



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ)

ปริญญา

นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ

นิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำ
บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behavior of Parents on Making
ID Cards among People Aged 7-14 Years in Bangkok

นามผู้วิจัย นางสาวชลธิดา นันทนเสรีวัฒน์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์สรณ์ยธร ศศิธนากรแก้ว, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์สรณ์ยธร ศศิธนากรแก้ว, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ริระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สิงห์สีทอง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำ บัตรประจำตัวประชาชน
กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behavior of Parents on Making ID Cards among
People Aged 7-14 Years in Bangkok

โดย

นางสาวชลธิดา นันทนเสรีวัฒน์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ)

พ.ศ. 2555

ชลธิดา นันทนเสรีวัฒน์ 2555: การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของ
ผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ) สาขานิเทศศาสตร์และ
สารสนเทศ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
หลัก: อาจารย์ศรีณัฏฐ์ ศศิธรนากรแก้ว, นศ.ค. 114 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม
2) หาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองกลุ่มบุคคล
อายุ 7-14 ปี ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย
เชิงปริมาณโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ
7-14 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน การวิเคราะห์และประมวลผล โดยใช้สถิติ
เชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติ
เชิงอนุมาน ได้แก่ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่าง
กันมีการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน ด้านเพศและอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน
2) การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้การทำบัตร
ประจำตัวประชาชน 3) ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ
ทัศนคติการทำบัตรประจำตัวประชาชน 4) ทักษะของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มี
ความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมในการทำบัตรประจำตัวประชาชน

ลายมือชื่อผู้คิด

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Chontida Nantanasereewat 2012: Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behavior of Parents on Making ID Cards among People Aged 7-14 Years in Bangkok. Master of Arts (Communication Arts and Information), Major Field: Communication Arts and Information, Department of Communication Arts and Information Science. Thesis Advisor: Miss Saranthorn Sasitanakornkaew, Ph.D. 114 pages.

This research aims to investigate 1) Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behavior 2) the correlations among Media Exposure, Knowledge, Attitudes, Information Needs and Behavior of Parents on Making ID Cards among People Aged 7-14 Years in Bangkok. This study is a quantitative research by using questionnaires and the sample group is 400 parents of children ages between 7-14 years who live in Bangkok. Analysis and data processing used descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation and inferential statistics including T-test One-way Analysis of Variance, and Pearson's product moment correlation coefficient

The result found that 1) Population with different education, occupation and income level responds to Media Exposure indifferently. Whereas, Population with different gender and age responds to Media Exposure differently. 2) Media exposure of parents among aged 7-14 years does not correlate with knowledge regarding ID Cards. 3) Knowledge of parents among aged 7-14 years has a positive correlation with attitudes on Making ID Cards. 4) Attitudes of parents among aged 7-14 years have a positive correlation with behavior on Making ID Cards.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ซึ่งอยู่เคียงข้างและคอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณพี่สาวผู้แสนดี ที่คอยช่วยเหลือและให้การสนับสนุนงานวิจัยครั้งนี้ด้วยความเต็มใจ และเต็มความสามารถ ทำให้ผู้วิจัยเกิดกำลังใจและสติปัญญาสามารถเผชิญอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจนประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ศรัณย์ธร ศศิธรนากรแก้ว ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะ ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับการทำวิจัย และสละเวลาแก้ไข ตรวจทานจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณในความเมตตาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. นรกฤต วันตะเมธที่กรุณาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงท่านผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในการสอบวิทยานิพนธ์ และคณะอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาวิทยาศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ขอขอบคุณ คุณอภิสิทธิ์ อิมโษฐ์ธนากร ที่ช่วยเรื่องเอกสารตลอดระยะเวลา 2 ปีการศึกษา

ขอกล่าวคำขอบคุณด้วยความซาบซึ้งใจแก่เพื่อนๆ XL08 รุ่น 2 ทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่อง พร้อมทั้งรับฟังปัญหา และคอยให้กำลังใจเพื่อนตลอดมา ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามทุกท่าน

และนอกเหนือไปจากทุกท่านที่ได้เอ่ยนามถึง และท่านที่ไม่ได้เอ่ยนามถึง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ได้มีส่วนช่วยเหลือให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ชลธิดา นันทนเสรีวัฒน์
มีนาคม 2555

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์	8
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	17
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม	20
แนวคิดบัตรประจำตัวประชาชนแบบสแมร์ทกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
สมมติฐาน	46
กรอบแนวคิดในการวิจัย	47
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	48
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	55
บทที่ 4 ผลการวิจัย	57
การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา	57
การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน	68
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	73
สรุปผลการวิจัย	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
อภิปรายผลการวิจัย	77
ข้อเสนอแนะ	83
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	85
ภาคผนวก	93
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	94
ภาคผนวก ข บัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด	
กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	102
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	114

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	57
2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	58
3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	58
4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	59
5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	59
6	ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของการเปิดรับสื่อการกำนันประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	60
7	อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของความรู้ผู้ปกครองต่อการกำนันประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	61
8	แสดงจำนวน ร้อยละของความรู้ผู้ปกครองต่อการกำนันประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	62
9	ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของทัศนคติผู้ปกครองต่อการกำนันประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	63
10	อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของพฤติกรรมกำนันประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

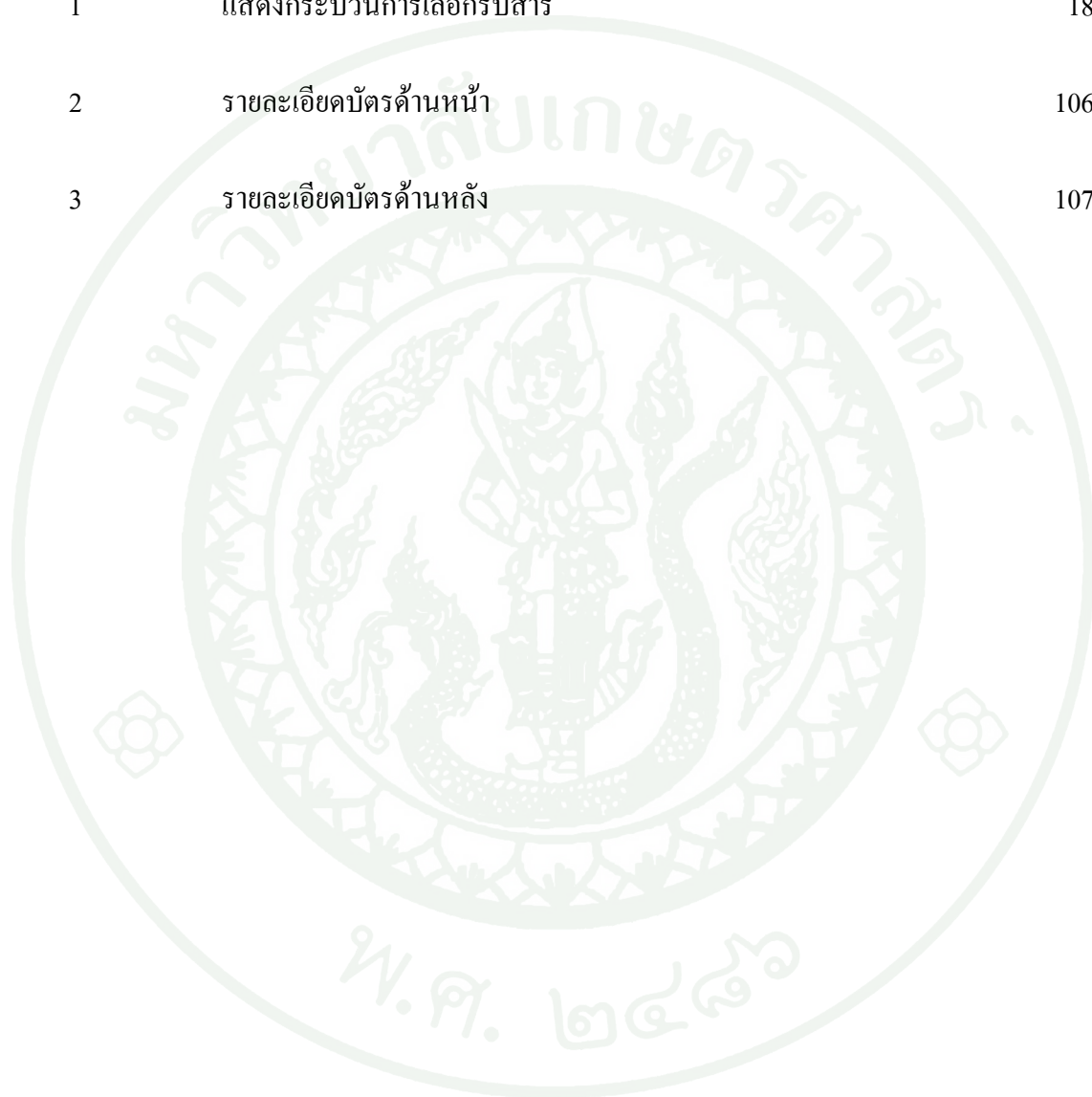
ตารางที่		หน้า
11	แสดงจำนวน ร้อยละของความรู้ผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	65
12	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	66
13	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามเพศ	68
14	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามอายุ	68
15	การเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อจำแนกตามอายุ	69
16	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามการศึกษา	69
17	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามอาชีพ	70
18	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามรายได้	70
19	แสดงค่าประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชน	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
20	แสดงค่าประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับทัศนคติในการทำบัตรประจำตัวประชาชน	71
21	แสดงค่าประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชน	72

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงกระบวนการเลือกรับสาร	18
2	รายละเอียดบัตรด้านหน้า	106
3	รายละเอียดบัตรด้านหลัง	107



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

บัตรประจำตัวประชาชน คือ หลักฐานที่รัฐออกให้เพื่อรับรองว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นพลเมืองของรัฐ ทั้งนี้บุคคลที่ได้รับการรับรองจะได้รับการปกป้อง และคุ้มครองจากรัฐในเรื่องของอำนาจหรือผลประโยชน์ ภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนด อาทิ สิทธิในการรักษาพยาบาล สิทธิในการศึกษาเล่าเรียนฟรี กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและที่ดิน เป็นต้น โดยแต่ละประเทศจะมีการบันทึกข้อมูลของประชาชนเก็บไว้ในฐานข้อมูล เพื่อใช้ในการตรวจสอบ และถือเป็นการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดกับประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความปลอดภัย เรื่องของปากท้อง สิทธิในการครอบครองที่ดินและการประกอบอาชีพ นอกจากนี้บัตรประจำตัวประชาชนยังถือเป็นการป้องกันปัญหาหรืออันตรายที่อาจจะเกิดกับประเทศหรือประชาชนในประเทศได้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในด้านผู้ร้ายข้ามแดน ปัญหาการก่ออาชญากรรมข้ามชาติ ปัญหาการก่อวินาศกรรม และการลักลอบเข้าประเทศอย่างผิดกฎหมาย ซึ่งปัญหาเหล่านี้นับว่าเป็นภัยคุกคามอย่างร้ายแรงยิ่งในปัจจุบัน (สมคิด เลิศไพฑูรย์ และคณะ, 2549)

ประเทศไทยมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชนฉบับแรกใน พ.ศ. 2486 ซึ่งภายหลังได้บังคับใช้มา 40 ปี หลังจากนั้นประกาศใช้พระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชนฉบับใหม่ใน พ.ศ.2526 ซึ่งบังคับใช้มาจนถึงทุกวันนี้ โดยเมื่อพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงในวิวัฒนาการของรูปแบบบัตรประจำตัวประชาชนตั้งแต่อดีต ขณะนี้ประชาชนไทยมีบัตรประจำตัวประชาชนใช้มาแล้ว 5 รุ่น ดังนี้

บัตรรุ่นที่ 1 มีลักษณะคล้ายแผ่นพับขนาดเล็ก 4 ตอน มีทั้งหมด 8 หน้า เริ่มใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2486 – สิ้นปี พ.ศ.2505 ออกให้เฉพาะประชาชนในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและธนบุรี (กรุงเทพมหานครในปัจจุบัน)

บัตรรุ่นที่ 2 มีลักษณะสีเหลี่ยมผืนผ้า ขนาดพกพาติดตัวได้สะดวกมี 2 ด้าน รูปถ่ายผู้ถือบัตร เป็นรูปขาว-ดำ พิมพ์รายการผู้ถือบัตรด้วยเครื่องพิมพ์ดีดธรรมดา และเคลือบด้วยพลาสติกใส เริ่มใช้ ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2506 – สิ้นปี พ.ศ.2536 รวมทั้งสิ้น 30 ปี

บัตรรุ่นที่ 3 มีลักษณะคล้ายกับบัตรรุ่นที่ 2 แตกต่างกันที่รูปถ่ายผู้ถือบัตรเป็นรูปสีธรรมชาติ พิมพ์รายการผู้ถือบัตรด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ และเคลือบด้วยวัสดุป้องกัน การปลอมแปลงชนิดพิเศษ โดยเริ่มใช้บัตรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2531 เป็นต้นมา

บัตรรุ่นที่ 4 มีลักษณะคล้ายบัตรเครดิตมีแถบแม่เหล็กบันทึกข้อมูลเจ้าของบัตร และผลิต ด้วยคอมพิวเตอร์ทั้งระบบ รายการใหม่ที่เพิ่มเติมขึ้นมาในบัตรรุ่นนี้ คือ การระบุหมู่โลหิต เพื่อ ประโยชน์ในเรื่องคลังข้อมูลแหล่งโลหิตของสภากาชาดไทย บัตรรุ่นนี้เริ่มทยอยใช้เป็นครั้งแรก ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม 2539 ในเขตท้องที่อำเภอเมืองปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร

บัตรรุ่นที่ 5 เป็นบัตรประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด ซึ่งเป็นบัตรแบบอเนกประสงค์ที่ อำนวย ประโยชน์ต่อเจ้าของบัตรในด้านต่างๆ มากขึ้น เช่น ใช้แทนทะเบียนบ้าน เป็นบัตรเสียภาษี เป็น ใบขับขี่ในบัตรเดียวกัน เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 เป็นต้นไป (กฎหมาย ฐานะเศรษฐกิจ, 2547)

ความก้าวหน้าของบัตรประจำตัวประชาชนในประเทศไทยพัฒนาถึงยุคของ บัตร Smart Card หรือที่เรียกว่า บัตรประจำตัวแบบอเนกประสงค์ นำมาใช้ทดแทนบัตรแบบเดิมที่มีลักษณะ คล้ายบัตรเครดิต มีแถบแม่เหล็กบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตร ซึ่งมีความสามารถจำกัดในการเก็บ ข้อมูล อาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ของไมโครชิพฝังไว้เพื่อบรรจุข้อมูลต่างๆ ของเจ้าของบัตร ทั้งข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เลขประจำตัวประชาชน 13 หลัก ชื่อ-นามสกุล วันเดือนปีเกิด วันออกบัตร วันหมดอายุ และรูปถ่ายเจ้าของบัตร รวมถึงข้อมูลที่สามารถเก็บเพิ่มเติมอีกจำนวนมาก ได้แก่ ข้อมูล สุขภาพ บัตรประกันสังคม ข้อมูลเกี่ยวกับการเกณฑ์ทหาร ข้อมูลด้านภาษีอากร เป็นต้น

นโยบายของรัฐบาลมีความต้องการให้บัตรประจำตัวประชาชนเป็นบัตรอเนกประสงค์ เพื่อที่จะให้ประชาชนใช้บัตรเพียงใบเดียวแทนบัตรประเภทต่างๆ ที่รัฐออกให้ทั้งหมด ทำให้เกิด ความสะดวกในการพกพาบัตร และเป็นการประหยัดงบประมาณของรัฐในการออกบัตรประเภท ต่างๆ ตลอดจนให้เกิดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน กล่าวคือ บัตรนี้จะเป็นทั้งบัตรแสดงตัว เป็นบัตร สมาชิกและทะเบียนเกี่ยวกับบุคคลประเภทต่างๆ (Thailand Master Card / Master Key : TMCK)

เป็นบัตร ATM เป็นบัตรเดบิตการ์ดและเครดิตการ์ด ซึ่งบัตรดังกล่าวสามารถใช้เลขประจำตัวประชาชนเพื่อเข้าสู่ระบบบริการเครือข่ายภาครัฐและเอกชนในสาขาต่างๆ (One Number Multi Services ONMS) โดยการใช้รหัสส่วนบุคคล (Pin Code) ในการรับส่ง E-Mail และยืนยันตัวตนบุคคล ก่อนเข้าสู่ระบบบริการภาครัฐและภาคเอกชน ส่งผลให้การติดต่อใช้บริการจากรัฐหรือเอกชน ไม่จำเป็นต้องเตรียมหลักฐานที่ทางราชการออกไปแสดง ทำให้เกิด การประหยัดค่าใช้จ่าย ได้รับความสะดวกและความรวดเร็วในการติดต่อทางราชการ (สมคิด เลิศไพฑูรย์ และคณะ, 2549)

เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2554 ประกาศพระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2554 มีการแก้ไขและเพิ่มเติมเนื้อหาการทำบัตรประจำตัวประชาชน โดยเปลี่ยนแปลงมาตรา 5 กำหนดอายุบุคคลสัญชาติไทยที่จะต้องมียบัตร คือ ผู้ที่มีอายุครบ 7 ปีบริบูรณ์จะต้องยื่นคำขอมียบัตร ภายใน 60 วัน กรณีผู้ที่มีอายุระหว่าง 7 ปีบริบูรณ์จนถึงก่อนครบ 15 ปีบริบูรณ์ ให้ยื่นคำขอมียบัตร ภายใน 1 ปี นับจากวันที่ 10 กรกฎาคม 2554 บุคคลที่มีหน้าที่ ยื่นคำขอมียบัตรใหม่หรือเปลี่ยนบัตร ของผู้ที่ยังไม่ถึง 15 ปีบริบูรณ์ เป็นหน้าที่ของบิดา มารดา ผู้ปกครองหรือบุคคลซึ่งดูแล เป็นผู้ยื่น ขอ แต่ไม่ตัดสิทธิบุคคลที่จะมายื่นคำขอด้วยตนเอง ในมาตรา 6 ทวิ แก้ไขอายุของบัตรจากเดิมที่มี อายุ 6 ปีเปลี่ยนเป็น 8 ปีนับตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2554 เป็นต้นไป นอกจากนี้ตามมาตรา 6 ทรี ที่ เดิมให้ขอมียบัตรใหม่เนื่องจากหมดอายุภายใน 60 วันนับแต่วันหมดอายุ ในฉบับแก้ไขเพิ่มให้ขอมิ บัตรได้ก่อนวันบัตรหมดอายุ 60 วัน และ มาตรา 6 จัตวา การขอมียบัตรใหม่เนื่องจาก (1) บัตรหาย หรือถูกทำลาย (2) บัตรชำรุดในสาระสำคัญ (3) วันที่แก้ไขชื่อตัว ชื่อสกุลหรือเปลี่ยนชื่อตัวและชื่อ สกุลในทะเบียนบ้าน ผู้ถือบัตรผู้ใดย้ายที่อยู่จะขอเปลี่ยนบัตร ต้องเสียค่าทำเนียมการทำบัตรฉบับละ 100 บาท รวมทั้งการพกบัตรประจำตัวประชาชนที่กฎหมายมิได้บังคับให้กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต้องพกพาบัตรไว้ตรวจ แต่มีสภาพบังคับให้ผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปต้องพกบัตรประจำตัวประชาชน สำหรับตรวจตามมาตรา 17 กรณีผู้ถือบัตรไม่มีบัตรแสดง เมื่อพนักงานตรวจบัตรขอตรวจ จะต้อง ระวังโทษปรับไม่เกิน 200 บาท (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)

หลังจากประกาศพระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2554 มีความคิด ทั้งเห็นด้วย และไม่เห็นด้วยในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทั้งนี้กรม การปกครอง ระบุว่าการทำงานบัตรฯ เพื่อประโยชน์ในการเข้ารับบริการสาธารณะของรัฐ จึงได้ ปรับปรุงหลักเกณฑ์ และวิธีการการออกบัตรประจำตัวประชาชน เพื่อให้สอดคล้องกับการที่รัฐจะ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการประชาชนในด้านต่างๆ ผ่านทางบัตรประจำตัวประชาชน รวมทั้ง ป้องกันการปลอมแปลงเอกสารสวมสิทธิ์สัญชาติไทยของบุคคลต่างด้าว และผู้ปกครองบางส่วน

เห็นพ้องกับการทำบัตรฯ ไม่ต้องพกสูติบัตรในการติดต่อราชการ ทำให้ปัญหาเด็กเร่ร่อน ขอทาน อาจลดน้อยลง (news mthai, 2554)

ผลเสียที่ตามมาย่อมเป็นภาระของผู้ปกครองที่ต้องเสียเวลาพาบุตรหลานของตนไปติดต่อขอทำบัตร ทางด้านนายมนตรี สันทวิชัยหรือครูย่น เลขานุการมูลนิธิคุ้มครองเด็ก กล่าวว่า การทำบัตรฯ ถือเป็นการใช้อำนาจโดยไม่ตรวจสอบรายละเอียดให้รอบคอบ อาจทำให้เกิดผลกระทบกับเด็กหลายๆ กลุ่ม เช่น กลุ่มเด็กพิการ เด็กกำพร้า เด็กเร่ร่อน ซึ่งทางรัฐเป็นผู้ดูแลเด็กกลุ่มนี้ และกฎหมายในอดีตได้ผ่านกระบวนการคิดที่ดี ที่ให้กลุ่มบุคคลอายุ 15 ปีขึ้นไปมีบัตรประจำตัวประชาชน เพราะ วัยนี้เริ่มมีความคิดเป็นผู้ใหญ่ สามารถดูแล และรักษาบัตรประจำตัวประชาชนได้ ดีกว่ากลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ขณะที่นางประทีป อึ้งทรงธรรม นพปฎปนาคริยเดช ประธานมูลนิธิดวงประทีป กล่าวว่า ไม่เห็นด้วยกับกฎหมายดังกล่าว เพราะไม่เห็นว่ามีความเหมาะสมที่จะให้กลุ่มบุคคล 7- 14 ปีทำบัตร เพราะในเรื่องธุรกรรมต่างๆ ผู้ปกครองมีหน้าที่เป็นผู้ดูแล ซึ่งหากให้กลุ่มบุคคล 7- 14 ปีถือบัตรก็อาจทำหาย ส่วนที่ระบุว่า เพื่อป้องกันการสวมสิทธิ์บุคคลต่างด้าว ตรงนี้ไม่ได้ช่วยแก้ไขปัญหา หากจะแก้ไขปัญหานี้ต้องให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นผู้ป้องกันแก้ไขปัญห (ข่าวสด, 2554) รวมทั้ง วลลภ ตั้งคณาภิรักษ์หรือครูหุ้ย กรรมการและเลขานุการมูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก ไม่เห็นด้วยกับการทำบัตรฯ พร้อมทั้งอธิบายข้อมูลสูติบัตรว่า ตามกฎหมายเมื่อเด็กเกิดจะมี ใบเกิดหรือสูติบัตร เพื่อบอกว่าเด็กคนนี้เป็นคนไทย พอถึงเวลาก็เอาสูติบัตรไปเข้าชื่อในทะเบียนบ้าน เมื่ออายุครบ 6 ปี ก็จะมีจดหมายจากเขตหรืออำเภอบอกว่าลูกของบ้านนี้อยู่ในวัยเรียน ควรไปโรงเรียนตามกฎหมายที่ให้ศึกษาตามภาคบังคับ ซึ่งประโยชน์ของสูติบัตรก็ใช้ได้เหมือนกับบัตรประจำตัวประชาชน และทิพย์สุดา คุณแม่มือใหม่ กล่าวว่า การทำบัตรฯ เป็นการเพิ่มภาระ ไม่มีความจำเป็น เพราะเด็กไม่สามารถเก็บรักษาได้ ผู้ปกครองต้องเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ (ผู้จัดการ, 2553)

นายจักรี ชื่นอุระ ผู้อำนวยการสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง เปิดเผยสรุปภาพรวมการทำบัตรประจำตัวประชาชนให้กับเด็กไทยที่มีอายุ 7 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป หลังจากที่ได้เปิดระบบพร้อมกันอย่างเป็นทางการทั่วประเทศ ได้รับการตอบรับค่อนข้างน้อย เนื่องจากเด็กส่วนใหญ่ต้องเรียนหนังสือในวันธรรมดา อีกทั้งการประชาสัมพันธ์อาจยังน้อยเกินไป เป้าหมายสำคัญคือต้องการให้เด็กมาทำบัตรในวันหยุด ซึ่งจะได้รับความสะดวกกว่าในวันธรรมดา ในวันแรกของการทำบัตรฯ ระบบอินเทอร์เน็ตของสำนักทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เกิดล่มทั่วประเทศ ทำให้เกิดการชะงักงันชั่วคราว ทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองที่พาบุตรหลานมารอทำบัตรประจำตัวประชาชนในหลายๆ พื้นที่ ไม่สามารถใช้บริการได้ ทั้งนี้เกิดจากเครื่องมืออุปกรณ์หมดอายุการใช้งาน จึงต้องทำการเปลี่ยนอุปกรณ์ใหม่ ซึ่งทางอธิบดีกรมการปกครอง ก็ได้สั่งการให้

ทำการเปลี่ยนคอมพิวเตอร์ และเครื่องพิมพ์ที่ชำรุด เพื่อเดินทางในการทำบัตรดังกล่าวต่อไป (ไอเอ็นเอ็น, 2554)

จากปัญหาดังกล่าว มีการจัดการ และแก้ไขการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคล อายุ 7-14 ปี สามารถรองรับจำนวนผู้ที่มีสิทธิทำบัตรฯ โดยการเพิ่มเวลาการให้บริการทำ บัตรประจำตัวประชาชนในวันทำการปกติตั้งแต่เวลา 08.00 น. - 18.00 น. ในวันเสาร์และ วันอาทิตย์ เวลา 08.00 น.- 16.00 น. ไปจนถึงเดือนกันยายน ซึ่งผู้ปกครองที่ไม่สะดวกในเวลาทำงาน ก็สามารถรับบริการในช่วงเวลาอื่นได้ อีกทั้งจัดหน่วยบริการจัดทำบัตรเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ออก ให้บริการจัดทำบัตรฯ ให้กับนักเรียนตามสถานศึกษาต่างๆ เดือนละ 3 ครั้ง รวมทั้งจัดวันและเวลาที่ เหมาะสมในวันเสาร์ เชิญโรงเรียนเข้ามาทำบัตรฯ ที่เขตหรืออำเภอ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 10 ก.ค.2554 เป็นต้นไปจนถึงวันที่ 10 ก.ค.2555 (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2554)

การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ถือว่าเป็นเรื่องใหม่ที่ได้รับ ความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก ทั้งภาครัฐ นักวิชาการ และผู้ปกครอง วิพากษ์วิจารณ์ข้อดี และข้อเสียในการทำบัตรฯแตกต่างกัน อาจทำให้เกิดความสับสน ความเพิกเฉยต่อประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้จากการเปิดระบบทางเป็นทางการเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่านมา ผู้ปกครองกลุ่มบุคคล อายุ 7-14 ปี จำนวนมากที่มาดำเนินการทำบัตรฯ ประสบปัญหาความล่าช้า เนื่องจากเกิดความ ขัดข้องของระบบฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร เครื่องมือในการปฏิบัติงานชำรุด การทำบัตรฯที่ใช้ เวลานาน ความไม่เข้าใจถึงกระบวนการทำบัตรฯ ไม่ทราบถึงระยะวัน เวลา และสถานที่อื่นๆ ที่ สามารถทำบัตรฯ ได้ อาจเกิดจากการเปิดรับสื่อที่น้อยเกินไป ไม่ครอบคลุมเนื้อหา จึงทำให้ ผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ขาดความรู้ความเข้าใจในการทำบัตรฯ ไม่รู้กำหนดการที่แน่นอน ทำให้เกิดความวุ่นวายหรือไม่ยอมรับถึงความสำคัญของการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล อายุ 7-14 ปี

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกระบวนการทำบัตรประจำตัวประชาชน รวมทั้งสำนักเขต กรมการปกครอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลส่วนนี้ไปพัฒนา การวางแผนช่องทางการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เข้าถึง และมีประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต่อการทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต่อการทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับความรู้การทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับทักษะการทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับ พฤติกรรมการทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่มีสิทธิทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 585,125 คน (กรมการปกครอง, 2553) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปกครองของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่มีสิทธิทําบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการเปิดรับสื่อในการทําบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร
2. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเนื้อหาสาระ และการนำเสนอเกี่ยวกับการทําบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

3. เพื่อเป็นแนวทางให้สำนักเขต และกรมการปกครอง นำไปพัฒนาการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการเลือกสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และเหมาะสม

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ความรู้ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในประเด็นเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ อายุของบัตรประจำตัวประชาชน บุคคลที่มีหน้าที่ยื่น คำขอมิบัตรประจำตัวประชาชน วัน เวลา และสถานที่ในการทำบัตรประจำตัวประชาชน

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี หมายถึง เอกสารหรือหลักฐานที่ทางราชการออกให้เฉพาะบุคคลผู้มีสัญชาติไทยอายุตั้งแต่ 7-14 ปี บริบูรณ์ และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน

ผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี หมายถึง บิดา มารดา ผู้ปกครองหรือบุคคลซึ่งรับดูแลกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เป็นผู้ยื่นคำขอการมีบัตรประจำตัวประชาชน แต่ไม่ตัดสิทธิกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่จะยื่นคำขอด้วยตนเอง

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
4. แนวคิดบัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ตการ์ดกลุ่มบุคคล 7-14 ปี
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทต่อองค์กร หน่วยงานราชการและหน่วยงานธุรกิจ ซึ่งทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพ ให้คำนิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้หลายทัศนะดังนี้

การประชาสัมพันธ์ จะเป็นการกระทำ คำพูดหรือสถานการณ์ใดๆ ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วย ช่วยเหลือสนับสนุน ยิ่งไปกว่านั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการสำรวจประหามติว่าประชาชนมีทัศนคติต่อสถาบันหรือองค์การอย่างไร ถ้าเห็นด้วยก็จะทำให้ดียิ่งขึ้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วย ก็จะต้องแก้ไขปรับปรุง (นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์, 2545)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังความร่วมมือจากประชาชน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546)

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations หรือ PR) หมายถึง รูปแบบของการจัดการ การสื่อสาร ที่มุ่งใช้การเผยแพร่ข่าว รูปแบบการส่งเสริมการตลาดและข่าวสารที่ไม่เสียเงิน เพื่อส่งผลต่อความรู้สึก ความเห็นหรือความเชื่อของผู้ซื้อ ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท สินค้าหรือบริการ คุณค่าของสินค้าหรือบริการหรือกิจกรรมขององค์กร (สิทธิ ชีรสรณ์, 2551)

การประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนรับทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานของสถาบัน รวมถึงประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีดำเนินงาน (Berneys, 1961)

การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดของประชาชน โดยให้การยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทาง (Cutlip and Center, 1978)

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจ โดยลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ส่งเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ไปถึงผู้รับสาร และ ผู้รับสารได้แลกเปลี่ยนสารกลับมายังผู้ส่งสารในลักษณะของการสื่อสารที่เท่ากัน หากผู้ส่งสารฝ่ายใดมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง อาจนำไปสู่การสื่อสารเจรจาต่อรองและการประนีประนอม (Davis, 2003)

จากคำนิยามของนักวิชาการดังกล่าว สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงาน กิจกรรมเผยแพร่สู่สาธารณะให้รับทราบและเสริมสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน ตลอดจนสร้างความภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดี เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ก่อให้เกิดความร่วมมือแก่องค์กรหรือหน่วยงาน

2. ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ต่อการ

1) การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาองค์กร การดำเนินโครงการใหม่ๆ เป็นการฟื้นฟูให้องค์กรเติบโตได้เร็วขึ้น ทั้งในด้านบุคลากร ผลงาน รวมทั้งช่วยให้ประชาชนรู้จักองค์กรมากขึ้น

2) การประชาสัมพันธ์จะช่วยกระตุ้นเตือนพนักงานในองค์กรให้เกิดความรับผิดชอบ กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจ สอบถาม และเข้ามาใกล้ชิดกับองค์กร

3) การประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้รับการสนับสนุนหรือความร่วมมือจากประชาชนและฝ่ายต่างๆ เพิ่มขึ้น (วิจิตร อวทะกุล, 2541)

3. ประเภทของสื่อการประชาสัมพันธ์

ลัทธิ สตะเวทิน (2542) ได้แบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

1) Controlled Media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเอง ทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการ รูปแบบ การผลิต รวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการใช้สื่อประเภทนี้ สามารถเจาะจงประชาชนเป้าหมายได้เป็นกลุ่ม ๆ สื่อเหล่านี้ได้แก่ สิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพและเสียง การจัดเหตุการณ์พิเศษ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2) Mass Media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมาก ๆ หรือเรียกว่า มวลชน ประชาชนเหล่านี้อยู่อย่างกระจัดกระจายในที่ ต่างกัน แต่ด้วยพัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนเหล่านี้ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์

บุญเกื้อ วรรหาเวช (2542) ได้แบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

1. สื่อคำพูด

คำพูดเป็นสื่อดั้งเดิมที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน และมีปฏิริยาตอบสนองกลับได้ทันที ได้แก่ การพบปะพูดคุยจรรยาบรรณ การจัดตั้งหน่วยติดต่อ-สอบถาม การพูดติดต่อทางโทรศัพท์ และการแสดงปาฐกถา เป็นต้น

คุณลักษณะของสื่อคำพูด เหมาะที่จะใช้เพื่อการเผยแพร่กับเรื่องสั้นๆ ข้อความสั้นๆ ง่ายๆ ขณะที่พูดดูที่ทำของฝ่ายผู้รับได้ ในกรณีที่พูดกันโดยตรงสร้างความประทับใจได้ง่าย เพราะอาศัยบุคลิกภาพ ท่าทาง อารมณ์ โนมน์น้ำผู้ฟังได้ มีการย้ำ การเน้นด้วยน้ำเสียง สร้างความเลื่อมใส ผูกใจด้วยถ้อยคำไพเราะ และเป็นสื่อที่ไม่ต้องลงทุน

สื่อคำพูดมีข้อจำกัด คือ ใช้ประสาทุ เลื่อนลอย ไม่ถาวร อาจบิดเบือนได้ง่าย ถ้าเครื่องช่วยไม่ดีพอ เช่น พูดทางโทรศัพท์ พูดทางเครื่องขยายเสียง เป็นต้น อาจบิดเบือนได้ง่ายเพราะคำพูดเป็นลมปากส่งต่อจากปากหนึ่งไปอีกปากหนึ่ง กลายเป็นข่าวลือ ถ้าพูดอย่างทางการหรือพิธีการมากเท่าไร ก่อจะได้ผลลดน้อยลง เพราะฉะนั้นถ้าจะพูดให้ได้ผล ควรสร้างบรรยากาศเป็นกันเองให้มากที่สุด

2. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูง ให้รายละเอียดได้มาก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเอกสารประชาสัมพันธ์

3. ภาพโฆษณา

ภาพโฆษณาในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ รูปภาพ ฟิล์มสตริป ภาพการ์ตูน และภาพอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ภาพโฆษณาใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ได้ดีเพราะมีลักษณะสะดุดตา สีสดสวย ข้อความสั้น แต่กินใจความ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็นและเพิ่มพูนความมั่นใจให้แก่ผู้รับข่าวสารได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นภาพโฆษณาจึงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อกระแสประชามติได้มาก สถาบันต่าง ๆ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่มีความสามารถในการสร้างภาพโฆษณาร่วมอยู่ด้วย เพื่อผลิตสื่อประเภทนี้ออกมาเผยแพร่สู่สายตาประชาชน

4. ภาพยนตร์

ภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ อาจทำให้ทั้งแบบภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพยนตร์ข่าวและเบ็ดเตล็ด จะช่วยให้ผู้รับข่าวเข้าใจเรื่องราวได้ดีขึ้น ภาพยนตร์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีอยู่ 3 ขนาด คือ ขนาด 35 ม.ม. ใช้กันตามโรงภาพยนตร์ทั่วไปขนาด 16 ม.ม. ใช้กันมากเพราะราคาไม่แพงนัก และขนาด 8 ม.ม. ปัจจุบันไม่ค่อยนิยมใช้เพราะคุณภาพไม่ค่อยดี

5. วิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างไกล ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออก สามารถรับข่าวสารได้และยังเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมากเหนือกว่าหนังสือพิมพ์

6. โทรทัศน์

โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบัน ทั้งยังมีพลังในการหันเหความคิด ความเชื่อได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ โดยสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับได้มากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ไปได้กว้างไกล รวดเร็ว ผู้รับสามารถเก็บรายละเอียดของข่าวสารได้ดีกว่าวิทยุกระจายเสียงหรือหนังสือพิมพ์ สามารถเสนอได้ทั้งข่าวสาร ความเป็นจริงและความบันเทิง และมีวิธีการพลิกแพลงในการเสนอข่าวสารความรู้ได้มากกว่าสื่ออื่นๆ

โทรทัศน์มีข้อจำกัดบางอย่าง คือ จำกัดเนื้อที่คนดู เพราะจอมีขนาดเล็กกว่าภาพยนตร์ และจำกัดด้วยกล้อง ถึงแม้จะมีหลายกล้องแต่ก็ไม่ทันใจเท่ากับมองด้วยตาเปล่า เป็นสื่อที่มี ราคาแพง สามารถสื่อสารได้ทางเดียว ไม่อาจซักถามได้ทันทีเมื่อสงสัย และผู้รับต้องมีเวลา ความตั้งใจจริงในการชมโทรทัศน์ จึงจะสามารถรับเรื่องราวข่าวสารได้สมบูรณ์ ผิดกับวิทยุกระจายเสียงซึ่งผู้รับสามารถทำงานอื่นไปได้ด้วยขณะที่กำลังฟังข่าวสาร

7. นิทรรศการ

นิทรรศการ คือ การนำเอาภาพถ่าย ภาพเขียน สถิติ แผนภูมิหรือวัสดุกราฟิกอื่นๆ ของจริง หุ่นจำลอง สไลด์ ฯลฯ มาจัดแสดงพร้อมคำบรรยายประกอบ อาจจะมีการบรรยายอภิปรายหรือสาธิตในเรื่องต่าง ๆ ที่น่าสนใจ หรือกำลังอยู่ในความสนใจของประชาชนที่เข้าชม จุดมุ่งหมายที่สำคัญของนิทรรศการเพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้

4. การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากจะต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของต้นทุนจากสื่อ และความคิดของผู้รับข่าวสาร ควรพิจารณาถึงวิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น วิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1) การย้ำหรือซ้ำบ่อยๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น ควรระวังว่าถ้าย้ำบ่อยๆ และกระทำต่อเนื่องกันนาน อาจถึงจุดอิ่มตัว ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะรู้สึกเบื่อหน่าย ฉะนั้นถ้าจะทำเรื่อยๆ ควรมีทั้งความต่อเนื่องและความหลากหลาย

2) ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วมในกิจการต่างๆ (Participation) (บุญเกื้อ ควรหาเวช, 2542)

วิจิตร อาวะกุล (2541) กล่าวถึง การเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์ ควรพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบดังนี้

1. เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถแพร่กระจายไปยังผู้รับจำนวนมาก
2. ประหยัดค่าใช้จ่าย ราคาเหมาะสมและเหมาะสม
3. มีลักษณะยืดหยุ่น ปรับตัวเข้าได้ทุกกลุ่มและทุกระดับ
4. สื่อสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และความต้องการ
5. เปิดรับการเผยแพร่ขององค์การได้สะดวก เต็มที่ ไม่จำกัดเนื้อที่หรือช่วงเวลา

การดำเนินการสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์ ควรนำลักษณะของสื่อเข้ามาพิจารณา เพื่อให้ได้ผลในการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ลักษณะของสื่อที่ควรพิจารณามีดังนี้

1. ความรวดเร็วต่อการรับ (Speed) ผู้ดำเนินการจะต้องคิดว่าต้องการให้ข่าวไปรวดเร็วเพียงใด
2. ความคงทนถาวร (Permanence) พิจารณาความคงทนถาวรของสื่อ เช่น หนังสือบนกระดาษมีลักษณะคงทนกว่าคำพูด
3. เนื้อหาที่และเวลาของสื่อ (Speed and Time) สื่อต่างๆที่ใช้ย่อมต้องการเนื้อหาที่และเวลา เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เสียงตามสาย มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา อาจเสนอเรื่องราวได้ในขอบเขตของเวลา ออกอากาศหรือเวลาที่ผู้รับฟังมากที่สุด
4. การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Participation) การให้ผู้รับเข้ามามีส่วนร่วมช่วยทำให้การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

การสื่อสารจะเกิดประสิทธิผลได้มาน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ดังนี้

1. ความเหมาะสมของสื่อกับผู้ส่งสาร ซึ่งหมายถึง การเข้ากันกับความสามารถ ความชำนาญในการใช้สื่อประเภทนั้นๆของผู้ส่งสาร เช่น ผู้ส่งมีความสามารถในการเขียนหนังสือก็ควรเลือกวิธีการเขียนในการสื่อสารหรือมีความถนัดในการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ ก็ควรใช้สื่อตามที่ถนัด ซึ่งจะทำการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของผู้ส่งสารมีความน่าสนใจ และมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น
2. ความเหมาะสมของสื่อกับเนื้อหาของสาร ได้แก่ ระดับความสามารถของสื่อแต่ละประเภท ซึ่งเป็นตัวกลางที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสาร อารมณ์ความรู้สึกนึกคิดต่างๆของผู้ส่งได้ดีหรือได้ครบถ้วนมากน้อยเพียงใด เช่น โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง จึงเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้ดีกว่าสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อวิทยุ เป็นต้น หากสารมีเนื้อหาที่มีความยุ่งยาก และความซับซ้อน การพูดเพียงอย่างเดียวก็อาจทำให้ผู้รับสารไม่เข้าใจหรือเกิด ความเข้าใจผิดพลาดไปจากสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการ ดังนั้น หากมีภาพและการบรรยายประกอบก็จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ดีและง่ายขึ้น
3. ความเหมาะสมของสื่อกับผู้รับสาร ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆของผู้รับสาร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้รับจะต้องมีความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ จึงจะสามารถรับ

ข่าวสารจากสื่อประเภทนี้ได้ ส่วนสื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีราคาแพง ซึ่งคนยากจนไม่มีโอกาสที่จะเข้าถึงสื่อประเภทนี้ เพราะไม่มีเงินค่าเข้าชม ดังนั้นในการเลือกสื่อจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่า ผู้รับสารสามารถเข้าถึงสื่อประเภทนั้นๆ ได้หรือไม่

4. ความเหมาะสมของสื่อกับสภาพแวดล้อม ซึ่งหมายถึง การเข้าถึงได้ของสื่อหรือสมรรถนะของสื่อที่จะสามารถส่งสัญญาณหรือข้อมูลกับสภาพแวดล้อมของการสื่อสารที่เป็นอยู่ในขณะนั้นได้ดีเพียงใด เช่น สภาพพื้นที่บางแห่งอาจเป็นภูเขาหรือเป็นเกาะหรือพื้นที่ที่มีความแปรปรวนของสภาพอากาศสูง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการใช้สื่อที่ส่งสัญญาณด้วยคลื่น เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น ดังนั้นพื้นที่ที่สื่อเกือบทุกประเภทสามารถใช้ได้ ก็คือ สภาพพื้นที่ราบ มีความเจริญ มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน ก็จะทำให้การเลือกใช้สื่อทำได้ง่ายกว่าพื้นที่ชนบทที่มีข้อจำกัดค่อนข้างสูง

5. ความเหมาะสมของสื่อกับปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ค่อนข้างสำคัญ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่อุปกรณ์และเครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัยที่มีราคาแพง สื่อแต่ละประเภทจะมีค่าใช้จ่ายหรือการลงทุนที่แตกต่างกัน เช่น การผลิตภาพยนตร์ย่อมใช้เงินทุนสูงกว่าการสร้างละครโทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้นเงินทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ส่งสารจะพิจารณาในการเลือกผลิตหรือใช้สื่อในการสื่อสาร (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553)

จากปัจจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่า การจะเลือกใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผลกับเป้าหมายได้ ต้องคำนึงถึงตัวผู้ส่งสาร เนื้อหาข่าวสาร ผู้รับสาร สภาพแวดล้อม เงินทุน และอื่นๆ ที่จะทำให้งานออกมาได้ดีที่สุด

5. การประเมินผลจากการสื่อสาร

นักประชาสัมพันธ์สามารถประเมินได้ดังนี้

1) การตัดข่าว Clipping

1.1 เพื่อเป็นการตรวจสอบดูว่าข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน (Press Release) ได้รับการเสนอมากน้อยเพียงไร เพื่อตรวจสอบดูว่าลักษณะของข่าวที่สื่อมวลชนเลือกลงนั้นเป็นอย่างไร จะได้จัดเตรียมได้ถูกต้องในการดำเนินงานครั้งต่อไป

1.2 เพื่อตรวจสอบว่าข่าวที่เสนอทางสื่อมวลชนตรงกับท้องถื่นการเสนอไปหรือไม่ ถ้าไม่ต้งหรือไม่ถูกต้อง ก็จะได้มีการชี้แจงแก้ไขต่อไป

1.3 เพื่อความคิดเห็นของสื่อมวลชน ที่อาจจะมีต้งการหรือหน่วยงาน เมื่อได้ทำ การประชาสัมพันธ์หรือกระท้งกิจกรรม

2) การสำรวจโดยวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Survey by Social research) เป็นการใช กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสำรวจโดยการใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

2.1 มีประชาชนได้รับข่าวสารเพียงไหน (Audience Coverage) เป้าหมายของการเผยแพร่ เพื่อให้เข้าถึงประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ หากเผยแพร่ไปแล้วประชาชนไม่ได้รับทราบ ก็จะเป็นการเสียประโยชน์ และนำมาดัดแปลงวิธีการเผยแพร่ต่อไป

2.2 คุปฏิกิริยาของประชาชน (Audience Response) เพื่อตรวจสอบว่าประชาชนมี ฏิกิริยาอย่างไรต่อสารที่เผยแพร่ไป ประชาชนให้ความสนใจแค่ไหน เข้าใจเนื้อหาสาระหรือไม่

2.3 อิทธิพลของการสื่อสาร (Communication Impact) เพื่อประเมินการสื่อสารในแง่ ของผลที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร เช่น จากการหาข้อมูลพบว่าประชาชนไม่ชอบบงการ เมื่อได้วางแผน เพื่อสร้างภาพพจน์ใหม่ ทำการเผยแพร่และปฏิบัติการ ประชาชนเปลี่ยนความรู้สึกหรือไม่หรือมี ภาพพจน์คงเดิม

2.4 สื่อใดที่มีอิทธิพลมากกว่ากัน (Process of Influence) เพื่อจะดูว่าสื่อใดมีอิทธิพล มากที่สุดในการเปลี่ยนทัศนคติของประชาชน สื่อใดสร้างความสำเร็จให้กับโครงการประชาสัมพันธ์ มากที่สุด เพื่อที่จะนำมาใช้ประกอบการพิจารณาการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการอื่นต่อไป (ลักษณา สตะเวทิน, 2542)

6. การวัดประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์

การวัดประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์อาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้แล้วแต่วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อในแต่ละครั้งเป็นอย่างไร การวัดมีลักษณะคล้ายกับการวิจัย ซึ่งสามารถทำได้โดย

1) วัดโดยการทดสอบเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนไม่มาก โดยการสอบถามหรือสัมภาษณ์ตามโควตาที่ได้กำหนดขึ้น ทั้งนี้เพื่อองค์กรนำข้อมูลมาเป็นแนวทางข้อเสนอแนะ และแก้ไขเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายว่ามีปัญหาใดบ้าง ในการวิจัยลักษณะนี้ก็เหมือนกับการวิจัยเชิงคุณภาพทั่วไป ที่จะต้องมีการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายในรูปของการอภิปรายกลุ่ม การสัมภาษณ์เจาะลึก แล้วแต่องค์กรต้องการรายละเอียดมากน้อยเพียงใด

2) วัดโดยการทดสอบเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการวิจัยลักษณะนี้เป็นการวิจัยที่ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจทางด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ เมื่อนำข้อมูลปริมาณมาวิเคราะห์ จึงสามารถประเมินผลที่จะเกิดได้ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพมักจะใช้เมื่อต้องการทราบแนวทางในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับประเภทการเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี และศึกษาถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้งานประสบความสำเร็จและมีประสิทธิผลมากที่สุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

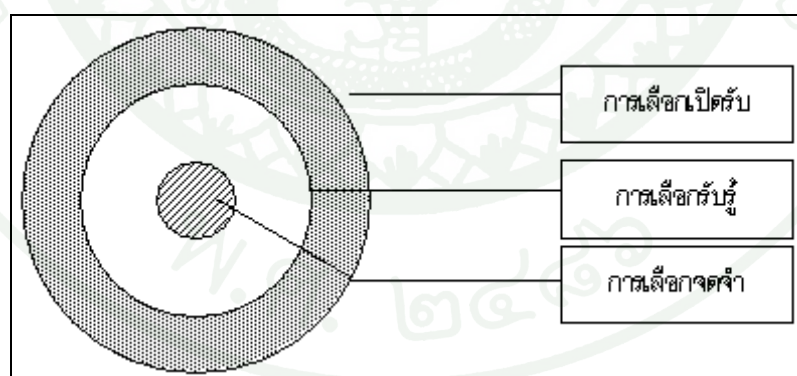
การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพื่อจะได้มีความรู้ความเข้าใจ จูงใจหรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การที่จะบรรลุสิ่งเหล่านี้ได้จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสาร (เสถียร เขยประทับ, 2542)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสาร (Selective Exposure) ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชนิดดังนี้ (Klapper, 1960)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจที่มีอยู่เดิม รวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจของตนหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) หลังจากที่ถูกเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว บุคคลก็จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารตามทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้นบุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่พอใจของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ เข้าไว้เป็นประสบการณ์ของตนเอง เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับเท่ากับเป็น การช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้นกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งสามารถแสดงออกได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการเลือกรับสาร

ที่มา: Klapper (1960)

สำหรับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกรับหรือบริโภคข่าวสารของมนุษย์ มีผู้เสนอไว้หลายแนวทาง ดังนี้

Schramm (1973) กล่าวถึง องค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ ได้แก่ ประสบการณ์ ประโยชน์ในการใช้งาน ภูมิหลังของบุคคล การศึกษา สิ่งแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ อารมณ์ และทัศนคติของแต่ละคน

McCombs and Becker (1979) มีความเห็นว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจหรือแสดงออก (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น การกิน การอยู่ การเลือกซื้อ การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ๆรอบตัวได้
3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) โดยการเปิดรับสื่อมวลชน จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น
4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) อันได้แก่ การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ และความเป็นไปที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบตัว
5. ต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ตนเองได้กระทำไปแล้ว
6. ต้องการความผ่อนคลายและบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่มีความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี อย่างไร ความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมากน้อยเพียงใด

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

1. ความหมายของความรู้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่ จำได้ อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ คำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

ความรู้ คือ สิ่งที่ตั้งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้าหรือประสบการณ์ รวมทั้ง ความสามารถเชิงปฏิบัติ และทักษะความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2546)

ความรู้มีหลายลักษณะ เช่น ความรู้ตามข้อเท็จจริงที่ได้รับการถ่ายทอดมาหรือความเชื่อ ความรู้ในการหาความหมาย และกฎเกณฑ์จากข้อเท็จจริงต่างๆ เป็นการแปลความหมายจาก ข้อเท็จจริงที่มีอยู่ ซึ่งความสามารถในการแปลความหมายใหม่ๆ เป็นความสามารถทางวิชาการที่ทำให้เกิดความคิดในการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ (น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2547)

Good (1973) ให้คำจำกัดความความรู้ไว้ว่า เป็นประมวลประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลได้รับจากการศึกษา ข้อเท็จจริง ปรากฏการณ์และรายละเอียดต่างๆ โดยผ่านการรวบรวมและสะสมไว้ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งความรู้ คือ ความสามารถในการด้านสติปัญญา และทักษะต่างๆที่เกิดจากการเรียนรู้

จากคำนิยามของนักวิชาการสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สามารถนึกได้ ระลึกได้ จดจำและเข้าใจถึงข่าวสาร ข้อเท็จจริง เนื้อหา และประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้นำไปสู่ การตัดสินใจในการประเมินค่าในเรื่องต่างๆ อย่างถูกต้องและมีคุณภาพ

2. องค์ประกอบของความรู้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) เสนอแนวคิดว่า ความรู้ของคนด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) ประกอบด้วยความสามารถระดับต่างๆ ซึ่งเริ่มต้นจากการรู้ในระดับง่ายๆและเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญามากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งขั้นของความสามารถต่างๆ มีดังนี้

1) ความรู้ความจำ เป็นขั้นความสามารถที่บุคคลเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็น ได้ยินก็จำได้

2) ความเข้าใจ โดยบุคคลจะทำความเข้าใจกับข่าวสารต่างๆ ซึ่งอาจจะแสดงออกในรูปของทักษะหรือความสามารถต่อไปนี้

2.1 การแปล

2.2 การให้ความหมาย

2.3 การคาดคะเน

3) การประยุกต์หรือการนำความรู้ไปใช้

4) การวิเคราะห์ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ 3 ขั้น คือ ขั้นที่ 1 บุคคลสามารถแยกแยะองค์ประกอบของปัญหาหรือสภาพการณ์ออกเป็นส่วนๆ เพื่อทำความเข้าใจกับส่วนต่างๆ ได้ ขั้นที่ 2 บุคคลสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบเหล่านั้น และขั้นที่ 3 บุคคลสามารถมองหลักของการผสมผสานระหว่างส่วนประกอบที่รวมกันขึ้นเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

5) การสังเคราะห์ เป็นความสามารถในการนำเอาส่วนประกอบย่อยๆ หลายๆ ส่วนมารวมกันเข้าเป็นส่วนรวมที่มีโครงสร้างที่แน่ชัด

6) การประเมินค่า เป็นความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการให้ค่าต่อความรู้หรือข้อเท็จจริงต่างๆ ซึ่งจะต้องใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นส่วนประกอบในการประเมินผล

วันเพ็ญ วรรณโกมล (2542) อธิบายถึงองค์ประกอบของความรู้ในการจัดการเรียนการสอนมีดังนี้

1. ข้อเท็จจริง
2. ความคิดรวบยอด
3. หลักการ
4. ทฤษฎี

3. การวัดความรู้

ไพศาล หวังพานิช (2526) กล่าวว่า การวัดความรู้เป็นความสามารถในการระลึกเรื่องราว ข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ต่างๆ หรือเป็นการวัดความระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับการสอน การบอกกล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งจากตำรา จากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ด้วยคำถามวัดความรู้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

- 1) ถามความรู้ในเนื้อเรื่อง เป็นการถามรายละเอียดของเนื้อหาข้อเท็จจริงต่างๆ เช่น ศัพท์ และคำนิยาม กฎและความจริงของเนื้อหา
- 2) ถามความรู้ในวิธีดำเนินการ เป็นการถามวิธีปฏิบัติ แบบแผน ขั้นตอนการปฏิบัติ เช่น ถามระเบียบแบบแผน ลำดับขั้น การจัดประเภท และหลักเกณฑ์ต่างๆ
- 3) ถามความรู้รวบยอด เป็นการถามความสามารถในการจดจำข้อสรุปหรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหลักขณะร่วม เพื่อรวบรวม และย่อลงมาเป็นหลักการหรือหัวใจของเนื้อหา

จำนง พรายเข้มแข (2531) กล่าวว่า แบบทดสอบที่ดีต้องมีทั้งความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นสูงสามารถที่จะจำแนกบุคคลที่ไม่มีความรู้ (คนเก่ง- คนไม่เก่ง) ออกจากกันได้ ไม่ว่าแบบทดสอบนั้นจะเป็นอัตนัยหรือปรนัย

ศุภนิษฐ์ พลไพรินทร์ (2540) กล่าวว่า การวัดความรู้ เป็นการวัดระดับความจำ ความสามารถในการคิด เข้าใจกับข้อเท็จจริงที่ได้จากการศึกษาและประสบการณ์เดิม โดยผ่านการทดลองคุณภาพ จะแยกคนที่มีความรู้และไม่มีความรู้ออกจากกันในระดับหนึ่ง

ภัทรา นิคมนานนท์ (2544) กล่าวว่า แบบทดสอบที่นิยมใช้ในการวิจัยเป็นแบบทดสอบแบบปรนัยมากกว่าอัตนัย เพราะสามารถตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบได้ง่าย ทำให้วัดผลการเชื่อถือได้จากกาตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล ทำได้สะดวกกว่าแบบอัตนัย แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การวิจัยที่ใช้แบบทดสอบอัตนัยเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพ ทั้งนี้แล้วแต่จุดมุ่งหมายของการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับความรู้มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความรู้มีความสัมพันธ์กันอย่างไร และนำมาใช้อธิบายผลด้านความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่เกิดจากการเปิดรับสื่อในการทำบัตรประจำตัวประชาชน

4. ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สิ่งของ ความคิด คำพูด การกระทำ สถานการณ์หรือสถานที่อย่างใดอย่างหนึ่ง ทัศนคติก่อตัวขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคล มีลักษณะค่อนข้างคงทน แต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ หากมีเหตุผลหรือสถานการณ์ที่สำคัญเพียงพอ และทัศนคติมีความพร้อมที่จะแสดงออกเมื่อถูกกระตุ้น

วรัญรดา หนูขาว (2553) ให้ความหมายของทัศนคติว่า ความคิดเห็นหรือความรู้สึกของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอาจเป็นไปได้ทั้งในทางชอบและไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย อันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นๆ ตามความคิดหรือความรู้สึกตน

Lutz (1991) นิยามทัศนคติว่า เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งไม่ได้มีติดตัวมาแต่กำเนิดแต่เกิดจากการเรียนรู้ทางสภาพสังคมและสภาพแวดล้อมที่ส่งผลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งเร้าต่างๆ

Hoyer and Macinnis (2001) ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นการแสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบมากน้อยเพียงใดจากการประเมินโดยรวมต่อวัตถุ ประเด็น บุคคล หรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

Schiffman and Kanuk (2004) ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นแนวโน้มเชิงที่เกิดจากการเรียนรู้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมอันสอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากคำนิยามของนักวิชาการสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์

ทัศนคติมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. เป็นสิ่งที่อยู่ภายในบุคคล ทัศนคติเป็นเรื่องของระเบียบความคิดที่เกิดขึ้นภายใน
2. ทัศนคติไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้
3. ทัศนคติมีลักษณะมั่นคงถาวร ยากต่อการเปลี่ยนแปลงทันทีทันใด ทั้งนี้เพราะ ทัศนคติก่อตัวขึ้นจากกระบวนการคิด
4. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการสัมผัสและเรียนรู้จากสิ่งภายนอก

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติ ออกมาได้ 3 ประเภทคือ

1. ทัศนคติทางบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกในทางที่ดี มีความรู้สึกมีสภาพจิตใจที่ดีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ
2. ทัศนคติทางลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ ระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่นๆ
3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

Triandis (1971 อ้างใน วันเพ็ญ ปริดิยาธร, 2543) กล่าวว่า องค์ประกอบของทัศนคติ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) เป็นส่วนของความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Belief) ที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้า เป็นตัวกำหนดทิศทางทัศนคติของบุคคลว่าจะเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีความรู้ ความคิดต่อสิ่งเร้าทางบวก ก็จะมีทัศนคติทางบวก แต่ถ้าบุคคลมีความรู้ ความคิดต่อสิ่งเร้าทางลบ ก็จะมีทัศนคติทางลบ

2. ส่วนของอารมณ์ (Affective Component) อารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ สิ่งเร้า อารมณ์ หรือความรู้สึกจะเป็นสิ่งกำหนดลักษณะและทิศทางของทัศนคติของบุคคล ถ้าบุคคล อารมณ์ดี ก็จะมีทัศนคติทางบวก แต่ถ้าบุคคลอารมณ์ไม่ดี ก็จะมีทัศนคติทางลบ

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อ สิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่บอกลักษณะและทิศทางของทัศนคติของ บุคคล ถ้าบุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้าชัดเจนแน่นอน ทัศนคติก็จะมีลักษณะชัดเจนแน่นอน

แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ มีดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางดีหรือไม่ดี จะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมี ประสบการณ์มาก่อน

2. การสื่อสารกับผู้อื่น (Communication from others) การได้ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น จะ ทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ โดยขั้นแรก เมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่าผู้อื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลจะแปลความหมาย ของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น เมื่อพิจารณา

แหล่งที่มาของทัศนคติแล้ว จะเห็นว่าองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การสื่อสารกับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการสื่อสารแทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ทัศนคติเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

Rogers (1973) กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การแสดงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้น และสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา

5. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร (Attitude Change: Communication)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นหรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) เมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลง จะทำให้องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร พิจารณาจากแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวล ซึ่งได้วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในรูปของใคร พูดอะไร กับใคร อย่างไร และได้ผลอย่างไร ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นตัวแปรต้นและตัวแปรตาม กล่าวคือ ใคร (ผู้ส่งสาร) พูดอะไร (สาร) กับใคร (ผู้รับสาร) อย่างไร (สื่อ) ก็คือ ตัวแปรต้น ส่วนได้ผลอย่างไร (ผลของการสื่อสาร) ก็คือ ตัวแปรตาม

ตัวแปรต้นทั้ง 4 ประการ ซึ่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีลักษณะดังนี้

ผู้ส่งสาร (Source) ผลของสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลขึ้นอยู่กับผู้ส่งสาร ลักษณะของผู้ส่งสารบางอย่างจะสามารถมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นมากกว่าลักษณะอื่นๆ เช่น ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง จะสามารถชักจูงใจได้ดีกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ นอกจากนี้บุคลิกภาพ (Personality) ของผู้ส่งสารก็มีความสำคัญต่อการยอมรับ

สาร (Message) ลักษณะของสารจะมีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับของบุคคล ถ้าเตรียมเนื้อหาสารมาเป็นอย่างดี ผู้รับสารก็อยากฟัง ดังนั้น การเรียงลำดับของเนื้อหา ความชัดเจนของเนื้อหาสาร ความกระชับ เป็นต้น จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

สื่อ (Channel) หรือช่องทางการสื่อสาร เป็นเรื่องของประเภทและชนิดของสื่อที่ใช้

ผู้รับสาร (Receiver) องค์ประกอบของผู้รับสารที่จะทำให้เกิดการจูงใจที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ สติปัญญา ทัศนคติ ความเชื่อ ความเชื่อมั่นในตนเอง การมีส่วนร่วม การผูกมัด เป็นต้น

6. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change: Social Influence)

อิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการตัดสินใจ เพราะในขณะที่ตัดสินใจย่อมมีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ญาติ พี่น้อง และเพื่อนฝูง เป็นต้น

McGuire and Millman (1965 อ้างใน วันเพ็ญ ปริติยาธร, 2543) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม เกิดจากความเชื่อที่ว่า บุคคลจะพัฒนาทัศนคติของตนเองในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม

สิ่งที่มีอิทธิพลทางสังคม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ใช้เป็นมาตรฐานสำหรับประเมินทัศนคติ ความสามารถหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปบุคคลจะใช้กลุ่มอ้างอิงเพื่อประเมินทัศนคติ และตัดสินใจว่าทัศนคติของตนถูกต้อง เพราะคิดว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มมีทัศนคติเช่นเดียวกับตน

Watson and Johnson (1972 อ้างใน วันเพ็ญ ปรีดิยาธร, 2543) กล่าวถึง อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติของบุคคลจะมีผลอย่างมากจากกลุ่มที่มีส่วนร่วมและกลุ่มที่ต้องการจะร่วมด้วย
2. ถ้าทัศนคติของบุคคลสอดคล้องกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่ม จะเป็นการเสริมแรง (Reinforcement) ให้กับทัศนคติมากขึ้น ในทางตรงข้ามจะเป็นการลงโทษ (Penalty) ถ้าบุคคลมีทัศนคติไม่ตรงกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่ม
3. บุคคลที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มหรือติดอยู่กับกลุ่มมาก จะเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ยากที่สุด ถ้าการเปลี่ยนแปลงเป็นความพยายามของบุคคลภายนอก
4. การสนับสนุนหรือเห็นด้วยกับทัศนคติบางอย่างของสมาชิกในกลุ่มเพียง 1 คน ก็สามารถลดอิทธิพลของกลุ่มใหญ่ที่มีต่อทัศนคติของสมาชิกในกลุ่มได้
5. เพียงสมาชิก 2 คนในกลุ่มที่ยึดมั่นในความคิดหรือทัศนคติบางอย่าง ก็จะมีอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มได้
6. การมีส่วนร่วมในการอภิปรายกลุ่มและการตัดสินใจกลุ่ม จะช่วยลดการต่อต้าน การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ถ้ากลุ่มตัดสินใจยอมรับทัศนคติใหม่ สมาชิกในกลุ่มก็จะยอมรับทัศนคติด้วย
7. ถ้าบุคคลเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิงของตน ทัศนคติของบุคคลก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย

2. บุคคลอ้างอิง (Reference Individuals) หมายถึง บุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานเพื่อประเมินทัศนคติ ความสามารถหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อิทธิพลของผู้อื่นที่มีต่อทัศนคติของบุคคลตรงกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เรียกว่า การเลียนแบบ (Identification) ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลรับเอาคุณสมบัติของผู้อื่น เช่น ความคิด ทัศนคติ พฤติกรรมมาเป็นของตน

7. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการยินยอม การเลียนแบบ และความต้องการจะเปลี่ยน (Attitude Change: Compliance, Identification, and Internalization)

Kelman (1958 อ้างใน วันเพ็ญ ปริดิยาธร, 2543) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ แบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่ การยินยอม (Compliance) การเลียนแบบ (Identification) และ ความต้องการจะเปลี่ยน (Internalization)

การยินยอม (Compliance)

การยินยอมจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับ ความพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมรับทำตามสิ่งที่อยากให้เขา กระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือ การยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วย และกระทำตาม

ดังนั้นความพอใจที่ได้รับจากการยอมรับทำตาม เป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคมหรือ อิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับ กล่าวได้ว่า การยอมรับทำตามนี้เป็นกระบวนการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมรับทำตามมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวน หรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

การเลียนแบบ (Identification)

การเลียนแบบเกิดขึ้น เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผล มาจากการที่บุคคลต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่นหรือกลุ่ม บุคคลอื่นจากการเลียนแบบ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิด การเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งผลักดันให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคล การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ของความรู้กับทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี และศึกษาถึงกระบวนการของทัศนคติมีปัจจัยใดบ้าง ที่ทำให้ทัศนคติของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

8. ความหมายของพฤติกรรม

ปกิจ พรหมายน (2531) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใดหรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญหรือเป็นไปอย่างไม่รู้สีกตัวและไม่ว่าสิ่งมีชีวิตหรือบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นการกระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม

พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดงออก โดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดินหรือเป็นสิ่งที่ผู้อื่นอาจเห็นได้ยาก ต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกมานั้น มีผลมาจากการเลือกปฏิกิริยาที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น (เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534)

พฤติกรรม หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำ แสดงออกตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง ที่สังเกตเห็นได้ วัดได้ ไม่ว่าการแสดงออกหรือตอบสนองจะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอกก็ตาม (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2539)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึคนึกคิดความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าซึ่งอาจสังเกตเห็นได้โดยตรงหรือทางอ้อม บางลักษณะอาจสังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วยหรือต้องใช้เครื่องมือช่วย (ลักขณา สรวิวัฒน์, 2544)

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลในทุกลักษณะ ทั้งที่เป็นโดยธรรมชาติทางสรีระและที่จงใจกระทำ ซึ่งอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และเป็นการกระทำที่สังเกตได้โดยอาจใช้ประสาทสัมผัสธรรมดาหรือใช้เครื่องมือช่วยการสังเกต (นงเยาว์ กัลยาลักษณ์, 2541)

จากคำนิยามดังกล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรมหมายถึง พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องนั้น บ่งบอกถึงความชอบและไม่ชอบในการกระทำได้กล่าว โดยผู้อื่นอาจจะเห็นหรือไม่เห็นพฤติกรรมดังกล่าว

9. ความสำคัญของพฤติกรรม

Lahey (2001 อ้างใน ประเทือง ภูมิภัทราคม, 2540) เป้าหมายศาสตร์ทางจิตวิทยาที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมีเป้าหมาย 4 ประการ คือ เพื่อการอธิบายพฤติกรรม เพื่อการเข้าใจพฤติกรรม เพื่อการพยากรณ์พฤติกรรม และเพื่อการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งจากคำกล่าวของลาเฮย์ จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งแก่ตนเองและสังคม ช่วยให้รู้ และบอกได้ถึงสาเหตุที่มาของพฤติกรรมแล้วนำความรู้เหล่านั้นมาวิเคราะห์ให้เกิดความเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น ช่วยทำนายแนวโน้มพฤติกรรม และได้แนวทางเสริมสร้างพัฒนาพฤติกรรม เพื่อดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพฝ่าวิกฤตชีวิตได้ และอยู่ร่วมกับผู้อื่นโดยสันติสุข ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการศึกษาวิชาพฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน และแนวคิดของแอตคินสัน Atkinson (1993 อ้างใน ประเทือง ภูมิภัทราคม, 2540) การศึกษาเรื่องราวทางจิตวิทยา ซึ่งให้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมเป็นการศึกษา เพื่อทำให้ชีวิตเป็นสุข หากบุคคลปราศจากความรู้ความเข้าใจในจิตวิทยาหรือพฤติกรรม ก็อาจดำรงตนอย่างไม่ราบรื่น

10. องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (อ้างใน ปกิจ พรหมายน, 2531) อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นจากองค์ประกอบทั้ง 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานาน จึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆอย่างในเวลาเดียวกัน และเลือกความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่เราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยวิธีการที่เลือกแล้ว ในขั้นการแปลความหมาย

6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมาย

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีอาจย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่

11. ประเภทของพฤติกรรม

การแบ่งประเภทของพฤติกรรมจะช่วยให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมได้ง่ายขึ้น ซึ่งนักจิตวิทยานิยมแบ่งพฤติกรรมได้เป็น 2 ประเภท

1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้โดยชัดเจน แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

1.1 พฤติกรรมที่สังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การพูด การหัวเราะ การร้องไห้ การเคลื่อนไหวของร่างกายหรือแม้แต่การเต้นของหัวใจ ซึ่งผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส

1.2 พฤติกรรมที่ต้องใช้เครื่องมือหรือการวิเคราะห์เชิงวิทยาศาสตร์ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสารเคมีหรือปริมาณน้ำตาลในกระแสเลือด การทำงานของกระเพาะอาหารและลำไส้ ซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ด้วยตาเปล่าหรือประสาทสัมผัสเปล่า

2) พฤติกรรมภายในหรือ “ความในใจ” (Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เจ้าตัวรู้เท่านั้นจึงจะรู้ดี ถ้าไม่บอกใคร ไม่แสดงออกก็ไม่มีใครรู้ได้ดี เช่น การจำ การรับรู้ การเข้าใจ การได้กลิ่น การได้ยิน การฝัน การหิว การโกรธ ความคิด การตัดสินใจ เจตคติ จินตนาการ พฤติกรรมเหล่านี้ อาจมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกาย เช่น ขณะใช้ความคิดคลื่นสมองทำงานมากหรือขณะโกรธปริมาณน้ำตาลในกระแสเลือดมีมาก ซึ่งวัดได้โดยเครื่องมือ แต่ก็ไม่มีใครรู้ละเอียดลงไปได้ว่าเขาคิดอะไรหรือเขารู้สึกอย่างไร คนรู้ละเอียดคือเจ้าของพฤติกรรม

พฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายในมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก เช่น คนเราข่มขู่หรือข่มแสดงกริยา โดยสอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดภายใน ถ้าต้องการศึกษาให้เข้าใจเกี่ยวกับ “จิตใจ” หรือพฤติกรรมภายในของคนที่ต้องศึกษาจากส่วนที่สัมผัสได้ชัดเจน คือ พฤติกรรมภายนอก ซึ่งเป็นแนวทางสู่ความเข้าใจพฤติกรรม ที่เป็นความในใจและการจะเข้าใจพฤติกรรมต่างๆ ที่มนุษย์แสดงออกอันเป็นพฤติกรรมภายนอกของเรา ก็ต้องศึกษาให้เข้าใจธรรมชาติของการคิด การตัดสินใจ การรับรู้ การรู้สึก ซึ่งเป็นพฤติกรรมภายใน

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กันอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

12. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่อาจมีผลกระทบต่อสังคม โดยมีหลักว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าบุคคลมีความรู้ความเข้าใจที่ดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลง ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงต่อกัน ดังนั้นการที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้

Zimbardo, et al., (1977) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ ก็จะมีการเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติมีการเปลี่ยนแปลงจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะต้องมีความเชื่อมโยง ฉะนั้นการที่จะทำให้บุคคลเกิดการยอมรับที่จะปฏิบัติสิ่งใด จำเป็นต้องให้บุคคลนั้นมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้นอย่างถ่องแท้

Zimbardo and Leippe (1991) ทัศนคติมีองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitions) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกรู้สึก (The Affective Responses) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะค่านิยมของแต่ละคน
3. ความตั้งใจทางด้านพฤติกรรม (Behavior Intentions) คือความตั้งใจที่จะแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือแนวคิดหนึ่งแนวคิดใด ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกรู้สึก ในการวิจัยเชิงประจักษ์ ถ้าเราวัดพฤติกรรมโดยตรงไม่ได้ เราอาจวัดความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมได้
4. พฤติกรรม (Behavior) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง แนวคิดหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกรู้สึก
5. ทัศนคติ (Attitude) คือ ความโน้มเอียงในการประเมินวัตถุ แนวคิด บุคคล สถาบัน ฯลฯ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด โดยสภาพทางจิตใจมีอิทธิพลต่อการคิด การกระทำของบุคคลเป็นอันมาก

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองจากสิ่งเร้า (S-R) จัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรสอดคล้องกับ

สภาพจิตใจของตนเอง อย่างไรก็ตามความรู้สึกก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสาร ปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารมักแสวงหาสารสนเทศ โดยอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคติ นิยมใช้กับสารที่เป็นความคิดใหม่ เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับความคิดใหม่ๆ

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคม ผู้รับสารจะเลือกรับสารนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief system) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน ทำให้ผู้รับสารรับทราบ ระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนนำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นมากขึ้น

ความรู้ทำให้ผู้เรียนได้รู้ถึงความสามารถในการจำและระลึกถึงเหตุการณ์และประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งได้ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
2. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวคิดและโครงสร้าง (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526)

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความคิดและความรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ สิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินี้มีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองสิ่งเร้า และทัศนคติเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี โดยบุคคลเปิดรับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนี้อาจจะมาจากบุคคลอื่นหรือสื่ออื่นๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ เป็นที่เชื่อกันว่า ถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน ถ้าส่วนประกอบทางด้านอารมณ์เปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านพฤติกรรมจะเปลี่ยนแปลงด้วย

จุมพล รอดคำดี (2533) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ มี กระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้การเปลี่ยนแปลงมาจากข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน และบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้ มาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ถ้าความคิดความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร อาทิเช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติช่องทาง การสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสาร ล้วนแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

พฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมต่างกัน เนื่องจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างกันของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ ความแตกต่างในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ

สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

การใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรม มีดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal)
2. การเห็นอกเห็นใจ (Emotional)
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms)
4. การให้รางวัล (Reward)

ผลของการโน้มน้าวใจ ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้พฤติกรรมที่ต่อเนื่อง
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า

การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก ถ้าหากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจต่อไป (อรรณพ บิลันธนโสภา, 2554)

13. ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ

Rogers (1971) เรียก ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติหรือ KAP-GAP และอธิบายว่า ทักษะและพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ การสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งเร้าหรือพฤติกรรมนั้นแล้ว ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้าม โดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตน แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ในบางกรณี อาจเกิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ KAP-GAP มี 4 ประการคือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้หรือวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ สามารถทำได้โดยให้ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกคนอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิด เข้าไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อนโน้มน้าวใจสมาชิก ให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

อิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อยๆ เพื่อให้ผู้ฟังคุ้นเคย อาจนำไปสู่พฤติกรรมได้ การที่สารนั้นๆ มีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ซ้ำกันบ่อยๆ ทำให้เกิดความคุ้นเคยกับการสื่อสารนั้น อันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ แต่การเสนอสารซ้ำๆ ต้องกระทำด้วยความระมัดระวัง มีการศึกษาพบว่า การสื่อสารซ้ำๆ ประมาณ 3 ครั้งอาจทำให้เกิดทัศนคติทางบวกได้ แต่ถ้าสารนั้นเสนอประมาณ 5 ครั้ง ผู้รับสารจะเกิดอาการอึดอัดต่อสาร เกิดความเบื่อหน่ายและเกิดปฏิกิริยาต่อต้านในที่สุด (Zimbardo and Leippe, 1991)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม มาเป็นกรอบในการวิจัย เพื่อศึกษาว่าการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจของผู้ปกครองกลุ่มบุคคล 7-14 ปี จะส่งผลต่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการทำบัตรประจำตัวประชาชนหรือไม่ มากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะนำผลที่ได้ไปแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารและวิธีการให้ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

แนวคิดเกี่ยวกับบัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ตการ์ดกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

1. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

บัตรประจำตัวประชาชนเป็นเอกสารที่ทางราชการออกให้บุคคลที่มีสัญชาติไทย เพื่อพิสูจน์ทราบและยืนยันตัวตนบุคคล เป็นหลักฐานชิ้นแรกที่น่าไปสู่การบริการต่างๆของภาครัฐและเอกชน เช่น สิทธิในการรักษาพยาบาล เป็นต้น (สำนักเลขาธิการกรมการปกครอง, 2554)

พระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2554 มีผลบังคับใช้ใน วันที่ 10 กรกฎาคม 2554 โดยกำหนดอายุบุคคลสัญชาติไทยที่จะต้องมีบัตร คือ บุคคลที่มีอายุครบ 7 ปีบริบูรณ์ จะต้องยื่นคำขอมีบัตรภายใน 60 วัน กรณีผู้มีอายุระหว่าง 7 ปีบริบูรณ์จนถึงก่อนครบ 15 ปีบริบูรณ์ ให้ยื่นขอมีบัตรภายใน 1 ปี นับจากวันที่ 10 กรกฎาคม 2554 บุคคลที่มีหน้าที่ยื่นคำขอมีบัตรหรือเปลี่ยนบัตรของผู้ที่อายุยังไม่ถึง 15 ปีบริบูรณ์ เป็นหน้าที่ของบิดา มารดา ผู้ปกครองหรือบุคคลซึ่งดูแล เป็นผู้ยื่นคำขอ แต่ไม่ตัดสิทธิบุคคลที่จะมายื่นคำขอด้วยตนเอง บัตรดังกล่าวมีอายุ 8 ปี สามารถใช้ประโยชน์ในการแสดงสิทธิได้หลายประการ อาทิ การเข้ารับบริการสถานพยาบาล การป้องกันการสวมสิทธิของบุคคลต่างด้าว เป็นต้น สามารถขอมีบัตรใหม่ก่อนวันบัตรหมดอายุ 60 วัน

กรณีขอมีบัตรครั้งแรก ต่ออายุบัตร บัตรหาย บัตรชำรุด เปลี่ยนชื่อตัว-ชื่อสกุล ไม่ยื่นขอมีบัตรภายใน 60 วัน จะมีโทษปรับไม่เกิน 100 บาท และกรณีผู้ถือบัตรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปไม่มีบัตรแสดงเมื่อพนักงานตรวจบัตรขอตรวจ จะต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 200 บาท การออกบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เสียอัตราค่าธรรมเนียมฉบับละ 100 บาท ส่วนการออกใบแทนใบรับฉบับละ 10 บาท และการขอคัดและรับรองสำเนาข้อมูลเกี่ยวกับบัตร ฉบับละ 10 บาท (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)

2. สถานที่การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

กลุ่มบุคคลที่จะต้องยื่นคำขอมีบัตรตาม พ.ร.บ. ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2554 เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 7 ปีถึงก่อนครบ 15 ปีบริบูรณ์ คือ ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา จึงไม่สะดวกที่จะไปยื่นคำขอมีบัตร ณ สำนักเขต ดังนั้นเพื่ออำนวยความสะดวกกรมการปกครองจึงได้จัดทำโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน เพื่อรองรับกลุ่มบุคคลที่ต้องมีบัตรตามกฎหมายบัตรประจำตัวประชาชนฉบับใหม่ โดยจัดหน่วยบริการจัดทำบัตรเคลื่อนที่

(Mobile Unit) ออกไปให้บริการจัดทำบัตรให้กับนักเรียนตามสถานศึกษาต่างๆ เดือนละ 3 ครั้ง เริ่มดำเนินการทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2554 เป็นต้นไป โดยเริ่มโรงเรียนนำร่อง 4 แห่ง ในวันที่ 10 - 11 กรกฎาคม 2554 คือ

1. โรงเรียนราชบพิธ แขวงราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
2. โรงเรียนวัดสุวรรณบำรุงราชวราราม ต.บึงทองหลาง อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี
3. โรงเรียนวัดกุฎี (นันทาภิวัฒน์) ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
4. โรงเรียนสันติวิทยา อ.เมือง จ.เชียงราย (วันที่ 11 กรกฎาคม 2554)
(สำนักเลขานุการกรมการปกครอง, 2554)

จัดวันและเวลาที่เหมาะสมในช่วงวันเสาร์ เชิญโรงเรียนเข้ามาทำบัตรประจำตัวประชาชนที่สำนักเขตเขต โดยจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 10 ก.ค.2554 เป็นต้นไป จนถึงวันที่ 10 ก.ค.2555 และเพิ่มเวลาการให้บริการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในวันทำการปกติตั้งแต่เวลา 08.00 น. - 18.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์เวลา 08.00 น.- 16.00 น. ไปจนถึงเดือนกันยายน (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2554)

3. เอกสารและหลักฐานยื่นขอมีบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

สำหรับเอกสารและหลักฐานเพื่อแสดงตัวต่อเจ้าหน้าที่ในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ครั้งแรก ประกอบด้วย

1. ใบสูติบัตรฉบับจริง พร้อมสำเนา 1 ชุด
2. ใบเปลี่ยนชื่อตัว-ชื่อสกุล (ถ้ามี) ฉบับจริง พร้อมสำเนา 1 ชุด
3. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของบิดา มารดา 1 ชุด
4. ใบเปลี่ยนชื่อตัว-ชื่อสกุลของบิดา มารดา (ถ้ามี) ฉบับจริง พร้อมสำเนา 1 ชุด
5. ทะเบียนบ้านฉบับเจ้าบ้าน
6. การสะกดชื่อตัว ชื่อสกุล เป็นภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง (news thaipbs, 2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกียร ชิวหากาญจน์ (2541) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา อายุแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดแตกต่างกัน เพศ สถานภาพสมรส รายได้แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดไม่แตกต่างกัน ด้านอายุแตกต่างกันมีทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดแตกต่างกัน เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้แตกต่างกันมีทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดจากภูมิความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด ส่วนการเปิดรับสื่ออื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด ส่วนการเปิดรับสื่ออื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด ระดับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดและการป้องกันตนเองจากยาเสพติดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ส่วนการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด และทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดเป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายทักษะเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด

จรัสศรี ปีกัดดั่ง (2542) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตของหน่วยงานรัฐ” เพื่อศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตของหน่วยงานรัฐ ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ตแตกต่างกันจะมีการรับรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐที่แตกต่างกัน ทางด้านอายุ ระดับการศึกษาจะมีทัศนคติที่แตกต่างกัน ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ตแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐที่แตกต่างกัน อายุของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ แต่ไม่พบความสัมพันธ์นี้ในตัวแปรเพศ และอาชีพ ส่วนอายุ และอาชีพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติ แต่ไม่พบความสัมพันธ์นี้ในตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา รายได้

ต่อเนื่อง และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการเปิดรับข่าวสารเพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ และทัศนคติในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ และความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเรื่องของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐในอนาคต พบว่า ร้อยละ 94 เห็นด้วยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเห็นว่ามิประโยชน์ ทันสมัย สะดวก และสามารถให้ข้อมูลได้รวดเร็ว

สุชาดา วรระมานี (2542) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับกลาง และมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน มีภูมิสำเนาและการร่วมกลุ่มกิจกรรมต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษา ต่างประเภทกัน จะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิสำเนา และการเข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อ นิตยสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อรนุช งามขาว (2543) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับความรู้ และการปฏิบัติตามกฎจราจร แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ส่วนความรู้เกี่ยวกับกฎจราจรไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ แต่ความรู้ มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติ

ตามกฎจากร ตัวแปรที่สามารถอธิบายการปฏิบัติตามกฎจากรได้ดีที่สุด คือ ทักษะ เนื่องจาก ทักษะเกี่ยวกับกฎจากรมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎจากร

คุณพล อุ๋นจินตามณี (2545) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษา และศึกษาความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาไม่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนมีการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาแตกต่างกัน แต่นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาไม่แตกต่างกัน

พรพิมล รัตนพงศ์ (2546) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การป้องกันและต่อต้านยาเสพติดของประชาชนในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี” เพื่อศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การป้องกันและต่อต้านยาเสพติด และความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับปัญหาเสพติด ระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการแก้ปัญหาเสพติด และพฤติกรรม การป้องกันและต่อต้านยาเสพติด ด้านความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการแก้ปัญหาเสพติด และพฤติกรรม การป้องกันและต่อต้านยาเสพติด ทัศนคติต่อการแก้ปัญหาเสพติดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรม การป้องกันและต่อต้านยาเสพติด ทัศนคติต่อการแก้ปัญหาเสพติด และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดจากหนังสือพิมพ์สามารถอธิบายการป้องกันและต่อต้านยาเสพติด

อนัญญา สงวนศักดิ์(2547) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อสมุนไพรไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาการเลือกใช้สื่อในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปในชีวิตประจำวันของประชาชน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพร ระดับความรู้ ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อสมุนไพร ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้และทัศนคติต่อสมุนไพร และพฤติกรรมการใช้สมุนไพรของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 15-25 ปี และ 26-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต หนังสือเกี่ยวกับสมุนไพร นิตยสาร/วารสาร บุคคลในครอบครัว ครู อาจารย์ เพื่อน แฟนพี่ บิโปลิว โปสเตอร์ วีดีโอ และนิทรรศการเกี่ยวกับสมุนไพร โดยเปิดรับข่าวสารแบบบังเอิญมากกว่าติดตามเป็นประจำ เปิดรับประเด็นสมุนไพรเพื่อรักษาโรค เพื่อบำรุงร่างกาย และเพื่อความงาม มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อสมุนไพรในเชิงบวก และเคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยสมุนไพร ด้านเพศ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรแตกต่างกัน ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสมุนไพรแตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสมุนไพร ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับทัศนคติต่อสมุนไพร

จเรศักดิ์ ชูรักษ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันไม่แตกต่างกัน ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันแตกต่างกัน ความรู้เกี่ยวกับยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับยางรถยนต์ประหยัดน้ำมัน ด้านความรู้เกี่ยวกับยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันแตกต่างกัน ทัศนคติเกี่ยวกับยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันแตกต่างกัน

ภักดี ท้วบ (2551) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่าลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร และทักษะคติเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน ลักษณะประชากรแตกต่างกันมีความรู้ที่แตกต่างกัน ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ความคุ้มครองผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับทักษะคติ และการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคติเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

Atkin and Garramone (1983) ศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวโทรทัศน์ ทำให้เด็กมีความรู้ด้านประเทศเพิ่มขึ้น สามารถลำดับความสำคัญของผู้นำ และบทบาทในประเทศต่างๆ ได้ นอกจากนั้น การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ข่าวต่างประเทศของเด็กนักเรียนมากกว่าการเปิดรับข่าวต่างประเทศจากวิทยุและหนังสือพิมพ์

Castillo (1979) สรุปผลงานของผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อสื่อสาร และแหล่งความรู้ทางการเกษตร ที่เกษตรกรได้รับแหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลที่สำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเพื่อนบ้านและญาติ นอกจากนี้เขายังพบว่าเกษตรกรที่ไม่ได้รับการส่งเสริมโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ จะได้ข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด และเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรมากกว่าเอกสารหรือหนังสือพิมพ์

Faelipe Korzenny, Wandadel Toro and James Gandino (1987) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อความรู้ ทักษะคติ และความเห็นในด้านข่าวสารต่างประเทศของชาวอเมริกัน พบว่าการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของประชาชนและหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทักษะคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรด้าน เพศ อายุ การศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ

ตัวแปรตาม การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ ความรู้ของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

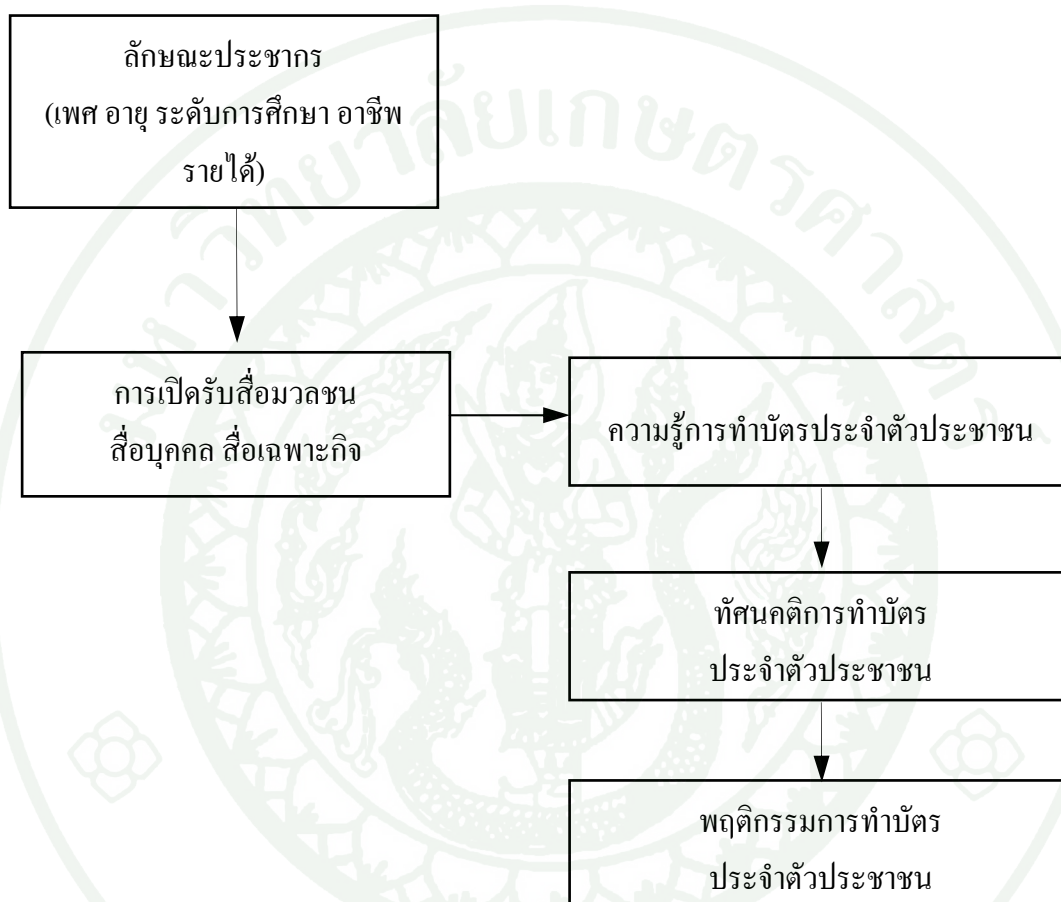
ตัวแปรตาม ทัศนคติของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ ทัศนคติของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม พฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งศึกษาถึงการเปิดรับสื่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่จะทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่มีสิทธิทำบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 585,125 คน (กรมการปกครอง, 2553)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่มีสิทธิทำบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณ กลุ่มตัวอย่างจากการนำจำนวนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร แทนค่าในสูตร การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร (Taro Yamane, 1973) โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

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

ขณะที่ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยแทนค่าจากจำนวนกลุ่มบุคคล 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

$$N = \frac{585,125}{1 + 585,125(0.05)^2}$$

$$= 399.99$$

จะได้จำนวนกลุ่มของขนาดตัวอย่างประมาณ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ทั้งแบบที่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และแบบที่ไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ดังนี้

ในขั้นแรกจากการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร พบว่าประกอบไปด้วยเขตการปกครองทั้งสิ้น 50 เขต (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2552) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการนำชื่อของเขตต่างๆ มาจับสลากออกมาจำนวน 10 เขต โดยคิดเป็น 20% จากทั้งหมด 50 เขต ได้มา 10 เขต ได้แก่

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. เขตคันนายาว | 6. เขตบึงกุ่ม |
| 2. เขตบางกะปิ | 7. เขตลาดพร้าว |
| 3. เขตวังทองหลาง | 8. เขตมีนบุรี |
| 4. เขตจตุจักร | 9. เขตสะพานสูง |
| 5. เขตบางเขน | 10. เขตประเวศ |

จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) แล้วเข้าไปเก็บข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเขตละ 40 คน โดยการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เป็นผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี คาดว่าจะพบกลุ่มผู้ปกครองที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้จนกระทั่งครบทั้ง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษา “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร” เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open - Ended Question) และคำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอนดังนี้ คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้
- ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
- ตอนที่ 3 ความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
- ตอนที่ 4 ทักษะการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคล 7-14 ปี
- ตอนที่ 5 พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
- ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล 7-14 ปี

การวัดตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากร การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะทางประชากร ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามในส่วนของเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามและระบุตามความเป็นจริง
2. การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ซึ่งคำถามเป็นปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำนวน 13 ข้อ

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามในส่วนของการเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ปรับคำถามงานวิจัยในอดีต (อรนุช งามขาว, 2543; วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) วัดคำถามเป็นแบบ Five Point Likert Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ตั้งแต่ 1 – 5 โดยกำหนดให้

คะแนน	ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร
5	มากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน
4	3-4 ครั้งต่อเดือน
3	2 ครั้งต่อเดือน
2	1 ครั้งต่อเดือน
1	ไม่เคยเลย

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.00 - 1.50 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก
2. ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.51 – 2.50 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยในระดับ 2.51 – 3.50 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับกลาง
4. ค่าเฉลี่ยในระดับ 3.51 – 4.50 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
5. ค่าเฉลี่ยในระดับ 4.51 - 5.00 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

3. ความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามในส่วนของความรู้จำนวน 10 ข้อ ซึ่งคำถามจะเป็นการวัดความรู้ในเรื่อง กฎเกณฑ์ อายุของบัตรประจำตัวประชาชน บุคคลที่มีหน้าที่ยื่นคำขอมีบัตรฯ วัน เวลา และสถานที่ในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี โดยจะปรับคำถามงานวิจัยในอดีต (จรัสศรี ปีกักคั่ง, 2542) ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิด ใช่ ไม่ใช่ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ใช่	= 1
ไม่ใช่	= 0

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. คะแนนระหว่าง 0 – 3 คะแนน | หมายถึง มีความรู้ในระดับต่ำ |
| 2. คะแนนระหว่าง 4 – 6 คะแนน | หมายถึง มีความรู้ในระดับปานกลาง |
| 3. คะแนนระหว่าง 7-10 คะแนน | หมายถึง มีความรู้ในระดับสูง |

4. ทักษะการทําทับัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคล 7-14 ปี จำนวน 10 ข้อ เป็นทักษะของผู้ปกครองที่มีต่อการทําทับัตรประจำตัวประชาชน ปรับคำถามงานวิจัยในอดีต (เกียร ชิวหากาญจน์, 2541) โดยจะวัด 5 คำถามเป็นแบบ Five Point Likert Scale มีเกณฑ์การให้คะแนน ตั้งแต่ 1 – 5 โดยกำหนดให้

คะแนน ระดับความความคิดเห็น

- | | |
|---|------------|
| 5 | มากที่สุด |
| 4 | มาก |
| 3 | ปานกลาง |
| 2 | น้อย |
| 1 | น้อยที่สุด |

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีทัศนคติเห็นด้วยน้อยที่สุด
2. ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.51 – 2.50 หมายถึง มีทัศนคติเห็นด้วยน้อย
3. ค่าเฉลี่ยในระดับ 2.51 – 3.50 หมายถึง มีทัศนคติเห็นด้วยปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยในระดับ 3.51 – 4.50 หมายถึง มีทัศนคติเห็นด้วยมาก
5. ค่าเฉลี่ยในระดับ 4.51 – 5.00 หมายถึง มีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด

5. พฤติกรรมการทําทับัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามในส่วนของพฤติกรรม โดยจะปรับคำถามงานวิจัยในอดีต (จเรศักดิ์ ชูรักษ์, 2550) ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิด ใช่ / ไม่ใช่ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|--------|---|---|
| ใช่ | = | 1 |
| ไม่ใช่ | = | 0 |

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 1. คะแนนระหว่าง 0 – 1 คะแนน | หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับต่ำ |
| 2. คะแนนระหว่าง 2 – 3 คะแนน | หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับปานกลาง |

3. คะแนนระหว่าง 4 – 5 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมในระดับสูง

6. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล 7-14 ปี ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์แล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเพื่อหาความเที่ยงตรงเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) นอกจากนี้ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จะใช้ไปทำการทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pretest) กับประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามของแบบสอบถามตอนที่ 2,3,4,5 สื่อความหมายตรงตามที่คุณวิจัยต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ทำการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้มีความชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์มากที่สุดก่อนการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

เมื่อทำการเก็บข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะทำการคำนวณหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในส่วนการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เพื่อทดสอบความแม่นยำของมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์ , 2543)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S_x} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่น
 k แทน จำนวนของเครื่องมือวัด
 $\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 S_x^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะคำนวณค่าความเชื่อมั่นของคำถามในส่วนความรู้ของผู้ปกครอง และ พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี โดยใช้ KR 20 (Kuder Richardson) (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2541)

$$\text{โดยใช้สูตร KR-20} \quad r = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum p_i q_i}{\sigma_T^2} \right]$$

และใช้คำนวณหาค่าอำนาจการจำแนก และคำถามยากง่ายประกอบด้วย

- เมื่อ r = สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด
 p_i = สัดส่วนของผู้ตอบรายการที่ i ได้ถูกต้อง
 q_i = สัดส่วนของผู้ตอบรายการที่ i ไม่ถูกต้อง ($q_i = 1 - p_i$)
 σ_T^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนจากทุกข้อคำถาม
 N = จำนวนข้อคำถามทั้งหมด

จากการทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pretest) กับประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้คำนวณค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือในส่วนแบบสอบถามตอนที่ 2, 3, 4, 5 มีดังต่อไปนี้

การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล 7-14 ปี มีค่าความเชื่อมั่นที่ .939
 ทักษะการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล 7-14 ปี มีค่าความเชื่อมั่นที่ .810

การทดสอบเครื่องมือตอนที่ 3 ได้คำนวณค่าความเชื่อมั่นของคำถามในส่วนความรู้โดยใช้ KR 20 และใช้คำนวณหาค่าอำนาจการจำแนก และคำถามยากง่าย มีดังนี้

จากสูตร KR – 20 มีค่าความเชื่อมั่นที่ .801

ค่าความยากง่าย 0.46

ค่าอำนาจจำแนก 0.35

เกณฑ์ค่าความยากง่ายที่เหมาะสมจะอยู่ในช่วง 0.2 - 0.8 และเกณฑ์ค่าอำนาจจำแนกที่เหมาะสมจะอยู่ในช่วง 0.2 ขึ้นไป (ถักรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544)

การทดสอบเครื่องมือในตอนต้นที่ 5 ได้คำนวณค่าความเชื่อมั่นของคำถามในส่วนพฤติกรรม โดยใช้ KR 20 และใช้คำนวณหาค่าอำนาจการจำแนก และคำถามยากง่าย มีดังนี้

จากสูตร KR – 20 มีค่าความเชื่อมั่นที่ .808

ค่าความยากง่าย 0.51

ค่าอำนาจจำแนก 0.29

เกณฑ์ค่าความยากง่ายที่เหมาะสมจะอยู่ในช่วง 0.2 - 0.8 และเกณฑ์ค่าอำนาจจำแนกที่เหมาะสมจะอยู่ในช่วง 0.2 ขึ้นไป (ถักรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง

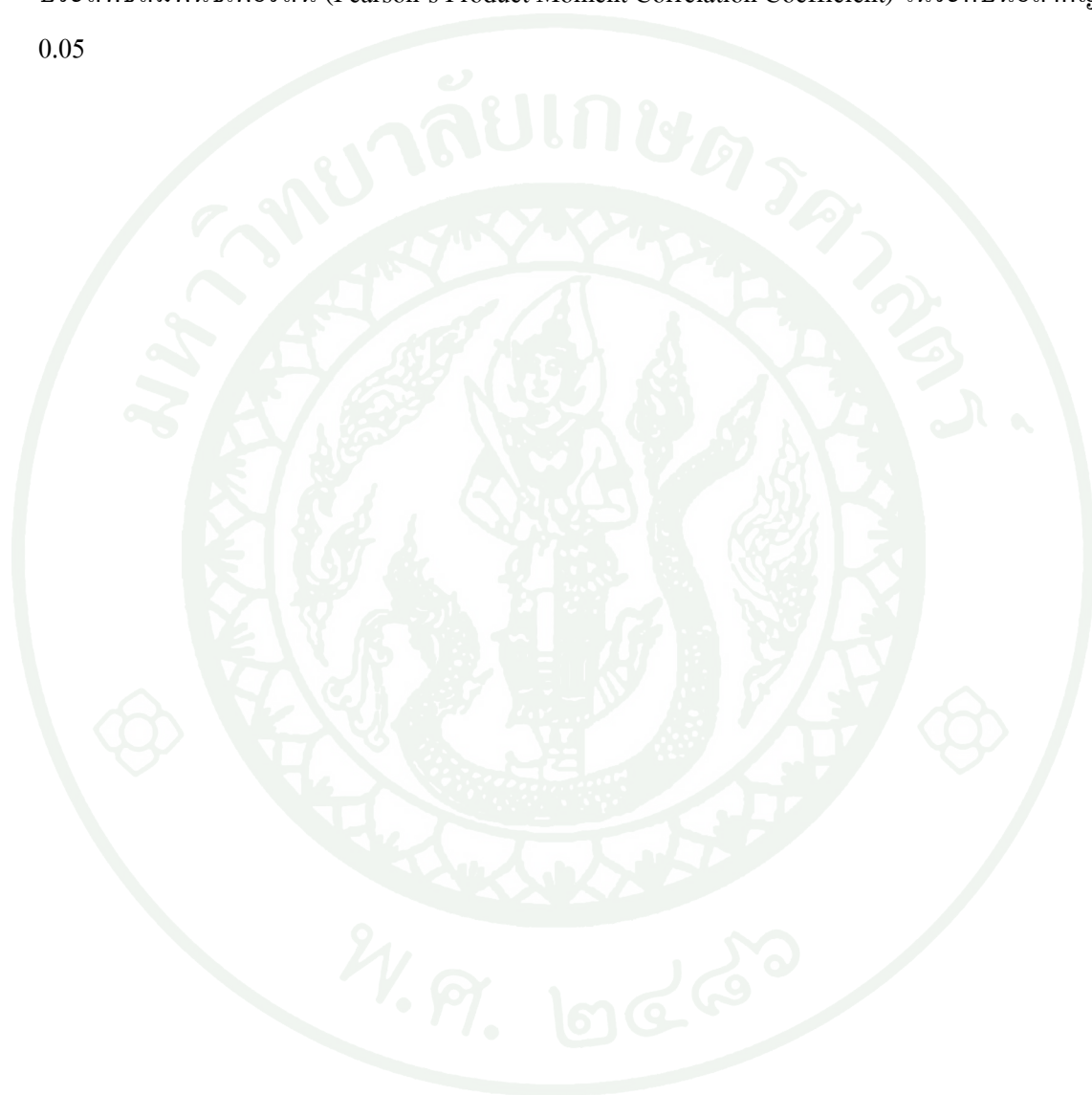
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว จึงนำเอาแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) และประมวลผลเพื่อนำมาคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตัวแปรที่ศึกษาปัจจัยด้านประชากร ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปตารางประกอบด้วยความเรียง
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมุติฐาน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้วิธีการดังนี้

2.1 ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อ ใช้การวิเคราะห์ T – test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance ANOVA) ในระดับนัยสำคัญ 0.05

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมใช้ค่าประสิทธิ์สัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในระดับนัยสำคัญ 0.05



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการ แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในบริเวณสถานบันการศึกษาตามเขตพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้ในกรุงเทพมหานคร จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม และข้อเสนอแนะของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแสดงผลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ตามการทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (T- test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance ANOVA) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ซึ่งได้แก่ การหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล 7 – 14 ปีในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	172	43
หญิง	228	57
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 และเพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 31 ปี	49	12.3
31 – 40 ปี	234	58.5
41 – 50 ปี	104	26
51 – 60 ปี	13	3.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี มีสัดส่วนสูงสุด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อายุต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และมีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	19.8
ปริญญาตรี	271	67.8
สูงกว่าปริญญาตรี	50	12.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนสูงสุดจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	88	22
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	97	24.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	112	28
รับจ้าง	48	12
แม่บ้าน	55	13.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบธุรกิจส่วนตัว มีสัดส่วนสูงสุดจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 แม่บ้าน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และรับจ้าง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	4	1
5,000 – 10,000 บาท	34	8.5
10,001 – 15,000 บาท	80	20
15,001 – 20,000 บาท	136	34
20,001 – 25,000 บาท	64	16
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	82	20.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีรายได้

20,001 – 25,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของการเปิดรับสื่อการทำ
บัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

(n = 400)

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
1. สื่อมวลชน			
1.1 โทรทัศน์	3.93	0.91	สูง
1.2 หนังสือพิมพ์	3.35	1.11	กลาง
1.3 วิทยุ	2.67	1.15	กลาง
1.4 นิตยสาร	2.22	1.14	ต่ำ
รวม	3.04	0.72	กลาง
2. สื่อบุคคล			
2.1 สมาชิกในครอบครัว/ญาติ	3.73	1.08	สูง
2.2 คนรัก/เพื่อน	3.50	1.15	สูง
2.3 คนที่ทำงานเดียวกัน	3.03	1.23	กลาง
2.4 คนรู้จัก	2.88	1.20	กลาง
2.5 เจ้าหน้าที่	2.41	1.16	ต่ำ
รวม	3.11	0.69	กลาง
3. สื่อเฉพาะกิจ			
3.1 เว็บไซต์กรมปกครอง	2.35	1.21	ต่ำ
3.2 สายด่วน 1548	2.28	1.09	ต่ำ
3.3 แฟ้มประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเขต	2.20	1.04	ต่ำ
3.4 ป้ายประชาสัมพันธ์	2.13	1.08	ต่ำ
รวม	2.24	.0.73	ต่ำ
รวม	2.82	0.52	กลาง

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครอง กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคลอยู่ในระดับกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 โดยมี “สมาชิกในครอบครัว/ญาติ” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ “คนรัก/เพื่อน” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด “เจ้าหน้าที่” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 ส่วนประเภทสื่อมวลชนอยู่ในระดับกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 โดยมี “โทรทัศน์” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ “หนังสือพิมพ์” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด “นิตยสาร” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22 ตามลำดับ และประเภทสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 โดยมี “เว็บไซต์ กรมปกครอง” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35 รองลงมาคือ “สายด่วน 1548” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด “ป้ายประชาสัมพันธ์” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ตารางที่ 7 อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของความรู้ผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

(n=400)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้ผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชน กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี		
1. ความรู้ของผู้ปกครองต่ำ (0-3 คะแนน)	57	14.25
2. ความรู้ของผู้ปกครองปานกลาง (4-6 คะแนน)	288	72
3. ความรู้ของผู้ปกครองสูง (7-10 คะแนน)	55	13.75
ค่าเฉลี่ย = 5.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.55		
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความรู้ของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชน กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จำนวน 10 ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในระดับปานกลาง (4-6 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ มีความรู้ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในระดับต่ำ (0-3 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 14.25 และมีความรู้ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในระดับสูง (7-10 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของความรู้ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี 5.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.55

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละของความรู้ผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล
อายุ 7-14 ปี

ความรู้	ตอบถูก		ตอบผิด		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1.การทำบัตรประจำตัวประชาชนของ กลุ่มบุคคล 7-14 ปี มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2554	60	15	340	85	400 (100)
2.ผู้มีสัญชาติไทย ซึ่งมีอายุตั้งแต่เจ็ดปีบริบูรณ์ และมีชื่ออยู่ใน ทะเบียนบ้าน ต้องมี บัตรประจำตัวประชาชน	371	92.75	29	7.25	400 (100)
3.กลุ่มบุคคลที่มีอายุ 7 ปีบริบูรณ์ยื่นคำขอมีบัตร ประจำตัวประชาชนภายใน 30 วัน ส่วนกลุ่ม บุคคลที่มีอายุ 8-14 ปี ยื่นคำขอมีบัตรภายใน 1 ปี	109	27.25	291	72.75	400 (100)
4.อายุของบัตรประจำตัวประชาชนมีอายุ 6 ปี	137	34.25	263	65.75	400 (100)
5.ผู้ถือบัตรจะขอมีบัตรใหม่ก่อนวันที่บัตรเดิม หมดอายุ โดยยื่นคำขอต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ภายใน 30 วันก่อนวันที่บัตรเดิมหมดอายุ	108	27	292	73	400 (100)
6.กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี สามารถยื่นคำขอมี บัตรประจำตัวประชาชนด้วยตนเอง	285	71.25	115	28.75	400 (100)
7.กฎหมายบังคับให้กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต้องพกบัตรประจำตัวประชาชนไว้ตรวจ	117	29.25	283	70.75	400 (100)
8.สำนักเขตเปิดบริการทำบัตรประจำตัว ประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในวัน เสาร์และวันอาทิตย์	264	66	136	34	400 (100)
9.มีหน่วยบริการจัดทำบัตรเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ให้กับกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสถานศึกษาต่างๆ	282	70.5	118	29.5	400 (100)
10.คำนำหน้านามภาษาอังกฤษผู้ชายใช้คำว่า Master ส่วนผู้หญิงใช้คำว่า Miss	289	72.25	111	27.75	400 (100)

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในเรื่องผู้มีสัญชาติไทย ซึ่งมีอายุตั้งแต่เจ็ดปีบริบูรณ์ และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน ต้องมีบัตรประจำตัวประชาชน มีผู้ตอบถูกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.75 รองลงมาเป็นความรู้เรื่อง คำนำหน้านามภาษาอังกฤษผู้ชายใช้คำว่า Master ส่วนผู้หญิงใช้คำว่า Miss คิดเป็นร้อยละ 72.25 และการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคล 7-14 ปี มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของทัศนคติผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

				(n=400)
ทัศนคติ	$\bar{X}$	SD.	แปลผล	
1. เจ้าหน้าที่ในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนแบบ เอนกประสงค์จำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี สารสนเทศเป็นอย่างดี สามารถที่จะให้บริการได้ถูกต้อง	3.62	0.95	มาก	
2. เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชน กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้เข้าใจและมีความรู้	3.50	0.76	ปานกลาง	
3. การพบบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้ติดต่องานราชการได้สะดวกและรวดเร็ว	3.29	0.86	ปานกลาง	
4. การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เพื่อพิสูจน์ ยืนยันตัวบุคคล และป้องกันการสวมสิทธิ์จาก บุคคลอื่น	3.21	0.89	ปานกลาง	
5. การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มี ประโยชน์ต่อการบริการสุขภาพของสำนักงานหลักประกัน สุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)	3.16	0.90	ปานกลาง	
6. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความ สะดวกในการทำหนังสือเดินทาง	3.15	0.92	ปานกลาง	
7. การมีบัตรประจำตัวประชาชนเพิ่มภาระให้ผู้ปกครองและ กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	3.10	0.98	ปานกลาง	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

(n=400)				
ทัศนคติ	$\bar{X}$	SD.	แปลผล	
8. ระบบการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของบัตรประจำตัวประชาชนมีความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือ ว่าข้อมูลไม่มีการรั่วไหลหรือถูกเปิดเผย	3.08	0.88	ปานกลาง	
9. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่สามารถระบุรูปพรรณสัณฐานได้ชัดเจน ทำให้เกิดความยุ่งยากในการใช้ประกอบการแสดงตัว	3.04	0.93	ปานกลาง	
10. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีประโยชน์ และมีผลกระทบต่อสังคม	3.01	0.94	ปานกลาง	
รวม	3.22	0.65	ปานกลาง	

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จำนวน 10 ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าในข้อ “เจ้าหน้าที่ในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนแบบเอนกประสงค์จำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดี สามารถที่จะให้บริการได้ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 รองลงมาคือ “เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้เข้าใจ และมีความรู้” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 “การพกบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้ติดต่องานราชการได้สะดวกและรวดเร็ว” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ตามลำดับ และส่วนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด “บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีประโยชน์ และมีผลกระทบต่อสังคม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ตารางที่ 10 อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของพฤติกรรมการทำ
บัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

(n=400)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครอง กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี (n=400)		
1. พฤติกรรมของผู้ปกครองระดับต่ำ (0-1 คะแนน)	39	9.75
2. พฤติกรรมของผู้ปกครองระดับปานกลาง (2-3 คะแนน)	100	25
3. พฤติกรรมของผู้ปกครองระดับสูง (4-5 คะแนน)	261	65.25
ค่าเฉลี่ย = 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.20		
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครอง
กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จำนวน 10 ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการทำบัตรฯ
ระดับสูง (4-5 คะแนน) จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมาคือ มีพฤติกรรมการทำบัตรฯ
ในระดับปานกลาง (2-3 คะแนน) จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และมีพฤติกรรมการทำบัตรฯ
ในระดับต่ำ (0-1 คะแนน) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของ
พฤติกรรมการทำบัตรฯ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.20

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละของพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครอง
กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

(n=400)

พฤติกรรม	ใช่		ไม่ใช่		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. เมื่อท่านได้รับข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ จะไปทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่ม บุคคลอายุ 7-14 ปี ตามกำหนดเวลา	291	72.75	109	27.25	400 (100)
2. เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำบัตร ประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จะไปหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม	273	68.25	127	31.75	400 (100)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

(n=400)					
พฤติกรรม	ใช่		ไม่ใช่		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3. ท่านจะแนะนำบุคคลที่รู้จักให้ไปทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	305	76.25	95	23.75	400 (100)
4. ท่านจะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ด้วยความเต็มใจ	315	78.75	85	21.25	400 (100)
5. ท่านมีแนวโน้มที่จะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามกำหนดเวลา	375	93.75	25	6.25	400 (100)

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในเรื่องท่านมีแนวโน้มที่จะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามกำหนดเวลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาเป็นท่านจะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ด้วยความเต็มใจ คิดเป็นร้อยละ 78.75 และเมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จะไปหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมเป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	215	26.88
ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงเหตุผล ขั้นตอน และประโยชน์ในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี อย่างต่อเนื่อง	170	21.25

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีความพร้อมในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทั้งในด้านเจ้าหน้าที่ สถานที่ และอุปกรณ์	125	15.62
การทำบัตรประจำตัวประชาชนไม่มีประโยชน์ เนื่องจากกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพค่อนข้างมาก และรูปถ่ายไม่สามารถระบุตัวตนที่ชัดเจน	90	11.25
ควรเพิ่มระยะเวลาการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	69	8.62
ควรมีการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่สะดวกและรวดเร็ว สามารถขอระยะเวลาในการทำบัตรฯ	50	6.25
ควรขอความร่วมมือกับสถานศึกษา โดยให้สถานศึกษากับเจ้าหน้าที่ประสานกัน มีคุณครูดูแลและจัดการแทนผู้ปกครอง	30	3.75
เสนอแนะให้ใช้บัตรนักเรียนในรูปแบบบัตรสมาร์ตการ์ด โดยใช้รหัสในสมุดบัตรเป็นเลขประจำตัว ระบุโรงเรียน และที่อยู่ตามทะเบียนบ้านหรือใบสมุดบัตรแทนการทำบัตรประจำตัวประชาชนที่สำนักงานเขต	24	3
การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี สิ้นเปลืองงบประมาณและไม่ได้ใช้ประโยชน์เท่าที่ควร	19	2.38
กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ยังไม่มีความรับผิดชอบในการจัดเก็บและติดต่อหน่วยงานราชการต่างๆ ต้องอาศัยผู้ปกครอง	8	1

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันเรื่อง ควรมีการประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 26.88 รองลงมา ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงเหตุผล ขั้นตอน และประโยชน์ในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 21.25 ควรมีความพร้อมในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทั้งในด้านเจ้าหน้าที่ สถานที่ และอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 15.62 และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดเรื่องกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ยังไม่มีความรับผิดชอบในการจัดเก็บและติดต่อหน่วยงานราชการต่างๆ ต้องอาศัยผู้ปกครอง คิดเป็น ร้อยละ 1 ตามลำดับ

ดังนั้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้เสนอว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเล็งถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เรื่องการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อต่างๆ ให้ทั่วถึงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามเพศ

(n=400)

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	172	2.90	0.49	2.789	398	.006*
หญิง	228	2.76	0.52			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า เพศที่ต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน โดยเพศชายจะมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อเท่ากับ 2.90 มากกว่าค่าเฉลี่ยเพศหญิงเท่ากับ 2.76 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามอายุ

(n=400)

อายุ	$\bar{X}$	SD	F	Sig
ต่ำกว่า 31 ปี	2.69	0.40		
31 – 40 ปี	2.82	0.48	7.299	.000**
41 – 50 ปี	2.81	0.57		
51 – 60 ปี	3.42	0.57		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่ต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และได้ทำตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การเปิดรับสื่อ ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มการเปิดรับสื่อจำแนกตามอายุ

(n=400)

อายุ	การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชน			
	กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี			
	ต่ำกว่า 31 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี
1. ต่ำกว่า 31 ปี ($\bar{X}=2.69$)				*
2. 31 – 40 ปี ($\bar{X}=2.82$)				*
3. 41 – 50 ปี ($\bar{X}=2.81$)				*
4. 51 – 60 ปี ($\bar{X}=3.42$)				

จากตารางที่ 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มการเปิดรับสื่อจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปีมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อมากกว่าช่วงอายุ 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และต่ำกว่ากลุ่มอายุ 31 ปี

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามการศึกษา

(n=400)

การศึกษา	$\bar{X}$	SD	F	Sig
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.80	0.52		
ปริญญาตรี	2.81	0.50	0.424	.655
สูงกว่าปริญญาตรี	2.88	0.56		

จากตารางที่ 16 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เข้าไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามอาชีพ

(n=400)

อาชีพ	$\bar{X}$	SD	F	Sig
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.88	0.61	1.073	.369
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	2.86	0.43		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.80	0.40		
รับจ้าง	2.82	0.57		
แม่บ้าน	2.71	0.61		

จากตารางที่ 17 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อจำแนกตามรายได้

(n=400)

รายได้	$\bar{X}$	SD	F	Sig
น้อยกว่า 5,000 บาท	2.80	0.38	1.252	.284
5,000 – 10,000 บาท	2.94	0.60		
10,001 – 15,000 บาท	2.90	0.61		
15,001 - 20,000 บาท	2.80	0.47		
20,001 – 25,000 บาท	2.79	0.46		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	2.74	0.47		

จากตารางที่ 18 พบว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 19 แสดงค่าประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่ม
บุคคลอายุ 7-14 ปี กับความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
(n=400)

ความรู้	การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	
	r	P
ความรู้การทำบัตรประจำตัว ประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	.030	.551

จากตารางที่ 19 พบว่า การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ตารางที่ 20 แสดงค่าประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคล
อายุ 7-14 ปี กับทัศนคติในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
(n=400)

ทัศนคติ	ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	
	r	P
ทัศนคติในการทำบัตรประจำตัว ประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	.105*	.036

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติในการทำบัตรประจำตัวประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้มากทำให้มีทัศนคติในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มากขึ้น

ตารางที่ 21 แสดงค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี กับพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

(n=400)

พฤติกรรม	ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	
	r	P
พฤติกรรมในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี	.196**	.000
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01		

จากตารางที่ 21 พบว่า ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปีมากขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม รวมทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) แบบสำรวจ (Survey Research Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการหาสถิติขั้นพื้นฐานโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) เพื่อแสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะ ทางประชากร (Demographics) ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยการใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (T- test), การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance ANOVA) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้แบ่งการรายงานผลวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนมีดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

1.1 ลักษณะทางประชากร (Demographics)

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 เพศชายจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34

1.2 การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคล อายุ 7-14 ปี

ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภท พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ในระดับกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 รองลงมาเป็นประเภทสื่อมวลชนอยู่ในระดับกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และประเภทสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 ตามลำดับ

ในประเภทสื่อบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จากสมาชิกในครอบครัว/ญาติ รองลงมาเป็นคนรัก/เพื่อน คนที่ทำงานเดียวกัน คนรู้จัก และเจ้าหน้าที่ตามลำดับ

ในประเภทสื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสารตามลำดับ

ในประเภทสื่อเฉพาะกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จากเว็บไซต์กรมปกครอง รองลงมาเป็นสายด่วน 1548 แผ่นประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเขต และป้ายประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

1.3 ความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ผลการวิเคราะห์ความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ระดับปานกลาง (4-6 คะแนน) ร้อยละ 72 รองลงมา ระดับต่ำ (0-3 คะแนน) ร้อยละ 57 และระดับสูง (7-10 คะแนน) ร้อยละ 13.75

เมื่อพิจารณาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามในแต่ละข้อ พบว่า ผู้มีสัญชาติไทย ซึ่งมีอายุตั้งแต่เจ็ดปีบริบูรณ์ และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านต้องมีบัตรประจำตัวประชาชน มีผู้ตอบถูกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.75 รองลงมา เป็นความรู้เรื่องกำหนดหน้านามภาษาอังกฤษผู้ชายใช้คำว่า Master ส่วนผู้หญิงใช้คำว่า Miss คิดเป็นร้อยละ 72.25 และการทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคล 7-14 ปี มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 เป็นข้อที่ตอบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15

1.4 ทักษะที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ผลการวิเคราะห์ทักษะที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าในข้อ เจ้าหน้าที่ในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนแบบเอนกประสงค์จำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดี สามารถที่จะให้บริการได้ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 รองลงมา เป็น เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้เข้าใจและมีความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีประโยชน์ และมีผลกระทบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

1.5 พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมระดับสูง (4-5 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมา ระดับปานกลาง (2-3 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 25 และระดับต่ำ (0-1 คะแนน) คิดเป็นร้อยละ 9.75

เมื่อพิจารณาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามในแต่ละข้อ พบว่าท่านมีแนวโน้มที่จะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามกำหนดเวลา มีพฤติกรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาเป็น ท่านจะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ด้วยความเต็มใจ คิดเป็นร้อยละ 78.75 และเมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จะไปหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.25

1.6 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครอง กลุ่มบุคคล 7-14 ปี

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน เรื่องควรมี การประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นทางสำนักเขต และกรมปกครองควรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เรื่องการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อต่างๆ ให้ทั่วถึงมากขึ้น ทำให้ผู้ปกครองได้รับข้อมูลข่าวสาร และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

2. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางด้านเพศ และอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 เพียงบางส่วน ยกเว้นตัวแปรการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับความรู้ การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้การทําบัตรประจำตัวประชาชน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานที่ 3 ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการทําบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติในการทําบัตรประจำตัวประชาชนอย่างมีนัยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการทําบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมในการทําบัตรประจำตัวประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางด้านเพศ และอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 เพียงบางส่วน ยกเว้นตัวแปร การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการทําบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เป็นเรื่องใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคม และได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เพื่อที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับแนวคิดของเสถียร เชยประทับ (2542) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิต เพราะว่ามันมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพื่อจะได้มีความรู้ ความเข้าใจ จูงใจหรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การที่จะบรรลุสิ่งเหล่านี้ได้จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นตัวกระตุ้นความคิดของมนุษย์ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภักดี ท้วจบ (2551) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” พบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีการเปิดรับสื่อมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 51-60 ปี มีการเปิดรับสื่อมากกว่าช่วงอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และต่ำกว่าอายุ 31 ปี เนื่องจากช่องทางการสื่อสารที่เพิ่มขึ้น มีความหลากหลาย และความน่าสนใจมากกว่าเดิม ทำให้เข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศ สอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1973) กล่าวถึง องค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ ได้แก่ ประสบการณ์ ประโยชน์ในการใช้งานภูมิหลังของบุคคล การศึกษา สิ่งแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ อารมณ์ และทัศนคติของแต่ละคน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสารของ Klapper (1960) กล่าวถึง มนุษย์มีการเปิดรับหรือสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นความสนใจที่มีอยู่เดิม รวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจของตนหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม หลังจากที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใด แหล่งหนึ่งแล้ว ก็จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารตามทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาพร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น และการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติเข้าไว้เป็นประสบการณ์ของตนเอง เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับเท่ากับเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เกิดจากความพร้อมของผู้รับสารว่าในขณะที่พร้อมที่จะเข้าใจหรือไม่เข้าใจในเรื่องราวที่น่าสนใจ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของเจเรศักดิ์ ชูรักษ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้อย่างรถยนต์ประหยัดน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารรถยนต์ประหยัดน้ำมันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ผลวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชน ทั้งนี้มาจากปริมาณการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ของผู้ปกครองในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง หากจำแนกตามประเภทของสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารการทำบัตรประจำตัวประชาชนผ่านสื่อมวลชน และสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง มีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงสื่อมวลชน สื่อบุคคลได้ง่ายกว่าสื่อเฉพาะกิจ เพราะสื่อทั้ง 2 ประเภทนี้ เป็นสื่อที่เข้าถึงตัวผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มากที่สุด และใช้เป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสารในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ตรงกับแนวคิดของMcCombs และ Becker (1979) กล่าวว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวของมนุษย์ เพื่อรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้ สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาตัดสินใจหรือแสดงออกต่อสถานการณ์ได้ รวมถึงนำข้อมูลมาพูดคุยหรือสนทนา สร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปที่เกิดขึ้นในสังคม

โดยปัจจัยดังกล่าวอาจเกิดจากผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่สามารถเข้าถึงตัวข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความพร้อมที่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารหรือช่องทางการนำเสนอไม่มีความหลากหลาย ไม่ครอบคลุมเนื้อหา ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) กล่าวถึง การเลือกใช้อสื่อให้เกิดประสิทธิผลกับเป้าหมาย ต้องคำนึงถึงสื่อ เนื้อหาข่าวสาร ผู้รับสาร และสภาพแวดล้อม ดูจากระดับความสามารถของสื่อแต่ละประเภท ซึ่งเป็นตัวกลางที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสาร อารมณ์ความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ของผู้ส่งได้ดีหรือได้ครบถ้วนมาก

น้อยเพียงใด ในขณะที่ส่งสารนั้น ต้องดูความพร้อม ความสามารถในการเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ ของผู้รับสาร รวมถึงการเข้ากันได้ของสื่อหรือสมรรถนะของสื่อที่จะสามารถส่งสัญญาณหรือข้อมูล กับสภาพแวดล้อมของการสื่อสารที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ได้ดีเพียงใด เช่น สภาพพื้นที่บางแห่งอาจเป็น ภูเขาหรือเป็นเกาะหรือพื้นที่ที่มีความแปรปรวนของสภาพอากาศสูง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการใช้สื่อที่ ส่งสัญญาณด้วยคลื่น เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีลักษณะคล้ายคลึงกับการทำบัตร ประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 15 ปีขึ้นไป ทำให้ผู้ปกครองมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถนึกได้ จดจำ เข้าใจถึงข่าวสาร ข้อเท็จจริง เนื้อหา และประสบการณ์ต่างๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ในเรื่องของ การทำบัตรบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี นำไปสู่การตัดสินใจและปฏิบัติได้อย่าง ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศุภนิธย์ พลไพรินทร์ (2540) กล่าวว่า การวัดความรู้เป็นการวัด ระดับความจำ ความสามารถในการคิด เข้าใจกับข้อเท็จจริงที่ได้จากการศึกษาและประสบการณ์เดิม

สอดคล้องกับงานวิจัยของภักดี ท้วจบ (2551) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคไม่มี ความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของณุล อุ่นจินดาณ (2545) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อการปฏิรูป อุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการทำบัตร ประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ทัศนคติในการทำบัตรประจำตัวประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตาม สมมติฐานข้อที่ 3 ซึ่งอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 แสดงให้เห็นว่าความรู้ของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติในการทำบัตรประจำตัวประชาชน ทั้งนี้มาจากกลุ่ม

ตัวอย่างมีความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนในประเด็นเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ อายุของบัตรฯ บุคคลที่มีหน้าที่ยื่นคำขอมีบัตรฯ วัน เวลา และสถานที่ในการทำบัตรฯ อยู่ในระดับปานกลาง ส่งผลให้มีทัศนคติการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในระดับปานกลางเช่นเดียวกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเทรียนดิส Triandis (1971 อ้างใน วันเพ็ญ ปรีดิยาธร, 2543) กล่าวว่า องค์ประกอบทัศนคติของการรับรู้เชิงแนวคิดส่วน of ความรู้ การรับรู้ และความเชื่อที่สิ่งเร้าของบุคคลเป็นตัวกำหนดทิศทางทัศนคติของบุคคลว่าจะเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีความรู้ ความคิดต่อสิ่งเร้าทางบวก ก็จะมีทัศนคติทางบวก แต่ถ้าบุคคลมีความรู้ ความคิดต่อสิ่งเร้าทางลบ ก็จะมีทัศนคติทางลบ

ผู้ปกครองมีความรู้ ความเข้าใจในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มาจากความรู้ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการทำบัตรฯ ของตนเอง และจากการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจสอดคล้องกับแนวคิดของจุมพล รอดคำดี (2533) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงมาจากข้อมูลข่าวสารจากการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ และจากประสบการณ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ถ้าส่วนประกอบใดส่วนประกอบหนึ่งถูกเปลี่ยนแปลง จะมีแนวโน้มต่อความรู้ และทัศนคติ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเกียร ธิวหากาญจน์ (2541) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ” พบว่า ระดับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด และการป้องกันตนเองจากยาเสพติดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด และสอดคล้องกับงานวิจัยของอนัญญา สงวนศักดิ์ (2547) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ต่อสมุนไพรรักษาโรคของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับทัศนคติต่อสมุนไพร

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 แสดงให้เห็นว่าทัศนคติของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชน ทั้งนี้มาจากกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี อยู่ในระดับ ปานกลาง และมีพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี อยู่ในระดับสูง เกิดจากผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีทัศนคติที่ดีต่อการทำบัตรฯ ทำให้เกิดพฤติกรรมการทำ บัตรฯสูง ถ้าผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีทัศนคติทางลบมาก ก็จะมีพฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต่ำ สอดคล้องกับแนวคิดของครอนบาค Cronbach (อ้างในปกิจพรหมาน, 2531) อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาาน จึงจะสามารถบรรลุความต้องการ โดยมีความพร้อม ความสามารถในการทำกิจกรรม สถานการณ์ และผลที่ได้รับ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1960) ที่กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก่อเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น ส่งผลทำให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นตามมา เนื่องจากการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆของพวกเราเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากทัศนคติของบุคคล ดังนั้นการที่บุคคลมีพฤติกรรมต่างกันก็เนื่องจากมีทัศนคติที่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา วรรณะมานิ (2542) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิมล รัตนพงศ์ (2546) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมปกป้องและต่อต้านยาเสพติดของประชาชนในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี” พบว่า ทัศนคติต่อการแก้ปัญหาภัยเสพติดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมปกป้องและต่อต้านยาเสพติด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น มีความต่อเนื่อง และสม่ำเสมอตลอดระยะเวลาที่มีการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับปานกลาง ซึ่งทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้สื่อประเภทต่างๆ มุ่งเน้นถึงความรู้ในเรื่องกฎเกณฑ์ อายุของบัตรฯ บุคคลที่มีหน้าที่ยื่นคำขอมีบัตรฯ วัน เวลา และสถานที่ในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ให้มากยิ่งขึ้น เป็นเรื่องที่ควรรับรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง
3. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเฉพาะกิจต่ำกว่าสื่อมวลชน และสื่อบุคคลทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงหรือพัฒนาสื่อเฉพาะกิจให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเสรี อีกทั้งควรใช้สื่อโทรทัศน์ในการกระตุ้นหรือสร้างความสนใจในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี
4. ปัจจัยด้านพร้อมของเจ้าหน้าที่ สถานที่ อุปกรณ์ และเวลาในการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ผู้ปกครองดำเนินการทำบัตรฯ ได้ทันตามกำหนดเวลา

ข้อเสนอแนะทางการวิจัยในอนาคต

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรมีวิธีการศึกษาที่นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกต หรือวิธีการอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ให้รายละเอียดมากยิ่งขึ้น
2. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามุ่งเฉพาะกลุ่มผู้ปกครองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีปัจจัยและโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเปิดรับสื่อการ

บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี และสามารถใช้อ้างอิงได้เฉพาะในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในจังหวัดอื่นๆ

3. ควรมีการศึกษาในประเภทของสื่อ รายละเอียดของสื่อ เนื้อหาของสื่อ กลยุทธ์ และวิธีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

4. ควรมีการศึกษาเฉพาะกรณีของสื่อใดสื่อหนึ่ง โดยเฉพาะสื่อที่มีการเปิดรับต่ำที่สุด ซึ่งได้แก่ เว็บไซต์กรมการปกครอง สายด่วน 1548 เฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเขต และป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ประสิทธิผลของสื่อในการประชาสัมพันธ์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- เกตุร ชิวหากาญจน์. 2541. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ พัฒนคติเกี่ยวกับการป้องกัน
ยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ข่าวสด. 2554. ครูยุ่น นำต้าน บัตรปชช 7 ขวบ (Online). <http://www.khaosod.co.th>,
10 กรกฎาคม 2554.
- จรัสศรี ปีกัดตัง. 2542. การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มี
ต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานรัฐ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จเรศักดิ์ ชูรักษ์. 2550. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม
การเลือกใช้อย่างรถยนต์ประหยัดน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จำนง พรายเยี่ยมแบ. 2531. เทคนิคการวัดและการประเมินผลการเรียนรู้การสอนซ่อมเสริม.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- จุมพล รอดคำ. 2532. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัทรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2544. การวิเคราะห์ข้อสอบ. (Online). <http://www.watpon.com>,
20 กรกฎาคม 2554.
- ชฎามาศ ฐะเศรษฐกุล, กษิธิธ ภูภราดัย, และ ชนนานันท์ คงธนาฤทธ. 2548. “เสียงสะท้อน
ประเด็นการใช้บัตรประชาชนแบบสามรต์การ์ด.” ส่งเสริมเทคโนโลยี 31 (178): 75.

ชฎามาศ ฐะเศรษฐกุล. 2547. “บัตรประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด...ก้าวสู่สากลหรือดาบสองคม.”
ส่งเสริมเทคโนโลยี 31 (177): 94.

คณพล อุ่นจินดาณิ. 2545. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูป
อุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสาร
มหบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นงเยาว์ กัลยาณิกษณ์. 2541. การศึกษาปัญหาการดำเนินงานฝ่ายกิจการนักเรียนนักศึกษา
ของมหาวิทยาลัยอาชีวศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต
สาขการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์. 2545. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: อัลฟ่าพับลิชชิง.

น้ำทิพย์ วิภาวิน. 2547. การจัดการความรู้กับคลังความรู้. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอสอาร์พรินติ้ง
แมสโปรดักส์ จำกัด.

บุญเกื้อ ควรหาเวช. 2542. การประชาสัมพันธ์ Public Relation. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.

ปกิจ พรหมายน. 2531. ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากจราจรของผู้ขับขี่
รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประเทือง ภูมิภัทราคม. 2540. ปรับพฤติกรรม: ทฤษฎีและการประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ:
โอเดียนสโตร์

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย.
กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

ผู้จัดการ. 2553. ความพินิจของสังคมไทย เมื่อเด็ก 1 ขวบ (จะ) มีบัตรประชาชน (Online).

<http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9530000142497,>

12 กรกฎาคม 2554.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักเลขาธิการกรรมการปกครอง. 2554. News Release ข่าวกรรมการปกครอง.

7 กรกฎาคม 2554.

พรพิมล รัตนพงศ์. 2546. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมป้องกัน

และต่อต้านยาเสพติดของประชาชนในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2541. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และ

สถิติ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล. 2534. พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและ

อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพศาล หวังพานิช. 2526. การวัดผลการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ภักดี ท้วบ. 2551. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เกี่ยวกับความคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทรา นิกมานนท์. 2544. การวิจัยทางการศึกษาและสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท

อักษราพัฒนา

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชกิจจานุเบกษา. 2554. 128 10ก, หน้า 58-60.

ราชกิจจานุเบกษา. 2554. 128 34ก, หน้า 64-70.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ลักขณา สิริวัฒน์. 2543. การแนะแนวเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮาส์.

ลักขณา สตะเวทิน. 2542. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. ม.ป.ท. เพ็ญฟ้า พริ้นติ้ง.

วรัญรดา หนูขาว. 2553. ทักษะชีวิตที่มีต่อค่านิยมองค์กรและพฤติกรรมในการทำงาน กรณีศึกษาพนักงาน บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ จำกัด (มหาชน) ภาคใต้. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

วันเพ็ญ ปรีดิยาธร. 2543. การเปิดรับ ทักษะชีวิตและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันเพ็ญ วรรณโกมล. 2542. การสอนสังคมศึกษาในระดับมัธยมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏธนบุรี.

วิจิตร อาวะกุล. 2541. เทคนิคการประชาสัมพันธ์ **Public Relations Technics**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร เกตุสิงห์. 2543. คู่มือวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

วิรัช ถกรัตนกุล. 2546. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริโสภาคย์ นูรพาเดชะ. 2529. จิตวิทยาทั่วไป. มปท.

ศุภณิดย์ พลไพรินทร์. 2540. เทคนิคการประเมินผล. กรุงเทพมหานคร: แพร่พิทยา.

สมคิด เลิศไพฑูรย์ และคณะ. 2549. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่จัดเก็บในบัตรประจำตัวประชาชนแบบเอนกประสงค์ (Smart Card). สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. 2554. กรุงเทพมหานครพร้อมเปิดให้บริการทำบัตรประชาชนแก่เยาวชนอายุ 7 ปีบริบูรณ์ ทั้ง 50 สำนักงานเขต รวมถึงสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส 3 สถานีและจุดบริการด่วนมหานครเปิดให้บริการทุกวัน (Online). <http://thainews.prd.go.th>., 14 กรกฎาคม 2554.

สำนักบริหารการทะเบียน. 2547. “บัตรประจำตัวประชาชนแบบเอนกประสงค์ (Smart Card).” เทศาภิบาล (พฤษภาคม 2547): 13.

สำนักบริหารการทะเบียน. 2554. ความหมายเลขบัตร ID13 ตัว (Online). <http://bora.dopa.go.th/learning1.htm>., 18 กรกฎาคม 2554.

สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร. 2552. สำนักผังเมือง (Online). <http://www.bma-cpd.go.th/>., 25 มิถุนายน 2554.

สิทธิ ชีรสรณ์. 2551. การสื่อสารทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชา จันทน์เอม . 2531. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

สุพงษ์ โสณะเสถียร. 2533. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสถียร เขยประทับ. 2528. การสื่อสารกับการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์.

อนัญญา สงวนศักดิ์. 2547. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อสมุนไพรไทยของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรนุช งามขาว, ว่าที่พันตำรวจตรีหญิง. 2543. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการ
ปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรรณณ ปิณฑน์โอวาท. 2554. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไอเอ็นเอ็น. 2554. สรุปภาพรวมทำบัตรประชาชนเด็กต่ำกว่าเป้า (Online).

<http://www.innnews.co.th.>, 12 กรกฎาคม 2554.

Atkin, C. K. and G. Garramone. 1983. **The Role of Foreign News Coverage in Adolescent
Political Socialization.** Paper presented at the Association for Education in Journalism
and mass Communication Convention, Convention, Corvallis, OR.

Berneys. 1961. **Your future in public relations.** New York: Richard Rosen.

Carow, A. K. and E. M. Staten. 1999. **Debit, Credit, or Cash: Survey Evidence on Gasoline.**
Journal of Economics and Business. 51.

- Castillo, C. T. 1979. **Beyond Manila : Philipines Rural Problems in Perspective**. University Of the Philipines at Los Banos College, Laguna, Philipines, (Mimeographed).
- Cutlip, S. M. and A. H. Center. 1978. **Effective Public Relations**. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Davis, A. 2003. **Everything you should know about public relations direct answer to over 500 questions**. London: Kogan page.
- Good, C.V. 1973. **Dictionary of Education**. New York: McGraw-Hill.
- Hoyer, W. D. and D. J. Macinnis, 2001. **Consumer behavior**. Boston, NY: Houghton Mifflin.
- Katz, E. Blumer, J. G. and M. Gurevitch, 1974. **Mass communication current perspectives on gratification research**. London: Sage.
- Klapper, J.T. 1960. **The Effect of Communication**. New York: The Free Press.
- Kozenny, F. W. Del Toro, and J. Gandino. 1987. **International News Media Exposure Knowledge, and Attitudes. Journal of Broadcasting and Electronic Media**. Volume 31, Number 1, Winter
- Marcia ,W. D. D. W. Stacks and C. H. Botan 2009. “State of public relations education in the United States:2006 report on a national survey of executives and academic.” Public Relations Review 35 March.
- Marichris, D. and T. Kelleher 2009. **Social media use, perception of decision-making power, and public relations**. Public Relations Review 35.

McCombs, M.E. and L. Becker. 1979. **Using Mass Communication Theory**. New Jersey: Prentice-Hall.

news.mthai. 2554. **บัตรประชาชนเด็กใครได้ประโยชน์** (Online).
<http://news.mthai.com/webmaster-talk/121818.html>, 12 July 2011.

news.thaipbs. 2554. **50 สำนักงาน กทม.เขตรับทำบัตรประชาชนเด็กทุกวันจันทร์-อาทิตย์** (Online). <http://news.thaipbs.or.th>, 29 July 2011.

Rogers, E. M. and S. F. Floyd. 1971. **Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach**. New York: The Free Press.

Schiffman, L. G. and L. L. Kanuk. 2004. **Consumer behavior**. Upper Saddle, NJ: Pearson Education.

Wilbur, S. 1973. **Channels and Audiences in Handbook of Communication**. Chicago :Rand McNelly College Publishing Company.

Yamane, T. 1970. **Statistics: An Introductory Analysis**. New York : McGraw-Hill.

Zimbardo, P. and M. Leippe. 1991. **The Psychology of Attitude change and Social Influence**. New York: McGraw-Hill.

Zimbardo, P. E. B. Ebbesen. and C. Maslash. 1977. **Influencing Attitudes and Changing Behavior: An Introduction to Method, Theory, and Application of Social Control and Personal Power**. London: Addison Wesley Publishing Company.

Zimbardo, P. and M. Leippe. **The Psychology of Attitude change and Social Influence**. New York: McGraw-Hill. 1991.





แบบสอบถาม

เรื่อง

**การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชน
กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตศึกษา สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในกรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถาม 6 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ตอนที่ 3 ความรู้การทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ตอนที่ 4 ทักษะที่มีต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

3. ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อที่จะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาครั้งต่อไป

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม

ชลธิดา นันทนเสรีวัฒน์

นิสิตศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดตอบแบบสอบถามต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับ สภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 31 ปี☐ 31 – 40 ปี☐ 41 – 50 ปี☐ 51 – 60 ปี☐ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี☐ ปริญญาตรี☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว☐ รับจ้าง☐ แม่บ้าน☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 5,000 บาท☐ 5,000 – 10,000 บาท☐ 10,001 – 15,000 บาท☐ 15,001 - 20,000 บาท☐ 20,001 – 25,000 บาท☐ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ

ท่านได้รับข่าวสารการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคล 7-14 ปี จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจบ่อยครั้งเพียงใด

สื่อ	มากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	3-4 ครั้ง ต่อเดือน	2 ครั้ง ต่อเดือน	1 ครั้ง ต่อเดือน	ไม่เคย เลย
1. สื่อมวลชน					
1.1 โทรทัศน์					
1.2 วิทยู					
1.3 หนังสือพิมพ์					
1.4 นิตยสาร					
2. สื่อบุคคล					
2.1 สมาชิกในครอบครัว/ญาติ					
2.2 คนรัก/เพื่อน					
2.3 คนที่ทำงานเดียวกัน					
2.4 คนรู้จัก					
2.5 เจ้าหน้าที่					
3. สื่อเฉพาะกิจ					
3.1 แฟ้มประชาสัมพันธ์ที่ สำนักงานเขต					
3.2 ป้ายประชาสัมพันธ์					
3.3 เว็บไซต์กรมปกครอง					
3.4 สายด่วน 1548					

ตอนที่ 3 ความรู้ของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ความรู้	คำตอบ	
	ใช่	ไม่ใช่
1. การทำบัตรประจำตัวประชาชนของกลุ่มบุคคล 7-14 ปี มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2554		
2. ผู้มีสัญชาติไทย ซึ่งมีอายุตั้งแต่เจ็ดปีบริบูรณ์ และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านต้องมีบัตรประจำตัวประชาชน		
3. กลุ่มบุคคลที่มีอายุ 7 ปีบริบูรณ์ยื่นคำขอมีบัตรประจำตัวประชาชนภายใน 30 วัน ส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอายุ 8-14 ปี ยื่นคำขอมีบัตรภายใน 1 ปี		
4. อายุของบัตรประจำตัวประชาชนมีอายุ 6 ปี		
5. ผู้ถือบัตรจะขอมีบัตรใหม่ก่อนวันที่บัตรเดิมหมดอายุ โดยยื่นคำขอต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายใน 30 วันก่อนวันที่บัตรเดิมหมดอายุ		
6. กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี สามารถยื่นคำขอมีบัตรประจำตัวประชาชนด้วยตนเอง		
7. กฎหมายบังคับให้กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ต้องพกบัตรประจำตัวประชาชนไว้ตรวจ		
8. สำนักเขตเปิดบริการทำบัตรประจำตัวประชาชน กลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ในวันเสาร์และวันอาทิตย์		
9. มีหน่วยบริการจัดทำบัตรเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ให้กับกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามสถานศึกษาต่างๆ		
10. คำนำนามานามภาษาอังกฤษผู้ชายใช้คำว่า Master ส่วนผู้หญิงใช้คำว่า Miss		

ตอนที่ 4 ทักษะของผู้ปกครองต่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง

มากที่สุด	= 5	น้อย	= 2
มาก	= 4	น้อยที่สุด	= 1
ปานกลาง	= 3		

ทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เปิดรับสื่อการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้เข้าใจและมีความรู้					
2. การพบบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ทำให้ติดต่องานราชการได้สะดวกและรวดเร็ว					
3. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่มีประโยชน์ และมีผลกระทบต่อสังคม					
4. การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีประโยชน์ต่อการบริการสุขภาพของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)					
5. ระบบการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของบัตรประจำตัวประชาชนมีความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือว่าข้อมูลไม่มีการรั่วไหลหรือถูกเปิดเผย					

ทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ไม่สามารถระบุรูปพรรณสัณฐานได้ชัดเจน ทำให้เกิดความยุ่งยากในการใช้ประกอบการแสดงตัว					
7. การทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี เพื่อพิสูจน์ ยืนยันตัวบุคคล และป้องกันการสวมสิทธิจากบุคคลอื่น					
8. บัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี มีความสะดวกในการทำหนังสือเดินทาง					
9. การมีบัตรประจำตัวประชาชนเพิ่มภาระให้ผู้ปกครองและกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี					
10. เจ้าหน้าที่ในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนแบบเอนกประสงค์ จำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดี สามารถที่จะให้บริการได้ถูกต้อง					

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการทำบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครองกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง

พฤติกรรม	คำตอบ	
	ใช่	ไม่ใช่
1. เมื่อท่านได้รับข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์จะไปทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามกำหนดเวลา		
2. เมื่อท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี จะไปหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม		
3. ท่านจะแนะนำบุคคลที่รู้จักให้ไปทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี		
4. ท่านจะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ด้วยความเต็มใจ		
5. ท่านมีแนวโน้มที่จะทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี ตามกำหนดเวลา		

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการทำบัตรประจำตัวประชาชนกลุ่มบุคคลอายุ 7-14 ปี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

บัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ดกลุ่มบุคคล 7-14 ปี

บัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ดกลุ่มบุคคล 7-14 ปี

1. บัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด

บัตรประจำตัวประชาชน คือ หลักฐานที่รัฐออกให้เพื่อรับรองว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นพลเมืองของรัฐ ทั้งนี้บุคคลที่ได้รับการรับรองจะได้รับการปกป้อง และคุ้มครองจากรัฐในเรื่องของอำนาจหรือผลประโยชน์ภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนด อาทิ สิทธิในการรักษาพยาบาล สิทธิในการศึกษาเล่าเรียนฟรี กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและที่ดิน เป็นต้น โดยแต่ละประเทศจะมีการบันทึกข้อมูลของประชาชนเก็บไว้ในฐานข้อมูล เพื่อใช้ในการตรวจสอบและถือเป็นการป้องกันปัญหา ที่อาจจะเกิดกับประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความปลอดภัย เรื่องของปากท้อง สิทธิในการครอบครองที่ดินและการประกอบอาชีพ นอกจากนี้แล้วบัตรประจำตัวประชาชนยังถือเป็นการป้องกันปัญหา หรืออันตรายที่อาจจะเกิดกับประเทศหรือประชาชนในประเทศ ปัญหาในด้านผู้ร้ายข้ามแดน ปัญหาการก่ออาชญากรรมข้ามชาติ ปัญหาการก่อวินาศกรรม และการลักลอบเข้าประเทศอย่างผิดกฎหมาย

บัตรประจำตัวประชาชนแบบเอกประสงค์หรือแบบสมาร์ทการ์ด (Smart Card) คือ ชื่อเรียกของเทคโนโลยีในการทำบัตรพลาสติกที่มีขนาดเท่ากับบัตรเครดิตหรือบัตรเอทีเอ็ม ซึ่งมีการฝังไมโครชิปไว้ในบัตร ชิพดังกล่าวจะเป็นที่เก็บข้อมูลต่างๆจำนวนมาก ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยบัตรสมาร์ทการ์ดสามารถบรรจุข้อมูลมากกว่าบัตรแถบแม่เหล็กธรรมดาถึง 100 เท่า

มีจุดเริ่มต้นจากแนวความคิดของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ต้องการให้ประชาชนใช้บัตรเพียงใบเดียวแทนบัตรประเภทต่างๆ ที่รัฐออกให้ทั้งหมด เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อประชาชนในการพกพาบัตร และเป็นการประหยัดงบประมาณของรัฐในการออกบัตรประเภทต่างๆ ตลอดจนให้เกิดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน (One standard) ในสังคมไทย รวมทั้งอำนวยความสะดวกต่อเจ้าของบัตรในด้านต่างๆ มากขึ้น เช่น ใช้แทนทะเบียนบ้าน เป็นบัตรเสียภาษี เป็นใบขับขี่ ฯลฯ ในบัตรเดียวกัน เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 เป็นต้นไป

ระบบของบัตรสมาร์ทการ์ด สามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. สมาร์ทการ์ดแบบมีการสัมผัส (contact smart cards) ซึ่งการใช้งานจำเป็นต้องมีการสอดใส่เข้าไปในเครื่องอ่านสมาร์ทการ์ด (smart cards reader) สมาร์ทการ์ดแบบมีการสัมผัสเป็นบัตรที่มีการฉีกชิพทองขนาดเล็กเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณครึ่งนิ้วไว้ที่ด้านหน้าบัตรแทนการใช้แถบ

แม่เหล็ก (Magnetic stripe) ที่เคยพบเห็นใช้กันมากที่สุดในบัตรเครดิตหรือบัตรเอทีเอ็ม เมื่อผู้ใช้สอดใส่บัตรเข้าไปในเครื่องอ่านบัตรสมาร์ตการ์ด มันจะสัมผัสกับหัวต่อหรือคอนเน็กเตอร์ทางไฟฟ้าซึ่งจะทำการส่งถ่ายข้อมูลเข้าและออกจากชิพ

2. สมาร์ตการ์ดแบบไม่มีสัมผัส (contactless smart card) ซึ่งการใช้งานต้องการเพียงให้วางอยู่ใกล้ๆ กับสายอากาศเท่านั้น สมาร์ตการ์ดแบบไม่มีการสัมผัสเป็นบัตรที่มองดูรูปร่างภายนอกคล้ายกับบัตรเครดิตพลาสติกแบบหนึ่งที่อยู่ในมีการผนึกชิพคอมพิวเตอร์และขดลวดสายอากาศไว้ภายใน ซึ่งใช้ในการติดต่อกับเครื่องรับ เครื่องส่งที่อยู่ในระยะไกล (remote receive/transmitter) โดยทั่วไปใช้บัตรแบบนี้ เมื่อต้องมีการดำเนินการทางด้านรายการ (transactions) อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น บัตรที่ใช้กับการจัดเก็บเงินค่าผ่านทางด่วน

นอกจากบัตรสมาร์ตการ์ดทั้งสองแบบดังกล่าว ในปัจจุบันยังมีการผลิตสมาร์ตการ์ดแบบผสมหรือที่เรียกว่า คอมบิคาร์ด (Combi Card) ออกมาใช้งานอีกด้วย โดยบัตรแบบนี้เป็นบัตรใบเดียวแต่ทำหน้าที่เป็นทั้งสมาร์ตการ์ดแบบมีการสัมผัสและสมาร์ตการ์ดแบบไม่มีการสัมผัส เพื่อเพิ่มความสะดวกและประโยชน์ในการใช้งานมากขึ้น

ดังนั้นบัตรประจำตัวประชาชนแบบเอกประสงค์น่าใช้แทนทำบัตรประจำตัวประชาชนที่ใช้เทคโนโลยีบัตรแถบแม่เหล็ก เพราะเป็นบัตรประจำตัวประชาชนที่ใช้แสดงตนที่มี IC CHIP สามารถบันทึกข้อมูลบุคคลของทางราชการ รวมทั้งข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ถือบัตรที่ผู้ถือบัตรยินยอมและใช้เป็นกุญแจมาตรฐาน ในการเข้าถึงข้อมูลของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับตน ตลอดจนสามารถใช้เข้ารับบริการจากทุกหน่วยงาน เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการและลดขั้นตอนการทำงานและเอกสารของทางราชการ

2. วัตถุประสงค์ของการทำบัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ตการ์ด

การทำบัตรประจำตัวประชาชน ถือเป็นเอกสารที่ทางราชการออกให้เฉพาะผู้มีสัญชาติไทยใช้ในการพิสูจน์ทราบและยืนยันตัวบุคคล เช่น การติดต่อธุรกิจการค้า การทำนิติกรรมสัญญาและการติดต่อประสานงานกับส่วนราชการหรือภาคเอกชน การใช้สิทธิเลือกตั้ง การสมัครงาน นอกจากนั้นยังเป็นหลักฐานที่แต่ละหน่วยงานใช้ตรวจสอบบุคคล เพื่อประกอบการออกหนังสือสำคัญต่างๆ ในการทำธุรกรรมเฉพาะด้าน เช่น ใบอนุญาตขับรถ หนังสือเดินทาง บัตรประจำตัวผู้ป่วยของโรงพยาบาลหรือแม้แต่บัตรเครดิตประเภทต่างๆ ที่นิยมใช้กันในวงการของสถาบัน

การเงินและการธนาคาร โดยที่หากไม่มีบัตรประจำตัวประชาชนจะเกิดความยุ่งยากสับสนในการยื่นขึ้นตัวบุคคล อันจะส่งผลทำให้การติดต่อดำเนินการ ในเรื่องต่างๆ ไม่อาจดำเนินการไปได้ด้วยความราบรื่นและรวดเร็ว

3. ลักษณะบัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด

บัตรประจำตัวประชาชนที่ออกให้แก่บุคคล กำหนดขนาด สี และลักษณะของบัตร ตลอดจนรายการในบัตรและรายละเอียดของรายการในบัตร รวมทั้งแบบบัตรประจำตัวประชาชนที่ออกด้วยระบบคอมพิวเตอร์แบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ตลอดจนกำหนดให้เจ้าพนักงานออกบัตรสามารถกำหนดมาตรการตรวจสอบและป้องกันการปลอมแปลงบัตรได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ดมีสีขาว ลายพื้นสีฟ้า ผลิตด้วยวัสดุและเคลือบด้วยวัสดุป้องกันการปลอมแปลงตามที่เจ้าพนักงานออกบัตรกำหนด ในกรณีที่เจ้าพนักงานออกบัตรเห็นสมควรจะกำหนดให้มี ในกรณีที่เจ้าพนักงานออกบัตรเห็นสมควรจะกำหนดให้มีจุดซ่อนเร้นซึ่งมองไม่เห็นด้วยตาเปล่าเพื่อเป็นมาตรการตรวจสอบหรือป้องกันการปลอมแปลงบัตร

รายการและรายละเอียดของรายการในบัตร มีดังต่อไปนี้

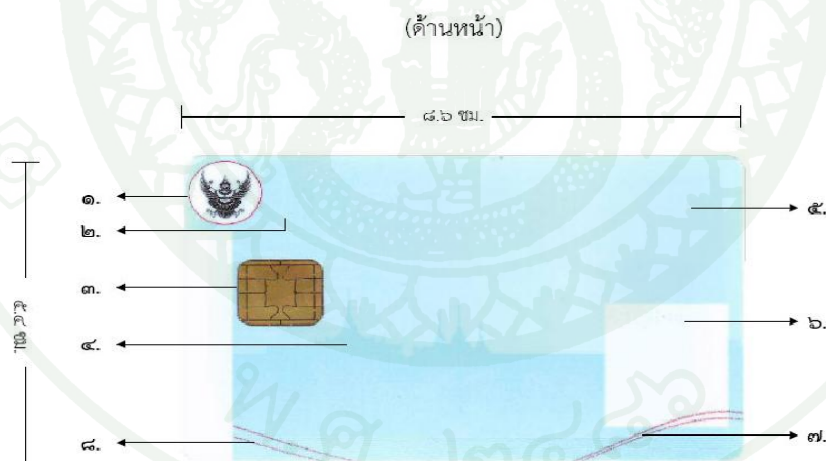
1. คำว่า “บัตรประจำตัวประชาชน”
2. รูปถ่ายของผู้ถือบัตร
3. เลขประจำตัวประชาชนของผู้ถือบัตร
4. ชื่อตัวและชื่อสกุลของผู้ถือบัตร
5. วันเดือนปีเกิดของผู้ถือบัตร
6. ที่อยู่ตามทะเบียนบ้านของผู้ถือบัตรในขณะยื่นคำขอ
7. วันออกบัตร

8. วันบัตรหมดอายุ

9. ลายมือชื่อหรือตราลายมือชื่อ และตราประจำตำแหน่งของเจ้าพนักงานออกบัตร

10. รายการศาสนาหรือนิกายของศาสนาหรือลัทธินิยมในทางศาสนาของผู้ถือบัตร โดยจะมีหรือไม่ก็ได้

สำหรับบัตรที่ออกด้วยระบบคอมพิวเตอร์แบบเอกประสงค์ ให้มีรายการเลขหมายคำขอมีบัตร รหัสกำกับบัตร และรหัสแท่งตรวจสอบบัตร (Bar code) ส่วนรูปถ่ายของผู้ถือบัตร ต้องเป็นรูปถ่ายหน้าตรง ไม่สวมหมวกหรือแว่นตาสีเข้ม และไม่ใส่ผ้าคลุมหน้าหรือผ้าโพกศีรษะ เว้นแต่ผู้ซึ่งมีความจำเป็นตามศาสนา นิกายของศาสนาหรือลัทธินิยมในทางศาสนาของผู้ถือบัตร แต่ต้องเปิดให้เห็นใบหน้า หน้าผาก คิ้ว ตา จมูก ปาก และคาง โดยรูปถ่ายจะปรากฏเลขหมายคำขอ และเลขแสดงส่วนสูงของผู้ถือบัตรที่มีหน่วยวัดเป็นเซนติเมตร เว้นแต่ผู้ถือบัตรซึ่งมีส่วนสูงต่ำกว่าหนึ่งร้อยเซนติเมตร หรือมีส่วนสูงสูงกว่าหนึ่งร้อยเก้าสิบเซนติเมตร จะไม่มีเลขแสดงส่วนสูงของผู้ถือบัตรก็ได้ในกรณีดังกล่าวให้พนักงานเจ้าหน้าที่บันทึกหมายเหตุไว้ในคำขอด้วย (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)



ภาพที่ 2 รายละเอียดบัตรด้านหน้า

ที่มา: ราชกิจจานุเบกษา, (2554)

สำหรับ รายละเอียดของลักษณะบัตรด้านหน้าประกอบด้วย

1. รูปครุฑสีดำนบนพื้นสีขาวอยู่ในเส้นวงกลมสีแดง

2. ลวดลายสีฟ้าลักษณะเหมือนแผงวงจรไฟฟ้า
3. หน่วยความจำ (IC chip)
4. รูปพระบรมมหาราชวังสีฟ้าเข้ม
5. ลายพื้นของบัตรเป็นลายประดิษฐ์สีฟ้าอ่อน
6. ที่ว่างสำหรับรูปถ่าย
7. และ 8. micro text ป้องกันการปลอมแปลง ซึ่งเมื่อใช้แว่นขยายจะเห็นเป็นตัวอักษร “THAILAND” ต่อเนื่องกันเป็นเส้นสีแดง



ภาพที่ 3 รายละเอียดบัตรด้านหลัง
ที่มา: ราชกิจจานุเบกษา, (2554)

สำหรับ รายละเอียดของลักษณะบัตรด้านหลังประกอบด้วย

1. รหัสการผลิต
2. ลวดลายสีฟ้าลักษณะเหมือนแผงวงจรไฟฟ้า

3. สัญลักษณ์ตรวจสอบบัตร (hologram) เป็นสีทองภายในปรากฏรูปพระบรมมหาราชวัง รูปวงกลมอยู่มุมบนซ้าย มีรูปแผนที่ประเทศไทยซ้อนอยู่ตรงกลางเห็นได้โดยตรงหรือเมื่อเอียงบัตร ในที่ว่างมีคำว่า “ประเทศไทย” ต่อเนื่องกันเป็นแนวตลอด

4. รูปพระบรมมหาราชวังสีฟ้าเข้ม

5. รูปธงชาติ ด้านบนมีคำว่า “ประเทศไทย” และด้านล่างมีคำว่า “THAILAND”

6. ลายพื้นของบัตรเป็นลายประดิษฐ์สีฟ้าอ่อน (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการใช้บัตรประจำตัวประชาชนแบบสมาร์ทการ์ด

1. ได้รับการบริการจากรัฐเท่าเทียมกัน โดยขอทำบัตรได้ที่สำนักทะเบียนอำเภอ และท้องถิ่นทุกแห่งทั่วประเทศ

2. ป้องกันการทุจริตปลอมแปลงบัตร และการสวมตัวบัตรด้วยระบบปลอดภัยของตัวบัตร จากการตรวจสอบเปรียบเทียบกับลายพิมพ์นิ้วมือ มีผลต่อความมั่นคง สามารถป้องกันไม่ให้คนที่ไม่ใช่ สัญชาติไทยสวมรอยเป็นคนไทยได้

3. สามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น ใช้แสดงตน ใช้เลขบัตรประจำตัวประชาชนเพื่อเข้าสู่ระบบบริการเครือข่ายภาครัฐและเอกชนต่างๆ ใช้แทนบัตรสมาชิก ทะเบียนเกี่ยวกับบุคคลประเภทต่างๆ ใช้เป็นบัตรเอทีเอ็ม เดบิตการ์ด และเครดิตการ์ด

4. ประชาชนมีความสะดวกและปลอดภัยในการใช้งานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีรหัสส่วนบุคคล (PIN Code; Personal Identification Number code) ใช้ในการรับส่งอีเมล และยืนยันตัวบุคคลก่อนเข้าสู่ระบบบริการภาครัฐ สามารถนำ PKI (Public Key Infrastructure) ส่วนบุคคลไปใช้ในการจัดทำลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำธุรกรรมพื้นฐานกับภาครัฐหรือเอกชน และรับส่งอีเมลในกรณีที่ต้องการความปลอดภัยเป็นพิเศษ สามารถใช้บริการตรวจสอบเปรียบเทียบกับลายนิ้วมือที่เก็บอยู่ ณ สำนักทะเบียนกลางเพื่อยืนยันตัวบุคคล (กฎหมาย ฐานะเศรษฐกิจ, กษัตริย์ ภูมราดิย, และขนานันท์ คงธนาฤทธิ์, 2548)

5. ประชาชนไม่ต้องพกเอกสารหลักฐานไปแสดงหรือพิสูจน์ยืนยันตัว

6. ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ มิให้เกิดความซ้ำซ้อนในเรื่องข้อมูลของบุคคล และทำให้มีการใช้งานที่เต็มประสิทธิภาพจากระบบฐานข้อมูลบุคคล จากอดีตที่หน่วยงานต่างๆ มีฐานข้อมูลบุคคลเป็นของตนเอง เนื่องจากเป้าหมายของการจัดเก็บและใช้งานไม่เหมือนกัน ที่สำคัญคือ ต่างสแกนอำนาจงบประมาณของหน่วยงานตนเองไว้ ทั้งๆที่มีหลายหน่วยงานเก็บข้อมูลประเภทเดียวกัน แต่ไม่มีใครรู้และนำไปใช้ (สำนักบริหารการทะเบียน, 2547)

5. ความหมายของเลขประจำตัวประชาชนทั้ง 13 หลัก

หลักที่ 1 หมายถึงประเภทบุคคลซึ่งมี 8 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 ได้แก่ คนที่เกิดและมีสัญชาติไทย ได้แจ้งเกิดภายในกำหนดเวลา (ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2527)

ประเภทที่ 2 ได้แก่ คนที่เกิดและมีสัญชาติไทย ได้แจ้งเกิดเกินกำหนดเวลา (ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2527)

ประเภทที่ 3 ได้แก่ คนไทยและคนต่างด้าวที่มีใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าวและมีที่อยู่ในทะเบียนบ้านในสมัยเริ่มแรก (1 มกราคม - 31 พฤษภาคม พ.ศ.2527)

ประเภทที่ 4 ได้แก่ คนไทยและคนต่างด้าวที่มีใบสำคัญคนต่างด้าวแต่แจ้งย้ายเข้า โดยยังไม่มีเลขประจำตัวประชาชนในสมัยเริ่มแรก (1 มกราคม - 31 พฤษภาคม พ.ศ.2527)

ประเภทที่ 5 ได้แก่ คนไทยที่ได้รับอนุมัติให้เพิ่มชื่อเข้าในทะเบียนบ้านในกรณีตกสำรวจหรือกรณีอื่น ๆ

ประเภทที่ 6 ได้แก่ ผู้ที่เข้าเมืองโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย และผู้ที่เข้าเมืองโดยชอบด้วยกฎหมาย แต่จะอยู่ในลักษณะชั่วคราว

ประเภทที่ 7 ได้แก่ บุตรของบุคคลประเภทที่ 6 ซึ่งเกิดในประเทศไทย

ประเภทที่ 8 ได้แก่ คนต่างด้าวที่เข้าเมืองโดยถูกต้องตามกฎหมาย คือ ได้รับใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าว คนที่ได้รับการแปลงสัญชาติเป็นสัญชาติไทยและคนที่ได้รับการให้สัญชาติไทย

หลักที่ 2 ถึงหลักที่ 5 หมายถึง รหัสของสำนักทะเบียนที่ท่านมีชื่อในทะเบียนบ้าน ในขณะให้เลข สำหรับเด็กเกิดใหม่จะหมายถึงถิ่นที่เกิด โดยหลักที่ 2 และ 3 หมายถึงจังหวัด หลักที่ 4 และ 5 หมายถึงอำเภอหรือเทศบาล

หลักที่ 6 ถึงหลักที่ 10 หมายถึง กลุ่มที่ของบุคคลแต่ละประเภทตามหลักแรกหรือหมายถึงเล่มที่ ของสูติบัตรแล้วแต่กรณี

หลักที่ 11 และ 12 หมายถึง ลำดับที่ของบุคคลในแต่ละกลุ่มประเภทหรือใบที่ของสูติบัตรแต่ละเล่มแล้วแต่กรณี

หลักที่ 13 หมายถึง ตัวเลขตรวจสอบความถูกต้องของเลข 12 หลักแรก (สำนักบริหารการทะเบียน, 2554)

6. รหัสส่วนบุคคล (PIN Code: Personal Identification Number Code)

PIN Code คือชุดตัวเลขหรือตัวอักษรที่กำหนดขึ้นเป็นรหัสลับเฉพาะส่วนบุคคลที่ใช้ร่วมกับเลขประจำตัวประชาชนเพื่อใช้เป็นรหัสผ่านเข้าสู่ระบบงานหรือการให้บริการในระบบคอมพิวเตอร์ ภายใต้ข้อกำหนดหรือรูปแบบของหน่วยงานผู้ให้บริการจะกำหนดขึ้น

กรมการปกครองได้พัฒนาระบบงานการให้บริการประชาชนทางด้านงานทะเบียนและบัตรด้วยระบบคอมพิวเตอร์อย่างต่อเนื่องมีประสิทธิภาพ และประชาชนที่ไปติดต่อขอใช้บริการได้รับความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย จากการพัฒนาระบบงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนคนไทยทุกคนทุกหนแห่ง มีสิทธิเข้าถึงการบริการของภาครัฐที่เปิดให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงผ่านระบบเครือข่าย กรมการปกครองจึงได้ขยายรูปแบบการให้บริการ โดยได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากอธิบดีกรมการปกครองให้สำนักบริหารการทะเบียนเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบนำโครงการรหัสบุคคล(PIN PROJECT) มาใช้พร้อมทั้งให้ทดลองจดหมายอิเล็กทรอนิกส์คนไทยดอทคอมฟรี (Free E-mail Address khonthai.com) แก่คนไทย

ทุกคนที่มีรหัส PIN Code ใช้ในการรับ-ส่งจดหมายผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เว็บไซต์ www.khonthai.com

7. การไปติดต่อขอรับ PIN Code

1. ประชาชนคนไทยทุกคนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านถูกต้องตามกฎหมายมีสิทธิขอรับได้ทุกคน PIN Code
2. หากท่านต้องการ สามารถไปขอรับ PIN Code ได้ที่สำนักทะเบียนอำเภอ สำนักงานเขตหรือเทศบาลแห่งใดก็ได้ทั่วประเทศ ซึ่งขณะนี้สำนักทะเบียนสามารถออนไลน์ทั่วถึงกันทุกแห่ง ให้ไปติดต่อขอรับที่งานทะเบียนราษฎร
3. โปรแกรมให้รหัสลับบุคคลหรือ PIN Code จะอยู่ที่โปรแกรมรับแจ้งให้บริการงานทะเบียนราษฎร ข้อที่ 11
4. ผู้ขอต้องเป็นเจ้าของข้อมูลเท่านั้น
5. หลักฐานที่ใช้เพียงบัตรประจำตัวประชาชน (สำหรับผู้ที่ยังไม่มีบัตรสามารถนำหลักฐานสำเนาทะเบียนบ้านและสำเนาใบสูติบัตรไปยื่นขอได้ที่งานทะเบียนราษฎร) ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมใดๆ ทั้งสิ้น

8. ลักษณะรหัส PIN Code

รหัส PIN Code ที่ได้มา (อาจเป็นตัวเลขหรือตัวอักษร 4 ตัว) มี 2 ชุด อยู่คนละบรรทัด ชุดที่ 1 บรรทัดบน เรียกว่า PIN 1 ชุดที่ 2 บรรทัดล่าง เรียกว่า PIN 2 โดยทั่วไปจะใช้ PIN 1 ส่วน PIN 2 จะใช้ในบางโปรแกรมซึ่งจะระบุให้ใช้ทั้ง PIN 1 และ PIN 2 โดยจะมีคำชี้แจงแจ้งให้ทราบไว้อย่างชัดเจน เมื่อท่านได้รับรหัส PIN Code มา ท่านจะได้รับกล่องจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คนไทยดอทคอม โดยอัตโนมัติ ซึ่ง e-mail address ของท่านคือ pตามด้วยเลขประจำตัวประชาชนของท่าน @khonthai.com ดังตัวอย่าง p3100199999001@khonthai.com ฟรีทันที ซึ่งให้เนื้อที่เก็บจดหมายขนาด 2 เมกะไบต์ และสามารถแนบไฟล์ข้อมูลได้ครั้งละ 30 กิโลไบต์ เมื่อใดก็ตามที่เนื้อที่เก็บจดหมายของท่านเต็ม ท่านจะไม่สามารถรับจดหมายใหม่ได้ต้องทำการลบจดหมายที่ไม่ต้องการทิ้งด้วยตัวท่านเอง

9. การใช้รหัส PIN Code

เมื่อท่านได้รับรหัส PIN Code มาท่านสามารถเข้าสู่ระบบตรวจสอบข้อมูลตนเองได้ทันที สำหรับการเข้าใช้งานระบบ webmail khonThai ท่านจะใช้งานได้ในวันถัดไป ช่องทางการเข้าใช้งานมีดังนี้

1. ที่เว็บไซต์ www.dopa.go.th และ คลิกที่ Banner: Thailand Gateway
2. ที่เว็บไซต์ www.khonThai.com และ คลิกที่หัวข้อ Thailand Gateway หรือ หัวข้อประตูสู่การบริการภาครัฐ หรือที่ <http://www.khonThai.com/thailandgateway/>
3. ใช้ผ่านตู้บริการเอกประสงค์ (MPM: Multi Purpose Machine) ซึ่งเป็นเครื่องบริการประชาชนอัตโนมัติ มีระบบให้บริการประชาชนหลากหลายรูปแบบ อาทิ การคัดสำเนารายการข้อมูลตนเอง การแจ้งย้ายเข้าหรือออกจากทะเบียนบ้านแบบอัตโนมัติ โดยไม่ต้องไปทำที่อำเภอ ฯลฯ

10. ประโยชน์ของรหัส PIN Code

1. เป็นรหัสสำหรับเข้าตรวจสอบข้อมูลของตนเองจากฐานข้อมูลโดยตรง เช่น ข้อมูลตามทะเบียนราษฎร ข้อมูลการทำบัตร ข้อมูลการจดทะเบียนสมรสและหย่า ฯลฯ
2. เป็นรหัสสำหรับเข้าตรวจสอบสิทธิประโยชน์อื่นๆ ของภาครัฐที่ทางราชการจะแจ้งสิทธิต่างๆ ของท่านให้ทราบผ่านทางเลือกนี้ และที่จะเปิดให้บริการเพิ่มเติม เช่น สิทธิการเลือกตั้ง ประกันสุขภาพประกันสังคม การขึ้นทะเบียนทหารการทำใบขับขี่ ฯลฯ
3. เป็นรหัสสำหรับเข้าขอตรวจคัดกรองสำเนารายการทะเบียนข้อมูลของตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ตและตู้บริการเอกประสงค์ (MPM) เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการติดต่อหน่วยงานใดๆ ได้โดยไม่ต้องพกพาเอกสารติดตัว

4. เป็นรหัสสำหรับเข้าสู่กล่องจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address khonthai.com) เพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสารได้

5. เป็นรหัสสำหรับการยืนยันตัวตนบุคคลในการขอทำบัตรประจำตัวประชาชนครั้งต่อไป เพื่อเป็นการป้องกันบุคคลอื่นมาสวมตัวหรือสวมสิทธิของท่านในการทำบัตร

6. เป็นรหัสในการขอเข้ารับบริการต่างๆ ภาครัฐ (E-GOVERNMENT)

7. เป็นรหัสในการแสดงความคิดเห็นและลงประชามติ

8. เป็นรหัสในการขอเข้ารับบริการทางธุรกิจ (E-BUSSINESS)

9. เป็นรหัสในการยื่นคำร้องสอบถามข้อมูลหรือจ่ายค่าบริการภาครัฐ

10. ประชาชนได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการขอใช้บริการทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่รัฐจัดทำขึ้นให้แก่ประชาชน เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและในอนาคตอันใกล้นี้ ยังมีบริการอื่นๆ อีกมากที่จะตามมา ดังนั้นรหัสบุคคลจึงมีความจำเป็นสำหรับทุกคนขอให้เก็บรักษาไว้ให้ดีและพยายามจดจำไว้ให้แม่นยำ (สมคิด เลิศไพฑูรย์ และคณะ, 2549)

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวชลธิดา นันทนเสรีวัฒน์

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 22 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2530

สถานที่เกิด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตบางแสน

