

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร :

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

ขนิษฐา กิตติตระกูลกาล. การนำเสนอการให้ประโยชน์และโทษเกี่ยวกับการสำรวจสาธารณสมบัติในหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาหนังสือพิมพ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

จงจิตต์ พุทธนวรรตน์. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง ศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อของนายจ้างลูกจ้างในโครงการประกันสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานประกันสังคม, 2540.

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ชนินทร ลินวัด. การศึกษาแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

ชาคริต จุลกะเสวี. กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรจัดทำอย่างไรดี. นานาทัศนะเกี่ยวกับกาประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สหนิตรการพิมพ์, 2531.

ชิตชนก อุทัยกร. การให้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มอาสาสมัครต่อชาวสวนเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัทไทยเรตติ้ง แอนด์คินเฟอรัเมชั่น เซอร์วิส จำกัด). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ชิบ จิตนิยม. ความต้องการชาวสวน การให้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลบรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

ดวงกัสดร พานิชคุภผล. การศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องโรคเอดส์ของสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

- ตรีรัตน์ นิลรัตน์. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในทางนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล . วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2536.
- ต้องฤดี ปุณณกันต์. การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของ
ประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอ
นครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ธีระ ศรีธรรมรักษ์ และคณะ. ผลกระทบของกฎหมายประกันสังคมที่มีต่อลูกจ้าง ผู้ประกันตน
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2537.
- บุศยรัตน์ แก้วไพฑูรย์. การศึกษานวนชนาพของมหาวิทยาลัยในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาและ
พัฒนาจริยธรรมแก่นักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ : ศึกษากรณีชุมนุมพุทธศาสตร์.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2537.
- ปทุมทิพย์ ประเสริฐศรี. วิเคราะห์การปฏิบัติงานของสำนักงานประกันสังคม. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533.
- ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน กระบวนการ และทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์, 2539.
- ประกันสังคม, สำนักงาน. แผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2538 - 2539.
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานประกันสังคม, 2538.
- ประกันสังคม, สำนักงาน. แผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2540 - 2544.
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานประกันสังคม, 2540.
- พีระ จิระโสภณ. วิธีการวิจัยการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2535.
- ภัทณิดา พันธุมเสน. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อสารมวลชนของนักเรียนโรงเรียน
สตรีรัตนบุรี ปีการศึกษา 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสาร
มวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการทํางานหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพรึก, 2537.

เมตตา กฤตวิทย์, พัชนี เรขจรรยา และถิรภัทร์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540.

ยิ่งลักษณ์ ลักขมีเศรษฐ. การวิเคราะห์หัวข้องานวิจัยของคอลัมน์อินเดียนเด็กซ์ในนิตยสารผู้จัดการ วิกเอนด์ และการสำรวจผู้อ่านถึงการรับรู้ และการนำไปใช้ประโยชน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. วารสารนิเทศศาสตร์ 6 (สิงหาคม 2538).

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม. แรงงานกับภาพประกันสังคม นัยยะที่มีต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิต. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540.

เรืองศิลป์ แก้วดอนรี. ความต้องการข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารเรื่องภาพประกันสังคมของผู้ประกันตนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วัชรียา อานามวัฒน์. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ : ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

วิยดา เกี้ยวกุล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี, 2537.

วิเชียร เกตุสิงห์. การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร, 2541.

- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วิจิตร อวาทกุล. การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2533.
- วิไลเดือน พรอนันต์. ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตนของผู้ประกันตนต่อภาวะได้รับความคุ้มครองกรณีประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยตามพระราชบัญญัติประกันสังคม ปีพุทธศักราช 2533. สมุทรสาคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2535.
- ศกุนตลา ลัคนศิยานนท์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอบีซีเคเบิลทีวี ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ศิราณี อนุศิลป์ชาญ. การใช้สื่อและการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสารภายหลังการรู้หนังสือของผู้รู้หนังสือใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ไศลทิพย์ จารุภูมิ. การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- สมควร กวียะ. ดร. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพและความรับผิดชอบ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2539.
- สวณิต ขมาภัย, ระวีวรรณ ประกอบผล. แบบจำลองการสื่อสารสำหรับศึกษาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สนิ นัยวินิจ. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้อัตนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จ.กาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สิริพร จิตรภักษ์ธรรม. การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาหนังสือพิมพ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

- สุกัญญา เพ็ญธุระกิจ. การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับควรรับรู้ประโยชน์ และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรคของตนเองในสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สุภาพงษ์ ระวยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่าว ต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- สุวารีย์ วงศ์วัฒนา. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมใน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- สุเทพ เดชะชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตงาน ประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 8 - 15. กรุงเทพมหานคร, 2531.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528.
- อมร รักษาสดีย์. การสร้างความมั่นคงในสังคมด้วยการจัดสวัสดิการและการประกันสังคม แนวคิด ปรัชญา ประสบการณ์ในต่างประเทศและทางออกของไทย. เอกสารเสนอ ต่อคณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ลำดับที่ 1624 . กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2534.
- อรณี ฝูงวรรณลักษณ์. การเปิดรับการคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจในรายการธรรมะทาง สื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพุทธศาสนา ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อรรถกรณ บิสันธนโธวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อุษา จันทรประกาศ. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรภพ. การวางแผนการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษาตลอดชีวิตในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. New model for Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973

Berlo, David K. The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960.

Bettinghaus, Erwin P. Persuasive Communication. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1968.

Bloom, Benjamin S., Hastings, J. Thomas and Madaus, George F. Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York : Mc Graw-Hill Book Company, 1971.

Cutlip, Scott M., and Allen H. Center. Effective Public Relations. 5th ed. New Jersey : Prentice - Hall, Inc., 1978.

De Fleur , Melvin L. Theories of Mass Communication. New York : David McKay Company, 1970.

Jefkins, Frank. Marketing and PR Media Planning. New York : Pergamon Press, 1974.

Katz Elihu, Jay G. Blumler and Michael, Gurevitch . " Uses and Gratification Research . " Public Opinion Quarterly . Vol 4. (Winter 1973-1974) : 508 - 523 .

Katz, Elihu, and Others. The Uses of Mass Communication Research. Beverly Hills : Sage, 1974.

- Kippax Susan, and Murray John P. "Using The Mass Media Need Gratification and Perceived Utility", Communication Research Publication Vol. 7 No. (3 July 1980): 448 - 490, 1980.
- Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.
- Lazarsfeld , Paul F. and Menzel, Herbert. Mass Media and Personal Influence. The Science of Human Communication. New York : The Basic Books, 1968.
- Lewis H. Gordon. How to Handle Your Own Public Relations. Chicago, Nelson - Hall, Inc., 1976.
- Maxwell McCombs and Lee B. Becker. Using Mass Communication Theory. New York : Prentice Hall, 1979.
- Mcquail, Denis. Audiences in Mass Communication Theory. 3rd ed. Wiltshire : The Cromwell Press, 1994.
- Palmgreen, P. , and Rayburn, J.D. "Uses and Gratifications and Exposure to Public Television, a Discrepancy Approach", Communication Research. Vol.6 No.2, April 1979 : 155 - 180.
- Rogers, Everette M. and Svenning Lynne. Modernization among Peasants : The Impacts of Communication. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969.
- Rogers, Everette M. Communication Strategies for Family Planning. New York : The Free Press, 1973.
- Rogers, E.M. and Shoemaker, F.F. Communication of Innovation. New York : The Free Press, 1971.
- Schramm, Wilbur. Channels and Audiences. In the Handbook of Communication. Chicago : Ran Manally College Publishing, 1973.
- Wenner, L.A. "Gratification Sought and Obtained in Program Dependency : A Study of Network Evening News Program and 60 Minute". Communication Research. 1982.
- Wright, C.R. Mass Communication : A Sociological Perspective. New York : Random House. Inc., 1975.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่องแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์
จากข่าวสารการประกันสังคม ของผู้ประกันตนในสถานประกอบการขนาดเล็ก
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงขอรบกวนให้ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม
กรุณาตอบ ตามความเป็นจริง เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยต่อไป

แบบสอบถามมีทั้ง 4 ตอน กรุณาทำทุกตอน โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บหรือ
เติมคำในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
() 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ _____ ปี
3. สถานภาพการสมรส
() 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่าร้าง, แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด
() 1. ประถมศึกษา () 4. อนุปริญญาปวท.ปวส
() 2. มัธยมศึกษาปีที่1-มัธยมศึกษาปีที่3 () 5. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
() 3. มัธยมศึกษาปีที่4-มัธยมศึกษาปีที่6ปวช. () 6. อื่นๆ โปรดระบุ _____
5. อาชีพ
() 1. คนงานทั่วไป/ใช้แรงงาน () 4. หัวหน้าคนงาน/หัวหน้าช่าง
() 2. ช่าง () 5. ผู้จัดการหรือผู้บริหาร
() 3. เสมียนพนักงาน () 6. อื่น ๆ _____
6. รายได้รวมต่อเดือนประมาณ _____ บาท
() 1. ต่ำกว่า 3,000บาท () 4. มากกว่า 6,000-7,500 บาท
() 2. มากกว่า 3,000-4,500 บาท () 5. มากกว่า 7,500-9,000 บาท
() 3. มากกว่า 4,500-6,000 บาท () 6. มากกว่า 9,000 บาทขึ้นไป
7. อายุการทำงาน _____ ปี

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการประกันสังคมจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

การรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

วิทยุ

1. ท่านเคยฟังข่าวสารการประกันสังคม จากวิทยุบ่อยครั้งเพียงใด

<input type="checkbox"/> 1. มากกว่าสัปดาห์ละ 2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4. 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 2. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 5. นานกว่า 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3. เดือนละ 1-3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 6. ไม่เคยฟังเลย
2. ถ้าเคย ท่านเคยฟังข่าวสารการประกันสังคม จากรายการต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> 1. จส. 100
<input type="checkbox"/> 2. RADIO NO PROBLEM 88 MHz
<input type="checkbox"/> 3. MUSIC BOX 106.5 MHz
<input type="checkbox"/> 4. รายการสนทนาปัญหาประกันสังคม คลื่น 92.5 MHz เสาร์ 11.00-12.00น.
<input type="checkbox"/> 5. รายการสนทนาปัญหาประกันสังคม คลื่น 819 KHz เสาร์ 11.00-12.00น.
<input type="checkbox"/> 6. รายการเพื่อประกันสังคม คลื่น 89.5 MHz อาทิตย์ 12.00-13.00 น.
<input type="checkbox"/> 7. รายการเพื่อประกันสังคม คลื่น 94.5 MHz ทุกวัน 21.00-21.30 น.
<input type="checkbox"/> 8. รายการเพื่อประกันสังคม คลื่น 90.5 MHz จันทร์-ศุกร์ 06.00-06.02 น.
<input type="checkbox"/> 9. รายการเพื่อประกันสังคม คลื่น 837 KHz จันทร์-ศุกร์ 18.20-18.22 น.
<input type="checkbox"/> 10. รายการเพื่อประกันสังคม คลื่น 92.5 MHz เสาร์ 11.00-12.00 น.
<input type="checkbox"/> 11. รายการเพื่อประกันสังคม คลื่น 1521 KHz จันทร์-ศุกร์ 06.00-06.02 น.

โทรทัศน์

3. ท่านเคยดูข่าวสารเกี่ยวกับการประกันสังคมจากโทรทัศน์บ่อยครั้งเพียงใด

<input type="checkbox"/> 1. มากกว่าสัปดาห์ละ 2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4. 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 2. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 5. นานกว่า 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3. เดือนละ 1-3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 6. ไม่เคยดูเลย

4. ท่านเคยดูสปอตโฆษณาและข่าวสารการประกันสังคมจากโทรทัศน์ของใดบ้าง
(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

_____ 1. ช่อง 3 _____ 2. ช่อง 5 _____ 3. ช่อง 7
_____ 4. ช่อง 9 _____ 5. ช่อง 11 _____ 6. อื่นๆ _____

หนังสือพิมพ์

5. ท่านเคยอ่านข่าวสารเกี่ยวกับการประกันสังคมจากหนังสือพิมพ์บ่อยครั้งเพียงใด

_____ 1. มากกว่าสัปดาห์ละ 2 ครั้ง _____ 4. 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง
_____ 2. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง _____ 5. นานกว่า 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง
_____ 3. เดือนละ 1-3 ครั้ง _____ 6. ไม่เคยอ่านเลย

6. ท่านเคยอ่านข่าวสารการประกันสังคมจากหนังสือพิมพ์ฉบับใด(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

_____ 1. ไทยรัฐ _____ 6. บ้านเมือง _____ 11. สมัยครถ้วน
_____ 2. เดลินิวส์ _____ 7. สยามรัฐ _____ 12. ผู้จัดการ
_____ 3. มติชน _____ 8. สยามโพสต์ _____ 13. ประชาชาติธุรกิจ
_____ 4. ข่าวสด _____ 9. ไทยโพสต์ _____ 14. กรุงเทพธุรกิจ
_____ 5. แนวหน้า _____ 10. วัฏจักร _____ 15. อื่นๆ _____

ข่าวสารจากสำนักงานประกันสังคม

7. ท่านเคยได้รับข่าวสารจากสำนักงานประกันสังคมจากสื่อต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด)

สื่อ	มากกว่า สัปดาห์ ละ 2 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	2 เดือน ต่อครั้ง	นานกว่า 2 เดือน ต่อครั้ง	ไม่เคย ได้รับ เลย
1. สปอตโฆษณาทางวิทยุ						
2. สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์						
3. หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อน ที่						
4. เสียงตามสาย						
	มากกว่า	สัปดาห์	เดือนละ	2 เดือน	นานกว่า	ไม่เคย

สื่อ	สัปดาห์ ละ 2 ครั้ง	ละ 1-2 ครั้ง	1-3 ครั้ง	ต่อครั้ง	2 เดือน ต่อครั้ง	ได้รับ เลย
5. ทัศนคติของสำนักงาน ประกันสังคม						
6. ศูนย์บริการข้อมูล 1506						
7. ระบบตอบรับอัตโนมัติ 6981506 (Audiotech)						
8. โครงการฝึกอบรม (SST)						
9. ข่าวจากหนังสือพิมพ์						
10. อื่น ๆ.....						

8. ท่านเคยได้รับข่าวสารจากสำนักงานประกันสังคมจากสื่อต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด (กรุณาตอบ
ทุกข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด)

สื่อ	2 เดือน ต่อ หนึ่งครั้ง	3 เดือน ต่อ หนึ่งครั้ง	4 เดือน ต่อ ครั้ง	5 เดือน ต่อ ครั้ง	6 เดือน ต่อ ครั้ง	ไม่เคย ได้รับ เลย
1. เอกสารแผ่นพับ						
2. วารสารสารสัมพันธ์ประกัน สังคม						
3. จดหมายข่าวประกันสังคม						
4. โปสเตอร์						

9. จากสื่อข้างต้นในข้อ 7 และ 8 ท่านให้ความสำคัญกับสื่อประเภทใดมากที่สุด โปรดระบุ 4
อันดับแรกและเรียงลำดับความสำคัญของสื่อจากมากไปหาน้อย

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

การเปิดรับข่าวสารการประกันสังคมจากสื่อมวลชน

10. ท่านทราบข่าวสารเกี่ยวกับการประกันสังคมจากบุคคลดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด)

สื่อมวลชน	มากกว่า สัปดาห์ ละ 2 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	2 เดือน ต่อครั้ง	นานกว่า 2 เดือน ต่อครั้ง	ไม่เคย ได้รับ เลย
1. สมาชิกในครอบครัว						
2. เพื่อนร่วมงาน						
3. ฝ่ายบุคคลนายจ้าง						
4. เพื่อนบ้าน						
5. เจ้าหน้าที่ประกันสังคม						
6. เจ้าหน้าที่ในสถานพยาบาล						

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ความรู้เรื่องการประกันสังคม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับความคุ้มครองหรือประโยชน์ทดแทนจากกองทุนประกันสังคม ในกรณีใดบ้าง
 - _____ 1. เจ็บป่วย, ตาย, ทูพพลภาพ, คลอดบุตร
 - _____ 2. คลอดบุตร, ทูพพลภาพ, ตาย,ว่างงาน
 - _____ 3. เจ็บป่วย, สงเคราะห์บุตร, ว่างงาน, คลอดบุตร
2. สิทธิประโยชน์ที่ท่านจะได้รับหลังจากส่งเงินสมทบครบ 1 เดือน คือ
 - _____ 1. ทูพพลภาพ
 - _____ 2. ตาย
 - _____ 3. เจ็บป่วย
3. ในกรณีที่ผู้ประกันตนส่งเงินสมทบครบ 3 ปีขึ้นไปแล้วเสียชีวิตอันไม่เกิดจากการทำงาน จะได้รับสิทธิประโยชน์คือ
 - _____ 1. รับเงินค่าทำศพ 30,000 บาท พร้อมเงินสงเคราะห์เท่ากับค่าจ้าง 1 เดือนครึ่ง
 - _____ 2. รับเงินค่าทำศพ 50,000 บาท พร้อมเงินสงเคราะห์เท่ากับค่าจ้าง 3 เดือน
 - _____ 3. รับเงินค่าทำศพ 70,000 บาท พร้อมเงินสงเคราะห์เท่ากับค่าจ้าง 5 เดือน
4. ลูกจ้างสามารถเลือกโรงพยาบาลได้เอง หรือเปลี่ยนโรงพยาบาลใหม่ ในปีพ.ศ.2541 ได้โดยยื่นเรื่องต่อสำนักงานประกันสังคมภายในวันที่
 - _____ 1. 1 ม.ค. - 31 มี.ค. พ.ศ.2541
 - _____ 2. 1 พ.ค. - 31 ก.ค. พ.ศ.2541
 - _____ 3. 1 ส.ค. - 31 ต.ค. พ.ศ.2541
5. เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบัน รัฐบาลได้ลดเงินสมทบของทั้งนายจ้างและลูกจ้าง จากเดิม 1.5% เหลือเพียง
 - _____ 1. 1.2 เปอร์เซ็นต์ เป็นเวลา 1 ปี
 - _____ 2. 1% เป็นเวลา 3 ปี
 - _____ 3. 1% เป็นเวลา 5 ปี

6. ในกรณีประสบอุบัติเหตุจากรถ ผู้ประกันตนสามารถ
- _____ 1. เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลที่ระบุในบัตรรับรองสิทธิเท่านั้น โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ
 - _____ 2. ไปรักษาที่โรงพยาบาลใดก็ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเนื่องจากโรงพยาบาลจะเรียกเก็บเงินจากกองทุนทดแทนผู้ประสบภัยจากรถและสำนักงานประกันสังคม
 - _____ 3. ไปรักษาที่โรงพยาบาลใดก็ได้โดยสำรองจ่ายไปก่อนแล้วไปเบิกค่าใช้จ่ายภายใน 72 ชั่วโมงแรกคืนจากสำนักงานประกันสังคมตามอัตราที่กำหนด
7. ผู้ประกันตนที่เคยทำงาน และส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมมาครบ 12 เดือน เมื่อสิ้นสภาพการเป็นลูกจ้างจะได้รับความคุ้มครองนานต่อไปอีกเท่าใด
- _____ 1. 3 เดือน
 - _____ 2. 6 เดือน
 - _____ 3. 9 เดือน
8. ในกรณีที่ผู้ประกันตนทุพพลภาพอันไม่เนื่องจากการทำงาน จะได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการเงิน
- _____ 1. ได้รับประโยชน์ทดแทนเป็นจำนวนเงิน 30% ของค่าจ้างเป็นเวลา 5 ปี
 - _____ 2. ได้รับประโยชน์ทดแทนเป็นจำนวนเงิน 40% ของค่าจ้างเป็นเวลา 10 ปี
 - _____ 3. ได้รับประโยชน์ทดแทนเป็นจำนวนเงิน 50% ของค่าจ้างตลอดชีวิต
9. ผู้ประกันตนสามารถทำหมันฟรี โดยปฏิบัติตนดังนี้
- _____ 1. ติดต่อโรงพยาบาลตามบัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาลเท่านั้น
 - _____ 2. สามารถเข้าโรงพยาบาลใดก็ได้
 - _____ 3. ติดต่อสำนักงานประกันสังคมล่วงหน้าก่อนเข้ารับการรักษา
10. คณะพระราชบัญญัติประกันสังคม มีผลบังคับใช้กับกิจการที่มีลูกจ้างตั้งแต่
- _____ 1. 5 คนขึ้นไป
 - _____ 2. 10 คนขึ้นไป
 - _____ 3. 30 คนขึ้นไป
11. ผู้ประกันตนจะต้องจ่ายเงินสมทบในกรณีสมัครเป็นผู้ประกันตนต่อ ตาม ม.39 เดือนละ
- _____ 1. 96 บาท
 - _____ 2. 200 บาท
 - _____ 3. 300 บาท

18. ในกรณีที่นายจ้างสั่งให้ลูกจ้างไปทำงานในต่างประเทศแล้วเกิดเจ็บป่วยเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาลต่างประเทศและเสียชีวิตในเวลาต่อมา
- _____ 1. ผู้ประกันตนจะได้รับความคุ้มครองจากกองทุนประกันสังคม
 - _____ 2. กองทุนประกันสังคมไม่ให้ความคุ้มครอง
 - _____ 3. กองทุนเงินทดแทนให้ความคุ้มครองเพราะไปทำงานตามคำสั่งของนายจ้าง
19. การเข้ารับการรักษาพยาบาลในสถานพยาบาลที่ผู้ประกันตนเลือกจะต้องแสดงหลักฐานอะไรบ้าง
- _____ 1. บัตรประกันสังคมและบัตรประชาชน
 - _____ 2. ทะเบียนบ้าน บัตรประชาชนและบัตรประกันสังคม
 - _____ 3. บัตรรับรองสิทธิการรักษาพยาบาล, บัตรประชาชน
20. สามารถขอรับบริการทางการแพทย์ในสถานพยาบาลที่ระบุในบัตรรับรองสิทธิประโยชน์ได้ในลักษณะ
- _____ 1. คนไข้นอกและคนไข้ใน
 - _____ 2. คนไข้ในและคนไข้ฉุกเฉิน
 - _____ 3. คนไข้นอก คนไข้ในและคนไข้ฉุกเฉิน

ตอนที่ 4 การนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้เลย
1. ใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงเวลาไปขอรับประโยชน์ทดแทนหรือรับบริการทางแพทย์					
2. เมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยจากการทำงานหรือนอกเวลาทำงานสามารถแยกประเภทการขอรับสิทธิประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง					
3. สามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเมื่อต้องการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ					
4. การเพิ่มสิทธิประโยชน์ด้านต่าง ๆ ช่วยแบ่งเบาภาระผู้ประกันตนและสามารถใช้สิทธิประโยชน์ทดแทนอย่างเต็มที่					
5. สามารถรักษาสหสิทธิประโยชน์ของตนเองโดยเรียกร้องให้สำนักงานประกันสังคมบังคับให้นายจ้างปฏิบัติตามกฎหมาย					
6. สามารถอ้างข้อมูลจากสำนักงานประกันสังคมในการยืนยันขอรับสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับในกรณีที่นายจ้างจ่ายเบี้ย					
7. เมื่อเกิดปัญหาในการขอรับประโยชน์ทดแทนผู้ประกันตนสามารถทราบวิธีการที่จะติดต่อสื่อสารกับสำนักงานประกันสังคมได้โดยตรง					

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้เลย
8. การได้รับข่าวสารทั้งจากนายจ้าง และสำนักงานประกันสังคมจะช่วย ตรวจสอบข้อมูลในการใช้สิทธิ ประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง					
9. การได้รับทราบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง จะช่วยในการเตรียมการวางแผนชีวิต ของผู้ประกันตนในอนาคต					
10. ทำให้มีส่วนช่วยในการคิดคำนวณ ประโยชน์ทดแทนที่ผู้ประกันตนควร ได้รับ					
11. ใช้เป็นหัวข้อสนทนาแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับผู้อื่นเพื่อให้เกิด ความเข้าใจในการใช้สิทธิประโยชน์ อย่างเต็มที่					
12. ช่วยให้ผู้ประกันตนสนใจใส่ใจกับสุขภาพ ตนเองมากขึ้น โดยใช้บริการทาง การแพทย์ตั้งแต่ระยะเริ่มแรกของ การเจ็บป่วย					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมของท่านในปัจจุบัน
2. ท่านคิดว่านโยบายและวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานท่านเป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่ากิจกรรมงานประชาสัมพันธ์ เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานท่านเป็นอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับงบประมาณของหน่วยงานของท่านในการประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมในปัจจุบัน มีปัญหาอะไรบ้าง ที่มาของงบประมาณเป็นอย่างไร
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับด้านบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานของท่านในปัจจุบัน
6. ท่านคิดว่าอะไรคือจุดเด่นของแผนการประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคม
7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานของท่าน มีการใช้สื่ออะไรบ้าง ปัญหาของการใช้สื่อนั้น ๆ ระยะเวลาของการใช้สื่อ มีเกณฑ์การกำหนดการใช้สื่ออย่างไร
8. ท่านคิดว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานของท่าน มีความเป็นเอกเทศ หรือมีการประสานงานกับหน่วยงานใดบ้าง
9. ท่านคิดว่าอะไรคือปัญหาและอุปสรรค ในการประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานของท่าน
10. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับบทบาทในการประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานของท่านในปัจจุบันและในอนาคตที่จะเป็นไปในลักษณะใด
11. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับการติดตามประเมินผลในการประชาสัมพันธ์เรื่องการประกันสังคมของหน่วยงานของท่านในปัจจุบัน
12. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การประกันสังคมของหน่วยงานของท่าน
13. ในการนำแผนประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติเกิดปัญหาอะไรบ้าง และมีแนวทางแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร
14. ในการนำแผนประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติสามารถปฏิบัติตามแผนหรือไม่

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้กำหนดแผนประชาสัมพันธ์

1. ท่านมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการกำหนดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์
2. ในการกำหนดแผนแม่บทมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ชัดเจนหรือไม่ว่าจะมุ่งเน้นไปที่คน

กลุ่มใด

3. อะไรคือจุดเด่นของแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์
4. กลยุทธ์ในการกำหนดแผนแม่บทเป็นอย่างไร
5. มีข้อแตกต่างระหว่างการกำหนดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 หรือ

ไม่อย่างไร

6. งบประมาณมีผลต่อการกำหนดแผนแม่บทอย่างไร
7. ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินการวางแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์
8. ในการวางแผนแม่บทข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนได้มาจากแหล่งใด
9. มีการประสานงานกับหน่วยงานใดบ้าง
10. แผนแม่บทที่กำหนดขึ้นเป็นแผนในลักษณะใด
11. ปัจจัยใดบ้างที่นำมาพิจารณาในการวางแผนแม่บท
12. สื่อและกิจกรรมที่กำหนดมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนอย่างไร
13. มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนหรือไม่อย่างไร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2538 - 2539)

วัตถุประสงค์เป้าหมายมาตรการและแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

คำนำ

1. เมื่อได้พิจารณาผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ในช่วงเวลาที่ผ่านมาแล้ว รวมทั้งได้กำหนดประเด็นปัญหาและกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ อย่างชัดเจนแล้ว ก็สมควรจะได้พิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มาตรการและแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมต่อไป

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มาตรการและแนวทางในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ในบทนี้จะเป็นการกำหนดแบบกว้าง ๆ ในระยะยาว เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด แผนปฏิบัติการในแต่ละปี ซึ่งจะ เป็นแผนกิจกรรมและจะปรากฏในรูปแบบของแผนงานและ โครงการตลอดจนงบประมาณในการดำเนินงานของแต่ละโครงการในแต่ละปีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 1 (พ.ศ.2538 - 2539) โดยให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 - 2539) แผนแรงงานและสวัสดิการสังคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2539 - 2544) และแผนประกันสังคมฉบับที่ 1 (พ.ศ.2535 - 2539) ดังนั้นแผนแม่บทประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 1 นี้จึงกำหนด ให้มีอายุการดำเนินงานระหว่างปี 2538-2539 ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแผนแม่บทในการกำหนดแผนปฏิบัติการในแต่ละปีต่อไป

2. เพื่อกำหนดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมขึ้นใช้ปฏิบัติและเป็น พื้นฐานในการกำหนดแผนแม่บทให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผน แรงงานและสวัสดิการสังคมและแผนประกันสังคมในโอกาสต่อไป

3. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่บุคคลในกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง เกี่ยวกับการประกันสังคมให้ถูกต้องและชัดเจน

4. เพื่อสร้างเสริมทัศนคติที่ดีต่อการประกันสังคมให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่ม เป้าหมายรอง

5. เพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานประกันสังคมมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพตามวิสัยทัศน์ของสำนักงานประกันสังคมที่ว่า “มุ่งสร้างศรัทธาในงานประกันสังคมให้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย จนได้รับการยอมรับเป็นหลักประกันความมั่นคงของชีวิตด้วยการบริการที่เป็นเลิศ พร้อมทั้งเสริมสร้างกองทุนให้มีเสถียรภาพสืบไป”

เป้าหมาย

1. ในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในช่วงแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 1 (พ.ศ.2538-2539) นี้จำเป็นจะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายและสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายออกมาอย่างชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการในแต่ละปีต่อไป

2. กลุ่มเป้าหมายสามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

(1) นายจ้าง

ก. นายจ้างที่อยู่ในข่ายปัจจุบัน

(ก) กองทุนประกันสังคม 62,070 ราย

(ข) กองทุนเงินทดแทน 40,810 ราย

ข. นายจ้างที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในสองปีข้างหน้า

(ก) กองทุนประกันสังคม 76,230 ราย

(ข) กองทุนเงินทดแทน 57,260 ราย

(2) ลูกจ้างและผู้ประกันตน

ก. ลูกจ้างที่อยู่ในข่ายปัจจุบัน

(ก) กองทุนประกันสังคม 4.90 ล้านราย

(ข) กองทุนเงินทดแทน 3.64 ล้านราย

ข. ลูกจ้างและผู้ประกันตนที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในสองปีข้างหน้า

(ก) กองทุนประกันสังคม (ลูกจ้าง) 5.66 ล้านราย

(ข) กองทุนประกันสังคมผู้ประกันตนอิสระ = (คาดไม่ได้) ราย

(ค) กองทุนเงินทดแทน 5.25 ล้านราย

(3) เจ้าหน้าที่สำนักงานประกันสังคม

ก. เจ้าหน้าที่ในปัจจุบัน	3,031 ราย
ข. เจ้าหน้าที่ที่จะเพิ่มขึ้นในอีกสองปีข้างหน้า	3,282 ราย

(4) เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลที่อยู่ในเครือข่ายสำนักงานประกันสังคม

ก. เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลในปัจจุบัน	346 ราย
ข. เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลที่จะเพิ่มขึ้น ในอีกสองปีข้างหน้า	450 ราย

(5) สื่อมวลชน

ก. สื่อมวลชนปัจจุบัน	
(ก) หนังสือพิมพ์	240 ฉบับ
(ข) วิทยุ	502 สถานี
(ค) โทรทัศน์	144 สถานี
(ง) ประชาสัมพันธ์จังหวัด	75 คน
ข. สื่อมวลชนในอีกสองปีข้างหน้า	
(ก) หนังสือพิมพ์	288 ฉบับ
(ข) วิทยุ	624 สถานี
(ค) โทรทัศน์	172 สถานี
(ง) ประชาสัมพันธ์จังหวัด	75 คน

(6) องค์กรภาคเอกชน และกลุ่มประกันภัย

ก. สมาคมอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมจังหวัด	- คน
ข. สมาคมการค้าและหอการค้าจังหวัด	- คน
ค. สมาคมอุตสาหกรรมและการค้าต่างๆ	- คน
ง. สภาองค์การนายจ้าง มีสถานประกอบการ ที่เป็นสมาชิกประมาณ	3,000 แห่ง
จ. สภาองค์การนายจ้าง มีสถานประกอบการ ที่เป็นสมาชิกประมาณ	3,000 แห่ง
ฉ. สมาคมนายจ้าง/สหพันธ์นายจ้าง	1,072 คน
ช. สหภาพแรงงาน/สหพันธ์แรงงาน	240,000 คน
ซ. สมาคม/ชมรมการบริหารงานบุคคล	24 แห่ง

ฉ. บริษัทที่ปรึกษาทางการจัดการ	60 แห่ง
ญ. สำนักงานทนายความ/สำนักงานบัญชี	593 แห่ง

2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

(1) นักเรียน นิสิต นักศึกษา

ก. โรงเรียน

(ก) ระดับประถมศึกษา 31,437 โรงเรียน นักเรียน 6,643,891 คน

(ข) ระดับมัธยมศึกษา 87,896 โรงเรียน นักเรียน 1,927,474 คน

ข. วิทยาลัย

(ก) ระดับ ปวช. 180 แห่ง นักศึกษา 249,914 คน

(ข) ระดับ ปวส. 175 แห่ง นักศึกษา 74,520 คน

ค. มหาวิทยาลัย 50 แห่ง นิสิตนักศึกษา 655,267 คน (เฉพาะรัฐ)

(2) ครูอาจารย์

ก. โรงเรียน

(ก) ระดับประถมศึกษา 340,902 คน

(ข) ระดับมัธยมศึกษา 108,130 คน

ข. วิทยาลัย

(ก) ระดับ ปวช. 15,770 คน

(ข) ระดับ ปวส. 10,745 คน

(ค) มหาวิทยาลัย 17,621 คน

(3) ข้าราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และแพทย์ประจำตำบล

ก. ผู้ว่าราชการจังหวัด/รองปลัดจังหวัด 291 คน

ข. นายอำเภอ/ปลัดอำเภอ 5,473 คน

ค. กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย/แพทย์ประจำตำบล 229,183 คน

(4) สมาชิกสภา/สมาชิกสภาจังหวัด/สมาชิกสภาเทศบาลและ

สมาชิกสภาท้องถิ่นอื่น ๆ

ก. ส.ส. 360 คน

ข. ส.ว. 270 คน

ค. ส.จ. 2,112 คน

ง. สมาชิกสภาเทศบาล/นายกเทศมนตรีและเทศมนตรีรวม สก. สข.

และสภาท้องถิ่นอื่น ๆ 2,800 คน

(5) นักรการเมืองและพรรคการเมือง

ก. กรรมการพรรคการเมือง 530 คน

ข. ผู้บริหารพรรคการเมือง 530 คน

(6) ประชาชนทั่วไป

3. เมื่อได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายออกมาอย่างชัดเจนแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือ การกำหนดสื่อที่จะใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งสื่อที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

3.1 สิ่งตีพิมพ์

3.2 ป้ายประกาศ

3.3 โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น เทป สไลด์ วีดิทัศน์

3.4 รายการวิทยุ

3.5 รายการโทรทัศน์

3.6 การมีกอบรวม/สัมมนาผู้เกี่ยวข้อง

3.7 การประชุมผู้เกี่ยวข้อง

3.8 การประกวดกิจกรรมต่าง ๆ

3.9 การเข้าร่วมกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ

3.10 การเข้าเยี่ยมสถานประกอบการโดยรถเคลื่อนที่

3.11 การเชิญผู้เกี่ยวข้องไปเยี่ยมชมสำนักงานประกันสังคม

4. เมื่อได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายและสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์แล้วก็สมควรจะได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินการอย่างชัดเจนในแต่ละกลุ่มในช่วงเวลาของแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 1 (พ.ศ.2538-2539) ดังต่อไปนี้

4.1 เมื่อสิ้นสุดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ฉบับที่ 1 แล้ว การดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายหลักจะปรากฏผลตามตารางที่ 1

4.2 เมื่อสิ้นสุดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ฉบับที่ 1 แล้ว การดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายรองจะปรากฏผลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 1

แสดงเป้าหมายการดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายการดำเนินงานในสื่อประชาสัมพันธ์										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	สิ่งพิมพ์	ป้าย	โลโก้	วิทยุ	โทรทัศน์	ฝึกอบรม	ประชุม	ประกวด	ร่วมกิจกรรม	เยี่ยมกิจการ	เยี่ยมสำนักงาน
นายจ้าง	/			/	/	/	/				
ลูกจ้าง/ผู้ประกันตน	/	/	/	/	/	/	/				
เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	/			/	/	/	/		/		
เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล	/			/	/	/	/				
สื่อมวลชน	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/

ตารางที่ 2

แสดงเป้าหมายการดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายการดำเนินงานในสื่อประชาสัมพันธ์										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	สิ่งพิมพ์	ป้าย	โตต	วิทยุ	โทรทัศน์	มิกอบรม	ประชุม	ประกวด	รวมกิจกรรม	เยี่ยมกิจการ	เยี่ยมสำนักงาน
นักเรียน/นิสิต นักศึกษา	/			/	/	/	/	/	/		/
ครู/อาจารย์	/			/	/	/	/	/	/		/
ข้าราชการ กำนันผู้ใหญ่บ้าน	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/
สมาชิกรัฐสภา สภาจังหวัด สภาเทศบาลฯ	/			/	/				/		/
นักการเมือง พรรคการเมือง	/			/	/				/		/
องค์กรภาคเอกชน	/			/	/	/			/		/

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มาตรการและแนวทางในการดำเนินงาน

1. ให้ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมนำเอาเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทไปจัดทำร่างแผนกิจกรรมรายปีโดยจัดทำเป็นแผนงานโครงการและงบประมาณแล้วนำมาเสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคมพิจารณาแก้ไขปรับปรุงและให้ความเห็นชอบในเบื้องต้นก่อน

2. เมื่อคณะกรรมการฝ่ายการประชุมสัมพันธ์ได้ให้ความเห็นชอบเบื้องต้นแล้วให้เสนอต่อคณะกรรมการประกันสังคม เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบขั้นสุดท้ายต่อไป

การติดตามและประเมินผล

1. ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมทำการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนงานโครงการและงบประมาณที่ได้รับความเห็นชอบให้ดำเนินการแล้วโดยจัดทำรายงานเสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อพิจารณาทุกไตรมาส

2. ให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกสิ้นปี และเมื่อครบกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทโดยศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมเป็นผู้จัดทำเสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบแล้วนำเสนอคณะกรรมการประกันสังคมเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไป

บทสรุป

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มาตรการและแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแผนแม่บทนี้เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย สื่อการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมที่มุ่งหวังจะปฏิบัติให้บังเกิดผลในช่วงเวลาของแผนแม่บทฉบับนี้ ทั้งนี้โดยกำหนดแนวทางกว้างๆเอาไว้ เพื่อให้เป็นแนวทางในการนำไปจัดทำแผนกิจกรรมรายปี และจัดทำแผนงานโครงการและงบประมาณเพื่อดำเนินการต่อไป

2. นอกจากจะได้กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายในการดำเนินงานเอาไว้แล้วยังได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การติดตามและประเมินผลเอาไว้ด้วย

แผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2540 - 2544)

วัตถุประสงค์เป้าหมายมาตรการและแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

คำนำ

1. เมื่อได้พิจารณาผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ในช่วงเวลาที่ผ่านมาแล้ว รวมทั้งได้กำหนดประเด็นปัญหาและกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ อย่างชัดเจนแล้ว ก็สมควรจะได้พิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มาตรการและแนวทาง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมต่อไป

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มาตรการ และแนวทางในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ในบทนี้จะเป็นการกำหนดแบบกว้าง ๆ ในระยะยาว เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด แผนปฏิบัติการในแต่ละปี ซึ่งจะเป็นแผนกิจกรรมและจะปรากฏในรูปแบบของแผนงานและ โครงการตลอดจนงบประมาณในการดำเนินงานของแต่ละโครงการในแต่ละปีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 2 (พ.ศ.2540 - 2544) โดยให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 - 2544) แผนพัฒนาแรงงานและสวัสดิการสังคม (พ.ศ.2540 - 2544) และแผนประกันสังคมฉบับ ที่ 2 (พ.ศ.2540 - 2544) ดังนั้นแผนแม่บทประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 2 นี้จึง กำหนดให้มีอายุการดำเนินงานระหว่างปี 2540-2544 ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแผนแม่บทในการกำหนดแผน ปฏิบัติการในแต่ละปีต่อไป

2. เพื่อกำหนดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมขึ้นใช้ปฏิบัติและเป็น พื้นฐานในการกำหนดแผนแม่บทให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผน แรงงานและสวัสดิการสังคมและแผนประกันสังคมในโอกาสต่อไป

3. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่บุคคลในกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง เกี่ยวกับการประกันสังคมให้ถูกต้องและชัดเจน

4. เพื่อสร้างเสริมทัศนคติที่ดีต่อการประกันสังคมให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่ม เป้าหมายรอง

5. เพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานประกันสังคมมีประสิทธิภาพประสิทธิผลตามวิสัยทัศน์ของสำนักงานประกันสังคมที่ว่า “มุ่งสร้างศรัทธาในงานประกันสังคมให้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย จนได้รับการยอมรับให้เป็นหลักประกันความมั่นคงของชีวิตด้วยการบริการที่เป็นเลิศ พร้อมทั้งเสริมสร้างกองทุนให้มีเสถียรภาพสืบไป”

เป้าหมาย

1. ในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในช่วงแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 2 (พ.ศ.2540 - 2544) นี้จำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายและสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายออกมาอย่างชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการในแต่ละปีต่อไป

2. กลุ่มเป้าหมายที่จะดำเนินการในช่วงปี พ.ศ.2540-2544 ได้แก่

2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

(1) นายจ้าง

ก. นายจ้างที่อยู่ในข่ายปัจจุบัน	84,374 ราย
ข. นายจ้างที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นใน 5 ปีข้างหน้า	105,239 ราย

(2) ลูกจ้าง ผู้ประกันตนและผู้ประกันตนอิสระ

ก. ลูกจ้างและผู้ประกันตนที่อยู่ในข่ายปัจจุบัน	5.63 ล้านราย
ข. ลูกจ้างและผู้ประกันตนที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นใน 5 ปีข้างหน้า	6.56 ล้านราย

(3) เจ้าหน้าที่สำนักงานประกันสังคม

ก. เจ้าหน้าที่ในปัจจุบัน	3,531 ราย
ข. เจ้าหน้าที่ที่จะเพิ่มขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า	4,223 ราย

(4) เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลที่อยู่ในเครือข่ายสำนักงานประกันสังคม

ก. เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลในปัจจุบัน	590 ราย
ข. เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลที่จะเพิ่มขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า	707 ราย

(5) สื่อมวลชน

ก. สื่อมวลชนปัจจุบัน	
(ก) หนังสือพิมพ์	240 ฉบับ

(ข) วิทยุ	502 สถานี
(ค) โทรทัศน์	153 สถานี
(ง) ประชาสัมพันธ์จังหวัด	75 คน
ข. สื่อมวลชนในอีก 5 ปีข้างหน้า	
(ก) หนังสือพิมพ์	360 ฉบับ
(ข) วิทยุ	807 สถานี
(ค) โทรทัศน์	214 สถานี
(ง) ประชาสัมพันธ์จังหวัด	80 คน
(6) องค์การภาคเอกชน	
ก. องค์การภาคเอกชนปัจจุบัน	
(ก) สมาคมนายจ้าง มีสถานประกอบการที่เป็นสมาชิก	86 สมาคม
(ข) สมาคครูจ้าง มีสถานประกอบการที่เป็นสมาชิก	610 สหภาพแรงงาน
(ค) สมาอุตสาหกรรมไทย	1 แห่ง
(ง) สมาอุตสาหกรรมจังหวัด	37 แห่ง
(จ) สมาหอการค้าแห่งประเทศไทย	1 แห่ง
(ฉ) หอการค้าต่างประเทศ	18 แห่ง
(ช) หอการค้าจังหวัด	75 แห่ง
ข. องค์การภาคเอกชนในอีก 5 ปี ข้างหน้า	
(ก) สมาคมนายจ้าง มีสถานประกอบการที่เป็นสมาชิก	111 สมาคม
(ข) สมาคครูจ้าง มีสถานประกอบการที่เป็นสมาชิก	660 สหภาพแรงงาน
(ค) สมาอุตสาหกรรมไทย	5 แห่ง
(ง) สมาอุตสาหกรรมจังหวัด	75 แห่ง
(จ) สมาหอการค้าแห่งประเทศไทย	5 แห่ง
(ฉ) หอการค้าต่างประเทศ	30 แห่ง
(ช) หอการค้าจังหวัด	80 แห่ง

(7) บริษัทประกันภัย 1,572 แห่ง

ก. บริษัทประกันภัยปัจจุบัน

- สำนักงานใหญ่ 75 แห่ง
- สำนักงานสาขา 1,497 แห่ง

ข. บริษัทประกันภัยในอีก 5 ปีข้างหน้า

- สำนักงานใหญ่ 110 แห่ง
- สำนักงานสาขา 2,574 แห่ง

(8) กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์

(9) กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

(10) นักการเมืองและพรรคการเมือง

- ก. นักการเมืองปัจจุบัน 393 คน
- ข. นักการเมืองในอีก 5 ปีข้างหน้า 450 คน

(11) สมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาจังหวัด และสภาท้องถิ่นต่าง ๆ

ก. สมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาจังหวัดและสภาท้องถิ่นต่าง ๆ
ปัจจุบัน 2,981 คน

ข. สมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาจังหวัดและสภาท้องถิ่นต่าง ๆ
ในอีก 5 ปีข้างหน้า 3,031 คน

2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

(1) นักเรียน นิสิต นักศึกษา

- ก. ระดับประถมศึกษา 31,437 โรงเรียน นักเรียน 6,643,891 คน
- ข. ระดับมัธยมศึกษา 87,896 โรงเรียน นักเรียน 1,927,474 คน
- ค. วิทยาลัย
- ง. ระดับ ปวช. 310 แห่ง นักศึกษา 327,417 คน
- จ. ระดับ ปวส. 273 แห่ง นักศึกษา 103,643 คน
- ฉ. มหาวิทยาลัย 58 แห่ง นิสิตนักศึกษา 655,267 คน
 - รัฐบาล 23 แห่ง
 - เอกชน 35 แห่ง

(2) ครูอาจารย์

ก. โรงเรียน

ข. ระดับประถมศึกษา 340,902 คน

ค. ระดับมัธยมศึกษา 108,130 คน

ง. วิทยาลัยระดับ ปวช. ปวส. 18,658 คน

จ. มหาวิทยาลัย 17,621 คน

(3) ข้าราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และแพทย์ประจำตำบล

ก. ผู้ว่าราชการจังหวัด/รองปลัดจังหวัด 317 คน

ข. นายอำเภอ/ปลัดอำเภอ 6,185 คน

ค. กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย/
แพทย์ประจำตำบล 229,183 คน

(4) ประชาชนทั่วไป

3. เมื่อได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายออกมาอย่างชัดเจนแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือ การกำหนดสื่อ ที่จะใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ซึ่งสื่อที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

3.1 สิ่งตีพิมพ์

3.2 ป้ายประกาศ

3.3 โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น เทป สไลด์ วีดิทัศน์

3.4 รายการวิทยุ

3.5 รายการโทรทัศน์

3.6 การบริการข้อมูล โทร. 1506

3.7 การฝึกอบรม/สัมมนาผู้เกี่ยวข้อง

3.8 การประชุมผู้เกี่ยวข้อง

3.9 การประกวดกิจกรรมต่าง ๆ

3.10 การเข้าร่วมกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ

3.11 การเข้าเยี่ยมสถานประกอบการโดยรถเคลื่อนที่

3.12 การเชิญผู้เกี่ยวข้องไปเยี่ยมชมสำนักงานประกันสังคม

3.13 สื่อ Internet

3.14 สื่อ Audiotech

4. เมื่อได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายและสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์แล้วก็สมควรจะได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินการอย่างชัดเจนในแต่ละกลุ่มในช่วงเวลาของแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมฉบับที่ 2 (พ.ศ.2540 - 2544) ดังต่อไปนี้

4.1 เมื่อสิ้นสุดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ฉบับที่ 2 แล้ว การดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายหลักจะปรากฏผลตามตารางที่ 1

4.2 เมื่อสิ้นสุดแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ฉบับที่ 2 แล้ว การดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายรองจะปรากฏผลตามตารางที่ 2



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1

แสดงเป้าหมายการดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มเป้าหมาย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	สิงห์	ปาย	โต	วิทยุ	โทรทัศน์	ฝึกอบรม	ประชุม	ประกวด	ร่วมกิจกรรม	เยี่ยมกิจการ	เยี่ยมสนง.	โทร. 1506	Internet	Audiotech
นายจ้าง	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/
ลูกจ้างผู้ประกันตน	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	
เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/
เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/
สื่อมวลชน	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
องค์กรเอกชน	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แสดงเป้าหมายการดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มเป้าหมาย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	สิ่งพิมพ์	ป้าย	โสต	วิทยุ	โทรทัศน์	ฝึกอบรม	ประชุม	ประกวด	รวมกิจ กรรม	เยี่ยมกิจ การ	เยี่ยม สนง.	โทร. 1606	Internet	Audiotech
บ.ประกันภัย	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/
กรมการประกันภัย	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/
ก.พาณิชย์														
กรมการแพทย์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ก.สาธารณสุข														
นักการเมือง	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
พรรคการเมือง														
สมาชิกรัฐสภา	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2

แสดงเป้าหมายการดำเนินงานในกลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมาย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	สิงพิมพ์	ป้าย	โตต	วิทยุ	โทรทัศน์	ฝึกอบรม	ประชุม	ประกวด	ร่วมกิจ กรรม	เยี่ยมกิจ การ	เยี่ยม สนง.	โทร. 1506	Internet	Audiotech
นักเรียนนิสิต นักศึกษา	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/
ครูอาจารย์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/
ข้าราชการ ฝ่ายปกครอง กำนันผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ประจำตำบล	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ประชาชนทั่วไป	/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/	/

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. เมื่อได้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติในแต่ละปีแล้ว สมควรจะได้กำหนดเป้าหมายเพิ่มเติม เพื่อดำเนินการแก้ไขและป้องกันปัญหาในการปฏิบัติงานในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 การวิจัยและพัฒนา ให้ศูนย์สารนิเทศจัดทำโครงการวิจัยการประชาสัมพันธ์งานประกันสังคมในประเด็นปัญหาต่างๆ ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ การวิจัยอาจดำเนินการโดยศูนย์สารนิเทศเองร่วมกับส่วนราชการอื่นๆ หรืออาจจ้างเหมาให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านไปดำเนินการ โดยอาศัยงบประมาณค่าใช้จ่ายจากงบบริหารกองทุนประกันสังคม ทั้งนี้เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ งานประกันสังคมและใช้ในการวางแผนและตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

5.2 การกำหนดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ศูนย์สารนิเทศ เนื่องจากแนวโน้มการบรรจุแต่งตั้งข้าราชการเพิ่มมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่งานประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นที่ต้องขยายขอบเขตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านเป็นผู้ดำเนินการ จึงจำเป็นต้องกำหนดอัตรากำลังเพิ่มโดยอาศัยงบประมาณจากงบบริหารกองทุนประกันสังคม

5.3 การกำหนดงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากแนวโน้มการจัดสรรงบประมาณของทางราชการที่จัดสรรให้แก่สำนักงานประกันสังคมมีแนวโน้มลดลง โดยมุ่งหวังที่จะให้สำนักงานประกันสังคมใช้เงินจากงบบริหารกองทุนประกันสังคม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดงบประมาณให้เหมาะสมโดยอาศัยงบประมาณจากงบบริหารกองทุนประกันสังคม

5.4 การประสานงานของหน่วยงานในสำนักงานประกันสังคม เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์หรืองานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เช่น งานในส่วนของกองฝึกอบรม กองประสานการแพทย์ กองวิชาการและแผนงาน และส่วนอื่นๆ เกิดความประสานและสอดคล้องกันในการดำเนินงาน จึงสมควรกำหนดมาตรการและแนวทางในการประสานงานหรือดำเนินงานร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของทางราชการในการให้บริการแก่ประชาชน เช่น การให้เจ้าหน้าที่หรือผู้บริหารกองต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในงานประชาสัมพันธ์ การให้เจ้าหน้าที่หรือผู้บริหารรวมทั้งคณะอนุกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์เข้าร่วมกิจกรรมของกองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เช่น ประธานคณะอนุกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นประธานพิธีเปิดการฝึกอบรมหรือเป็นวิทยากรการฝึกอบรม เป็นต้น

5.5 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความจำเป็นตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา หรือในแต่ละปี ควรจะได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามความสำคัญเร่งด่วนในแต่ละปีแตก

ต่างกันออกไป โดยอาจเปลี่ยนแปลงลำดับความสำคัญ หรือเพิ่มกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ เข้าไปในแผนปฏิบัติการของแต่ละปีด้วย

5.6 การจัดทำแผนปฏิบัติงานในแต่ละปี เพื่อให้การกำหนดงบประมาณสอดคล้อง และเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ และเพื่อเป็นการบริการประชาชน การจัดทำแผนปฏิบัติการควรจะได้กระทำในตอนกลางปี โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจัดการเขียนงาน โครงการและงบประมาณเสนอคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อพิจารณาอนุมัติ และนำเสนอต่อคณะกรรมการประกันสังคมเพื่อพิจารณาอนุมัติในเดือนพฤศจิกายนหรือเดือนธันวาคมของแต่ละปี

5.7 การกำหนดสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ครอบคลุมของความจำเป็นตามสถานการณ์ และเพื่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการบริการประชาชน การกำหนดแผนปฏิบัติการในแต่ละปี จึงสมควรพิจารณากำหนดสื่อที่เหมาะสมโดยเพิ่มเติมสื่อต่างๆหรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

มาตรการและแนวทางในการดำเนินงาน

1. ให้ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมนำเอาเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทไปจัดทำร่างแผนกิจกรรมรายปีโดยจัดทำเป็นแผนงานโครงการและงบประมาณแล้วนำมาเสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคมพิจารณาแก้ไขปรับปรุงและให้ความเห็นชอบในเบื้องต้นก่อน

2. เมื่อคณะกรรมการฝ่ายการประชุมสัมพันธ์ได้ให้ความเห็นชอบเบื้องต้นแล้วให้นำเสนอต่อคณะกรรมการประกันสังคม เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบขั้นสุดท้ายต่อไป

การติดตามและประเมินผล

1. ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมทำการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนงานโครงการและงบประมาณที่ได้รับความเห็นชอบให้ดำเนินการแล้วโดยจัดทำรายงานเสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อพิจารณาทุกไตรมาส

2. ให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกสิ้นปี และเมื่อครบกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทโดยศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมเป็นผู้จัดทำเสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบแล้วนำเสนอคณะกรรมการประกันสังคมเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไป

บทสรุป

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มาตรการและแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแผนแม่บทนี้เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย สื่อการประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมที่มุ่งหวัง จะปฏิบัติให้บังเกิดผลในระยะเวลาของแผนแม่บทฉบับนี้ ทั้งนี้โดยกำหนดแนวทางกว้างๆเอาไว้ เพื่อให้เป็นแนวทางในการนำไปจัดทำแผนกิจกรรมรายปี และจัดทำแผนงานโครงการและงบประมาณ เพื่อดำเนินการต่อไป

2. นอกจากจะได้กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายในการดำเนินงานเอาไว้แล้วยังได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การติดตามและประเมินผลเอาไว้ด้วย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นางสาวนิศารัตน์ จันทร์ประกา เกิดที่จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2503 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีรัฐศาสตรบัณฑิต (รบ.) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2526 ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ฝ่ายมาตรฐานการบริการบนเครื่องบิน ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย