวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขต กทม.,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>89</sup> ศิริพร เชิดวงศ์สุข. “พฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาฆ่าของครู ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนกรมสามัญศึกษา กลุ่มที่ 2 ในกรุงเทพมหานคร.,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), หน้าบทคัดย่อ.

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง<sup>90</sup> (2540) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมจากเพื่อน บุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จัก และแผนผังมีความแตกต่างกันในเพศที่ต่างกัน สำหรับอายุที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ที่แตกต่างกันจากบุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จัก วิทยุ แผ่นพับ โปสเตอร์/บอร์ดบริษัท วารสารบริษัท และเสียงตามสายในโรงงาน สำหรับระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน จากบุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จัก โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์/ บอร์ดบริษัท เสียงตามสายในโรงงาน และปฏิทินบริษัท สำหรับตำแหน่งงานที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันจากเสียงตาม สายในโรงงาน สำหรับอายุงานที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันจากเพื่อน บุคคลใน ครอบครัว บุคคลที่รู้จัก วิทยุ แผ่นพับ และของขวัญปีใหม่ของบริษัท แต่สำหรับพนักงานที่มีรายได้แตก ต่างกัน ไม่พบการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

นิรันดร์ ทองหอม<sup>91</sup> (2540) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้ บริการจัดหางานของกรมการจัดหางานของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การ ศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ 10 ชนิด พบว่า ผู้หางานที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเฉพาะ จากสื่อวิทยุแตกต่างกัน อายุที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกันเฉพาะในสื่อเจ้าหน้าที่ และวิทยุ ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกันเฉพาะในสื่อวารสาร และวิทยุ รายได้ที่แตกต่างกันมี การเปิดรับข่าวสารต่างกันเฉพาะในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ สถานภาพสมรสที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร ที่ต่างกันเฉพาะในสื่อป้ายประกาศ หรือแผ่นพับ ประสบการณ์ทำงานที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่ ต่างกันเฉพาะในสื่อเจ้าหน้าที่ ป้ายประกาศหรือแผ่นพับ วิทยุ และโทรทัศน์ และอาชีพที่ต่างกันมีการ เปิดรับข่าวสารที่ต่างกันในสื่อเจ้าหน้าที่ ป้ายประกาศ หรือแผ่นพับ วิทยุและโทรทัศน์ ไม่ต่างกันในสื่อ อื่น

<sup>90</sup> เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย),” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชา สัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้าที่คัดย่อ.

<sup>91</sup> นิรันดร์ ทองหอม, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้บริการจัดหางานของกรมการจัดหางานในเขต กรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้าที่คัดย่อ.

สุวรรณณี โปธิศรี<sup>92</sup> (2534) ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ หนังสือพิมพ์ เพศ อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับบิดา มารดา ญาติพี่น้อง และครู ส่วนอายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข นอกจากนี้รายได้ยังมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับคู่สมรส และการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับเพื่อน และครู ส่วนข่าวสารโรคเอดส์พบว่าเพศ อายุ รายได้ และการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสาร รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับหนังสือพิมพ์ และโปสเตอร์ อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับคู่สมรส เพื่อน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุข และรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับครู

ว่าที่พันตำรวจหญิง อรณัฐ งามขาว<sup>93</sup> (2543) ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการจราจร การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับกฎจราจร

บัณรสี ชวาลศิลป์<sup>94</sup> (2543) ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโรงไฟฟ้าหินกรูด

<sup>92</sup> สุวรรณณี โปธิศรี, "การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>93</sup> อรณัฐ งามขาว, "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>94</sup> บัณรสี ชวาลศิลป์, "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้าบทคัดย่อ.

ณัฐพรรณ ศรีมุข<sup>95</sup> (2541) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจิตจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจิต การเปิดรับสารเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจิตจากหนังสือและวารสารเกี่ยวกับชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจิต

สุมาลี ตั้งจิตศิลป์<sup>96</sup> (2537) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ

ประคอง เอี่ยมสำอางค์<sup>97</sup> ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ ในการผลิตข้าวและวิธีการผลิตข้าว

วันทนา ชาญวนิชวงศ์<sup>98</sup> ศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางด้านอาหารและโภชนาการ ศึกษาความสำนึกจากการเปิดรับข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ ของโรงพยาบาลรามาริบัติ โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2 พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านอาหาร

<sup>95</sup> ณัฐพรรณ ศรีมุข, “การเปิดรับสื่อความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

<sup>96</sup> สุมาลี ตั้งจิตศิลป์, “พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>97</sup> ประคอง เอี่ยมสำอางค์, “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>98</sup> วันทนา ชาญวนิชวงศ์, “การเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการศึกษาความสำนึกจากการเปิดรับข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ของโรงพยาบาลรามาริบัติ โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้าบทคัดย่อ.



และโภชนาการอาหาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำนึกทางด้านอาหารและโภชนาการ (หมายถึง ผลการประเมินค่าของความรู้และความเข้าใจทัศนคติ และความเชื่อต่างๆ ในเรื่องอาหาร และโภชนาการ)

สมควร กวียะ<sup>99</sup> ได้ศึกษานิัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทยทุกภาค พบว่า สำหรับวิทยุนั้น ชาวชนบทส่วนใหญ่รับฟังวิทยุเป็นประจำทุกวัน ถ้าวิเคราะห์จากระบบการศึกษา จะเห็นได้ว่า ชาวบ้านในทุกระดับการศึกษาสนใจรับฟังรายการวิทยุทุกวัน และอายุมีผลต่อการใช้เวลาในการฟังรายการวิทยุ คือชาวชนบทวัยต้น อายุ 15-29 ปี ใช้เวลาฟังวิทยุวันละ 3-5 ชั่วโมง และการรับฟังจะลดลงเมื่อเข้าสู่วัยกลางคน (คนอายุระหว่าง 30-49 ปี) และเมื่อเข้าสู่วัยชรา (อายุ 50 ปีขึ้นไป) จะรับฟังวิทยุเพิ่มขึ้น แต่เฉลี่ยแล้วไม่เกินวันละ 3 ชั่วโมง โดยในวัยต้นส่วนใหญ่ ชอบรายการบันเทิง วัยกลางคนชอบรายการข่าวและรายการที่มีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ วัยชรา ชอบรายการข่าว ศาสนา และวัฒนธรรม แต่สำหรับรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอนามัย และการศึกษา ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ในด้านของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้แก่หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร พบว่าชาวชนบทไม่ว่าจะเพศใด อายุใด และอาชีพใด ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สำหรับเนื้อหาที่ชอบอ่าน พบว่า ทั้งชายและหญิงชอบอ่านข่าว และเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพมากที่สุด สำหรับโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่ไม่แพร่หลายในชนบท นานๆ จึงจะได้ดูโทรทัศน์สักครั้ง และช่วงเวลาไม่แน่นอน เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่มีโทรทัศน์เป็นของตนเอง รายการที่ชอบดู คือ รายการกีฬา บันเทิง และข่าว ผู้หญิงในชนบทชอบรายการบันเทิงเป็นอันดับหนึ่ง และชอบกีฬา น้อยที่สุด

ศิริชัย ศิริภาวะ<sup>100</sup> พบว่าการเปิดรับต่อสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน นอกจากนั้นยังพบว่า วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้มากเรียงตามลำดับ โดยที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก ในขณะที่ความนิยมในการรับฟังวิทยุและการอ่านหนังสือพิมพ์ ยังคงมีอัตราที่ไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับนิตยสารกับภาพยนตร์มีผู้ใช้สื่อมวลชนทั้งสองประเภทนี้น้อย

<sup>99</sup> สมควร กวียะ, “นิัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย,” (กรุงเทพมหานคร : สถาบันไทยคดีศึกษา, 2523), น. 81-86.

<sup>100</sup> ศิริชัย ศิริภาวะ, “สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปนชนบท,” (กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), น.155-156.

ลักขณา มนธาตุผลิน<sup>101</sup> ได้ศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่อง อนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่โดยศึกษาจากกลุ่มทดลองคือ สตรีในวัยเจริญพันธุ์ในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการทดสอบก่อนและหลังการเผยแพร่ พบว่าผู้ที่ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่ไม่ได้รับแจกและผู้ที่มีความรู้เพิ่มมากขึ้น จะเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงและเป็นผู้ที่มีอายุน้อย นอกจากนี้ผู้ที่อ่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้งได้รับผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่อ่านเอกสารเผยแพร่น้อยครั้ง

วชิราภรณ์ เรื่องไพบูลย์<sup>102</sup> ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อในการให้ความรู้เรื่อง ภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดาหลังคลอดบุตรจำนวน 109 คน ปรากฏว่า สไลด์ประกอบเสียงและภาพพลิกประกอบคำบรรยาย ทำให้เกิดการเพิ่มความรู้อะไรเรื่องภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดาหลังคลอดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปราณี สุจรรย์ไชยกูล<sup>103</sup> ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับค่านิยมของนักศึกษาวิทยาลัยครูส่วนกลางเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้อยู่ในเกณฑ์สูงหรือมีความรู้ดี โดยได้รับความรู้จากเอกสารเผยแพร่ และตำรามากที่สุด ร้อยละ 51.20 แหล่งที่ให้ความรู้มากที่สุดคือ สื่อมวลชน ร้อยละ 59.80

สุพัตรา ผาสุย<sup>104</sup> ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการให้ความรู้และทัศนคติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษเปรียบเทียบ 3 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านควบคุมที่ไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านทดลอง

<sup>101</sup> ลักขณา มนธาตุผลิน, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน : เอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัว กับผลสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่," (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิตภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524), น. 8.

<sup>102</sup> วชิราภรณ์ เรื่องไพบูลย์, "ประสิทธิผลของสื่อในการให้ความรู้เรื่องภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดาหลังคลอด : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลราชวิถี," (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิตภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), น. 49.

<sup>103</sup> ปราณี สุจรรย์ไชยกูล, "ค่านิยมของนักศึกษาวิทยาลัยครูส่วนกลางเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2525), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>104</sup> สุพัตรา ผาสุย, "ประสิทธิผลของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการให้ความรู้ และทัศนคติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ประชาชนในหมู่บ้านจังหวัดเชียงใหม่," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532), หน้าบทคัดย่อ.

ที่ 1 ได้รับการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อมวลชนผสม หมู่บ้านทดลองที่ 2 ได้รับการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อมวลชนผนวกกับสื่อบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านในหมู่บ้านทดลองที่ 1 และหมู่บ้านทดลองที่ 2 มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้เพิ่มขึ้น และเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในแนวทางที่ดีขึ้นมากกว่าหมู่บ้านควบคุม และชาวบ้านในหมู่บ้านทดลองที่ 1 และหมู่บ้านทดลองที่ 2 มีความรู้เพิ่มขึ้น และเปลี่ยนแปลงทัศนคติไม่แตกต่างกัน และพบว่าการเคยพบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ของกลุ่มทดลองทั้ง 2 กลุ่ม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ในทางบวก

พิสิฐฐ์ บุญไชย<sup>105</sup> (2528) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม การสื่อสาร ได้แก่ การฝึกอบรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติในการยอมรับการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสังคม การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม การเปิดรับสื่อมวลชน และการพบปะพูดคุยกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการยอมรับการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ของเกษตรกรอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ถนอมนุช พัทธกะโกศล<sup>106</sup> (2540) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้จ่ายป่า ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าสื่อประเภทอื่นๆ คือวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับใช้จ่ายป่า

## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>105</sup> พิสิฐฐ์ บุญไชย, “การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>106</sup> ถนอมนุช พัทธกะโกศล, “ปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้จ่ายป่า ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ในจังหวัดนนทบุรี” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้าบทคัดย่อ.

พยัคฆพันธุ์ โพธิ์แก้ว<sup>107</sup> ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาด้านความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติงานตามโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการสภาตำบลในอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด อุบลราชธานี พบว่า

ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การตัดสินใจ อนุมัติโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล

ปริมาณการเปิดรับการสื่อสาร ความรู้ ทักษะ ของคณะกรรมการสภาตำบล มีความสัมพันธ์กับผลของโครงการสร้างงานในชนบทที่ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว

ต้องฤดี ปุณณกันต์<sup>108</sup> ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอ นครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน
- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชนและจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน

นฤพล โรหิตจันทร์<sup>109</sup> (2533) ศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อความรู้ ทักษะ ทักษะเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักโครงการนี้ โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของโครงการ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

<sup>107</sup> พยัคฆพันธุ์ โพธิ์แก้ว, “การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาด้านความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติงานตามโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการสภาตำบลในอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด อุบลราชธานี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>108</sup> ต้องฤดี ปุณณกันต์, “การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533) , หน้าบทคัดย่อ.

<sup>109</sup> นฤพล โรหิตจันทร์, “ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533) , หน้าบทคัดย่อ.

สัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ นอกจากนี้ ความรู้กับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการ และสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ” มีความสัมพันธ์กัน

บุษบา ภูัสกุล<sup>110</sup> (2535) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้

สุภารักษ์ จูตระกูล<sup>111</sup> (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภท การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ

คาราวรรณ ศรีสุกใส<sup>112</sup> (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

<sup>110</sup> บุษบา ภูัสกุล, “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535) , หน้าบทคัดย่อ.

<sup>111</sup> สุภารักษ์ จูตระกูล, “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535) , หน้าบทคัดย่อ.

<sup>112</sup> คาราวรรณ ศรีสุกใส, “การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542) , หน้าบทคัดย่อ.

- การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสผ่านสื่อมวลชน คือวิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล คือ พ่อ-แม่ ญาติ เพื่อน มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส
- การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสผ่านสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส พ่อ-แม่ ญาติ เพื่อน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ฐัฏฐนา แสงอร่าม<sup>113</sup> (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

จากการค้นคว้าหนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ และเอกสารงานวิจัยต่างๆ เหล่านี้ เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ คือ ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางสังคม ล้วนมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของประชาชน และการเปิดรับข่าวสารของประชาชน มักมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติ นอกจากนี้ความรู้ความเข้าใจ มักจะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติด้วย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>113</sup> ฐัฏฐนา แสงอร่าม, “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542) , หน้าที่ค้ดย่อ.

## 2. งานวิจัยในต่างประเทศ

แซชเชอร์<sup>114</sup> (Zacher, 1975) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความรู้สิ่งแวดล้อมของนักเรียน ชั้นปีที่ 11 ในรัฐมอนทานา โดยกลุ่มนักเรียน 436 คน จาก 6 โรงเรียน พบว่า เพศ ขนาดครอบครัว การอ่านหนังสือพิมพ์ การได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน และภูมิฐานะของนักเรียน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบคะแนน พบว่า นักเรียนชายมีคะแนนสูงกว่านักเรียนหญิง เด็กจากครอบครัวเล็กมีคะแนนสูงกว่าเด็กจากครอบครัวใหญ่ และเด็กที่อ่านหนังสือพิมพ์ตั้งแต่สามฉบับขึ้นไปมีคะแนนสูงกว่าเด็กที่อ่านน้อยกว่านั้น

แคลปเปอร์<sup>115</sup> (Klapper, 1960) ได้ศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับผล หรืออิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียวที่ทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกัน หรือผ่านปัจจัย หรืออิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่นๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆ ของสาร แหล่งสารหรือสถานการณ์ของการสื่อสาร

โรเจอร์และสเวนนิ่ง<sup>116</sup> (Rogers and Svaning, 1969) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ คือการศึกษา การเดินทางไปต่างถิ่น การเป็นคนทันสมัย มีการศึกษา มีฐานะทางเศรษฐกิจ และมีตำแหน่งหน้าที่การงาน

สตาร์ และ ฮิวส์ (Star and Hughes ) ศึกษาพบว่า การรณรงค์ให้ข่าวสารและสร้างทัศนคติเกี่ยวกับองค์การสหประชาชาติ ได้รับการเอาใจใส่จากบุคคลที่สนใจอย่างกว้างขวาง และทำให้ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อองค์การดีขึ้นด้วย

<sup>114</sup> Lawrence J. Zacher, A Study of Factors Affecting the Environment Knowledge of Eleventh Grade Students in Montana. Dissertation Abstracts International. 35 (8) February, 1975 P 4883-A.

<sup>115</sup> Joseph T. Klapper, Reinforcement, Minor Change, and Related Phenomena, The Effects of the Mass Communication, (Glencoe, Illinois: The Free Press, 1960)

<sup>116</sup> Everett M. Rogers and Svenning Lynne. Modernization Among Peasants : The Impact of Communication. (New York : Holt Rinehart and Winston, 1969)

ฮีโร่ (Hero, 1959) พบว่าสื่อแต่ละประเภทเสนอข่าวต่างประเทศในประเด็นที่ต่างกัน และให้ประชาชนมีทัศนคติต่อข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน โดยสรุปว่าหนังสือพิมพ์ และนิตยสารข่าวมีส่วนทำให้ประชาชนมีทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศแตกต่างกันมากกว่าวิทยุ โทรทัศน์ ฮีโร่ให้ข้อเสนอแนะด้วยว่า หนังสือพิมพ์ และนิตยสารข่าวควรเสนอเนื้อหาสาระด้านข่าวต่างประเทศให้มากขึ้น และควรเสนอข่าวต่างประเทศในทัศนคติที่แตกต่างกันมากกว่าเดิม

ชิตวูด (Chitwood, 1977) ทำการวิจัยเกี่ยวกับความรู้ และเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมของผู้เข้าค่ายอนุรักษ์สำหรับเยาวชน 4 ค่าย เพื่อศึกษาความรู้และเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ หลังจากจบการเข้าค่ายแล้ว ซึ่งผลที่ได้พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงทั้งระดับความรู้ และเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น คะแนนจากแบบวัดความรู้มีความสัมพันธ์กับคะแนนแบบวัดเจตคติ

ริชมอนด์ (Richmond, 1977) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมของนักเรียน ม.5 ในประเทศอังกฤษ ผลของการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ แต่เข้าใจโดยสังเขปเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกว้างขวางพอสมควร มีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปเป็นไปในทางบวก แต่ถ้ามีเรื่องความรับผิดชอบ หรือเสียสละเป็นภาระด้วยก็จะเป็นไปในทางลบ นักเรียนชายมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากกว่านักเรียนหญิง และในการหาสหสัมพันธ์นั้น ความผิรวบยอดกับทัศนคติของเด็กมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์สูง

แอทกิน และการ์ราโมน<sup>117</sup> (Atkin and Gerramone, 1983) ศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารโดทรทัศน์ช่วยให้เด็กมีความรู้ด้านต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และสามารถลำดับความสำคัญของผู้นำและบทบาทของประเทศต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของเด็กนักเรียนมากกว่าการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศจากวิทยุ และหนังสือพิมพ์

<sup>117</sup> Charles K. Atkin and Gerramone, G. The role of foreign news coverage in adolescent political socialization. (Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication convention, Corvallis, OR, 1983)



เฟลิป คอรัเซนนี่, วันดา เดลโทโร และเจมส์ กานดีโน<sup>118</sup> (Korzenny, Deltoro and Gandino, 1987) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่ผลต่อความรู้ ทักษะ และความคิดเห็น ด้านข่าวต่างประเทศของชาวอเมริกัน พบว่า การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศ โทรทัศน์มีความสำคัญในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของประชาชน และหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ

จากงานวิจัยต่างๆ และข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ คือ การเปิดรับข่าวสารของประชาชน จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติ นอกจากนี้ความรู้ความเข้าใจ ยังมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติด้วย จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลต่างๆ มาเป็นหลักในการตั้งสมมุติฐานงานวิจัยว่าจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร และยังนำข้อมูลที่ได้ มาใช้เป็นกรอบความคิดอันเป็นประโยชน์ประกอบการวางแผน และดำเนินการทำวิจัยอีกด้วย

## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>118</sup> Felipe Korzenny, Deltoro, Wanda and Gandino, James. International News Media Exposure, Knowledge and Attitude. (Journal of Broadcasting and Electronic Media. Volume 31, Number 1, Winter, 1987)

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้การวัดแบบครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS

#### ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ข้าราชการไทย ซึ่งหมายถึง ข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2543 จำนวนทั้งสิ้น 1,335,550 คน

#### กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากการคำนวณตามสูตร(วิเชียร เกตุสิงห์<sup>119</sup>)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	คือ	จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร จำนวนของข้าราชการไทยทั้งหมดที่เป็นสมาชิกกองทุน บำเหน็จบำนาญข้าราชการ จำนวน 1,335,550 คน ข้อมูล ณ เดือน ธันวาคม 2543

<sup>119</sup> วิเชียร เกตุสิงห์. "การวิจัยเชิงปฏิบัติ," (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2541), น.22.

ที่มา กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ  
e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้

ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดว่าจะยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% และต้องการระดับความน่าเชื่อถือได้เป็น 95% ( $e = .05$ )

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงมีจำนวน} &= \frac{1,335,550}{1 + (1,335,550 * .05^2)} \\ &= 399.8802 \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงควรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดจำนวนตัวอย่างไว้ 600 คน โดยจะเลือกสุ่มตัวอย่างจากข้าราชการไทยทั่วประเทศ โดยผู้วิจัยจะดำเนินการ ดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นลำดับชั้น (Stratified Sampling) ด้วยการแบ่งภาคในประเทศไทย เป็นทั้งหมด 6 ภาค<sup>120</sup> ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก จากนั้นเลือกจังหวัดที่จะทำการศึกษา โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากภาคละ 2 จังหวัด ดังนี้

1.1 ภาคเหนือประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน และอุตรดิตถ์

**สุ่มได้จังหวัดเชียงใหม่ กับอุตรดิตถ์**

<sup>120</sup> ราชบัณฑิตสถาน, "อักษรานุกรมภูมิศาสตร์ไทย เล่ม 1", 2525, น. 3-18.

1.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรดิตถ์ และอุบลราชธานี

### ส้มได้จังหวัดกาฬสินธุ์ กับนครราชสีมา

1.3 ภาคกลาง ประกอบด้วย จังหวัดกรุงเทพมหานคร กำแพงเพชร ชัยนาท นครปฐม นครนายก นครสวรรค์ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี อ่างทอง และอุทัยธานี

### ส้มได้จังหวัดชัยนาท กับกรุงเทพมหานคร

1.4 ภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา ระนอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี

### ส้มได้จังหวัดพังงา กับนครศรีธรรมราช

1.5 ภาคตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดจันทบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตราด ปราจีนบุรี ระยอง และสระแก้ว

### ส้มได้จังหวัดจันทบุรี กับฉะเชิงเทรา

1.6 ภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี ตาก ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี และราชบุรี

### ส้มได้จังหวัดเพชรบุรี กับราชบุรี

2. จากข้อมูลตั้งแต่ปี 2541-2543 สามารถแยกสมาชิก กบข. ตามเพศได้ดังนี้

ปี พ.ศ.	2540	%	2541	%	2542	%	2543	%
หญิง	485,677	45	498,956	45	526,019	46	522,090	46
ชาย	597,608	55	599,657	55	605,557	54	613,460	54
รวม	1,083,285	100	1,098,613	100	1,131,576	100	1,135,550	100

เนื่องจากสัดส่วนของเพศชาย และเพศหญิงใกล้เคียงกัน (46% : 54%) ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชาย 25 คน เพศหญิง 25 คน ในแต่ละจังหวัดให้ได้จังหวัดละ 50 คน รวมทั้งหมด 600 รายทั่วประเทศ

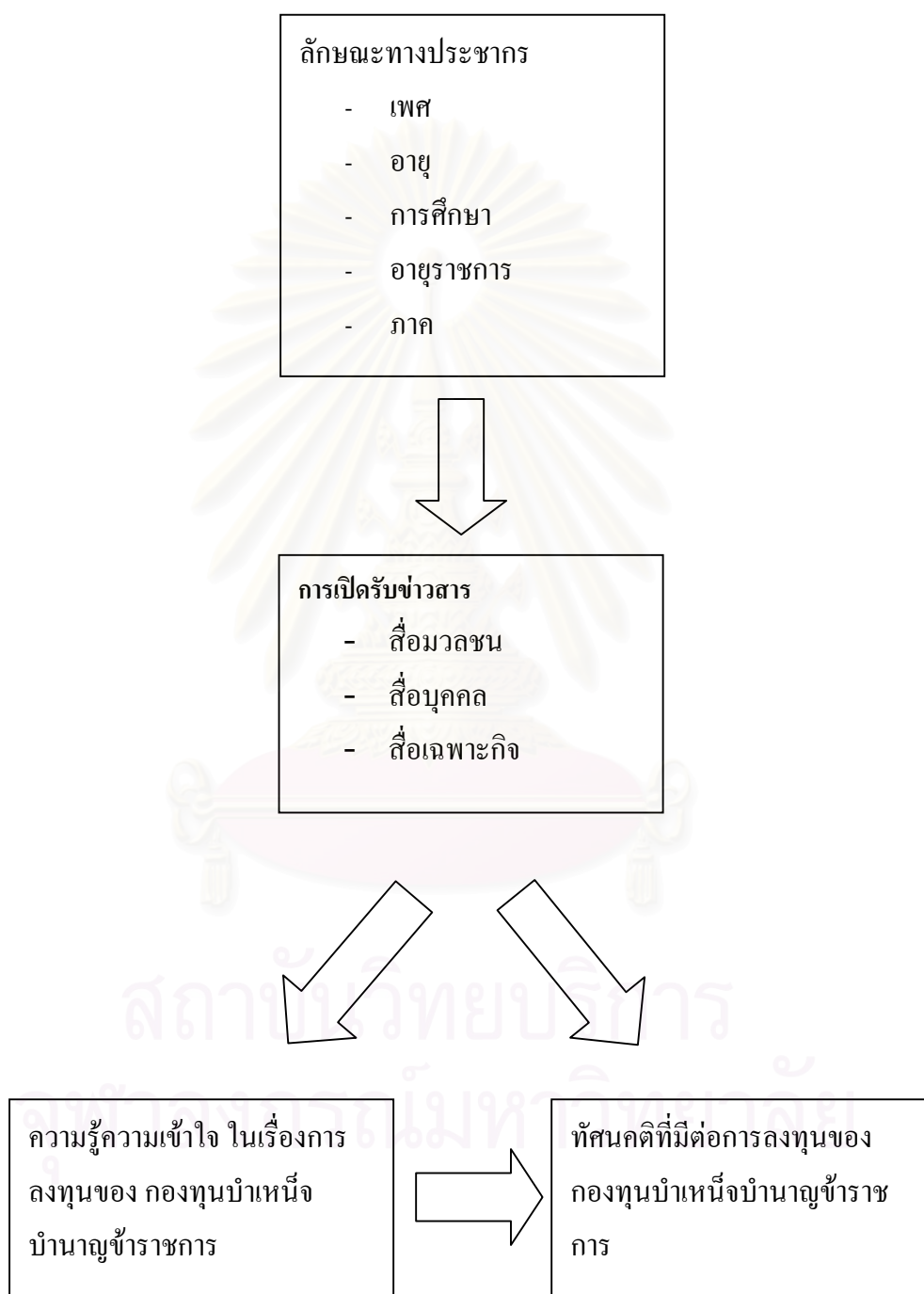
3. วิธีการเก็บข้อมูล จะใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ
  - เก็บข้อมูลโดยการออกไปพบสมาชิกตามโครงการสมาชิกสัมพันธ์สัญจร
  - เก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามไปยังคลังจังหวัดในจังหวัดที่ถูกเลือก ให้เป็นตัวแทนในการกระจายแบบสอบถามไปยังสมาชิกชาย 25 คน หญิง 25 คน

จากนั้นจะเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ ทำการสำรวจชาย 25 คน หญิง 25 คนที่พบ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



## ตัวแปร และการวัดตัวแปร

### 1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งตามสมมติฐานแต่ละข้อ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." แตกต่างกัน

- ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพราชการ ภาค
- ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข."

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

- ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข."
- ตัวแปรตาม คือ ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

- ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข."
- ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

**สมมติฐานที่ 4** ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

- ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
- ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

## 2. การวัดตัวแปร

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

### 2.1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่

#### 2.1.1 เพศ แบ่งเป็น

- เพศชาย
- เพศหญิง

#### 2.1.2 ระดับอายุ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี
- กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มอายุตั้งแต่ 31-40 ปี
- กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มอายุตั้งแต่ 41-50 ปี
- กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มอายุตั้งแต่ 51-60 ปี

#### 2.1.3 ระดับการศึกษา แบ่งเป็น

- ต่ำกว่าอนุปริญญา
- อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

#### 2.1.4 อายุราชการ แบ่งเป็น

- ต่ำกว่า 5 ปี
- 6-10 ปี
- 11-20 ปี
- 21-30 ปี
- 31 ปีขึ้นไป

#### 2.1.5 ภาค

วัดความสัมพันธ์จากภาคแต่ละภาคที่แตกต่างกันจะมีผลต่อ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อย่างไร ซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก



## 2.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.”

2.2.1 วัดจากปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ รวมเป็นแหล่งข่าวสารทั้งสิ้น 3 แหล่ง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าเคยได้รับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทบ่อยครั้งแค่ไหน หรือไม่เคยได้รับ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน เป็นดังนี้

- สื่อมวลชนแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

### ทางวิทยุ

รายการวิทยุ “เรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข.” ทาง FM 103.5 MHz ออกอากาศทุกวัน เวลา 8.30 น. และ 13.30 น.

มากกว่า 16 ครั้ง ต่อเดือน	5	คะแนน
13 – 16 ครั้ง ต่อเดือน	4	คะแนน
9 – 12 ครั้ง ต่อเดือน	3	คะแนน
5 – 8 ครั้ง ต่อเดือน	2	คะแนน
0 – 4 ครั้ง ต่อเดือน	1	คะแนน

### ทางโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ “หนึ่งนาทีมีทรัพย์” ออกอากาศทางช่อง 7 ทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 18.28 น.

มากกว่า 16 ครั้ง ต่อเดือน	5	คะแนน
13 – 16 ครั้ง ต่อเดือน	4	คะแนน
9 – 12 ครั้ง ต่อเดือน	3	คะแนน
5 – 8 ครั้ง ต่อเดือน	2	คะแนน
0 – 4 ครั้ง ต่อเดือน	1	คะแนน

รายการโทรทัศน์ “บ่ายนี้มีคำตอบ” ออกอากาศทางช่อง 9 ทุกวันจันทร์สัปดาห์แรกของเดือน เวลา 13.00-14.00 น.

มากกว่า 8	ครั้ง ต่อปี	5	คะแนน
7-8	ครั้ง ต่อปี	4	คะแนน
5-6	ครั้ง ต่อปี	3	คะแนน
3-4	ครั้ง ต่อปี	2	คะแนน
0-2	ครั้ง ต่อปี	1	คะแนน

#### ทางหนังสือพิมพ์

คอลัมน์ สนทนากับเลขานุการ ในมติชน ทุกวันพฤหัสบดี สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTING) ในกรุงเทพธุรกิจ ทุกวันอาทิตย์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

เดือนละ 4 ครั้ง	5	คะแนน
เดือนละ 3 ครั้ง	4	คะแนน
เดือนละ 2 ครั้ง	3	คะแนน
เดือนละ 1 ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- สื่อบุคคล ได้แก่

สมาชิก กบข.

ทุกวัน	5	คะแนน
5-6 วัน	4	คะแนน
3-4 วัน	3	คะแนน
1-2 วัน	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

เจ้าหน้าที่ กบข.

เคย	1	คะแนน
ไม่เคย	0	คะแนน

● สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

- หนังสือเวียน
- วารสาร กบข.

มากกว่า 8	ครั้ง ต่อปี	5	คะแนน
7 – 8	ครั้ง ต่อปี	4	คะแนน
5 – 6	ครั้ง ต่อปี	3	คะแนน
3 – 4	ครั้ง ต่อปี	2	คะแนน
0 – 2	ครั้ง ต่อปี	1	คะแนน

- คู่มือสมาชิก
- รายงานประจำปี
- พระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พรบ. กบข.)
- กฎกระทรวงฉบับที่ 4
- กฎกระทรวงฉบับที่ 5
- โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร
- การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข.

เคย	1	คะแนน
ไม่เคย	0	คะแนน

- ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center)
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของ กบข.

มากกว่า 8	ครั้ง ตั้งแต่เข้าเป็นสมาชิก กบข.	5	คะแนน
7 – 8	ครั้ง ตั้งแต่เข้าเป็นสมาชิก กบข.	4	คะแนน
5 – 6	ครั้ง ตั้งแต่เข้าเป็นสมาชิก กบข.	3	คะแนน
3 – 4	ครั้ง ตั้งแต่เข้าเป็นสมาชิก กบข.	2	คะแนน
0 – 2	ครั้ง ตั้งแต่เข้าเป็นสมาชิก กบข.	1	คะแนน

2.2.2 การคิดคะแนนของการเปิดรับข่าวสาร แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ตามความถี่จากสื่อที่เผยแพร่ข่าวสารที่มีความถี่ไม่เท่ากัน

- การแบ่งคะแนนที่ได้เป็น 5 ระดับ โดยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย กำหนดคะแนน เพื่อจัดแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสาร และแปลความหมายของค่าคะแนน ดังนี้
 

1.00 - 1.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
1.50 - 2.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ
2.50 - 3.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.50 - 4.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง
4.50 - 5.00	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
- การแบ่งคะแนนที่ได้เป็น 5 ระดับ จากสื่อที่มีความถี่ 2 ระดับ คือ เคย กับไม่เคย จำนวน 8 ข้อ โดยนำคะแนนที่ได้มารวมกัน เพื่อจัดแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสาร และแปลความหมายของค่าคะแนนให้อยู่ในฐาน 5 ดังนี้
 

1.00 - 1.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
1.50 - 2.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ
2.50 - 3.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.50 - 4.49	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง
4.50 - 5.00	คะแนน หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง

2.3 ความรู้เกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” วัดจากการตอบคำถาม จำนวน 14 ข้อ โดยการเลือกตอบ มีเกณฑ์การวัดดังนี้

ถ้าตอบถูก ให้	1	คะแนน
ถ้าตอบผิด ให้	0	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาจัดแบ่งระดับความรู้เป็น 5 ระดับ คือ

0.00 – 2.00	คะแนน หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” ในระดับต่ำ
3.00 – 4.00	คะแนน หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” ในระดับค่อนข้างต่ำ
5.00 – 6.00	คะแนน หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” ในระดับปานกลาง
7.00 – 8.00	คะแนน หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” ในระดับค่อนข้างสูง
9.00 – 10.00	คะแนน หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” ในระดับสูง

2.4 ทักษะเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.”

การวัดทักษะที่มีต่อ “การลงทุนของ กบข.” โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5	4	3	2	1

นำผลรวมของคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และจัดระดับค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ คือ

1.00 - 1.49	คะแนน หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดีมากๆ ต่อ “การลงทุนของ กบข.”
1.50 – 2.49	คะแนน หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อ “การลงทุนของ กบข.”
2.50 – 3.49	คะแนน หมายถึง มีทัศนคติที่เป็นกลางต่อ “การลงทุนของ กบข.”
3.50 – 4.49	คะแนน หมายถึง มีทัศนคติที่ดีต่อ “การลงทุนของ กบข.”
4.50 – 5.00	คะแนน หมายถึง มีทัศนคติที่ดีมากต่อ “การลงทุนของ กบข.”

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Close-Ended Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของ กบข. รวมทั้งได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และเจ้าหน้าที่สายลงทุน และสมาชิกสัมพันธ์จากกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมประเด็นที่จะศึกษามากที่สุด โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ ภาค

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของ กบข. จำนวน 18 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของข้าราชการไทยที่มีต่อการลงทุนของ กบข. จำนวน 10 ข้อ

แบบสอบถามทั้ง 4 ตอน เป็นคำถามแบบ Closed – Ended ที่มีการจัดแบบ Rating scale และเป็นคำถามแบบที่ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว

## การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เรียบเรียงเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่สายลงทุน และเจ้าหน้าที่ฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์จากกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการสร้างเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบในเชิงเทคนิควิธี จากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำมา

3. ในการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้ค่าแอลฟา ในการทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 25 ชุด จากหน่วยราชการส่วนกลาง โดยให้ทดลองตอบคำถาม เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามที่ใช้เหมาะสมหรือไม่ มีความยาก หรือง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด แล้วจึงนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS –PC เพื่อชี้ถึงความเที่ยงของเครื่องมือสำหรับแบบสอบถาม จากสูตรดังนี้ (อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์<sup>121</sup>)

3.1 ทดสอบหาค่าความเชื่อถือในส่วนของคำถามการวัดความรู้ความเข้าใจในการลงทุน ของ กบข. โดยใช้วิธีการหาค่า  $Kr_{21}$  (Kuder – Richardson Method) เพื่อชี้ถึงความเที่ยงของเครื่องมือสำหรับแบบสอบถามที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 0,1 คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดให้ 0 คะแนน จากสูตรดังนี้

$$KR_{21} = R_{tt} = \frac{K}{(K-1)} \left\{ 1 - \frac{\bar{X}(K-\bar{X})}{KS^2} \right\}$$

เมื่อ  $R_{tt}$  = ความเที่ยงของแบบสอบถาม

$K$  = จำนวนข้อ

$S^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ

$\bar{X}$  = คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของคำถามเกี่ยวกับความรู้ = 0.6908 ซึ่งถือว่าเครื่องมือดังกล่าวสามารถใช้ทดสอบสมมติฐานได้

<sup>121</sup> วิเชียร เกตุสิงห์, “คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ,” (กรุงเทพมหานคร, 2534), น. 116

3.2 ทดสอบหาค่าความเชื่อถือในส่วนของคำถามการวัดทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เพื่อชี้ถึงความเที่ยงของเครื่องมือสำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ที่ให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 1,2,3,4,5 จากสูตรดังนี้ (อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์<sup>122</sup>)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	$\alpha$	=	ค่าความเที่ยง
	K	=	จำนวนข้อ
	$V_i$	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$V_t$	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ = 0.7948 ซึ่งถือว่าเครื่องมือดังกล่าวสามารถใช้ทดสอบสมมติฐานได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย

- เก็บข้อมูลโดยการออกไปพบสมาชิกตามโครงการสมาชิกสัมพันธ์สัญจร
- เก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามไปยังคลังจังหวัดในจังหวัดที่ถูกเลือก ให้เป็นตัวแทนในการกระจายแบบสอบถามไปยังสมาชิกชาย 25 คน หญิง 25 คน
- จากนั้นจะเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ ทำการสำรวจชาย 25 คน หญิง 25 คนที่พบ

<sup>122</sup> วิเชียร เกตุสิงห์, "คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ," (กรุงเทพมหานคร, 2543), น. 116



## กรรมวิธีทางข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลภาคสนามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ (Completeness) ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ในแต่ละครั้งที่ได้สอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ หรือมีความบกพร่องน้อยที่สุด นำมาลงรหัสข้อมูล (Coding) ด้วยมือ โดยลงรหัสข้อมูลที่ละส่วนของตัวแปร เรียงลำดับไปตามข้อถาม จากนั้น จึงนำรหัสของแบบสอบถามทั้งหมดมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยการหาค่าร้อยละและหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้

### 1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพื่ออธิบายถึงลักษณะของข้อมูลอันประกอบด้วยเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ และภาค ปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในสื่อแต่ละประเภท ระดับความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ต่อการลงทุนของ กบข. ในปี 2544 โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และคะแนนเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่

### 2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics)

- ใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทราบว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจะแตกต่างกันหรือไม่ ตามสมมติฐานข้อที่ 1
- ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อการลงทุนของ กบข. ตามสมมติฐานข้อที่ 2-4

## การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลมาเรียบร้อยแล้ว นำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆ ที่ต้องการใช้ในงานวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศจำนวน 600 คน จาก 6 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย

- ลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ ภาค
- การเปิดรับข่าวสารของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ในเรื่องการลงทุนของ กบข.
- ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
- ทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ต่อการลงทุนของ กบข.

ตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

- ใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทราบว่าคุณลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจะแตกต่างกันหรือไม่ ตามสมมติฐานข้อที่ 1
- ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อการลงทุนของ กบข. ตามสมมติฐานข้อที่ 2-4

## ตอนที่ 1 การนำเสนอข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

จากจำนวนข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.ที่ได้ทำการศึกษา จำนวน 600 ราย สามารถจำแนกลักษณะต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1.7 ผลการแจกแจงลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ ภาค

### เพศ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	300	50
หญิง	300	50
รวม	600	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.เป็นเพศชาย 300 คน และเพศหญิง 300 คน

### อายุ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	105	17.5
31-40 ปี	282	47.0
41-50 ปี	173	28.8
51-60 ปี	40	6.7
รวม	600	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คือ ร้อยละ 47 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 28.8 และน้อยที่สุด คือ อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 6.7

### ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าอนุปริญญา	77	12.8
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	84	14.0
ปริญญาตรี	397	66.2
ปริญญาโท	40	6.7
ปริญญาเอก	2	0.3
รวม	600	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.2 รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 14 และน้อยที่สุด คือ ระดับปริญญาเอก เพียงร้อยละ 0.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## อายุราชการ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุราชการ

อายุราชการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	90	15.0
6-10 ปี	143	23.8
11-20 ปี	214	35.7
21-30 ปี	125	20.8
31 ปีขึ้นไป	28	4.7
รวม	600	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีอายุราชการระหว่าง 11-20 ปี มากที่สุดคือ ร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ อายุราชการระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 23.8 และน้อยที่สุด คืออายุราชการ 31 ปีขึ้นไป เพียงร้อยละ 4.7

## ภาค

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	100	16.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	100	16.7
ภาคกลาง	100	16.7
ภาคใต้	100	16.7
ภาคตะวันออก	100	16.7
ภาคตะวันตก	100	16.7
รวม	600	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มาจาก 6 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก โดยแบ่งเป็นภาคละ 100 คน เท่ากันทุกภาค

1.8 ผลการแจกแจงการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ในเรื่องการลงทุนของ กบข. ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

### สื่อมวลชน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามประเภทของการเปิดรับข่าวสารจากรายการต่างๆ ทางสื่อมวลชนเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ประเภทของการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อมวลชน	ระดับการเปิดรับสื่อ					ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD.	ระดับการ เปิดรับ ข่าวสาร
	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย			
เรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข. ทาง FM 103.5 MHz	6 (1.0)	3 (0.5)	15 (2.5)	31 (5.2)	545 (90.8)	1.16	0.58	ต่ำ
รายการ 1 นาทีที่มีทรัพย์สินทาง ช่อง 7	29 (4.8)	19 (3.2)	46 (7.7)	127 (21.2)	379 (63.2)	1.65	1.07	ต่ำ
รายการข่าวนี้มีคำตอบ ทาง ช่อง 9	24 (4.0)	10 (1.7)	36 (6.0)	81 (13.5)	449 (74.8)	1.47	0.97	ต่ำ
คอลัมน์สนทนากับเลขาราชการ ในหนังสือพิมพ์มติชน	12 (2.0)	7 (1.2)	32 (5.3)	89 (14.8)	460 (76.7)	1.37	0.81	ต่ำ
คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	2 (0.3)	0 (0.0)	8 (1.3)	33 (5.5)	557 (92.8)	1.09	0.36	ต่ำ
ค่าเฉลี่ยรวม						1.35	0.50	ต่ำ

จากตารางที่ 6 พบว่า โดยภาพรวมข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากรายการทางสื่อมวลชนต่างๆ เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับต่ำมากทุกประเภท เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อพบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับข่าวสารต่ำที่สุด คือคอลัมน์ DIY ซึ่งลงในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ทุกวันอาทิตย์ รองลงมาคือ รายการเรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข. ทาง FM 103.5 MHz

เมื่อนำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน มาจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำ ค่อนข้างต่ำ ปานกลาง ค่อนข้างสูง และสูง ตามเกณฑ์คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้ว ปรากฏผลดังนี้

**ตารางที่ 7** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ	274	45.7
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	275	45.8
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง	44	7.3
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	6	1.0
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง	1	0.2
รวม	600	100

จากตารางที่ 7 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนอยู่ในระดับต่ำ และค่อนข้างต่ำ คิดเป็นร้อยละ 45.7 และ 45.8 ตามลำดับ รองลงมาคือกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนระดับปานกลาง ร้อยละ 7.3

## สื่อบุคคล

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามประเภทการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ประเภทของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	ระดับการเปิดรับข่าวสาร					ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย			
พูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น	1 (0.2)	11 (1.8)	24 (4.0)	242 (40.3)	22 (53.7)	1.55	0.68	ค่อนข้างต่ำ
พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข.	2 (0.3)	9 (1.5)	27 (4.5)	155 (25.8)	407 (67.8)	1.41	0.68	ต่ำ
ค่าเฉลี่ยรวม						1.48	0.56	ต่ำ

จากตารางที่ 8 พบว่า โดยภาพรวมข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อบุคคลอยู่ในระดับต่ำมากที่สุด 2 ประเภท โดยการเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข. อยู่ในระดับต่ำถึงร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารจากการพูดคุยกันเองระหว่างสมาชิกอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 53.7 แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมแล้วข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่ทำการศึกษานี้ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากการพูดคุยกันเองระหว่างสมาชิกด้วยกัน และการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข. น้อย

เมื่อนำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มาจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำ ค่อนข้างต่ำ ปานกลาง ค่อนข้างสูง และสูง ตามเกณฑ์คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้ว ปรากฏผลดังนี้

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ	261	43.5
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	281	46.8
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง	51	8.5
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	6	1.0
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง	1	0.2
รวม	600	100

จากตารางที่ 9 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 46.8 และ 43.5 ตามลำดับ รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 8.5



สื่อเฉพาะกิจ แยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) สื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับ

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามประเภทการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ประเภทของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	จำนวน		รวม
	เคย	ไม่เคย	
คู่มือสมาชิก	431 (71.8)	169 (28.2)	600 (100)
รายงานประจำปี	418 (69.7)	182 (30.3)	600 (100)
พรบ. กบข.	291 (48.5)	309 (51.5)	600 (100)
กฎกระทรวงฉบับที่ 4	141 (23.5)	459 (76.5)	600 (100)
กฎกระทรวงฉบับที่ 5	127 (21.2)	473 (78.8)	600 (100)
โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร	137 (22.8)	463 (77.2)	600 (100)
การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข.	225 (37.5)	375 (62.5)	600 (100)
ค่าเฉลี่ยรวม = 2.11			
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) = 1.45			
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ			

จากตารางที่ 10 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากคู่มือสมาชิก และ รายงานประจำปี มากกว่า ร้อยละ 50 แต่มีการเปิดรับข่าวสารจาก พรบ. กบข. กฎกระทรวงฉบับ 4 และ 5 โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร และการจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. น้อย จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สื่อเฉพาะกิจของ กบข. ที่ข้าราชการไทยที่

เป็นสมาชิก กบข.ให้ความสนใจเปิดรับสูง ได้แก่ คู่มือสมาชิก (ร้อยละ 71.8) รายงานประจำปี (ร้อยละ 69.7) และ พรบ. กบข. (ร้อยละ 48.5)

เมื่อนำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับ มาจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำ ค่อนข้างต่ำ ปานกลาง ค่อนข้างสูง และสูง ตามเกณฑ์คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้ว ปรากฏผลดังนี้

**ตารางที่ 11** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ	258	43.0
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	117	19.5
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง	70	11.7
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	125	20.8
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง	30	5.0
รวม	600	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 20.8 ส่วนการเปิดรับข่าวสารที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ คิดเป็นร้อยละ 19.50 กลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารปานกลาง มีร้อยละ 11.70 และกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง มีเพียงร้อยละ 5

2) สื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับสื่อเป็น 5 ระดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามประเภทการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	จำนวน					ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย			
หนังสือเวียน	130 (21.7)	28 (4.7)	58 (9.7)	160 (26.7)	224 (37.3)	2.47	1.55	ค่อนข้างต่ำ
วารสาร กบข.	104 (17.3)	45 (7.5)	67 (11.2)	171 (28.5)	213 (35.5)	2.43	1.47	ต่ำ
ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center)	6 (1.0)	0 (0.0)	5 (0.8)	30 (5.0)	559 (93.2)	1.11	0.48	ต่ำ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	2 (0.3)	2 (0.3)	6 (1.0)	18 (3.0)	572 (95.3)	1.07	0.38	ต่ำ
ค่าเฉลี่ยรวม						1.77	0.74	ต่ำ

จากตารางที่ 12 พบว่า โดยภาพรวมข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจต่างๆ เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. น้อยเกือบทุกประเภท เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อพบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับต่ำที่สุด คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถึงร้อยละ 95.3 รองลงมา คือ ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center) และสื่อประเภทที่สมาชิกเปิดรับสูงที่สุด คือ หนังสือเวียน ร้อยละ 21.7 และ วารสาร กบข. คิดเป็นร้อยละ 17.3

เมื่อนำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับ มาจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำ ค่อนข้างต่ำ ปานกลาง ค่อนข้างสูง และสูง ตามเกณฑ์คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้ว ปรากฏผลดังนี้

**ตารางที่ 13** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับ เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ	237	39.5
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	216	36.0
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง	139	23.2
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	8	1.3
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง	0	0.00
รวม	600	100

จากตารางที่ 13 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างต่ำคิดเป็นร้อยละ 36.0 ส่วนการเปิดรับข่าวสารที่อยู่ในระดับปานกลางมีอยู่ร้อยละ 23.20 และกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีเพียงร้อยละ 1.30

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยรวมเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ	245	40.8
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	222	37.0
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง	124	20.7
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	9	1.5
เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง	0	0.0
รวม	600	100

จากตารางที่ 14 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างต่ำคิดเป็นร้อยละ 37 ส่วนการเปิดรับข่าวสารที่อยู่ในระดับปานกลางมีอยู่ร้อยละ 20.7 และกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีเพียงร้อยละ 1.50

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.9 ผลการแจกแจงระดับความรู้ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข.

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.	คำตอบ		รวม
	ตอบถูก	ตอบผิด	
ในกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของ กบข. ได้กำหนดให้ กบข. ต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูงในอัตราร้อยละเท่าไรของเงินกองทุน	306 (51.0)	294 (49.0)	600 (100)
หน้าที่หลักสำคัญในการลงทุนของ กบข. ที่ถูกต้องที่สุด คือ	404 (67.3)	196 (32.7)	600 (100)
การจัดการเงินลงทุนของ กบข. จะดำเนินการภายใต้หลักเกณฑ์การลงทุนใด	268 (44.7)	332 (55.3)	600 (100)
หลักทรัพย์ใดที่ไม่ถือว่าเป็นหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูง	468 (78.0)	132 (22.0)	600 (100)
ตราสารทางการเงินที่บริษัททั่วไปออกเพื่อกู้เงินระยะยาว (มากกว่า 1 ปี) โดยบริษัทผู้ออกตราสารจะจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยตามระยะเวลาและอัตราที่กำหนด เรียกว่าอะไร	286 (47.7)	314 (52.3)	600 (100)
ตราสารที่แสดงความเป็นเจ้าของกิจการ โดยผู้ถือตราสารมีสิทธิเรียกร้องเป็นรายสุดท้าย หลังจากเจ้าหนี้และผู้ถือหุ้นประเภทอื่นๆ โดยผลตอบแทนอยู่ในรูปเงินปันผล (เฉพาะกรณีที่มีการประกาศจ่ายเงินปันผล) เรียกว่าอะไร	356 (59.3)	244 (40.7)	600 (100)
กบข. ไม่สามารถลงทุนในตราสารทางการเงินประเภทใด	259 (43.2)	341 (56.8)	600 (100)
ข้อจำกัดของ กบข. ในการลงทุนในหุ้นสามัญ และหุ้นกู้ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งคืออะไร	163 (27.2)	437 (72.8)	600 (100)
ปัจจุบันสมาชิก กบข. สามารถเลือกผู้จัดการกองทุน และเลือกแผนการลงทุนได้ด้วยตนเองหรือไม่	438 (73.0)	162 (27.0)	600 (100)
กบข. มีหน้าที่รายงานการดำเนินงานให้บุคคลใดต่อไปนี้ทราบ ตาม พรบ. กบข.	470 (78.3)	130 (21.7)	600 (100)
ค่าเฉลี่ยรวม = 5.70			
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) = 1.94			
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับปานกลาง			

จากตารางที่ 15 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ตอบคำถามข้อที่ 10 ถูกมากที่สุด ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ บุคคลที่ต้องรับทราบรายงานการดำเนินงานของ กบข. จำนวนผู้ตอบถูก 470 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือข้อที่ 4 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูง มีผู้ตอบถูกจำนวน 468 คน คิดเป็นร้อยละ 78 ส่วนคำถามที่ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.ตอบผิดมากที่สุด คือ คำถามข้อที่ 8 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อจำกัดในการลงทุนในหุ้นสามัญ และหุ้นกู้ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง มีผู้ตอบถูก 163 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือคำถามข้อที่ 7 ซึ่งเกี่ยวกับเงื่อนไขในการลงทุนประเภทต่างๆ มีผู้ตอบถูกจำนวน 259 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.2

เมื่อนำความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มาจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำ ค่อนข้างต่ำ ปานกลาง ค่อนข้างสูง และสูง ตามเกณฑ์คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้ว ปรากฏผลดังนี้

**ตารางที่ 16** แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข.

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้อยู่ในระดับต่ำ	25	4.20
ความรู้อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	149	24.80
ความรู้อยู่ในระดับปานกลาง	221	36.80
ความรู้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง	161	26.80
ความรู้อยู่ในระดับสูง	44	7.30
รวม	600	100

จากตารางที่ 16 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับปานกลาง และค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 36.80 และ 26.80 ตามลำดับ รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามมาด้วยกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. สูง ร้อยละ 7.30 และกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับต่ำ มีเพียงร้อยละ 4.20

- 1.10 ผลการแจกแจงระดับ
- 1.11 ทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ต่อการลงทุนของ กบข.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.

ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่าคลาด เคลื่อน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	SD.	ระดับ ทัศนคติ
กบข. น่าจะมีรูปแบบการลงทุนหลายๆ แบบเพื่อให้สมาชิกได้เลือกลงทุนตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล	185 (30.8)	219 (36.5)	107 (17.8)	51 (8.5)	37 (6.2)	1 (0.2)	3.77	1.16	ดี
ท่านเห็นว่า กบข. ควรลงทุนในตราสารประเภทต่างๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราเงินเฟ้อ	106 (17.7)	218 (36.3)	202 (33.7)	51 (8.5)	20 (3.3)	3 (0.5)	3.57	0.99	ดี
ท่านคิดว่าการตัดสินใจลงทุนในธนาคารนครหลวงไทยของ กบข. เป็นการลงทุนที่เหมาะสม	30 (5.0)	64 (27.3)	93 (48.8)	66 (11.0)	39 (6.5)	8 (1.3)	3.14	0.92	เป็นกลาง
กบข. น่าจะพยายามหาช่องทางใหม่ๆ ในการลงทุน (Alternative Investment) ในสัดส่วน และ กติกาที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยอยู่ในความเสี่ยงที่ยอมรับได้	132 (22.0)	304 (50.7)	121 (20.2)	26 (4.3)	15 (2.5)	2 (0.3)	3.86	0.90	ดี
ท่านคิดว่า การที่ กบข. มีการแบ่งเงินของกองทุนออกเป็นกองทุนย่อย และมอบหมายให้ผู้จัดการกองทุนย่อยแต่ละกองนำเงินไปบริหารเป็นสิ่งที่เหมาะสม	67 (11.2)	238 (39.7)	182 (30.3)	75 (12.5)	37 (6.2)	1 (0.2)	3.37	1.04	เป็นกลาง
การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์จัดเป็นการลงทุนอีกประเภทหนึ่งที่ กบข. น่าจะให้ความสนใจมากขึ้น	61 (10.2)	223 (37.2)	203 (33.8)	80 (13.3)	30 (5.0)	3 (0.5)	3.34	1.00	เป็นกลาง
กบข. ควรที่จะนำเงินไปลงทุนในหุ้น	15 (2.5)	107 (17.8)	208 (34.7)	141 (23.5)	100 (16.7)	29 (4.8)	2.64	1.06	เป็นกลาง
การลงทุนของ กบข. น่าจะคำนึงถึงการบริหารจัดการ และการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ Good Governance	246 (41.0)	227 (37.8)	92 (15.3)	19 (3.2)	11 (1.8)	5 (0.8)	4.14	0.92	ดี
ท่านคิดว่าการตัดสินใจลงทุนของ กบข. ไม่มีการแทรกแซงทางการเมือง เช่น การลงทุนในธนาคารต่างๆ การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อแก้ไขปัญหาระบบสถาบันการเงิน เป็นต้น	91 (15.2)	149 (24.8)	268 (44.7)	52 (8.7)	38 (6.3)	2 (0.3)	3.34	1.04	เป็นกลาง
ท่านคิดว่าการบริหารเงินลงทุนของ กบข. มีประสิทธิภาพเพียงพอแล้ว ในการที่จะหาผลตอบแทนแก่สมาชิก ในภาวะเศรษฐกิจเช่นปัจจุบัน	55 (9.2)	215 (35.8)	258 (43.0)	43 (7.2)	26 (4.3)	3 (0.5)	3.39	0.91	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม = 3.43									
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) = 0.58									
ทัศนคติเป็นกลาง (ค่อนข้างดี) ต่อการลงทุนของ กบข.									

จากตารางที่ 17 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับปานกลางถึงดี โดยเฉพาะในเรื่องของการบริหารจัดการ และการกำกับดูแลกิจการที่ดี ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เห็นด้วยอย่างยิ่งที่จะให้ กบข. มีถึงร้อยละ 41 ส่วนในเรื่องรูปแบบการลงทุน ชนิดของตราสารที่ กบข. ควรเลือกลงทุน การลงทุนในทางเลือกใหม่ๆ การจัดการบริหารเงินลงทุน และการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ค่อนข้างเห็นด้วยกับการปฏิบัติงานของ กบข. ส่วนในเรื่องของการตัดสินใจลงทุนในธนาคาร การลงทุนในหุ้น และในเรื่องการแทรกแซงทางการเมือง รวมถึงประสิทธิภาพในการลงทุนของ กบข. ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 40 ยังมีความไม่แน่ใจ กบข. ในเรื่องดังกล่าว

เมื่อนำทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มาจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำ ค่อนข้างต่ำ เป็นกลาง ค่อนข้างสูง และสูง ตามเกณฑ์คะแนนที่ได้กล่าวไปแล้ว ปรากฏผลดังนี้

**ตารางที่ 18** แสดงจำนวน ร้อยละของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. จำแนกตามระดับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.

ระดับทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
ทัศนคติไม่ดี	4	0.7
ทัศนคติก่อนข้างไม่ดี	26	4.3
ทัศนคติเป็นกลาง	251	41.8
ทัศนคติก่อนข้างดี	304	50.7
ทัศนคติดี	15	2.5
รวม	600	100

จากตารางที่ 18 พบว่า สำหรับทัศนคติโดยรวมแล้ว ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีระดับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับค่อนข้างดี และเป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.7 และ 41.8 ตามลำดับ รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ค่อนข้างไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามมาด้วยกลุ่มที่มีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ดี ร้อยละ 2.5 และกลุ่มที่มีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ไม่ดี ร้อยละ 0.7

## ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1 :** ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." แตกต่างกัน

**เพศ** การทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. โดยใช้ t-test

**ตารางที่ 19** แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อ	ชาย		หญิง		t	P
	Mean	SD	Mean	SD		
สื่อมวลชน	1.37	0.54	1.32	0.46	1.149	0.251
สื่อบุคคล	1.45	0.52	1.50	0.59	-1.133	0.258
สื่อเฉพาะกิจ	1.69	0.71	1.98	0.80	-4.786*	0.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ไม่ว่าจะเป็เพศชาย หรือเพศหญิง ข้าราชการมีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ สมาชิก กบข. ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน โดยเพศหญิงเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**อายุ** การทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. โดยใช้

One - way ANOVA

**ตารางที่ 20** แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จาก  
สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		รวม		F	P
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
สื่อมวลชน	1.36	0.51	1.34	0.50	1.34	0.46	1.44	0.62	1.35	0.50	0.484	0.694
สื่อบุคคล	1.54	0.63	1.46	0.56	1.45	0.48	1.53	0.70	1.48	0.56	0.732	0.533
สื่อเฉพาะกิจ	1.78	0.68	1.90	0.82	1.77	0.72	1.84	0.79	1.84	0.77	1.303	0.273

จากตารางที่ 20 พบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มอายุใด ข้าราชการก็มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ระดับการศึกษา** การทดสอบความแตกต่างระหว่างการศึกษากับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. โดยใช้ One - way ANOVA

**ตารางที่ 21** แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า อนุปริญญา		อนุปริญญา หรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม		F	P
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
สื่อมวลชน	1.30	0.39	1.44	0.59	1.34	0.48	1.38	0.64	1.00	0.00	1.35	0.50	1.150	0.332
สื่อบุคคล	1.55	0.50	1.56	0.56	1.45	0.56	1.40	0.60	1.25	0.35	1.48	0.56	1.198	0.310
สื่อเฉพาะกิจ	1.78	0.70	1.92	0.78	1.86	0.77	1.51	0.76	1.49	0.57	1.84	0.77	2.373	0.051

จากตารางที่ 21 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นหมายความว่า แม้ว่าจะมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน แต่ข้าราชการก็มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**อายุราชการ** การทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุราชการกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. โดยใช้ One - way ANOVA

**ตารางที่ 22** แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามอายุราชการ

อายุราชการ	ต่ำกว่า 5 ปี		6-10 ปี		11-20 ปี		21-30 ปี		31 ปี ขึ้นไป		รวม		F	P
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
การเปิดรับข่าวสาร														
สื่อมวลชน	1.29	0.45	1.37	0.49	1.35	0.51	1.35	0.53	1.36	0.40	1.35	0.50	0.392	0.814
สื่อบุคคล	1.49	0.60	1.53	0.58	1.42	0.54	1.49	0.51	1.46	0.67	1.48	0.56	0.978	0.419
สื่อเฉพาะกิจ	1.80	0.68	1.87	0.82	1.83	0.77	1.80	0.76	1.97	0.73	1.84	0.77	0.428	0.789

จากตารางที่ 22 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีอายุราชการแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายความว่า แม้ว่าจะมีอายุราชการแตกต่างกัน แต่ข้าราชการก็มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ภาค การทดสอบความแตกต่างระหว่างภาคกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. โดยใช้ One – way ANOVA

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จาก สื่อมวลชน จำแนกตามภาคในประเทศไทย

ภาค	N	Mean	SD	F	P
กลาง	100	1.32	0.52	1.923	0.089
ตะวันออก	100	1.28	0.43		
ตะวันออกเฉียงเหนือ	100	1.43	0.51		
เหนือ	100	1.38	0.57		
ตะวันตก	100	1.27	0.43		
ใต้	100	1.40	0.49		
รวม	600	1.35	0.50		

จากตารางที่ 23 พบว่า ประชากรไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายความว่า แม้ว่าประชากรจะประจำอยู่ในภาคแตกต่างกัน แต่ประชากรก็มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 24** แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.จากสื่อบุคคล จำแนกตามภาคในประเทศไทย

ภาค	N	Mean	SD	F	P
กลาง	100	1.51	0.57	1.021	0.404
ตะวันออก	100	1.43	0.46		
ตะวันออกเฉียงเหนือ	100	1.55	0.61		
เหนือ	100	1.51	0.65		
ตะวันตก	100	1.40	0.53		
ใต้	100	1.48	0.51		
รวม	600	1.48	0.56		

จากตารางที่ 24 พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อบุคคล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายความว่า แม้ว่าข้าราชการจะประจำอยู่ในภาคที่แตกต่างกัน แต่ข้าราชการก็มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.จากสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1



ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.จากสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามภาคในประเทศไทย

ภาค	N	Mean	SD	F	P	คู่ที่ต่างกัน**
(1) กลาง	100	1.96	0.80	3.897*	0.002	(5)<(1)
(2) ตะวันออก	100	1.94	0.80			(5)<(2)
(3) ตะวันออกเฉียงเหนือ	100	1.94	0.79			(5)<(3)
(4) เหนือ	100	1.83	0.73			
(5) ตะวันตก	100	1.57	0.75			
(6) ใต้	100	1.76	0.66			
รวม	600	1.84	0.77			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

- \*\* (5) ข่าวราชการที่ประจำอยู่ในภาคตะวันตก  
 (1) ข่าวราชการที่ประจำอยู่ในภาคกลาง  
 (2) ข่าวราชการที่ประจำอยู่ในภาคตะวันออก  
 (3) ข่าวราชการที่ประจำอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากตารางที่ 25 พบว่า ข่าวราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.ที่อาศัยอยู่ในภาคที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่าข่าวราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.ที่อาศัยอยู่ในภาคกลางมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าข่าวราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มากกว่าข่าวราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันตก จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**สมมติฐานที่ 2 :** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

**ตารางที่ 26** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน ของ กบข.	P
	r	
เรื่องนี้ที่นำรู้จาก กบข. ทาง FM 103.5 MHz	-0.013	0.757
รายการ 1 นาทีที่มีทรัพย์สิน ทางช่อง 7	0.035	0.389
รายการบ่ายนี้มีคำตอบ	-0.031	0.444
คอลัมน์สนทนากับเลขานุการ	0.054	0.188
คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT)	-0.108**	0.008

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 26 พบว่าการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานเพียงส่วนเดียว กล่าวคือ มีเพียงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนใน คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เป็นความสัมพันธ์ในทางลบ กล่าวคือ ค่าสหสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำมาก ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่กล่าวมา จึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล  
ประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน ของ กบข.	P
	r	
พูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น	-0.007	0.857
พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข.	-0.023	0.577

จากตารางที่ 27 พบว่าการทดสอบไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ทั้งการเปิดรับข่าวสารจาก  
การพูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น หรือการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข. ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความ  
เข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.	P
	r	
คู่มือสมาชิก	0.132**	0.001
รายงานประจำปี	0.166**	0.000
พรบ. กบข.	0.123**	0.003
กฎกระทรวงฉบับที่ 4	0.095*	0.020
กฎกระทรวงฉบับที่ 5	0.075	0.067
โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร	0.120**	0.003
การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ข้องกับ กบข.	0.185**	0.000
หนังสือเวียน	0.198**	0.000
วารสาร กบข.	0.234**	0.000
ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center)	0.017	0.681
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0.024	0.560

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 พบว่าการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานเกือบทั้งหมด มีเพียงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจใน ส่วนของกฎกระทรวงฉบับที่ 5 ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center) และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนสื่ออื่นๆ นั้น ได้แก่ คู่มือสมาชิก รายงานประจำปี พรบ. กบข. โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. หนังสือเวียน และวารสาร กบข. นั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนกฎกระทรวงฉบับที่ 4 นั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายความว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากคู่มือสมาชิก รายงานประจำปี พรบ. กบข. โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร การจัดอบรมแก่ข้าราชการใน

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. หนังสือเวียน และวารสาร กบข. รวมถึงกฎกระทรวงฉบับที่ 4 ในปริมาณมาก จะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. มากตามไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็อยู่ในระดับต่ำ

**ตารางที่ 29** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสาร	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน ของ กบข.	P
	r	
สื่อมวลชน	0.002	0.966
สื่อบุคคล	-0.018	0.654
สื่อเฉพาะกิจ	0.245**	0.000

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แล้วพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ไม่ว่าจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมาก หรือน้อยก็ไม่ทำให้ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มากขึ้นหรือน้อยลง แต่เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจกับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แล้วพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก นั่นคือ หากข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจมาก ก็จะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการลงทุนของ กบข. มากด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 3 :** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

**ตารางที่ 30** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.	P
	r	
เรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข. ทาง FM 103.5 MHz	0.022	0.599
รายการ 1 นาที่มีทรัพย์สิน ทางช่อง 7	0.053	0.198
รายการบ่ายนี้มีคำตอบ	0.010	0.800
คอลัมน์สนทนากับเลขาธิการ	0.004	0.915
คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT)	-0.092*	0.024

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 พบว่าการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน กล่าวคือ มีเพียงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนใน คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นหมายความว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนใน คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) ในปริมาณมาก จะมีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. น้อย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมากเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นความสัมพันธ์ตามที่กล่าวมา จึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล  
ประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.	P
	r	
พูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น	-0.034	0.408
พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข.	-0.034	0.403

จากตารางที่ 31 พบว่าการทดสอบไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ทั้งการเปิดรับข่าวสารจาก  
การพูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น หรือการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข. ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ  
ข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.	P
	r	
คู่มือสมาชิก	0.113**	0.006
รายงานประจำปี	0.038	0.349
พรบ. กบข.	0.089*	0.030
กฎกระทรวงฉบับที่ 4	0.081*	0.047
กฎกระทรวงฉบับที่ 5	0.011	0.792
โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร	-0.069	0.089
การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่ เกี่ยวข้องกับ กบข.	0.004	0.926
หนังสือเวียน	0.084*	0.039
วารสาร กบข.	0.069	0.093
ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center)	-0.038	0.358
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0.062	0.130

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 พบว่าการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานเป็นบางส่วน มีเพียงการเปิดรับข่าวสารจาก คู่มือสมาชิก เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนพรบ. กบข. กฎกระทรวงฉบับที่ 4 และหนังสือเวียนนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นหมายความว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากคู่มือสมาชิก พรบ. กบข. กฎกระทรวงฉบับที่ 4 และหนังสือเวียนในปริมาณมาก จะมีทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ดีตามไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็อยู่ในระดับต่ำ



ตารางที่ 33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

การเปิดรับข่าวสาร	ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.	P
	r	
สื่อมวลชน	0.020	0.629
สื่อบุคคล	-0.041	0.312
สื่อเฉพาะกิจ	0.073	0.076

จากตารางที่ 33 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจกับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. แล้ว พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากทั้ง 3 สื่อไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ไม่ว่าจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อดังกล่าวมาก หรือน้อยก็ไม่ทำให้ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีทัศนคติดีหรือไม่ดีต่อการลงทุนของ กบข. จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

**สมมติฐานที่ 4 :** ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

ตารางที่ 34 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ความเข้าใจกับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

ตัวแปร	ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข.	P
	R	
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.	0.232**	0.000

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 34 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจกับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. แล้วพบว่า ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก นั่นคือ หากข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มาก ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการลงทุนของ กบข.มากด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทย เกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
3. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
4. เพื่อศึกษาทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทย กับการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข.
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. กับความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. กับ ทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับ ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
3. การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.
4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) แบบสุ่มสอบวัดครั้งเดียว (One-Shot-Descriptive Study) โดยข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่ทำการศึกษา มีจำนวน 600 คน ซึ่งสุ่มตัวอย่างจากข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศ แบ่งเป็น 6 ภาค ภาคละ 2 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ อุดรดิษฐ์ นครราชสีมา กาฬสินธุ์ เพชรบุรี ราชบุรี จันทบุรี ฉะเชิงเทรา นครศรีธรรมราช พังงา ชัยนาท และ กรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจังหวัดละ 50 คน แบ่งเป็นชาย 25 คน หญิง 25 คน ส่วนการเลือกข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. นั้น ใช้การสุ่มแบบแบ่งเป็นลำดับชั้น (Stratified Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจที่เกิดจากการจัดทำและเผยแพร่โดย กบข. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. รวมถึงทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้วิธีทดสอบความแตกต่าง ของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่จำแนกตามลักษณะประชากรแบบ t-test และ One-Way ANOVA ตามสมมติฐานข้อที่ 1 และใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐาน ข้อ 2-4 และได้ใช้โปรแกรม SPSS-PC\* ในการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐาน

### การนำเสนอผลการวิจัย

ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย

- ลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุราชการ ภาค
- การเปิดรับข่าวสารของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ในเรื่องการลงทุนของ กบข.

- ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.
- ทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ต่อการลงทุนของ กบข.

ตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

- ใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทราบว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันหรือไม่ ตามสมมติฐานข้อที่ 1
- ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อการลงทุนของ กบข. ตามสมมติฐานข้อที่ 2-4

## สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.

ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่นำมาทำการศึกษานี้ เป็นข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศจำนวน 600 คน แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิงอย่างละเท่าๆ กัน จาก 6 ภาคทั่วประเทศ ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41-50 ปี สำหรับระดับการศึกษานั้นส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุราชการระหว่าง 11-20 ปีเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคืออายุราชการระหว่าง 6-10 ปี และ 21-30 ปี

## 1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชนอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงต่ำ ซึ่งสื่อที่เปิดรับต่ำสุดได้แก่ หนังสือพิมพ์ ในคอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) รองลงมาคือ สื่อวิทยุ รายการเรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข. ทาง FM 103.5 MHz ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่ คอลัมน์สนทนากับเลขาธิการ และสุดท้ายคือ สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการ 1 นาที มีทรัพย์สิน และรายการบ่ายนี้มีคำตอบ ทางช่อง 9 ที่ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับข่าวสารมากที่สุดจากสื่อมวลชนทั้งหมด แต่ก็ยังถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข. จากสื่อบุคคลอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงต่ำ ถึงร้อยละ 90.3 โดยพบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับเรื่องดังกล่าวจากสมาชิก กบข. ด้วยกันเอง และจากเจ้าหน้าที่ กบข. อยู่ในระดับต่ำทั้งคู่

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆ ซึ่งแยกออกเป็น 2 ประเภทคือ

### 1) สื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับ

พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ผ่านสื่อเฉพาะกิจแบบแบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 2 ระดับ โดยข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารในเรื่องการลงทุน ของ กบข. จากคู่มือสมาชิก (71.8) และรายงานประจำปี (69.7) แต่โดยรวมแล้วข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ก็ยังคงมีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำร้อยละ 43 ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีบางกลุ่มเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ร้อยละ 20.8

### 2) สื่อเฉพาะกิจที่แบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับ

พบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ผ่านสื่อเฉพาะกิจแบบแบ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเป็น 5 ระดับ โดยข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารในเรื่องการลงทุน ของ กบข. จากหนังสือเวียน (21.7) และวารสาร กบข. (17.3) แต่โดย

รวมแล้วข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ก็ยังคงมีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงต่ำ ถึงร้อยละ 75.5

สำหรับสื่อเฉพาะกิจโดยรวมแล้วพบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างต่ำคิดเป็นร้อยละ 37

กล่าวโดยสรุป ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน คือ โทรทัศน์มากที่สุด สำหรับสื่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยกับสมาชิกด้วยตนเอง หรือจากเจ้าหน้าที่ กบข. ยังถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารต่ำ ส่วนสื่อเฉพาะกิจพบว่าข้าราชการมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ส่วนใหญ่จาก คู่มือสมาชิก รายงานประจำปี หนังสือเวียน และวารสาร กบข. แต่ในภาพรวมข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงต่ำ

### 1.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการลงทุนของ กบข. อยู่ในระดับค่อนข้างสูง รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

### 1.4 ทักษะติดต่อการลงทุนของ กบข.

ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่ มีทักษะติดต่อการลงทุนของ กบข. ค่อนข้างดี รองลงมาได้แก่ ทักษะดีในเชิงเป็นกลาง

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 4 ข้อด้วยกัน เมื่อวิเคราะห์ผลการวิจัยแล้วปรากฏว่า ผลการวิจัยมีทั้งที่เป็นไปตามสมมติฐาน และปฏิเสธสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่าเป็นจริงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เฉพาะสื่อบางประเภท กล่าวคือ

1) เพศ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีเพศต่างกันจะมีระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ หนังสือเวียน คู่มือสมาชิก วารสาร กบข. รายงานประจำปี พระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พรบ. กบข.) กฎกระทรวงฉบับที่ 4 กฎกระทรวงฉบับที่ 5 โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์ สัญจร การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center) ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลสมาชิกทางโทรศัพท์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับสื่อมวลชน และสื่อบุคคลนั้น เพศที่ต่างกัน ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.

2) อายุ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกัน

3) ระดับการศึกษา ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

4) อายุราชการ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่มีอายุราชการต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

5) ภาค ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อยู่ภาคต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคกลางมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.

ผลการทดสอบเป็นจริงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เฉพาะคอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) ที่มีการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในส่วนของสื่อเฉพาะกิจ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจ



เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากหนังสือเวียน คู่มือสมาชิก วารสาร กบข. รายงานประจำปี พระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พรบ. กบข.) กฎกระทรวงฉบับที่ 4 โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร และการจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

ผลการทดสอบปรากฏว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน เฉพาะในส่วนของคนเล่น DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) มีการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนสื่อเฉพาะกิจนั้นข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. จากหนังสือเวียน คู่มือสมาชิก พระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พรบ. กบข.) กฎกระทรวงฉบับที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.

ผลการทดสอบปรากฏว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก นั่นคือ หากข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มาก ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการลงทุนของ กบข. มากด้วย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

## การอภิปรายผลการวิจัย

### สมมติฐานข้อที่ 1 ข้าราชการไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "การลงทุนของ กบข." แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

1. เพศ ลักษณะทางประชากรตามตัวแปรเรื่องเพศของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศไทยที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

รุจิรา คงรุ่งโรจน์<sup>123</sup> (2543) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ของบุคลากรในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคมทั้งเพศชายและเพศหญิง มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญ 2540 กรณีกิจการโทรคมนาคมจากสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกัน

พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชนไม่แตกต่างกัน

แต่สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 19) โดยข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่เป็นเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มากกว่าข้าราชการชาย ซึ่งการวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรม

<sup>123</sup> รุจิรา คงรุ่งโรจน์, "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543)

ของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีความใจอ่อนไหว มักถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ซึ่งมีงานวิจัยที่ศึกษาพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสาร เช่น

ปาริชาติ แก้วมงคล<sup>124</sup> (2541) พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้ลักษณะการเปิดรับชมรายการโลกใบเล็กแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย

โสภิตสุดา มงคลเกษม<sup>125</sup> (2539) พบว่า ผู้ขับขีรถยนต์ที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน โดยเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย

2. **อายุ** ลักษณะทางประชากรตามตัวแปรเรื่องอายุของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 20) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศิริพร เชิดวงศ์สุข<sup>126</sup> (2539) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครูโรงเรียน พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครู

ช่อแก้ว ประสงค์สม<sup>127</sup> (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีเขียวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขต กทม. พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีเขียว

<sup>124</sup> ปาริชาติ แก้วมงคล, “ประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>125</sup> โสภิตสุดา มงคลเกษม, “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>126</sup> ศิริพร เชิดวงศ์สุข, “พฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครู ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนกรมสามัญศึกษา กลุ่มที่ 2 ในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>127</sup> ช่อแก้ว ประสงค์สม, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีเขียวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขต กทม.,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้าบทคัดย่อ.

3. ระดับการศึกษา ลักษณะทางประชากรตามตัวแปรเรื่องระดับการศึกษาของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง (ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 21) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร เชิดวงศ์สุข<sup>128</sup> (2539) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครูโรงเรียน พบว่าวุฒิการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครู
4. อายุราชการ ลักษณะทางประชากรตามตัวแปรเรื่องอายุราชการของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 22) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร เชิดวงศ์สุข<sup>129</sup> (2539) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครูโรงเรียน พบว่าระยะเวลาในการปฏิบัติการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครู
5. ภาค ลักษณะทางประชากรตามตัวแปรเรื่องภาคของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ทั่วประเทศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 23-24)

สำหรับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1) (ตารางที่ 25) คือ ข้าราชการไทยที่ประจำอยู่ในภาคที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน โดยพบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคกลางมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออกเหนือ จากการศึกษานี้ของเบอร์กู้น<sup>130</sup> (Burgoon : 1974) กล่าวว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้

<sup>128</sup> ศิริพร เชิดวงศ์สุข, “พฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครู ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนกรมสามัญศึกษา กลุ่มที่ 2 ในกรุงเทพมหานคร,” หน้านับทศด้อย.

<sup>129</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้านับทศด้อย.

<sup>130</sup> Michael Burgoon. *Approaching Speech / Communication*. New York : Holt, Rinehart, and Winston, Inc., 1974.

รับสารมีอิทธิพลสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสาร เป็นสิ่งที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน ประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของคอลิน เชอรี<sup>131</sup> (Colin Cherry, 1978) ที่ว่า ในการเปิดรับข่าวสารนั้น แต่ละบุคคลมิได้รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่บุคคลจะมีการเปิดรับข่าวสาร และเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของข่าวสารที่บุคคลนั้นคิดว่ามีประโยชน์ต่อตน และสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสื่ออื่น เกิดจากลักษณะพื้นฐานของผู้รับสารในด้านองค์ประกอบทางสังคม และสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ซึ่งจะเห็นว่าภาคกลางมีการเปิดรับมากที่สุด เนื่องจาก ได้รวมกรุงเทพมหานครเข้าไปด้วย ซึ่งเป็นที่ตั้งของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) ดังนั้น จึงง่ายต่อการเข้าถึงเมื่อเกิดข้อสงสัย หรือต้องการทราบข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสารต่างๆ ที่สนใจด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนา สุรชีวิน<sup>132</sup> (2541) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาประเทศไทยในปีท่องเที่ยวใหม่ 2541-2542 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กลุ่มประเทศโอเชียเนีย เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มประเทศยุโรป และอเมริกา

จากผลการวิจัยทั้งหมดพบว่า ลักษณะทางประชากรของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ด้านเพศ และภาคที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องการลงทุนของ กบข. แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างของผู้รับสาร (Differential Theory) ของ เมลวิน แอล เดอเฟลอร์

## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>131</sup> Colin Cherry, *On Human Communication : A Review, A Survey and A Criticism*, (New York : Holt Rinehart & Winston, 1978)

<sup>132</sup> วันทนา สุรชีวิน, "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวใหม่ 2541-2542," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้าบทคัดย่อ.

(Defluer<sup>133</sup>, 1966) ซึ่งกล่าวว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอันได้แก่ เพศ และภูมิฐานะ ต่างกัน จะแสดงพฤติกรรมสื่อสารแตกต่างกัน พฤติกรรมสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับข่าวสาร ในทางตรงกันข้าม ลักษณะทางประชากรด้านอายุ ระดับการศึกษา และอายุราชการไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร อาจเนื่องมาจาก ข่าวสารความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ที่มีแพร่หลายผ่านสื่อต่างๆ อยู่แล้ว ทำให้การเปิดรับข่าวสารของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. อาจขึ้นกับทัศนคติ สถานการณ์ เวลา และความพร้อมของแต่ละบุคคล จึงทำให้การเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

## **สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข.**

จากการวิจัยพบว่า สื่อมวลชน ได้แก่ รายการเรื่องนี้ที่นำรู้จาก กบข. ทาง FM 103.5 MHz รายการ 1 นาที่มีทรัพย์ ทางช่อง 7 รายการบ่ายนี้มีคำตอบ และคอลัมน์สนทนากับเลขานุการ สื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกันระหว่างข้าราชการด้วยกันเอง และการพูดคุย หรือปรึกษากับเจ้าหน้าที่ กบข. สื่อเฉพาะกิจในส่วนของกฎกระทรวงฉบับที่ 5 ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนของ กบข. (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2) (ตามตารางที่ 26 – 28) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพรณ ศรีมุข<sup>134</sup> (2541) ที่ทำการศึกษารื่องการเปิดรับสื่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ โจเซฟ ที แคลปเปอร์<sup>135</sup> (Joseph T. Klapper) (อ้างในปรมะ สตะเวทิน, 2533:142) ที่ว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม และสื่อมวลชนนั้นก็เสนอข้อมูลข่าวสารน้อยด้วย ทำให้

<sup>133</sup> เดอเฟลอร์ อ้างในพรทิพย์ ศิริชูทรัพย์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น.10.

<sup>134</sup> ญัฐพรณ ศรีมุข, “การเปิดรับสื่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>135</sup> Joseph T. Klapper อ้างในปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533, น. 142.

ปริมาณความรู้ในสื่อมวลชนมีน้อย ทำให้สื่อบุคคลที่เป็นสมาชิก กบข. ที่เปิดรับสื่อมวลชนก็มีความรู้อย่างจำกัด ไม่สามารถเป็นที่พึ่งของกันและกันได้ ดังนั้นทั้งสื่อมวลชน และสื่อบุคคล จึงยังคงต้องอาศัยสื่ออื่นประกอบด้วย ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ แต่ก็มีรายการบางประเภทของสื่อมวลชนที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ได้แก่ คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) ที่ลงในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ทุกวันอาทิตย์ แต่กลับมีความสัมพันธ์เชิงลบ (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2) (ตามตารางที่ 26) แต่เป็นความสัมพันธ์ที่น้อยมากเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. ซึ่งการที่ความสัมพันธ์ดังกล่าวออกมาในเชิงลบ อาจเป็นเพราะ ความบกพร่องของข่าวสาร (Message) ในส่วนของคอลัมน์ DIY นั้น มีเนื้อที่ให้ลงในหนังสือพิมพ์น้อยเกินไป ประมาณ 1 คอลัมน์นิ้ว ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถลงในรายละเอียดเกี่ยวกับการลงทุนได้มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเอฟเวอเร็ท เอ็ม โรเจอร์ส<sup>136</sup> (Everett M. Rogers, 1973:43) ที่ว่า กระบวนการสื่อสารจะสมบูรณ์เมื่อเนื้อหาสาระที่ส่งเป็นรหัสไปสู่ผู้รับนั้นได้ถูกถอดออก (Decode) และผู้รับได้รับรู้เนื้อหาสาระที่ส่งไปนั้น แต่การที่จะตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่ก็แล้วแต่ประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร (Field of Experience) ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้ ก็แสดงให้เห็นว่าข้าราชการไทยที่เป็นผู้รับสารนั้นอาจไม่เข้าใจในสิ่งที่ทาง กบข. ต้องการสื่อเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่เพิ่มขึ้น แต่กลับทำให้เกิดความสับสน และส่งผลให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการลงทุนของ กบข. กลับผิดพลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวีร์ภรณ์ เวสุนารักษ์<sup>137</sup> ที่ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารความรู้ แรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้มารับบริการ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุขในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้เรื่องโรคเอดส์

แต่เมื่อมองในด้านของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลโดยรวมจะพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจในการลงทุนของ กบข. ของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ได้แก่ รายการ 1 นาที่มีทรัพย์ ทางช่อง 7 และรายการบายนี้มีคำตอบ ทางช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 63.2 และ 74.8 ตามลำดับ แต่การนำเสนอเนื้อหาทางสื่อโทรทัศน์นั้นมีข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากมีค่าใช้จ่าย

<sup>136</sup> Everett M. Rogers, *Communication Strategies for Family Planning*, (New York: The free Press, 1973), p.43.

<sup>137</sup> ชัชวีร์ภรณ์ เวสุนารักษ์, "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ แรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้มารับบริการ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุขในกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้าบทคัดย่อ.

จ่ายสูงในการออกสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในแต่ละครั้ง จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สมาชิก กบข. ไม่สามารถได้รับเนื้อหาอย่างละเอียด และอาจเกิดความสับสนได้ และอีกปัจจัยหนึ่ง คือ การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และจะเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารนั้นตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิด และความเชื่อของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ถนอมนุช พิทักษ์โกศล<sup>138</sup> (2540) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการไข้หวัดใหญ่ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าสื่อประเภทอื่นๆ คือวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า

ต้องฤดี ปุณณกันต์<sup>139</sup> (2534) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน

ส่วนประเภทของสื่อเฉพาะกิจ ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ได้แก่ หนังสือเวียน วารสาร กบข. คู่มือสมาชิก รายงานประจำปี พรบ. กบข. กฎกระทรวงฉบับที่ 4 โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร และการจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนของ กบข. นั้นหมายความว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากคู่มือสมาชิก รายงานประจำปี พรบ. กบข. โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร และการจัดอบรมแก่

<sup>138</sup> ถนอมนุช พิทักษ์โกศล, "ปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการไข้หวัดใหญ่ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ในจังหวัดนนทบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2540), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>139</sup> ต้องฤดี ปุณณกันต์, "การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2533), หน้าบทคัดย่อ.



ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. รวมถึงกฎกระทรวงฉบับที่ 4 ในปริมาณมาก จะมีความรู้ความเข้าใจ เรื่องการลงทุนของ กบข. มากตามไปด้วย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 (ตารางที่ 28) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอาดัมส์<sup>140</sup> (Adams, 1971) ที่กล่าวไว้ว่า การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐกรรมแปลกใหม่ และสอดคล้องกับผลการวิจัยดังต่อไปนี้

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง<sup>141</sup> (2540) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม จากแผ่นพับ และปฏิทินบริษัท มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

ว่าที่พันตำรวจหญิง อรุณช งามขาว<sup>142</sup> (2543) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการจราจร

บัณรสี ชาวาลศิลป์<sup>143</sup> (2543) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโรงไฟฟ้าหินกรูด

<sup>140</sup> James R. Adams, *Media Planning*, (Oxford: Aden Press, 1971)

<sup>141</sup> เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย),” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>142</sup> อรุณช งามขาว, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>143</sup> บัณรสี ชาวาลศิลป์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรูด,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้าบทคัดย่อ.

สรุปได้ว่า สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. เนื่องจาก สื่อเฉพาะกิจถูกจัดทำไว้เพื่อกิจกรรมโดยเฉพาะ บรรจุรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. เป็นอย่างดี ทำให้สื่อเฉพาะกิจมีศักยภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือเวียน วารสาร กบข. คู่มือสมาชิก รายงานประจำปี พบ. กบข. กฎกระทรวงฉบับที่ 4 โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์ สัญจร หรือการจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. ซึ่งทาง กบข. ควรจัดทำให้มีความน่าสนใจ อ่านเข้าใจง่าย และถูกต้อง เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ให้กับสมาชิก กบข. ต่อไป

### **สมมติฐานที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.**

จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน ได้แก่ เรื่องนี้ที่นำรู้จาก กบข. รายการ 1 นาที่มีทรัพย์ รายการบายนี่มีคำตอบ และคอลัมน์สนทนากับเลขาธิการ สื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น และการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ รายงานประจำปี กฎกระทรวงฉบับที่ 5 โครงการกบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข. วารสาร กบข. ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3) (ตามตารางที่ 30 – 32) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

บุษบา ภูสกุล<sup>144</sup> (2535) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้

<sup>144</sup> บุษบา ภูสกุล, “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), หน้าบทคัดย่อ.

สุมาลี ตั้งจิตศิลป์<sup>145</sup> (2537) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ

ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อมวลชน ได้แก่ คอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) ที่ลงในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ทุกวันอาทิตย์เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. ในเชิงลบ (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3) (ตามตารางที่ 30) แต่ค่าสหสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ

ชวนันท์ ภวากานนท์<sup>146</sup> (2527) ที่ว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท คือ ทัศนคติทางเชิงบวก ทัศนคติทางเชิงลบ และทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เมื่อเปิดรับข่าวสารจากคอลัมน์ DIY (DO IT YOURSELF INVESTMENT) จะมีทัศนคติทางลบต่อการลงทุนของ กบข. สืบเนื่องมาจากการมีความรู้ความเข้าใจเป็นลบ โดยจะเห็นได้จากความสัมพันธ์ของความรู้และการเปิดรับข่าวสารจากคอลัมน์ DIY นั้นเป็นลบ นั้นแสดงว่าเมื่อข้าราชการมีการเปิดรับข่าวสารจาก คอลัมน์ DIY มาก ยิ่งทำให้เกิดความไม่เข้าใจ และเกิดความสับสน อาจเป็นเพราะ เกิดความไม่เชื่อถือ ไม่ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย ทำให้ทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. เป็นลบไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของซิมบาร์โด เอบบีเซน และมาสลาช<sup>147</sup> (Zimbardo, Ebbeson และ Maslach : 1977) ที่ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้ก็มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ในการที่จะให้มีการยอมรับ หรือปฏิเสธในสิ่งใด ต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้ นอกจากนี้ สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการยอมรับ

<sup>145</sup> สุมาลี ตั้งจิตศิลป์, “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>146</sup> ชวนันท์ ภวากานนท์, “ภาพพจน์เชิงลบกับการประชาสัมพันธ์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527), น. 24.

<sup>147</sup> Philip G. Zimbardo, Ebbe B. Ebbesen and Christina Maslach. *Influencing Attitudes and Changing Behavior*. (London : Addison – Wesley Publishing Company, 1977)

ข่าวสาร ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ นั่นคือ สื่อ (media) ซึ่งอาจจะ เป็นสื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อมวลชน หรือสื่อบุคคล ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารข่าวสาร (Message) ให้แก่ผู้รับ ข่าวสาร แต่อิทธิพลของข่าวสาร และสื่อ จะมีมากหรือน้อยเพียงไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับข่าวสารว่า มีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลง หรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้ ดังนั้น ถ้าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. นั้น มีความรู้สึกที่ไม่ดี กับ กบข. มาตั้งแต่ต้น เมื่อได้เปิดรับข่าวสารในคอลัมน์ DIY เกี่ยวกับการลงทุนในตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่ง เป็นเรื่องที่ค่อนข้างเข้าใจยาก จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เกิดการ ต่อต้านข่าวสารที่ได้รับ หรืออาจเปิดรับ แต่เกิดความสับสน และไม่เข้าใจ จนส่งผลให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อ ข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. และปฏิเสธการรับข่าวสารจากทาง กบข. อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ เรนซิส ไลเคิร์ต<sup>148</sup> (Rensis Likert) ที่ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย อย่างไรก็ตามแหล่ง ที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคย มีประสบการณ์มาก่อน การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มา และสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

ส่วนทางด้าน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ คู่มือสมาชิก กบข. กฏกระทรวงฉบับที่ 4 และหนังสือเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. แต่มีค่าสหสัมพันธ์ที่น้อยมากกับทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ต่อการลงทุนของ กบข. (เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3) (ตามตารางที่ 32) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อาดัมส์<sup>149</sup> (Adams, 1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อ

<sup>148</sup> เรนซิส ไลเคิร์ต อังใน คาราวรรณ ศรีสุกใส, “การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้ามหานครที่มีผล ต่อ ความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 43.

<sup>149</sup> James R. Adams. *Media Planning*, (Oxford: Aden Press, 1971)

สนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน และเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ซิมบาร์โด และ เอบปีเซ็น<sup>150</sup> (Zimbardo and Ebbesen) ด้วยที่ว่าหากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยดังต่อไปนี้

พยัคฆพันธุ์ โพธิ์แก้ว<sup>151</sup> ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติงานตามโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการสภาตำบลในอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด อุบลราชธานี พบว่า ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และการตัดสินใจ อนุมัติโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล

จัฐธนา แสงอร่าม<sup>152</sup> (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

สรุปได้ว่า เมื่อมองในภาพรวมของทั้ง 3 สื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการลงทุนของ กบข. ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า อาจจะมีความสามารถ และข้อจำกัดทางการสื่อสารแตกต่างกันดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ส่งผลต่อทัศนคติของข้าราชการไทยที่เป็น

<sup>150</sup> Philip G. Zimbardo, Ebbe B. Ebbesen. Influencing Attitude and Changing Behavior: A Basic Introduction to Relevant Methodology, Theory and Applications. (Reading Massachusetts : Addison – Wesley Publishing, 1970), p.21.

<sup>151</sup> พยัคฆพันธุ์ โพธิ์แก้ว, “การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติงานตามโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการสภาตำบลในอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด อุบลราชธานี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>152</sup> จัฐธนา แสงอร่าม, “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้าบทคัดย่อ.

สมาชิก กบข. ได้น้อย หรืออาจจะเป็นเพราะ การวางแผนในการประชาสัมพันธ์สื่อต่างๆ ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target group) ได้ชัดเจนมากนัก

#### **สมมติฐานข้อที่ 4: ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “การลงทุนของ กบข.” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข.**

จากการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของข้าราชการไทยต่อการลงทุนของ กบข. ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ

เดวิด เบอริโล<sup>153</sup> (David Berlo) (อ้างใน เกยูร ชิวหากาญจน์, 2541: 118) ที่ว่าผู้ที่มีความรู้มาก ก็ยังมีทัศนคติถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ซิมบาร์โด และ เอบบีเซ็น<sup>154</sup> (Zimbardo and Ebbesen) กล่าวว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (The Affective Cognition Component) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Cognitive Component) โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) นั้น เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น นอกจากนี้ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น บุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้ หรือความคิด (Cognitive Component) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความรู้เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

<sup>153</sup> David Berlo อ้างใน เกยูร ชิวหากาญจน์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดสมุทรปราการ,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

<sup>154</sup> Philip G. Zimbardo, Ebbe B. Ebbesen. Influencing Attitude and Changing Behavior: A Basic Introduction to Relevant Methodology, Theory and Applications, Reading Massachusetts : Addison – Wesley Publishing, 1970), p.21.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>155</sup> ได้กล่าวถึง “ความรู้” ว่าเป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน ที่มีผลต่อการปลูกฝังทัศนคติสำหรับงานวิจัยที่สามารถนำมาสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 นี้ได้แก่ งานวิจัยของ

พีระนันท์ บุรณะโสภณ<sup>156</sup> ที่ศึกษาถึง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บุษบา ภูัสกุล<sup>157</sup> (2535) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้

<sup>155</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, “การสื่อสารกับสังคม,” (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 118-122.

<sup>156</sup> พีระนันท์ บุรณะโสภณ, “พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), หน้าบทคัดย่อ.

<sup>157</sup> บุษบา ภูัสกุล, “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), หน้าบทคัดย่อ.

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผนงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. และเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เนื่องจากสื่อที่ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. เปิดรับมาก และส่งผลให้สมาชิก กบข. มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการลงทุนของ กบข. มากขึ้น คือ สื่อเฉพาะกิจ ดังนั้น กบข. ควรมุ่งเน้นที่จะเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลทางการลงทุนผ่านสื่อเฉพาะกิจให้มากยิ่งขึ้น
2. จากผลการวิจัยพบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. จากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำถึงต่ำ เพราะ สื่อส่วนใหญ่ที่มีการนำเสนอ นั้นมักออกในช่วงเวลาราชการ ซึ่งทำให้ข้าราชการส่วนใหญ่มีโอกาสน้อยที่จะได้ชมและติดตาม เช่น รายการบ่ายนี้มีคำตอบ ซึ่งออกอากาศทางช่อง 9 เวลา 13.00 –14.00 น. รายการ 1 นาทีมีทรัพย์ ซึ่งออกอากาศทางช่อง 7 เวลา 18.28 น. หรือแม้แต่วารสารวิทยุ เรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข. ซึ่งออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.30 น. และ 13.30 น. แม้ว่าจะออกอากาศ 2 ครั้งต่อวัน แต่ช่วงเวลาดังกล่าวก็เป็นช่วงเวลาดังงาน ส่งผลให้ข้าราชการไทยที่มีความสนใจในข่าวสาร ก็ไม่ได้รับชมและติดตามเท่าที่ควร นอกจากนี้ การออกอากาศรายการเรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข. ในส่วนภูมิภาคนั้น เป็นการขอความอนุเคราะห์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จึงไม่สามารถกำหนดเวลาออกอากาศที่แน่นอนได้ จึงอาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่สมาชิกในส่วนภูมิภาคมีการเปิดรับสื่อนี้ต่ำ ส่งผลให้สื่อดังกล่าวไม่ได้ผลเท่าที่ควร ทางผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ กบข. นอกจากจะเล็งเห็นความสำคัญของการผลิตสื่อต่างๆ สู่อายตาสมาชิก กบข. ทุกคนแล้ว การหาช่วงเวลาที่เหมาะสมในการแพร่ภาพ และกระจายเสียงก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เพราะไม่เช่นนั้น การกระจายสื่อต่างๆ ออกไปมากๆ แต่ไม่ถึงผู้รับก็จะกลายเป็นการเสียค่าใช้จ่าย และงบประมาณของหน่วยงานโดยใช้เหตุ
3. จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่น และการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ กบข. นั้นยังไม่ค่อยมีบทบาทในการให้ความรู้ และการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ กบข. ดังนั้น กบข. จึงควรพิจารณาใช้สื่อบุคคลในสายงานของ กบข. ที่เกี่ยวข้องให้เป็นประโยชน์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call center)



และเจ้าหน้าที่ กบข. ซึ่งทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งถือเป็นผู้ส่งสารในสื่อบุคคล ควรได้รับการจัดฝึกอบรมวิธีการสื่อสารกับสมาชิก และวิธีการถ่ายทอดความรู้แก่ตัวแทนสมาชิก กบข. ที่ประจำอยู่ ณ คลังจังหวัดต่างๆ เพื่อให้ตัวแทน กบข. เหล่านั้นได้มีส่วนร่วมในการจัดโครงการ หรือกิจกรรม รวมถึงนิทรรศการต่างๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้แก่สมาชิก กบข. ด้วยกันเอง เพราะตามแนวคิดของคอลิน เชอร์รี่<sup>158</sup> (Colin Cherry) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์เป็นการทำเพื่อแบ่งปันสาร (An Act of Sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน นอกจากนี้ เสถียร เขยประทับ<sup>159</sup> ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ว่า สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุดลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน ทั้งนี้ ยังสามารถช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้ ซึ่งนำไปสู่การจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติฝังรากลึกได้ ดังนั้น การพัฒนาสื่อบุคคลให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล พบว่าข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. นั้น มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวต่ำมาก และมีเพียง คอลัมน์ DIY\* (DO IT YOURSELF INVESTMENT) จากสื่อมวลชนเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็เป็นความสัมพันธ์เชิงลบ นั้นแสดงให้เห็นว่า ยิ่งข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีการเปิดรับข่าวสารมาก ยิ่งเกิดความสับสน และมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการลงทุนของ กบข. ซึ่งอาจเป็นเพราะ ความบกพร่องของผู้รับสาร (Receiver) เอง ที่เปิดรับสารน้อยเกินไป หรือความบกพร่องของตัวสาร

<sup>158</sup> Colin Cherry, *On Human Communication : A Review, A Survey and a Criticism*, (New York : Holt Rinehart & Winston, 1978), p. 4, 306.

<sup>159</sup> เสถียร เขยประทับ, “การสื่อสารงานนอกรวม,” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ม.ป.ท., 2525), น. 218-219.

- (message) ที่ไม่สามารถสื่อสารให้ผู้รับเข้าใจได้ง่าย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรจะทำการศึกษารายละเอียดเนื้อหาของสาร (Content) เกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เพื่อศึกษาผล และประเด็นเนื้อหาที่ได้ว่าครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการจะเผยแพร่หรือไม่ และตรงกับวัตถุประสงค์ที่ทาง กบข. ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และทัศนคติที่ดีต่อการลงทุนของ กบข. โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจกับข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป
2. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้รับสาร คือ ข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. เท่านั้น มิได้ศึกษาไปถึงผู้ส่งสาร ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์ของ กบข. ที่ทำหน้าที่วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อ เจ้าหน้าที่ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call center) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการข้อมูลสมาชิก กบข. ในเรื่องต่างๆ รวมถึงเจ้าหน้าที่ กบข. ฝ่ายอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับสมาชิก กบข. โดยตรง แต่บางครั้งอาจต้องมีการให้คำปรึกษา และชี้แจงข้อสงสัยให้แก่สมาชิก ซึ่งหากมีการศึกษาเรื่องเดียวกันอีกในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงวิธีการเผยแพร่ข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารว่ามีวิธีการสื่อสารอย่างไรให้มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. แก่ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
  3. ควรมีการศึกษาถึงวิธีการสื่อสาร โดยทำการศึกษาแบบ Focus group ซึ่งเป็นการระดมความคิดเห็นในการศึกษาปัญหา และแนวทางการแก้ปัญหาจากการใช้สื่อประเภทต่างๆ รวมทั้งวิเคราะห์ถึงเนื้อหาของสารที่เผยแพร่เรื่องเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. ร่วมกัน จากตัวแทนสมาชิกจากแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ และอาจหาวิธีการศึกษาที่นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ หรือวิธีการอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ให้รายละเอียดมากยิ่งขึ้น
  4. ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ กบข. เช่น การศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. ในด้านเหตุ และสิทธิ หรือในด้านสิทธิประโยชน์พิเศษที่ทาง กบข. มอบให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิก กบข. ได้แก่ โครงการ ธอส.-กบข. โครงการประกันชีวิต และโครงการในอนาคต คือ บัตรส่วนลด (Discount card) ที่มอบให้แก่ข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. เป็นต้น เนื่องจาก เรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องใกล้ตัวสมาชิก และเกี่ยวข้องกับสมาชิกแต่ละบุคคลโดยตรง ดังนั้น การที่ศึกษาเพื่อดูประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ของ กบข. ในเรื่องดังกล่าว อาจทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น
  5. การศึกษาค้างนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) แต่ในอนาคตจะมีโครง

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. มากขึ้น ดังนั้น เมื่อ กบข. มีโครงการในอนาคตที่จะได้รับการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์ ในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน จึงน่าจะจัดให้มีการวิจัยในลักษณะเดียวกันอีกครั้งหนึ่ง เพื่อศึกษาว่า การที่ กบข. มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนมากขึ้น จะมีผลให้ข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข. มีความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนดีขึ้นหรือไม่



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ. รายงานประจำปี 2543. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด, 2544.

เกียร ชิวหากาญจน์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540.

จรรยาไน แกลโกศล. การปรับปรุงทัศนคติเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล. หลักสูตรและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.

จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

จรัพร อึ้งเจริญวัฒนา. ความรู้และทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ที่มีต่อสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2524.

ชวณะ ภวภานนท์. ภาพพจน์เชิงลบกับการประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ช่อแก้ว ประสงค์สม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนดีของเราของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขต กทม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ชัชวีร์ภรณ์ เวสสุนารักษ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ แรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้มารับบริการ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุขในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ฐัฏทนา แสงอร่าม. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ณัฐพรรณ ศรีมุข. การเปิดรับสื่อความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมกรายอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตดีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- दानินท์ กิจนิตี. การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการอนุรักษ์พลังงาน ในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ดาราวรรณ ศรีสุกใส. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้ามหานครที่มีผลต่อความรู้ ทักษะคนดี และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ต้องฤดี ปุณณกันต์. การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ถนอมนุช พิทักษ์โกศล, “ปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมกรายอมรับสื่อ กับความรู้ และทักษะคนดีที่มีต่อการป้องกันการใช้ยาบ้า ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ในจังหวัดนนทบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ถวัลย์ รักศิลป์. ทัศนคติของผู้ปกครองนักเรียน และครูโรงเรียนราษฎร์ในโรงเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเพศศึกษามาสอนในโรงเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2522.
- ธนวดี บุญลือ. ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐาน ทางกรสื่อสาร. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- เกียรติวี วิวิธศิริ. จิตวิทยาการเรีนรู้สำหรับผู้ใหญ่. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2527.
- นภาดล ทองมัน. การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมต่อเรื่องการบริโภคอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- นฤพล โรหิตจันทร. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ ทักษะคนดีเกี่ยวกับโครงการ “รักษเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

- นวพร เรืองสกุล, เลขานุการคณะกรรมการกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ, อ้อมก่อน รวยกว่า. โรงพิมพ์  
กรุงเทพ, 2543.
- นิรันดร์ ทองหอม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการให้บริการจัดหางานของกรมการจัดหางาน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลง  
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- บัณรดี ขวาลศิลป์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความ  
ร้อนหินกุด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2543.
- บุษบา ภูสกุล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมในการรักษา  
ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ปกิจ พรหมายน. ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล  
ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (สิ่งแวดล้อม)  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.
- ปฏิพัทธ์ กระแสอินทร์. อิทธิพลของภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
โทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2509.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2538.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.
- ปรมะ สตะเวทิน. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1-8. คณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.
- ประคอง เอี่ยมลำแสง. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตต่อไร่ของชา  
วนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร : ไทย  
วัฒนาพานิช ,2526.
- ปราณี สุจรตน์ไชยกุล. ค่านิยมของนักศึกษาวิทยาลัยครูส่วนกลางเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยลัยเกษตรศาสตร์, 2525.

- ปาริชาติ แก้วมงคล. ประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- พยัคฆพันธุ์ โพธิ์แก้ว. การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาด้านความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติงาน  
ตามโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการ  
สภาตำบลในอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด อุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิ  
ชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่อ  
อินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พิสิษฐ์ บุญไชย. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของกรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลง  
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.
- พีระนันท์ บุรณะโสภณ. พฤติกรรมกรเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์  
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลง  
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ภาวดี อิศรเสนา ณ ออยุธยา. การศึกษาเปรียบเทียบความทะเยอทะยานของข้าราชการในระดับกลางและ  
ระดับต่ำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514.
- มาลินี เหมะจุจินทร์. ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาปีที่ 3 โรงเรียน  
เพาะช่าง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ราชบัณฑิตสถาน. อักษรานุกรมภูมิศาสตร์ไทย เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร : 2525.
- รุจิรา คงรุ่งโรจน์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะคิดเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ลักขณา มนธาตุผลิน. การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน : เอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัว กับผลสัมฤทธิ์จากการใช้เอกสารเผยแพร่. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิตภาควิชา  
การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

- วชิราภรณ์ เรืองไพบูลย์. ประสิทธิผลของสื่อในการให้ความรู้เรื่องภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดาหลังคลอด : ศึกษาดูเฉพาะกรณีโรงพยาบาลราชวิถี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- วันทนา ซาญวนิชวงศ์. การเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการศึกษาค้นคว้าจากกรณีศึกษาการเปิดรับข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ของโรงพยาบาลรามธิบดี โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, 2525.
- วันทนา สุรชีวิน. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาประเทศไทยในปีท่องเที่ยวใหม่ 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, 2541.
- วาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี. การสื่อสารเพื่อชีวิต. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2532.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. พัฒนาหลักสูตรและการสอนมิติใหม่. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์รุ่งเรือง, 2523.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2541.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร, 2543.
- ศิริชัย ศิริกายะ. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปทุมธานี. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ศิริพร เชิดวงศ์สุข. พฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาฆ่าแมลงของครู ศึกษาดูเฉพาะกรณีโรงเรียนกรมสามัญศึกษา กลุ่มที่ 2 ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- สมควร กวียะ อ่างใน อรวรรณ ปิลาณีโอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สมควร กวียะ. นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันไทยคดีศึกษา, 2523.
- สุพัตรา ผาสุย. ประสิทธิผลของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการให้ความรู้ และทัศนคติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ประชาชนในหมู่บ้านจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, 2532.
- สุภารักษ์ จูตระกูล. การศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนใน



เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุมาลี ตั้งจิตศิลป์. พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สุรพงษ์ ไสยนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

สุวรรณี โพธิศรี. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนวัตกรรม. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

เสวี วงมณฑา. บทบาทของการสื่อสารในกระบวนการสังคมการณ, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 12. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.

โสภิตสุดา มงคลเกษม. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อนันต์ ศรีโสภา. การวัดและประเมินผลการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

อรนุช งามขาว. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อุบลรัตน์ เพ็งสถิตย์. วารสารรวมคำแหง. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2530.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ภาษาอังกฤษ

- Adams, James R. Media Planning. Oxford: Aden Press, 1971.
- Allport, Gordon W. "Attitudes," in Handbook of Social Psychology. Carl Murchison. ed. Wolocester, Mars: Clark University Press, 1975.
- Atkin, Charles K. and Gerramone G. The role of foreign news coverage in adolescent political socialization. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication convention, Corvallis, OR, 1983.
- Atkin, Charles K. New Model For Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.
- Berlo, David K. The Process of Communication. New York: Rinehart and Winston Inc., 1960.
- Bettinghaus, Erwin P. Persuasive Communication. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1968.
- Bickhard, Mark H. Cognition, Convention and Communication. New York: Praeger Publisher, 1980.
- Bloom, Benjamin S., Hastings, J. Thomas and Madaus, George F. Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York : McGraw-Hill Book Company, 1971.
- Burgoon, Michael. Approaching Speech / Communication. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1974.
- Cherry, Colin. On Human Communication : A Review, A Survey and a Criticism. New York : Holt Rinehart & Winston, 1978.
- Clausse, R. "The Mass Public at Grips with Mass Communication." International Social Science Journal 20, 4. Oxford: Blackwell Publisher for UNESCO, 1968.
- Good, Carter V. Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book, 1959.
- Good, Carter V. Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book, 1973.
- Goyer, Robert S. Communication, Communicative Process, Meaning : Toward a Unified Theory, Journal of Communication, vol. 20,1970.
- Hadley, Read Communication: Method for All Media. Urbana: University of Illinois Press, 1972.

- Hovland, Carl I. and Janis, Irving L. Personality and Persuasibility. New Haven: Yale University Press, 1959.
- Janis, Irving L. and D. Rife, "Persuasibility and Emotional Disorder" Personality and Persuasibility. New Haven : Yale University Press, 1959.
- Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul F. Personal Influence. New York : The Free Press, 1955.
- Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul F. Personal Influence. New York : The Free Press, 1969.
- Kelman, Herbert C. "Compliance, Identification and Internalization : Three Process of Attitude Change." Attitude Theory and Measurement. New York : John Wiley and sons. Inc., 1967.
- Kendler, Howard H. Basic Psychology. New York: Appleton-Century-Grofts Company, 1963.
- Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1967.
- Klapper, Joseph T. Reinforcement, Minor Change, and Related Phenomena, The Effects of the Mass Communication. Glencoe, Illinois: The Free Press, 1960.
- Knower, F.H. Experimental Studies of Change in Attitudes : A Study of the Effect of Oral Argument on Changes of Attitude. Journal of Social Psychology, 6, 1935.
- Korzenny, Felipe, Deltoro, Wanda and Gandino, James. International News Media Exposure, Knowledge and Attitude. Journal of Broadcasting and Electronic Media. Volume 31, Number 1, Winter, 1987.
- Lazarsfeld, Paul F. and Menzel, H. Mass Media and Personal Influence. In Wilbur Schramm(ed), The Science of Human Communication. New York: Basic Books, 1968.
- Likert, Rensis. New Patterns of Management. New York : McGraw-Hill Book Company, 1961.
- Maple, C. The Comparative Susceptibility of Three Age Levels to the Suggestion of Group Versus Expert Opinion. Journal of Social Psychology, 4, 1993.
- Meredith, Patrick G. Learning, Remembering and Knowing. London : The English Universities Press, 1961.
- Merrill, John C. and Ralph L. Lownestein, Media, Messages and Men : New Perspectives in Communication. New York : David Mckay Company, 1971.
- Munn, Norman L. Introduction to Psychology. Boston : Houghton Mifflin Co, 1971.

- Rogers, Everett M. and Shoemaker F. Floyd, Communication of Innovations. New York: The Free Press, 1971.
- Rogers, Everett M. and Shoemaker F. Floyd. Communication of Innovation: A Cross-Culture Approach. New York: The Free Press, 1971.
- Rogers, Everett M. and Svenning Lynne. Modernization Among Peasants : The Impact of Communication. New York : Holt Rinehart and Winston, 1969.
- Rogers, Everett M. Communication Channels in Handbook of Communication. Chicago : Rand Mc Nelly, 1978.
- Rogers, Everett M. Communication Strategies for Family Planning. New York: The free Press, 1973.
- Schramm, Wilbur. Mass Media and National Development. California: The Stanford University Press, 1964.
- Schramm, Wilbur. Men, Messages and Media : a look at Human Communication. New York : Harper & Row Publisher, 1973.
- Zacher, Lawrence J. A Study of Factors Affecting the Environment Knowledge of Eleventh Grade Students in Montana. Dissertation Abstracts International. 35 (8) February, 1975.
- Zimbardo, Philip and Ebbesen, Ebbe B. Influencing Attitude and Changing Behavior: A Basic Introduction to Relevant Methodology, Theory and Applications. Reading Massachusetts : Addison – Wesley Publishing, 1970.
- Zimbardo, Philip G. Ebbesen, Ebb B. and Christina Maslach. Influencing Attitudes and Changing Behavior. London : Addison – Wesley Publishing Company, 1977.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

**เรื่อง** “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการลงทุนของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)”

**วัตถุประสงค์** แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัย ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงใคร่ขอความกรุณาจากสมาชิก กบข.ทุกท่านในการตอบคำถามในครั้งนี้อย่างซื่อสัตย์ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และการทำวิจัย นอกจากนี้ ผลของการทำวิจัยดังกล่าวจะนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของ กบข. เพื่อให้การให้บริการแก่สมาชิก กบข.ทุกท่าน ได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

ตอนที่ 1 โปรดใส่เครื่องหมาย 3 ลงใน  และกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. จังหวัด \_\_\_\_\_
2. หน่วยงานของท่านอยู่ใน
 

<input type="checkbox"/> ภาคกลาง	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
<input type="checkbox"/> ภาคเหนือ	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก	<input type="checkbox"/> ภาคใต้
3. เพศ  ชาย  หญิง
4. อายุ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 – 60 ปี
5. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าอนุปริญญา	<input type="checkbox"/> อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก	
6. สาขาวิชาที่จบการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> บริหารธุรกิจและบัญชี	<input type="checkbox"/> วิศวกรรมศาสตร์	<input type="checkbox"/> เศรษฐศาสตร์
<input type="checkbox"/> ครุศาสตร์	<input type="checkbox"/> ศิลปศาสตร์	<input type="checkbox"/> นิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์
<input type="checkbox"/> ศึกษาศาสตร์	<input type="checkbox"/> รัฐศาสตร์	<input type="checkbox"/> แพทย์ศาสตร์และพยาบาล
<input type="checkbox"/> นิติศาสตร์	<input type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
7. ท่านมีอายุราชการ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5 ปี	<input type="checkbox"/> 6 – 10 ปี	11 – <input type="checkbox"/> ปี
<input type="checkbox"/> 21 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 ปีขึ้นไป	

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของ กบข.

1. ท่านฟัง รายการ “เรื่องนี้ที่น่ารู้จาก กบข.” ทาง FM 103.5 MHz เวลา 8.30 น. และ 13.30 น. ทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ บ่อยเพียงใด ใน 1 เดือน
 

0-4 ครั้ง     5 – 8 ครั้ง     9 – 12 ครั้ง     13 – 16 ครั้ง     มากกว่า 16 ครั้ง
2. ท่านดูโทรทัศน์ “รายการ 1 นาทีมีทรัพย์” ออกอากาศทางช่อง 7 ทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 18.28 น. บ่อยเพียงใด ใน 1 เดือน
 

0-4 ครั้ง     5 – 8 ครั้ง     9 – 12 ครั้ง     13 – 16 ครั้ง     มากกว่า 16 ครั้ง
3. ท่านดูโทรทัศน์ “รายการ ป้ายนี้มีคำตอบ” ออกอากาศทางช่อง 9 เวลา 13.00 –14.00น. ทุกวันจันทร์ สัปดาห์แรกของเดือน บ่อยเพียงใด ใน 1 ปี
 

0-2 ครั้ง     3-4 ครั้ง     5-6 ครั้ง     7-8 ครั้ง     มากกว่า 8 ครั้ง
4. ท่านอ่าน “คอลัมน์สนทนากับเลขาธิการ” ทุกวันพฤหัสบดี ในหนังสือพิมพ์มติชน บ่อยเพียงใด ใน 1 เดือน
 

ไม่เคยอ่านเลย     เดือนละ 1 ครั้ง     เดือนละ 2 ครั้ง     เดือนละ 3 ครั้ง     เดือนละ 4 ครั้ง
5. ท่านอ่าน “คอลัมน์ DIY” (DO IT YOURSELF INVESTING) ทุกวันอาทิตย์ ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ บ่อยเพียงใด ใน 1 เดือน
 

ไม่เคยอ่านเลย     เดือนละ 1 ครั้ง     เดือนละ 2 ครั้ง     เดือนละ 3 ครั้ง     เดือนละ 4 ครั้ง
6. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านได้มีการพูดคุยกับสมาชิก กบข. ท่านอื่นๆ ในเรื่องการลงทุนของ กบข. บ่อยเพียงใด ต่อ สัปดาห์
 

ไม่เคยเลย     1-2 วัน     3-4 วัน     5-6 วัน     ทุกวัน
7. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านได้เคยมีการพูดคุย ปรีกษา หรือสอบถามเรื่องเกี่ยวกับการลงทุนของ กบข. กับเจ้าหน้าที่ กบข. หรือไม่
 

ไม่เคยเลย     นานๆ ครั้ง     ปานกลาง     ค่อนข้างบ่อย     เป็นประจำ
8. โดยเฉลี่ยแล้วใน 1 ปี ท่านได้รับทราบข่าวสารจาก กบข. ผ่านทาง “หนังสือเวียน” ที่ส่งให้กับหน่วยงานของท่าน บ่อยเพียงใด
 

0-2 ครั้ง     3-4 ครั้ง     5-6 ครั้ง     7-8 ครั้ง     มากกว่า 8 ครั้ง
9. โดยเฉลี่ยแล้วใน 1 ปี ท่านอ่าน “วารสาร กบข.” บ่อยเพียงใด
 

0-2 ครั้ง     3-4 ครั้ง     5-6 ครั้ง     7-8 ครั้ง     มากกว่า 8 ครั้ง
10. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านเคยอ่าน “คู่มือสมาชิก” ที่ทาง กบข. จัดส่งให้หรือไม่
 

ไม่เคย     เคย
11. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านเคยอ่าน “รายงานประจำปี” ที่ทาง กบข. จัดส่งให้หรือไม่
 

ไม่เคย     เคย



12. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านเคยอ่าน “พรบ. กบข.” ที่ทาง กบข. จัดส่งให้หรือไม่  
 ไม่เคย       เคย
13. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านเคยอ่าน “กฎกระทรวงฉบับที่ 4” ว่าด้วยเรื่องกรอบการลงทุนของ กบข. ที่ทาง กบข. จัดส่งให้หรือไม่  
 ไม่เคย       เคย
14. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านเคยอ่าน “กฎกระทรวงฉบับที่ 5” ว่าด้วยเรื่องกรอบการลงทุนของ กบข. ที่ทาง กบข. จัดส่งให้หรือไม่  
 ไม่เคย       เคย
15. ท่านเคยเข้าร่วมสัมมนาใน “โครงการ กบข. สมาชิกสัมพันธ์สัญจร” หรือไม่  
 ไม่เคย       เคย
16. ท่านเคยเข้าร่วม “การจัดอบรมแก่ข้าราชการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ กบข.” หรือไม่  
 ไม่เคย       เคย
17. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านได้ใช้โทรศัพท์สอบถามข้อมูลจาก “ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก (Call Center)” (หมายเลขโทรศัพท์ 02-1179) ที่ทาง กบข. ได้จัดให้บ่อยครั้งแค่ไหน  
 0-2 ครั้ง       3-4 ครั้ง       5-6 ครั้ง       7-8 ครั้ง       มากกว่า 8 ครั้ง
18. ตั้งแต่ที่ท่านได้เข้าเป็นสมาชิก กบข. ท่านได้ใช้บริการ “สื่ออิเล็กทรอนิกส์” เช่น เข้าชมเว็บไซต์ [www.gpf.or.th](http://www.gpf.or.th) หรือ ใช้บริการทาง e-mail address : [member@gpf.or.th](mailto:member@gpf.or.th) ที่ทาง กบข. ได้จัดให้บ่อยครั้งแค่ไหน  
 0-2 ครั้ง       3-4 ครั้ง       5-6 ครั้ง       7-8 ครั้ง       มากกว่า 8 ครั้ง

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการความรู้ความเข้าใจในการลงทุนของ กบข.

1. ในกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของ กบข. ได้กำหนดให้ กบข. ต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูงในอัตราร้อยละเท่าไรของเงินกองทุน
  - ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของเงินกองทุน
  - ไม่เกินร้อยละ 40 ของเงินกองทุน
  - ไม่เกินร้อยละ 50 ของเงินกองทุน
  - ไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินกองทุน
  
2. หน้าที่สำคัญในการลงทุนของ กบข. ที่ถูกต้องที่สุด คือ
  - การบริหารกองทุนโดยคำนึงถึงผลตอบแทนสูงๆ เพื่อข้าราชการไทยที่เป็นสมาชิก กบข.
  - การบริหารกองทุนโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของเงินต้นเป็นหลัก ควบคู่ไปกับการขยายตัวของอัตราผลตอบแทนเป็นหลัก
  - การบริหารกองทุนโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของเงินต้นเป็นหลัก ควบคู่ไปกับการขยายตัวของอัตราผลตอบแทน ภายใต้ความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของสมาชิก ในวัยเกษียณ
  - การบริหารกองทุนโดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่ต่ำ เพื่อรักษาเงินต้นไม่ให้สูญ
  
3. การจัดการเงินลงทุนของ กบข. จะดำเนินการภายใต้หลักเกณฑ์การลงทุนใด
  - พระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พ.ศ. 2539)
  - กฎกระทรวงฉบับที่ 4 และ 5 ออกตามความใน พรบ. กบข.
  - พรบ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (พ.ศ. 2535)
  - กฎกระทรวงฉบับที่ 1 ออกตามความใน พรบ. กบข.
  
4. หลักทรัพย์ใดที่ไม่ถือว่าเป็นหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูง
  - เงินฝากธนาคาร
  - บัตรเงินฝากที่บริษัทเงินทุนเป็นผู้ออก
  - พันธบัตรรัฐบาล
  - พันธบัตรรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายเฉพาะ
  
5. ตราสารทางการเงินที่บริษัททั่วไปออกเพื่อกู้เงินระยะยาว (มากกว่า 1 ปี) โดยบริษัทผู้ออกตราสารจะจ่ายผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยตามระยะเวลาและอัตราที่กำหนด เรียกว่าอะไร
  - หุ้นสามัญ
  - หุ้นกู้
  - พันธบัตรรัฐบาล
  - ตั๋วแลกเงิน

6. ตราสารที่แสดงความเป็นเจ้าของกิจการ โดยผู้ถือตราสารมีสิทธิเรียกร้องเป็นรายสุดท้าย หลังจากเจ้าหนี้และผู้ถือหุ้นประเภทอื่นๆ โดยผลตอบแทนอยู่ในรูปเงินปันผล (เฉพาะกรณีที่มีการประกาศจ่ายเงินปันผล) เรียกว่าอะไร
- หุ้นสามัญ
  - หุ้นกู้
  - พันธบัตรรัฐบาล
  - ใบสำคัญแสดงสิทธิ
7. ข้อใดต่อไปนี้เป็นผิด
- กบข. ยังไม่สามารถลงทุนในต่างประเทศได้ในปัจจุบัน
  - กบข. สามารถลงทุนในตัวแลกเปลี่ยนของบริษัทที่ไม่ได้รับการจัดอันดับได้โดยตรง
  - กบข. สามารถลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ได้โดยผ่านกองทุนรวม
  - กบข. สามารถลงทุนในหนี้ที่ระดมมาจาก ปรส. ได้ โดยผ่านกองทุนรวม
8. ข้อใดต่อไปนี้เป็นถูกต้อง
- กบข. สามารถลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทใดบริษัทหนึ่งได้ไม่เกิน 2% ของเงินลงทุน
  - กบข. สามารถลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทใดบริษัทหนึ่งได้ไม่เกิน 10% ของเงินลงทุน
  - กบข. สามารถลงทุนในหุ้นสามัญและหุ้นกู้ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งได้ไม่เกิน 2% ของเงินลงทุน
  - กบข. สามารถลงทุนในหุ้นสามัญ และหุ้นกู้ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งได้ไม่เกิน 10% ของเงินลงทุน
9. ข้อใดต่อไปนี้เป็นถูกต้อง
- ปัจจุบันสมาชิก กบข. แต่ละราย สามารถเลือกผู้จัดการกองทุนได้ด้วยตัวเอง
  - ปัจจุบันสมาชิก กบข. แต่ละราย สามารถเลือกแผนการลงทุนได้ด้วยตัวเอง
  - ปัจจุบันสมาชิก กบข. แต่ละราย สามารถเลือกผู้จัดการกองทุน และเลือกแผนการลงทุนได้ด้วยตัวเอง
  - ปัจจุบันสมาชิก กบข. แต่ละราย ยังไม่สามารถเลือกผู้จัดการกองทุน และเลือกแผนการลงทุนได้ด้วยตัวเอง
10. กบข. มีหน้าที่รายงานการดำเนินงานให้บุคคลใดต่อไปนี้เป็นที่ทราบ ตาม พรบ. กบข.
- นายกรัฐมนตรี
  - รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง
  - ผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพฯ
  - ประธานรัฐสภา

**ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของข้าราชการไทยที่มีต่อการลงทุนของ กบข.**

(5= เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3= ไม่แน่ใจ 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

(เลือกได้เพียง 1 คำตอบ)

	5	4	3	2	1
1. กบข. น่าจะมีรูปแบบการลงทุนหลายๆ แบบเพื่อให้สมาชิกได้เลือกลงทุนตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล					
2. ท่านเห็นว่า กบข. ควรลงทุนในตราสารประเภทต่างๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราเงินเฟ้อ					
3. ท่านคิดว่าการตัดสินใจลงทุนในธนาคารนครหลวงไทยของ กบข. เป็นการลงทุนที่เหมาะสม					
4. กบข. น่าจะพยายามหาช่องทางใหม่ๆ ในการลงทุน (Alternative Investment) ในสัดส่วน และกติกาที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยอยู่ในความเสี่ยงที่ยอมรับได้					
5. ท่านคิดว่า การที่ กบข. มีการแบ่งเงินของกองทุนออกเป็นกองทุนย่อย และมอบหมายให้ผู้จัดการกองทุนย่อยแต่ละกองนำเงินไปบริหารเป็นสิ่งที่เหมาะสม					
6. การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์จัดเป็นการลงทุนอีกประเภทหนึ่งที่ กบข. น่าจะให้ความสนใจมากขึ้น					
7. กบข. ควรที่จะนำเงินไปลงทุนในหุ้น					
8. การลงทุนของ กบข. น่าจะคำนึงถึงการบริหารจัดการ และการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ Good Governance					
9. ท่านคิดว่าการตัดสินใจลงทุนของ กบข. ไม่มีการแทรกแซงทางการเมือง เช่น การลงทุนในธนาคารต่างๆ การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อแก้ไขปัญหาระบบสถาบันการเงิน เป็นต้น					
10. ท่านคิดว่าการบริหารเงินลงทุนของ กบข. มีประสิทธิภาพเพียงพอแล้ว ในการที่จะหาผลตอบแทนแก่สมาชิก ในสภาวะเศรษฐกิจเช่นปัจจุบัน					

ขอขอบคุณสมาชิก กบข. ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้อย่างครบถ้วน  
ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของ กบข.  
ที่จะให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก กบข. ทุกท่าน



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**กฎกระทรวง**

( พ.ศ. 2540 )

ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ

พ.ศ. 2539

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 38 วรรคสี่ และมาตรา 40 วรรคหนึ่งแห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 สมาชิกดังต่อไปนี้มีสิทธิได้รับเงินประเดิม

(1) ข้าราชการซึ่งรับราชการอยู่ก่อนวันที่ 27 มีนาคม 2540

(2) ข้าราชการซึ่งออกจากราชการแล้วกลับเข้ารับราชการใหม่ก่อนวันที่

27 มีนาคม 2540 โดยบอกเลิกรับบำนาญเดิมเพื่อขอนับเวลาราชการต่อเนื่อง

(3) ข้าราชการซึ่งออกจากราชการไปและกลับเข้ารับราชการใหม่หลังวันที่

26 มีนาคม 2540 เนื่องจาก

( ก ) ไปปฏิบัติงานตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการกำหนดหลักเกณฑ์การสั่งให้ข้าราชการไปทำการซึ่งให้นับเวลาระหว่างนั้นเหมือนเต็มเวลาราชการ

( ข ) ไปรับราชการทหารตามกฎหมายว่าด้วยการรับราชการทหาร

( ค ) ถูกสั่งให้ออกจากราชการไว้ก่อน

( ง ) ถูกคำสั่งให้ออก ปลดออก หรือไล่ออก และอยู่ในระหว่างร้องทุกข์

หรืออุทธรณ์คำสั่งดังกล่าว

ข้อ 2 เงินประเดิมให้คำนวณโดยวิธีการดังต่อไปนี้

$$\text{เงินประเดิม} = \frac{25 \times \text{เงินเดือน}}{(1.08)^{\frac{\text{เวลาราชการ}}{\text{เวลาราชการ}} - (1.08)^{\frac{\text{เวลาราชการ}}{\text{เวลาราชการ}}}}}$$

เพื่อประโยชน์ในการคำนวณเงินประเดิมตามวรรคหนึ่ง

( 1 ) เงินเดือน คือ อัตราเงินเดือนที่ข้าราชการได้รับตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการนั้น ๆ ในเดือนมีนาคม 2540 โดยไม่รวมเงินเพิ่มพิเศษรายเดือนสำหรับค่าวิชา สำหรับประจำตำแหน่งที่ต้องฝ่าอันตรายเป็นปกติ สำหรับการสู้รบ สำหรับการปราบปรามผู้กระทำความผิด หรือเงินเพิ่มอย่างอื่น

( 2 ) เวลาราชการ คือ เวลาราชการที่คำนวณตามบทบัญญัติในมาตรา 66 วรรคสอง และให้คำนวณเศษของปีโดยใช้ทศนิยมสี่ตำแหน่ง ทั้งนี้ ไม่รวมเวลาราชการที่วิญญู

( 3 ) จำนวนเงินประเดิม หากมีเศษของบาทให้คิดเป็นหนึ่งบาท

ข้อ 3 ในกรณีตามข้อ 1(1) ให้นำเวลาราชการตั้งแต่วันที่เริ่มเข้ารับราชการโดยได้รับเงินเดือนจากเงินงบประมาณประเภทเงินเดือน ต่อเนื่องกันจนถึงวันที่ 26 มีนาคม 2540

ข้อ 4 ในกรณีตามข้อ 1(2) ให้นำเวลาราชการตอนก่อนออกจากราชการรวมกับเวลาราชการที่กลับเข้ารับราชการใหม่จนถึงวันก่อนวันเข้าเป็นสมาชิกโดยตัดเวลาระหว่างรับบำนาญออก เป็นเวลาราชการสำหรับคำนวณเงินประเดิม

ข้อ 5 ในกรณีตามข้อ 1(3) ให้นำเวลาราชการตอนก่อนออกจากราชการรวมกับเวลาราชการที่กลับเข้ารับราชการใหม่จนถึงวันก่อนวันเข้าเป็นสมาชิก โดยรวมเวลาซึ่งออกจากราชการไปเพราะเหตุดังกล่าวด้วย เป็นเวลาราชการ และให้นำเงินเดือนที่ผู้นั้นได้รับอยู่ก่อนวันที่เข้าเป็นสมาชิก เป็นเงินเดือน สำหรับคำนวณเงินประเดิม

ข้อ 6 กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2540 เป็นต้นไป

ให้ไว้ ณ วันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2540

(นายอานวย วีรวรรณ )

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

เหตุผล ในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากมาตรา 38 วรรคสี่ และมาตรา 40 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 กำหนดให้ข้าราชการที่กลับเข้ารับราชการใหม่อาจมีสิทธิได้รับเงินประเดิมตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงและกำหนดให้กระทรวงการคลังคำนวณเงินประเดิมสำหรับสมาชิกตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวงเพื่อนำส่งเข้ากองทุน จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้



กฎกระทรวง

ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2540)

ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ

พ.ศ. 2539

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 39 วรรคหนึ่งและมาตรา 41 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

- ข้อ 1 ให้กำหนดอัตราเงินสะสมเป็นร้อยละสามของเงินเดือนตามมาตรา 39 วรรคสี่
- ข้อ 2 ให้กำหนดอัตราเงินชดเชยเป็นร้อยละสองของเงินเดือนตามมาตรา 41 วรรคสี่
- ข้อ 3 กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2540 เป็นต้นไป

ให้ไว้ ณ วันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2540

(นายอานวย วีรรณ)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

**เหตุผล** ในการใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากมาตรา 39 วรรคหนึ่ง และมาตรา 41 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 กำหนดให้สมาชิกส่งเงินสะสมเข้ากองทุนตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง และให้ส่วนราชการส่งเงินชดเชยเข้ากองทุนให้แก่สมาชิกตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้





**กฎกระทรวง**

ฉบับที่ 3 ( พ.ศ. 2540 )

ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ

พ.ศ. 2539

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 63 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 การคำนวณบำนาญของผู้กลับเข้ารับราชการใหม่ตามมาตรา 38 หากเวลาราชการซึ่งกลับเข้ารับราชการใหม่ยังไม่ครบห้าปี ให้นำอัตราเงินเดือนของทุกเดือนในระหว่างกลับเข้ารับราชการใหม่รวมกับอัตราเงินเดือนที่ผู้นั้นได้รับตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการประเภทนั้นๆ ก่อนออกจากราชการย้อนหลังไปทุกเดือนจนครบหกสิบเดือน เป็นอัตราเงินเดือนเฉลี่ยหกสิบเดือนสุดท้าย

ในกรณีที่ไม้อาจนำอัตราเงินเดือนตามวรรคหนึ่งให้ครบหกสิบเดือนได้ให้นำอัตราเงินเดือนที่ได้รับในเดือนแรกที่เริ่มเข้ารับราชการครั้งแรกเป็นอัตราเงินเดือนเพื่อนำมารวมให้ครบหกสิบเดือน

ข้อ 2 กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2540 เป็นต้นไป

ให้ไว้ ณ วันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2540

( นายอานวย วีรรณ )

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

เหตุผล ในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากมาตรา 63 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 กำหนดให้การคำนวณบำนาญของผู้กลับเข้ารับราชการใหม่ตามมาตรา 38 หากเวลาราชการซึ่งกลับเข้ารับราชการใหม่ยังไม่ครบห้าปี อัตรา เงินเดือนเฉลี่ยที่จะนำมาคำนวณบำนาญให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## กฎกระทรวง

ฉบับที่ 4 ( พ.ศ. 2540 )

ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 69 วรรคสาม และมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

### ข้อ 1 ในกฎกระทรวงนี้

“สถาบันการเงิน” หมายความว่า สถาบันการเงินที่ได้รับอนุญาตให้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือได้รับอนุญาตให้จัดการกองทุนส่วนบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

“รัฐวิสาหกิจที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น” หมายความว่า รัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติหรือประกาศของคณะปฏิวัติ

“ธนาคาร” หมายความว่า ธนาคารพาณิชย์และธนาคารที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น ซึ่งประกอบกิจการภายในราชอาณาจักร

“ตราสารแสดงสิทธิในหนี้” หมายความว่า พันธบัตร ตั๋วแลกเงิน ตั๋วสัญญาใช้เงิน หุ้นกู้ รวมทั้งตราสารอื่น ๆ ที่มีลักษณะอย่างเดียวกัน

“บริษัทจัดการกองทุน” หมายความว่า สถาบันการเงินที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการจัดการกองทุน

“กองทุนย่อย” หมายความว่า เงินของกองทุนที่แบ่งออกเป็นสวนย่อยเพื่อให้บริษัทจัดการกองทุนแต่ละรายรับไปดำเนินการจัดหาผลประโยชน์

“บริษัทเงินทุน” หมายความว่า บริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์

“หน่วยลงทุน” หมายความว่า หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ข้อ 2 เงินของกองทุนให้นำไปลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูง ไม่น้อยกว่าร้อยละหกสิบของเงินของกองทุน และจะนำไปลงทุนในหุ้น หุ้นกู้ หุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญหรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นที่ออกโดยบริษัทใดเกินกว่าร้อยละสิบของเงินของกองทุนมิได้

ข้อ 3 คณะกรรมการอาจแบ่งเงินของกองทุนออกเป็นกองทุนย่อย โดยแต่ละกองทุนย่อยให้มีมูลค่าตามที่กำหนดก็ได้

ในการจัดการเงินของกองทุน คณะกรรมการอาจดำเนินการจัดการเอง หรืออาจมอบหมายให้บริษัทจัดการกองทุนเป็นผู้จัดการเงินของกองทุนย่อยกองทุนหนึ่งหรือหลายกองทุนก็ได้

ข้อ 4 ในกรณีที่คณะกรรมการมอบหมายให้บริษัทจัดการกองทุนเป็นผู้จัดการเงินของกองทุนย่อย ให้บริษัทจัดการกองทุนดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

(1) บริษัทจัดการกองทุนจะนำเงินของกองทุนย่อยไปซื้อหุ้น หุ้นกู้แปลงสภาพเป็น หุ้นสามัญหรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นของบริษัทจัดการกองทุนนั้นมิได้

(2) ต้องลงทุนหรือมีไว้ซึ่งทรัพย์สินอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละหกสิบของเงินของกองทุนย่อย

(1) เงินสด เงินฝากธนาคาร หรือบัตรเงินฝากที่ธนาคารเป็นผู้ออก

(2) พันธบัตรของรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง หรือพันธบัตรธนาคารแห่งประเทศไทย

(3) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่รัฐวิสาหกิจที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้นเป็น

ผู้ออก

(4) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่กระทรวงการคลังค้ำประกันต้นเงินและดอกเบี้ย

เบี้ย

(5) ตัวแลกเงินที่ธนาคารเป็นผู้รับรอง สลากหลัง หรือรับอาวัล หรือตัว

สัญญาใช้เงินที่ธนาคารเป็นผู้สลักหลังหรือรับอาวัล โดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิด

(6) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ธนาคารเป็นผู้ออก

(ฎ) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ของบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือจากสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และที่อยู่ในระดับตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา ทั้งนี้ โดยลงทุนได้ไม่เกินร้อยละสิบของเงินของกองทุนย่อย

(3) บริษัทจัดการกองทุนอาจนำเงินของกองทุนย่อยไปลงทุนในทรัพย์สินอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้ได้ แต่ต้องไม่เกินร้อยละสี่สิบของเงินของกองทุนย่อย

(1) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่รัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณ นอกจากตราสารตาม (2) (ค) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุน หรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ เป็นผู้ออก

(2) หน่วยลงทุนหรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหน่วยลงทุน

(3) หุ้น หรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้น

(4) หุ้นกู้หรือหุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญ นอกจากตราสารแสดงสิทธิในหนี้ตามที่ได้กำหนดไว้แล้วในข้ออื่น

(5) บัตรเงินฝากที่บริษัทเงินทุนเป็นผู้ออก

(6) ตัวแลกเงินที่บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์เป็นผู้รับรอง สลากหลัง หรือรับอาวัล หรือตัวสัญญาใช้เงินที่บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ เป็นผู้สลักหลังหรือรับ อาวัล โดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิด

(7) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่บริษัทหลักทรัพย์เพื่อธุรกิจหลักทรัพย์จำกัด เป็นผู้ออก

(8) ทรัพย์สินอื่นตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา โดยอาจกำหนดหลักเกณฑ์ให้ถือปฏิบัติด้วยก็ได้

การลงทุนในทรัพย์สินอย่างหนึ่งอย่างใดตาม (3) (ค) และ (ง) ที่ออกโดยบริษัทใดบริษัทหนึ่งต้องไม่เกินร้อยละสองของเงินของกองทุนย่อย และเมื่อรวมกันทุกบริษัทต้องไม่เกินร้อยละสิบของเงินของกองทุนย่อย

ข้อ 5 การจัดการเงินของกองทุนที่คณะกรรมการเป็นผู้ดำเนินการจัดการเอง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการตามข้อ 4

ข้อ 6 การตีราคาทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตาม ข้อ 2 ข้อ 3 และข้อ 4 ให้ถือราคาทุนรวมทั้งค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปเพื่อให้ได้ทรัพย์สินนั้นมา โดยให้มีการปรับราคาทรัพย์สินอย่างน้อยทุกสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีของกองทุน ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ข้อ 7 การซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียน นอกจากหลักทรัพย์จดทะเบียนตามข้อ 4 (2) (ข) และ (ค) ต้องกระทำในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อ 8 การจัดการกองทุนนอกจากที่กำหนดไว้ในข้อ 4 คณะกรรมการอาจมอบหมายให้บริษัทจัดการกองทุนดำเนินการดังต่อไปนี้ ตามที่เห็นสมควรก็ได้

- (1) ขาย แลกเปลี่ยน ขายฝาก จำนอง ปลดจำนอง ให้แก่ผู้จำนอง หรือโอน สิทธิ จำนองอสังหาริมทรัพย์หรือสังหาริมทรัพย์ที่อาจจำนองได้
- (2) ก่อตั้งหรือระงับทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งทรัพย์สินอันเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือตามกฎหมายอื่น
- (3) จำหน่ายหรือทำข้อผูกพันที่จะให้จำหน่ายไปซึ่งสิทธิเรียกร้องที่จะมุ่งก่อตั้ง หรือโอนไปซึ่งทรัพย์สินในที่ดิน หรือที่จะให้ที่ดินปลอดจากทรัพย์สินดังกล่าว
- (4) ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์เกินสามปี หรือให้เช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์
- (5) ขายหรือแลกเปลี่ยนสังหาริมทรัพย์ที่มีทะเบียนแสดงกรรมสิทธิ์หรือเอกสาร แสดงกรรมสิทธิ์

ข้อ 9 เงินสำรองตามมาตรา 72 ให้นำไปลงทุนในตราสารแสดงสิทธิในหนี้ของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจก่อน แต่หากขณะใดขณะหนึ่งไม่มีตราสารดังกล่าวให้ลงทุน คณะกรรมการจะ ประกาศกำหนดให้นำเงินของกองทุนไปลงทุนตามหลักเกณฑ์และวิธีการในข้อ 4 ก็ได้

ข้อ 10 ในกรณีที่ปรากฏว่าบริษัทจัดการกองทุนบริษัทใดได้จัดการเงินของกองทุน ย่อยไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในข้อ 2 และ ข้อ 4 ให้บริษัทจัดการกองทุนนั้น ดำเนินการแก้ไขให้เป็นไปตามบทบัญญัติดังกล่าวโดยไม่ชักช้าแต่ต้องไม่เกินสามสิบวันนับแต่วันที่ ไม่เป็นไปตามนั้น

ข้อ 11 ให้กำหนดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดการกองทุนไว้ ดังต่อไปนี้

- (1) ค่าตอบแทนสำหรับบริษัทจัดการกองทุนปีละไม่เกินร้อยละ 5 ของผล ประโยชน์ที่กองทุนได้รับการลงทุน
- (2) ค่าธรรมเนียมและค่าอากรแสตมป์ตามที่จ่ายจริง

ข้อ 12 ให้บริษัทจัดการกองทุนยื่นรายงานแสดงการจัดการกองทุนประจำเดือน ต่อคณะอนุกรรมการจัดการลงทุน ภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดจากเดือนที่จะต้องรายงาน โดย ให้ยื่นตามแบบที่คณะอนุกรรมการจัดการลงทุนกำหนด

ให้ไว้ ณ วันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2540

( นายทง พิทยะ )

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

.....

เหตุผล ในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากมาตรา 69 วรรคสาม แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 กำหนดให้คุณสมบัติของผู้รับดำเนินการวิธีดำเนินการ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการหาประโยชน์ของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง และมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวกำหนดให้เงินของกองทุนให้ลงทุนได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กฎกระทรวง

ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2543 )

ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 69 วรรคสาม และมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิกความในข้อ 2 แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2540) ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2539 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ 2 เงินของกองทุนให้นำไปลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความมั่นคงสูงไม่น้อยกว่าร้อยละหกสิบของเงินของกองทุน และจะนำไปลงทุนในหุ้น หุ้นกู้ หุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญ หรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นที่ออกโดยบริษัทใดเกินกว่าร้อยละสิบของเงินทุนหรือเกินกว่าจำนวนที่คณะกรรมการกำหนดมิได้”

ข้อ 3 ให้ยกเลิกความในข้อ 4 แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2540) ออกตามความในพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (พ.ศ. 2539) และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ 4 ในกรณีที่คณะกรรมการมอบหมายให้บริษัทจัดการกองทุนเป็นผู้จัดการเงินของกองทุนย่อย ให้บริษัทจัดการกองทุนดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

(1) บริษัทจัดการกองทุนจะนำเงินของกองทุนย่อยไปซื้อหุ้น หุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญ หรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นของบริษัทจัดการกองทุนนั้นมิได้

(2) ต้องลงทุนหรือมีไว้ซึ่งทรัพย์สินที่มีความมั่นคงสูงอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละหกสิบของเงินกองทุนย่อย

(1) เงินสด เงินฝากธนาคาร หรือบัตรเงินฝากที่ธนาคารเป็นผู้ออก

(2) พันธบัตรของรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง หรือพันธบัตรธนาคารแห่งประเทศไทย



- (3) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่รัฐวิสาหกิจที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้นเป็นผู้ออก
- (4) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่กระทรวงการคลังค้ำประกันต้นเงินและดอกเบีย
- (5) ตัวแลกเงินที่ธนาคารเป็นผู้รับรอง สลากหลังหรือรับอาวัล หรือตัวสัญญาในเงินที่ธนาคารเป็นผู้สลักหลังหรือรับอาวัล โดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิด
- (6) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ธนาคารเป็นผู้ออก
- (7) ตัวเงินหรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นผู้ออก รับรอง สลากหลัง หรือรับอาวัล โดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิด

(8) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา หรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ออกหรือค้ำประกันเงินต้นและดอกเบียเต็มจำนวนโดยบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา ทั้งนี้ โดยลงทุนได้ไม่เกินร้อยละสิบของเงินของกองทุนย่อย หรือตามที่คณะกรรมการกำหนดการจัดอันดับความน่าเชื่อถือตามวรรคหนึ่งจะต้องกระทำโดยสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือต่างประเทศซึ่งเป็นที่ยอมรับจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

(ณ) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่มีการประกันการจ่ายคืนเงินต้นและดอกเบียเต็มจำนวนของบริษัท หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยนิติบุคคลเฉพาะกิจการแปลงสินทรัพย์เป็นหลักทรัพย์

ในกรณีที่เป็นการสมควร คณะกรรมการอาจให้ลงทุนหรือมีไว้ซึ่งทรัพย์สินตามวรรคหนึ่งน้อยกว่าร้อยละสิบของเงินของกองทุนย่อยก็ได้ แต่เมื่อรวมกับส่วนที่คณะกรรมการเป็นผู้ดำเนินการจัดการเองต้องไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของเงินของกองทุน

(3) บริษัทจัดการกองทุนอาจนำเงินของกองทุนย่อยไปลงทุนในทรัพย์สินอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ได้ แต่ต้องไม่เกินร้อยละสิบของเงินของกองทุนย่อยหรือตามที่คณะกรรมการกำหนด

(1) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่รัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณนอกจากตราสารตาม (2) (ค) บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุน หรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ เป็นผู้ออก

(2) หน่วยลงทุนหรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหน่วยลงทุน

- (3) หุ้นหรือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้น
- (4) หุ้นกู้หรือหุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญ นอกจากตราสารแสดงสิทธิในหนี้ตามที่ได้กำหนดไว้แล้วในข้ออื่น
- (5) บัตรเงินฝากที่บริษัทเงินทุนเป็นผู้ออก
- (6) ตัวแลกเปลี่ยนที่บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์เป็นผู้รับรองสลักหลังหรือรับอาวัล หรือตัวสัญญาใช้เงินที่บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเครดิตฟองซิเอร์เป็นผู้สลักหลังหรือรับอาวัลโดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิด
- (7) ตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่บริษัทหลักทรัพย์เพื่อธุรกิจหลักทรัพย์ จำกัดเป็นผู้ออก
- (8) ทรัพย์สินอื่นตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา โดยอาจกำหนดหลักเกณฑ์ให้ถือปฏิบัติด้วยก็ได้

การลงทุนในทรัพย์สินอย่างหนึ่งอย่างใดตาม (3) (ค) และ (ง) ที่ออกโดยบริษัทใดบริษัทหนึ่งต้องไม่เกินร้อยละสองของเงินของกองทุนย่อย และเมื่อรวมกันทุกบริษัทต้องไม่เกินร้อยละสิบของเงินของกองทุนย่อย ”

ให้ไว้ ณ วันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2543

(นายธารินทร์ นิมมานเหมินท์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

เหตุผล :- โดยหลักเกณฑ์ในการนำเงินของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการไปลงทุนหาผลประโยชน์ยังไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการลงทุนและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่สมาชิกของกองทุน สมควรแก้ไขเพิ่มเติมหลักเกณฑ์ดังกล่าวโดยการกำหนดให้คณะกรรมการกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการมีอำนาจกำหนดสัดส่วนในการนำเงินของกองทุนไปลงทุนในทรัพย์สินบางประเภท รวมทั้งเพิ่มประเภททรัพย์สินที่มีความมั่นคงสูงที่บริษัทจัดการกองทุนอาจเลือกลงทุนได้ ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทจัดการกองทุนสามารถลงทุนในทรัพย์สินประเภทต่าง ๆ ได้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอาภาพร เอกวัฒนกิจ เกิดวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2519 จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จ การศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการธนาคารและการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการ บัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2540 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2543 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง นักวิเคราะห์การลงทุน สายลงทุน กองทุน บำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย