

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสารรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคมของผู้ประกันตน โดยมุ่งเน้นศึกษาผู้ประกันตนที่เป็นผู้รับสารว่ามีการเปิดรับฟังรายการอย่างไร มีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์อย่างไร ในระดับใด ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้อธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
3. การสร้างสารในงานวิทยุกระจายเสียง
4. บทบาทของวิทยุกระจายเสียง
5. แนวคิด หลักการเกี่ยวกับประกันสังคม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

การเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) เป็นสิ่งสำคัญสำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ ซึ่งต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าไร ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มขึ้นเท่านั้น

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker 1978) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (*Information Seeking*) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูล เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
2. การเปิดรับข้อมูล (*Information Receptivity*) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้
3. การเปิดรับประสบการณ์ (*Experience Receptivity*) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

การเปิดรับข่าวสารต่างๆ ของบุคคลนั้น เมอร์ริลล์ และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein 1971) ได้สรุปไว้ว่า มักเกิดจากแรงผลักดันซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ความเหงา ซึ่งเหตุผลทางจิตวิทยาเชื่อว่า มนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่ลำพัง และพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่มีโอกาส หรือไม่ก็จะอยู่กับสื่อต่างๆ และบางคนที่พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงา และไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ
2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ สื่อมวลชนสามารถตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้ โดยสื่อประเภทต่างๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการนำเสนอข่าวสาร
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้ว มนุษย์มีความเห็นแก่ตัว จะแสวงหาและเลือกใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมบารมี การช่วยให้อะสวคสบาย หรือความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติหรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชน
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนต่างๆ ไป ที่สามารถตอบสนองความต้องการคือ ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ ความกลัว ความหวัง ฯลฯ ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้และเปิดรับสื่อ

เมื่อผู้รับสารมีบทบาทในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ด้วยการแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจต่างๆ นั้น บุคคลจะมีการเปิดรับหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารบางอย่าง

แมคคอมบส์ และ เบคเกอร์ (McCombs and Becker 1979) ได้กล่าวถึงการใช้สื่อตามความพอใจว่า คนเรามีความต้องการทางด้านจิตวิทยา 6 ประการ ในการเลือกรับข่าวสาร คือ

1. **ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)** โดยการสังเกต ฝ้าติดตามเหตุการณ์ ต้องการรู้ความเคลื่อนไหวเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้ในขณะนั้น
2. **ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision Making)** ทำให้บุคคลสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ได้
3. **ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย สนทนา (Discussion)** สามารถนำมาเป็นหัวข้อถกเถียงหรือพูดคุยกับคนอื่น
4. **ต้องการมีส่วนร่วม (Participation)** คือความรู้สึกเข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว
5. **ต้องการการสนับสนุนหรือแรงเสริม (Reinforcement)** เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาเสริมความคิดเห็นให้มีมากขึ้น หรือตอกย้ำค่านิยมเดิม
6. **ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment)** เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลบหนีจากภาวะกดดันหรือแก้เหงา

ด้วยคุณลักษณะและรูปแบบที่หลากหลายของสื่อ ทำให้ผู้รับสารมีโอกาสที่จะเลือกใช้สื่อได้ตามความพอใจ ซึ่งพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2544) ได้ประมวลลักษณะการเปิดรับสื่อของบุคคลไว้ดังนี้

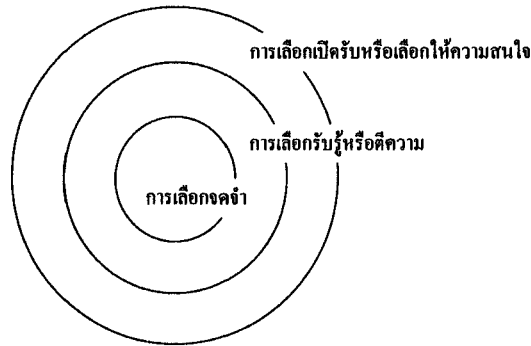
1. **เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability)** โดยไม่ยากนัก เพราะอะไรที่ได้มาเรื่อยๆ จะไม่ค่อยได้รับการเลือก เช่นวิทยุเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในชนบท เพราะเป็นสื่อที่จัดหาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น
2. **เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency)** กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน
3. **เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience)** แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เช่น บางคนชอบฟังวิทยุเวลาขับรถ หรือตอนทำงาน
4. **เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness)** ประกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ เช่น ถ้าฟังวิทยุเป็นประจำ ก็จะไม่ค่อยชมโทรทัศน์หรืออ่านหนังสือพิมพ์
5. **ต้องการสื่อที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นที่พึงพอใจ** ซึ่งเป็นคุณสมบัติเฉพาะตัวของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อผู้รับสาร เช่น คนที่ชอบฟังเพลงก็จะเลือกเปิดรับจากวิทยุ

กระบวนการติดต่อสื่อสารนั้น ต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้ หรือขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสารในการเปิดรับข่าวสารของบุคคล ในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากนักน้อยเพียงไร ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย โดยขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร แยกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1. **ทักษะหรือความชำนาญ** ทั้งทักษะในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร ตลอดจนความเข้าใจในเนื้อหาสาระข่าวสารต่างกันด้วย
2. **ทัศนคติของผู้รับสาร** ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับ และทัศนคติที่มีต่อสื่อ ถ้าเป็นทัศนคติที่ไม่ดี ผู้รับสารก็จะมีพฤติกรรมไม่เปิดรับข่าวสารนั้น
3. **ระดับความรู้ของผู้รับสาร** ผู้ที่มีความรู้มากย่อมเข้าใจข่าวสารได้เร็วกว่าผู้ที่มีความรู้น้อย
4. **ระบบสังคมและวัฒนธรรม** จะมีผลต่อการแปลหรือการตีความของผู้รับสาร ซึ่งผู้ที่มีมาจากสังคมที่แตกต่างกัน มีภูมิหลัง วัฒนธรรมที่ต่างกัน ย่อมมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน
5. **ความต้องการของผู้รับสาร** ผู้รับสารแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและความต้องการ หรือจดจำในส่วนที่ตรงกับเป้าหมายมากเป็นพิเศษ

การเลือกสรรในการรับสาร

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่างๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรจึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการเลือกสรร

แคลปเปอร์ (Klapper 1960) กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรประกอบด้วย **การเลือกเปิดรับหรือการเลือกให้ความสนใจ** (Selective Exposure or Selective Attention) **การเลือกรับรู้หรือตีความ** (Selective Perception or Selective Interpretation) และ **การเลือกจดจำ** (Selective Retention) ในสิ่งที่สอดคล้องกับทัศนคติความต้องการของตน ในทางจิตวิทยา แต่ละบุคคลจะเลือกรับและเลือกจดจำ โดยเฉพาะเรื่องที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตนมากกว่าที่จะมุ่งแสวงหาทัศนคติใหม่ที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิม คือรับรู้แต่ในสิ่งที่ตนเองชอบ หรือให้ผลเป็นที่พอใจ หรือตีความในส่วนที่ให้ผลเป็นที่พึงพอใจเท่านั้น ซึ่งรายละเอียดมีดังนี้

1. การเปิดรับหรือเลือกสนใจ

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ให้เป็นไปอย่างราบรื่น และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในภาวะที่ไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน หรือต้องเปลี่ยนสถานะแวดล้อมความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะข่าวสารจะช่วยลดความไม่แน่นอน (Uncertainty) และช่วยให้ผู้ใช้สารสามารถควบคุมสถานการณ์ได้

การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยการเปิดรับสารนั้นจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ความเชื่อ อุดมการณ์ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ส่วนบุคคล ฯลฯ

โดยปกติแล้วคนเรามักจะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ซึ่งจะก่อให้เกิดภาวะทางจิตที่ไม่สมดุลหรือไม่สบายใจ ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตน

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ

การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) หมายถึง การรับรู้ เป็นกระบวนการของการเลือก (Selection) การรวบรวมจัดระบบข้อมูล (Organization) และการตีความ แปลความ (Interpretation) ของการรับสัมผัสที่เกิดขึ้น เมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน โดยเลือกรับรู้หรือตีความ หมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฯลฯ ฉะนั้น ในบางครั้งบุคคลอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

วรลักษณ์ ชีราโมกษ์ (2546: 67-69) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งเสริมการรับรู้ที่สำคัญ คือ ปัจจัยในการเลือกรับรู้ ซึ่งมีทั้งปัจจัยจากตัวผู้รับและจากตัวกระตุ้น โดยอาจแบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย คือ

1. ความคลุมเครือของตัวกระตุ้น คือยิ่งตัวกระตุ้นคลุมเครือมากเท่าใด การรับรู้ก็จะขึ้นอยู่กับจิตวิสัยมากเท่านั้น
2. ความต้องการของปัจเจกบุคคล การรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้น จะขึ้นอยู่กับอารมณ์ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายในขณะนั้น ฯลฯ ถึงแม้จะได้สิ่งเร้าอย่างเดียวกัน แต่การรับรู้ที่แสดงออกมานั้นต่างกัน นั่นก็คือ ความต้องการของปัจเจกบุคคลเป็นตัวกำหนดให้เกิดการเลือกรับรู้ที่ต่างกัน
3. การตามอย่างผู้อื่น การยอมรับหรือค่านิยมบางอย่างในสังคมทำให้เกิดการคล้อยตามและมีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ เพราะความคิดที่ว่าคนส่วนใหญ่น่าจะถูก หรือทั้งๆ ที่รู้ว่าไม่ถูก แต่ต้องการหลีกเลี่ยงความประหลาดอายในการที่จะต้องทำแตกต่างจากผู้อื่น

3. การเลือกจดจำ

นอกจากการเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายของสารแล้ว บุคคลจะเลือกจดจำ (Selective Retention) ข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ ของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนและจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ได้รับด้วย แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างไปได้ (เพราะความชัดเจนที่เข้าใจตรงกันอยู่แล้ว) ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้าย คือจะเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนของตนเองสนใจเท่านั้น ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

การจดจำเป็นการประมวลผลสารสนเทศแล้วเก็บไว้ในสมองเรียกว่าความทรงจำ (วรลักษณ์ ธีราโมกษ์: 95 อ้างแล้ว) โดยแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. ความทรงจำที่เกิดจากการรับสัมผัส จะเป็นความจำที่เกิดจากการรับสัมผัส และจะคงอยู่ได้สั้นๆ เป็นวินาทีเท่านั้น
2. ความทรงจำระยะสั้น โดยจะเริ่มเป็นความจำที่แท้จริง แต่ก็คงอยู่ไม่นาน ถ้าไม่มีการทบทวนหรือสั่งให้จดจำ
3. ความทรงจำระยะยาว ความจำในส่วนนี้จะอยู่เป็นวัน เดือน ปี หรือชั่วชีวิต

แม็กเล้าท์ (McLeod 1972: 123) กล่าวว่าตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของการใช้เนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

แต่การวัดการเปิดรับสื่อด้วยเวลามีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบนั้นขึ้นอยู่กับตัวแปรหลายตัว เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่ผู้รับสาร และการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อจึงไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยา และมักไม่ได้ผลชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาคำถามไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการรับฟังรายการเพลงทางวิทยุ เป็นต้น

การแสวงหาข่าวสาร

เมื่อข่าวสารมีจำนวนมากมาย มีการผลิตและแจกจ่ายไปอย่างไม่มีวันจบสิ้น ผู้รับสารจะมีวิธีการแสวงหาและจัดการกับข่าวสารพวกนี้อย่างไร

โดโนฮิว และ ทิปตัน (Donohew and Tipton 1973 อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์ 2543: 73-75) ได้เสนอแบบจำลองเป็นแผนภูมิในการแสวงหาข่าวสารที่แสดงลำดับของการพิจารณาสิ่งต่างๆ และตัดสินใจตอบคำถามไปที่ละขั้นจนถึงจุดสุดท้ายคือการปิดการแสวงหา (Closure)

แบบจำลองจะเริ่มจากการเริ่มเปิดรับสิ่งเร้าต่างๆ (สารสนเทศ) ซึ่งอาจสนใจหรือไม่สนใจต่อสิ่งเร้าก็ได้ ขั้นต่อมาจึงมีการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งเร้านั้นกับภาพ (Image) ของความเป็นจริงที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่ง หากข่าวสารใดที่ไม่สำคัญหรือซ้ำซาก และไม่สอดคล้องกับภาพก็จะถูกตัดทิ้งไป (Reject) ข่าวสารนั้นก็จะไปสู่จุดสิ้นสุด (Stop) แต่ถ้าหากสิ่งเร้าใดมีความสอดคล้อง ก็จะนำไปสู่การดำเนินการ (Action) ต่อไปอีกหรือไม่ ถ้าตอบว่า “ไม่” สิ่งเร้านั้นก็จะได้รับการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมในภาพของความเป็นจริงของบุคคลนั้น แต่ถ้าตอบว่า “ใช่” บุคคลก็จะพิจารณาสิ่งเร้านั้นตามลำดับความสำคัญก่อนและหลัง (Assign of Level of Priority) ต่อจากนั้น บุคคลก็จะตัดสินใจว่าจะมีโอกาสเข้าถึงสิ่งเร้าหรือไม่ ถ้าสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวยก็จะปิดลง ถ้าบุคคลเห็นว่ายังมีโอกาสแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมได้อีก ก็จะมีการกำหนดกลุ่มสารสนเทศที่มาของสิ่งเร้า โดยตรวจสอบหลายๆ แหล่งให้ตรงกับความต้องการ จากนั้นจึงประเมินสถานการณ์อีกครั้งว่าข่าวสารที่ต้องการเพียงพอที่จะปิดหรือไม่ ถ้าเพียงพอก็จะปิด (Closure) แล้วนำข่าวสารไปใช้ต่อไป (Take Action) หลังจากใช้แล้ว บุคคลก็จะประเมินการป้อนกลับ (Feedback) เพื่อดูความเหมาะสมและนำไปปรับเปลี่ยนภาพต่อไป

ชาร์ลส์ แอตกิน (Charles Atkin 1973) กล่าวว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลย่อมแสวงหาข่าวนั้น (Informational Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่า บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่า การรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding)

แอตคิน จึงชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ความต้องการได้รับข่าวสาร (*Information*) และความบันเทิง (*Entertainment*)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (*Uncertainty*) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (*Extrinsic Uncertainty*) ยังเป็นเรื่องสำคัญที่อยากจะมีความรู้ความเข้าใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (*Intrinsic Uncertainty*)

ความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (*Intrinsic Desire*)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (*Intrinsic Uncertainty*) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (*Intrinsic Desire*) นั้น แอตคินเรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค” (*Immediate Consummator Gratifications*) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (*Extrinsic Uncertainty*) นั้น แอตคิน เรียกว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ (*Instrumental Utilities*) ในชีวิตประจำวัน” และข่าวสารบางอย่างอาจให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

การแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากจะเพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิด ความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ อีก เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและความบันเทิงเรีงใจ นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสารก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm 1973) ได้กล่าวสรุปหลักการของการเลือกไว้ว่า ผู้แสวงหาข่าวสารจะใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Effort Required) แต่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจได้ (Expectation of Reward)

$$\text{กลยุทธ์การแสวงหาข่าวสาร} = \frac{\text{ใช้ความพยายามให้น้อยที่สุด}}{\text{ได้ผลใกล้เคียงกับเป้าหมายที่ตั้งไว้}}$$

แต่อย่างไรก็ตามการที่ผู้รับสารแต่ละคนต้องใช้ความพยายามมากหรือน้อยแค่ไหน ยังต้องขึ้นอยู่กับทักษะความสามารถในการแสวงหาข่าวสารของแต่ละบุคคล และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคม ซึ่ง เดอเฟลอร์ (DeFleur 1966) ได้เสนอทฤษฎีที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ 3 ทฤษฎี คือ

1. *ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory)* ที่เดอเฟลอร์สังเกตเห็นว่าผู้รับสื่อสารมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันทางด้านจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

2. *ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)* ที่เดอเฟลอร์กล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิสำเนา เป็นต้น

3. *ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory)* ที่เดอเฟลอร์แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมลักษณะกลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ตีความข่าวสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร และเรียกลักษณะนี้ว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence)

สรุปได้ว่าการที่บุคคลมีการแสวงหาข่าวสาร การเลือกเปิดรับ และการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันนั้น สืบเนื่องมาจากความแตกต่างของปัจเจกบุคคลนั่นเอง ซึ่งการวิจัยนี้ได้เลือกการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีความแตกต่างทางลักษณะประชากรที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ดังนี้

1. *อายุ (Age)* เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน และมีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย (ปรเม สตะเวทิน 2546) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วคนอายุน้อยจะมีความคิด

เสรีนิยม ขีดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มียาขุมมาก ซึ่งจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจได้ยาก มีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุขัยน้อย และมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง อายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabors and Yates 1980)

3. การศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน (Robinson 1972)

4. รายได้ (Income) รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของคน นอกจากนั้นคนที่มียาขุมสูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย โดยจะเป็นการแสวงหาข่าวหนักๆ สำหรับนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

นอกจากลักษณะประชากรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารแล้ว ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาและสังคมก็ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารเช่นกัน (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ และ ภัสวดี นิตเกษรสุนทร 2546: 33) ซึ่งปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่

1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสารเชิงวจนะ (Verbal Communication Skills) และทักษะในการสื่อสารเชิงอวจนะ (Nonverbal Communication Skills)

2. ทัศนคติ (Attitudes) ซึ่งแบ่งเป็น ทัศนคติต่อตนเอง (Attitude Toward Self) ทัศนคติต่อสาร (Attitude Toward Message) และทัศนคติต่อผู้ส่งสาร (Attitude Toward Source)

3. ความรู้ (Knowledge) ซึ่งแบ่งเป็น ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร (Knowledge of The Content of The Message) และความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of The Communication Process)

4. สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (Position Within A Social-Cultural System) มวลชนผู้รับสารล้วนแล้วแต่เป็นสมาชิกของสังคมในลักษณะต่างๆ และย่อมมีบทบาทที่

กำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของแต่ละคน นอกจากนั้นสังคมแต่ละสังคมทั้งระดับเล็กและระดับใหญ่ยังมีบรรทัดฐาน (Norms) และวัฒนธรรม (Culture) ที่คอยกำกับและควบคุมทัศนคติและพฤติกรรมของคนด้วยว่าคนในสถานภาพนั้นๆ ควรจะคิดอย่างไร ทำอย่างไร รวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสารด้วย

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสารรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคมของผู้ประกันตน” ต้องใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาอธิบาย เพราะเป็นการเน้นความสำคัญของผู้ประกันตนที่เปิดรับฟังรายการในฐานะ “เป็นผู้กระทำการสื่อสาร” โดยเป็นผู้กำหนดว่า ต้องการอะไร จากสื่อใด สารอะไร เพื่อที่จะนำไปใช้ประโยชน์หรือเพื่อเหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่ง กล่าวคือ ตัวผู้รับสาร (Audience) จะเป็นผู้มีสิทธิเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสารที่เลือกเปิดรับ ทั้งนี้เพื่อนำมาตอบสนองความพึงพอใจให้มากที่สุด

จากการวิจัยสื่อสารมวลชนในระยะแรกๆ มักมุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในระยะหลังมีการศึกษาว่าผู้รับสารไม่ใช่ผู้ถูกกระทำ (Passive) หรือถูกป้อนอย่างเดียว แต่มีการกระทำ (Action) มีบทบาทในลักษณะการเลือกสรร แสวงหา และได้ตอบข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ที่มีอยู่รอบตัวในชีวิตประจำวัน ซึ่งแบบอย่างของการแสวงหาข่าวสารนี้ มุ่งที่จะศึกษาตัวผู้รับสารมากกว่าที่จะศึกษาตัวสื่อมวลชนหรือผู้ส่งสารโดยตรง

แคทซ์ (Katz 1959) ได้กล่าวว่า แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจเริ่มต้นที่ผู้บริโภคลือและศึกษาพฤติกรรมสื่อสารของคนจากประสบการณ์โดยตรงที่เขามีกับสื่อ แนวคิดนี้มองว่าผู้รับสารมีบทบาทอย่างกระตือรือร้นในฐานะผู้กระทำในการที่จะใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้รับผลหรือเป็นผู้ถูกกระทำจากสื่อเพียงด้านเดียว เพราะฉะนั้นความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์มีทิศทางจากเนื้อหาข่าวสาร (Message) ไปสู่ผล (Effects) แต่เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่ว่าผู้รับสารนำสารไปใช้ประโยชน์ (Usage) และการใช้ประโยชน์นั้นเป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการของผล โดยมีข้อสรุปทางทฤษฎี 3 ประการ คือ

1. ผู้รับข่าวสารจากสื่อสารมวลชนเป็นผู้จับใจและมีจุดมุ่งหมาย โดยมีบทบาทในการกำหนดว่าจะใช้สื่ออย่างไร
2. ผู้รับสารเป็นผู้รับผิดชอบในการเลือกสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตน
3. มีการแข่งขันกันระหว่างสื่อต่างๆ ในการให้ความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร

แม็คควอล บลูเมอร์ และบราวน์ (McQuail, Blumler and Brown 1972) กล่าวถึงความต้องการและสิ่งที่ตอบสนองปัจเจกบุคคลในการใช้สื่อ 4 ด้าน คือ

1. *ความเพลิดเพลิน (Diversion)* เป็นการใช้สื่อเพื่อหันเหไปจากสิ่งที่สร้างความเครียดในชีวิตประจำวันจากปัญหาต่างๆ ที่เผชิญอยู่ ความต้องการการผ่อนคลายและความบันเทิงซึ่งเป็นแรงจูงใจหลักอย่างหนึ่งในการใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้รับสาร
2. *มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relationship)* เป็นการสร้างความสัมพันธ์เชิงสังคมผ่านสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อเพื่อเป็นเพื่อน เป็นช่องทางมีสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคม โดยทางความรู้สึกนึกคิด หรือการใช้ข่าวสารสื่อมวลชนเพื่อนำไปสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมโดยตรง
3. *เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity or Individual Psychology)* การกำหนดอัตลักษณ์และจิตวิทยาของปัจเจกบุคคลแต่ละคน จากการใช้สื่อทำให้ได้ข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอแนะ แนวทาง ความคิดที่จะเป็นแรงเสริมหรือตอกย้ำให้กับคุณค่าบางอย่างที่จะรับมาเพื่อสร้างความเข้าใจตนเอง และเพื่อสำรวจค้นหาความจริงต่างๆ ในชีวิต เป็นต้น
4. *การติดตามข่าวสาร (Surveillance)* การสอดส่องแสวงหาข่าวสารในเรื่องที่อาจมีผลกระทบหรือเป็นผลเสียหายกับตนเอง รวมทั้งช่วยให้ได้ข่าวสารที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในเรื่องต่างๆ

แกทซ์ และคณะ (Katz, et al. 1973) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร ความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อเป็นเครื่องมือวัดลักษณะการใช้สื่อ และจัดแบบแผนการใช้สื่อของบุคคล (Classification of Media Related Needs) ดังนี้

1. *Mode* ลักษณะของความต้องการ ประกอบด้วย
 - ก. ความต้องการเพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - ข. ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - ค. ต้องการให้ได้มา (ยังไม่มีเลย)

2. *Connection* คือจุดประสงค์การใช้สื่อ ประกอบด้วย

- ก. การรู้ข่าวสารความรู้
- ข. เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น สนุกสนาน)
- ค. เพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ
- ง. เพื่อสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์

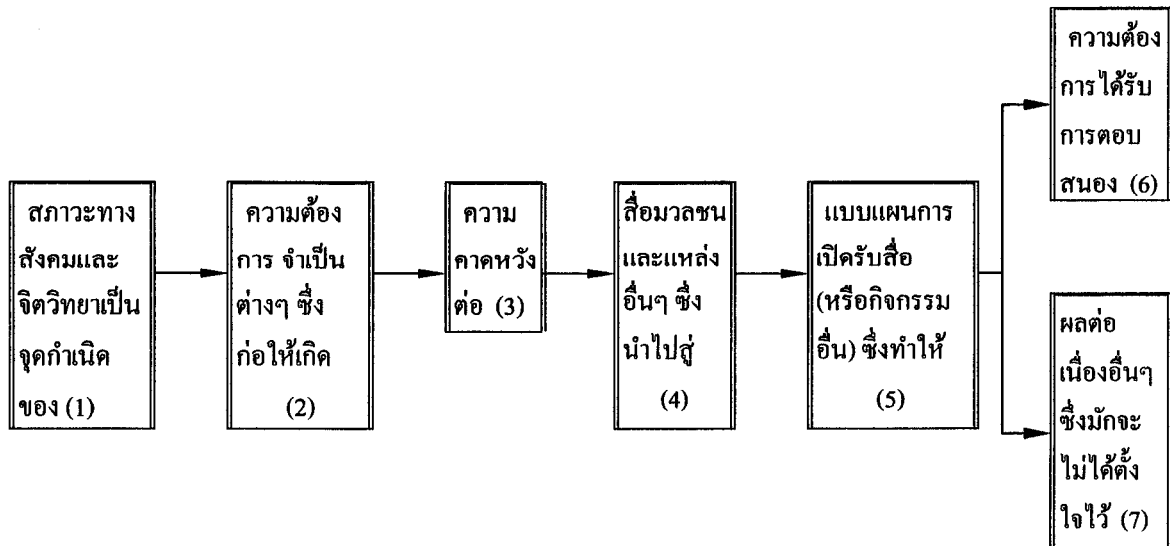
3. *Referent* คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการคิดต่อไปถึงในระดับต่างๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัว จนห่างออกไปเรื่อยๆ ดังนี้

- ก. ตนเอง
- ข. ครอบครัว
- ค. เพื่อนฝูง
- ง. ขนบธรรมเนียม ประเพณี สังคม
- จ. โลกกว้าง
- ฉ. สิ่งอื่นๆ ที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวนี้ แคทซ์ บลูเมอร์ และเกอร์วิช (Katz, Blumler and Gurevich 1974) ได้ทำการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อีทีวีสื่อในประเทศอิสราเอล ถือเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีลักษณะเป็นการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าสื่อมีประโยชน์สูงต่อการตอบสนองความต้องการ นอกจากนี้สื่อมวลชนยังช่วยในการตอบสนองความต้องการที่จะหนีสภาพความเป็นจริงได้ดี อย่างไรก็ตาม แคทซ์ บลูเมอร์ และ เกอร์วิช ได้ให้คำอธิบายถึงการศึกษการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือการศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนในหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆ กันอันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

จากแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของ
แพทย์และคณะนั้น อาจแสดงตามรูปแบบจำลอง ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

จากแบบจำลองดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเลือกเปิดรับสื่อนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและความต้องการในการใช้ประโยชน์เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆ กัน และไม่ว่าจะเป็นความต้องการในด้านใด ระดับใด เมื่อเกิดขึ้นแล้ว ย่อมทำให้บุคคลเกิดความพยายามที่จะกระทำการต่างๆ เพื่อสนองความต้องการดังกล่าว และถ้าพฤติกรรมการใช้สื่อสามารถตอบสนองให้ความพึงพอใจต่อบุคคล หรือไม่สร้างความพึงพอใจให้แล้ว ก็ย่อมจะมีผลกระทบสะท้อนกลับไปยังสื่อและโครงสร้างทางสังคมได้

นอกจากนั้น แพทย์ และคณะ ยังมีแนวคิดว่า สังคมมีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคล ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชนที่ให้สารเพื่อความบันเทิง
2. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้บุคคลตระหนักรู้ถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ

3. โอกาสที่บุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจจากสังคมมีน้อยมาก เนื่องจากสถานการณ์แรงกดดันทางสังคม ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. บุคคลบริโภคข่าวสารจากสื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยม การเสริมสร้างความเชื่อ และการเป็นสมาชิกในสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมทำให้ความคาดหวังของแต่ละบุคคลมีความคล้ายคลึงกัน ในส่วนหนึ่ง ดังนั้น บุคคลจึงเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อสนับสนุนค่านิยมของกลุ่มในสังคม

ในขณะเดียวกัน โรเซนเกรน (Rosengren 1974) ก็ได้สร้างแบบจำลองการใช้และความพึงพอใจสื่อมวลชนมาอธิบายเรื่องเดียวกันนี้ โดยกล่าวว่า ความต้องการของบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้สื่อมวลชน กล่าวคือ (1) ลำดับความต้องการของบุคคล ตามแนวคิดของ มาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ที่จะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น จะต้องถูกมองโดยบุคคลว่าความต้องการนั้นเป็นปัญหา (4) และบุคคลจะต้องมองเห็นทางในการแก้ปัญหา (5) อย่างไรก็ตาม ความต้องการของบุคคลถูกกำหนดโดย (3) โครงสร้างของสังคม และ (2) ลักษณะของบุคคลผู้นั้นเอง การรับรู้ปัญหาและการแก้ปัญหา นำไปสู่แรงจูงใจ (6) ในการใช้สื่อมวลชน (7) และการแสดงพฤติกรรมอย่างอื่น (8) ด้วยพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ ทำให้เกิดรูปแบบที่แตกต่างกันของความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจ (9) และมีอิทธิพลต่อการผสมผสานลักษณะภายในและภายนอกของปัจเจกชน (10) และอาจมีอิทธิพลต่อโครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้างอื่นๆ ทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจในสังคมนั้น

การใช้สื่อมวลชนตามแบบจำลองนี้หมายถึงการเลือกและการให้ความสนใจของบุคคลในการอ่าน การฟัง และการดูสื่อมวลชนชนิดต่างๆ เนื้อหาของสื่อมวลชนจะถูกเลือกและถูกใช้เพื่อแก้ปัญหาให้แก่บุคคล ซึ่งขั้นตอนสุดท้ายของแบบจำลองก็คือ การได้รับหรือไม่ได้รับความพอใจจากการใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล การได้รับหรือไม่ได้รับความพอใจดังกล่าว นั้นขึ้นอยู่กับโครงสร้างของบุคคลและลักษณะของบุคคลนั้นเอง นั่นคือ การใช้สื่อมวลชนจะมีผลต่อสังคมแต่ละสังคมและบุคคลแต่ละคนไม่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันไปตามลักษณะโครงสร้างของแต่ละสังคมและบุคคลแต่ละคน

1. ความต้องการจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์บางประการในระดับที่ต่ำกว่าและสูงกว่า	โดยมีปฏิสัมพันธ์กัน
2. ชุดต่างๆ ที่ประกอบกันของลักษณะภายนอกและภายในตัว	และยังมี
3. โครงสร้างของสังคมที่แวดล้อม รวมทั้งโครงสร้างของสื่อมวลชน	ผลลัพธ์เป็น
4. ชุดต่างๆ ของปัญหาแต่ละปัญหา ตามที่บุคคลได้รู้ถึงรุนแรงมากหรือน้อย	และ
5. ทางแก้ปัญหาลำนี้ตามที่ได้รับรู้	การประกอบกันของปัญหา และแก้ปัญหาก็จะทำให้เกิด
6. แรงจูงใจต่างๆ ในอันที่จะแสวงหาการได้รับความพึงพอใจหรือพฤติกรรมการแก้ปัญห	จะมีผลลัพธ์เป็น
7. รูปแบบต่างๆ ของการบริโภคสื่อมวลชน	และ
8. รูปแบบต่างๆ ของพฤติกรรมอื่นๆ	ทั้งสองประเภทของพฤติกรรม
9. รูปแบบต่างๆ ของการได้รับความพึงพอใจหรือการไม่ได้รับความพึงพอใจ	และในที่สุดมีผลถึง
10. ชุดต่างๆ ที่ประกอบกับลักษณะของภายนอกและภายในตัวบุคคล	และอาจเป็นไปได้ที่จะมีผลกระทบต่อ
11. โครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้างอื่นๆ ทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจสังคม	

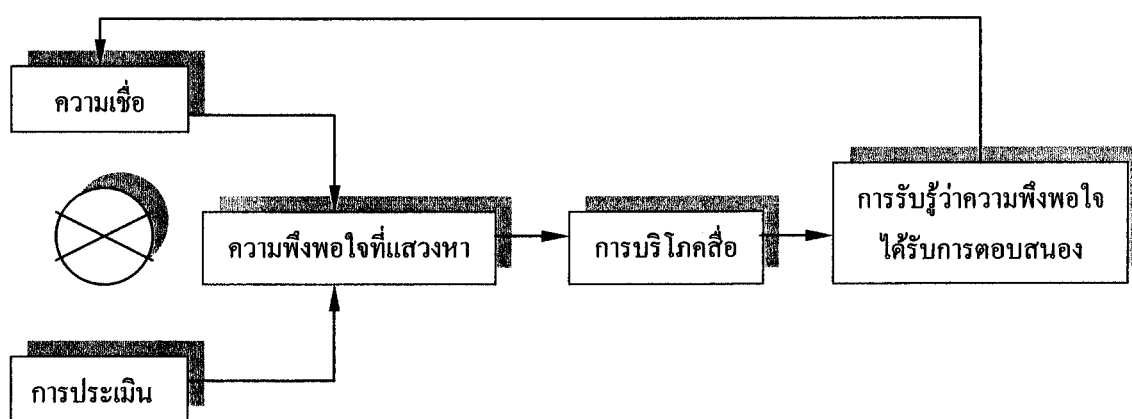
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการใช้สื่อและการทำให้เกิดความพอใจ

ตัวแปรความพึงพอใจ (Gratifications Sought) เป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งในการศึกษาตามแนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจนั้นมาจากการที่บุคคลคาดการณ์ไว้ก่อนแล้วว่าสื่อแต่ละประเภทที่เลือกเปิดรับนั้น จะสนองความต้องการได้อย่างไร ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นั้นเป็นความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (Media Gratification)

แมคคอมบส์ และเบคเกอร์ (Mc Combs and Becker 1979) อธิบายไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications)

อีวาน (Evans 1982) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับเพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้นสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Rayburn and Rayburn 1984) ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจได้อธิบายว่า พฤติกรรมการใช้สื่อเกิดจากความเชื่อที่ว่าเนื้อหาของสื่อ่นั้นๆ มีคุณสมบัติที่ก่อให้เกิดผลทางบวกหรือทางลบแก่ผู้รับสื่อ โดยเรียกแนวทางการศึกษานี้ว่า “แนวทางศึกษาความคาดหวังและคุณค่า” (จากการใช้สื่อ) และได้สร้างแบบจำลอง Expectancy - Value Approach ขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ซึ่งมีรูปแบบดังนี้คือ



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองความคาดหวัง-คุณค่าของ GS กับ GO

จากแบบจำลองนี้ ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น อธิบายว่า ความเชื่อ (Beliefs) หรือความคาดหวัง (Expectation) เกี่ยวกับสื่อใดๆ ว่า สื่อชนิดนั้นๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่าง ผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ่นั้นเป็นตัวแปรมาก่อน (Antecedent) ที่สำคัญของแรงจูงใจ (Motive) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratification Sought) ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อ่นั้นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าวทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Gratification Obtained) ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปที่อิทธิพลต่อความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น ยังได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ” (การแสวงหาความพึงพอใจ-Gratification Sought-GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง (Gratification obtained-GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากที่ได้ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพอใจที่เกิดขึ้นจริง ดีกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและสนอกสนใจก็จะเพิ่มขึ้นไปด้วย หากเป็นกรณีที่ค่า GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน

โรเซนเกรน (Rosengren) กล่าวว่า iva ประโยชน์ (use) กับความพึงพอใจ (Gratification) คำสองคำมีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ เพราะฉะนั้น นักวิจัยจึงอาจศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่งได้โดยมีเป้าหมายถึงทั้งสองตัวได้

งานวิจัยของ เวนนอร์ (Wenner 1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News gratifications) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

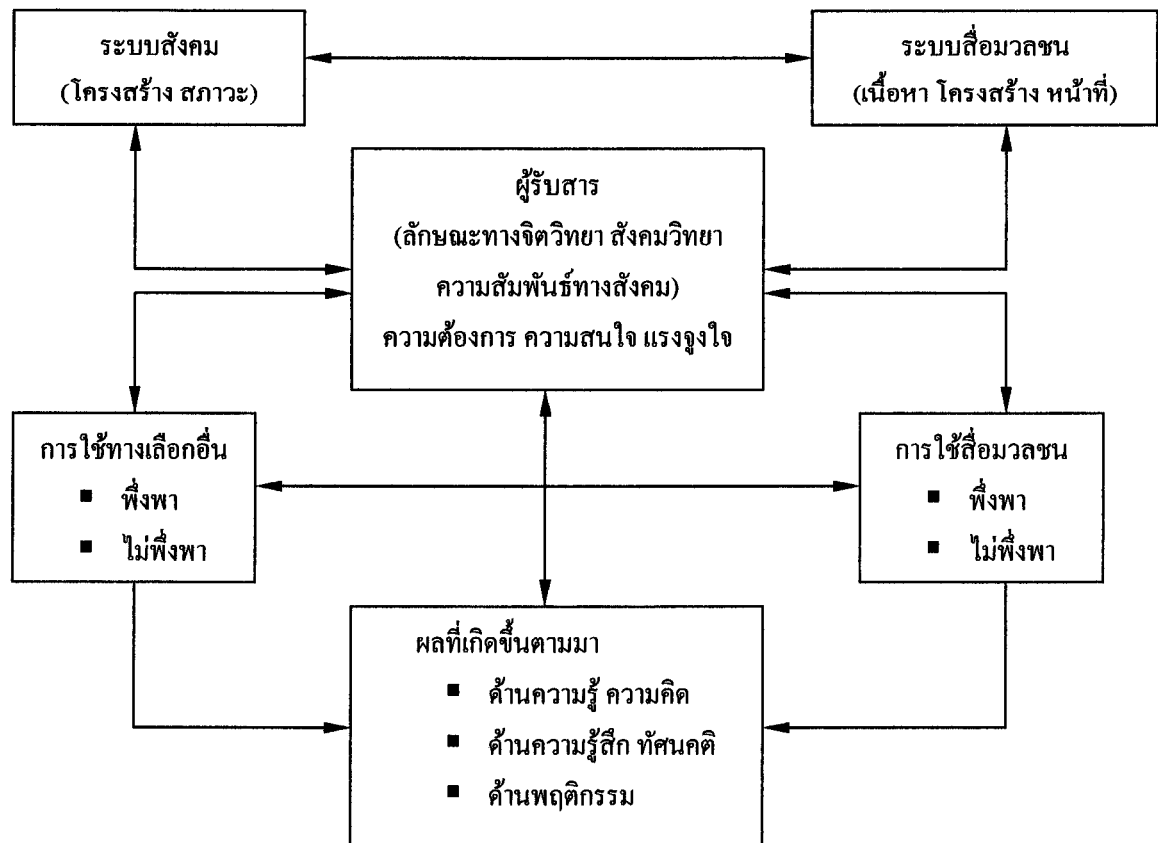
1. *Orientation Gratifications* หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงเพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. *Social Gratifications* เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้ข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. *Para-Social Gratifications* หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. *Para-Orientation Gratifications* หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

รูบิน และ วินดาห์ล (Rubin and Windahl 1986: 184-199) ได้สร้างแบบจำลอง การใช้ และการพึ่งพาของสื่อมวลชน เพื่ออธิบายผลที่ตามมาจากระบบการใช้และสนองความพึงพอใจ ของผู้รับสาร ดังนี้



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการใช้และพึ่งพาสื่อมวลชน

จากแบบจำลองจะเห็นว่า ผลของข่าวสารจากสื่อมวลชนที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสารนั้น เกิดจากระบบการปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสถานะทางสังคม บทบาทหน้าที่ สื่อมวลชนและปัจจัยแวดล้อมของผู้รับสาร ผสมกับกระบวนการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารด้วย ถ้าความต้องการข่าวสารของบุคคลมีมาก อัตราการพึ่งพาข่าวสารก็ยังมีมาก ทั้งสื่อมวลชนและข่าวสารจะมีผลต่อบุคคลนั้นอย่างสูงตามไปด้วย

สรุปได้ว่า งานวิจัยนี้สามารถนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาใช้อธิบายหลักการด้านจิตวิทยาและสังคมระดับพื้นฐานของผู้ประกันตนที่เปิดรับฟังรายการ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของระดับความแตกต่างในด้านความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม ตลอดจนทำให้เกิดการเปิดรับฟังที่แตกต่างกันไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทฤษฎีดังกล่าว ยังเป็นเสมือนกลไกในการอธิบายถึงพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ การรับรู้ การจดจำเนื้อหา และการระลึกเนื้อหาได้แตกต่างกัน อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจได้ในที่สุด

3. การสร้างสารในงานวิทยุกระจายเสียง

สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัส (Code) คำว่า รหัส หมายถึง สัญลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายของสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ออกมา สัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็นคำพูดตัวหนังสือ หรืออาจเป็นรูป เครื่องหมาย หรือกิริยาท่าทางต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสารก็คือภาษานั้นเอง

การรับรู้และตีความสารของผู้รับสารแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้า

สิ่งเร้าที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งพอจะสรุปลักษณะของสิ่งเร้าที่มีผลต่อการรับรู้ (ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2549) ได้ดังนี้

1. ขนาดและความเข้มของสิ่งเร้า (*Intensity and Magnitude*) สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่และมีความเข้มสูงจะกระตุ้นการรับรู้ได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่มีความเข้มน้อย
2. ความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง (*Movement and Changing*) สิ่งเร้าที่มีการเคลื่อนไหวย่อมได้รับความน่าสนใจกว่าสิ่งเร้าที่อยู่นิ่ง
3. ความใหม่ (*Novelty*) ผลผลิตที่มีความโดดเด่น แตกต่าง หรือเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ย่อมกระตุ้นความสนใจที่จะรับรู้ได้ดีกว่า
4. การทำซ้ำๆ (*Repetition*) สิ่งเร้าที่ปรากฏซ้ำๆ จะทำให้คนเกิดการรับรู้ได้ดีกว่า
5. สี (*Color*) สีเป็นสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน

6. **ลักษณะสังคม (Society)** ลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละสังคม โดยเฉพาะใน ส่วนของความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ฯลฯ ทำให้การรับรู้ของบุคคลมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

กลยุทธ์การสร้างสาร

โดยปกติแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนตามความต้องการตามรสนิยมและตามทัศนคติของตน เมื่อผู้รับสารเป็นผู้กำหนดเลือกรับเฉพาะสารที่ตนเองพอใจ สื่อมวลชนจึงไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้รับสารได้ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่กลั่นกรองเนื้อหาของสารเพื่อสนองตอบให้ตรงความสนใจของผู้รับสาร

การสร้างสารก็เหมือนกับการดำเนินงานอื่นโดยทั่วไปที่จะต้องมีการวางแผนเพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ นั่นคือ ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสาร (Message Design Strategy)

วรวัฒน์ จินตกานนท์ (2549) ได้ให้ความหมายของ “กลยุทธ์การสร้างสาร” ว่าเป็น การวางแผนในการจัดการเข้ารหัสของข้อมูล ซึ่งก็คือ “สาร” ไม่ว่าจะเป็นด้วยสัญลักษณ์ใดๆ เช่น คำ ข้อความ รูปภาพ ท่าทาง เพื่อสื่อไปยังผู้รับสาร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่วางไว้ ซึ่งผู้สร้างสารจะต้องให้ความสำคัญกับทั้งตัวสารและการนำเสนอสาร

การวางแผนกลยุทธ์การสร้างสาร ประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

1. **วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (Communication Objective)** ผู้สร้างสารจะต้องเข้าใจ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารแต่ละครั้ง แล้วสร้างสารให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์นั้น เดอวิตโต (DeVito 2003) ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ดังนี้

1.1 **การสร้างสารเพื่อเรียนรู้หรือค้นหา (to Discover)** ผู้สร้างสารจำเป็นต้องมีความเข้าใจในเรื่องที่จะทำการสื่อสารเป็นอย่างดี และถ่ายทอดให้ผู้อื่นเกิดการเรียนรู้

1.2 **การสร้างสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (to Relate)** ถ้าเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี เนื้อหาดลอกจนการนำเสนอจะมีความเป็นกันเองและใกล้ชิดกับผู้ส่งสาร ในทางตรงกันข้าม หากมีวัตถุประสงค์เพื่อโต้แย้ง สารจะมีลักษณะรุนแรงและเป็นไปในเชิงลบ

1.3 **การสร้างสารเพื่อช่วยเหลือ (to Help)** เช่น ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ

1.4 **การสร้างสารเพื่อโน้มน้าวใจ (to Persuade)** เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกหรือพฤติกรรมบางอย่าง โดยใช้วิธีการโน้มน้าวใจ

1.5 **การสร้างสารเพื่อความเพลิดเพลิน (to Play)** เพื่อให้ผู้รับสารสนใจและมีความสนุกไปกับการสื่อสารนั้นด้วย

2. **การกำหนดผู้รับสารเป้าหมาย (Target Audience Profile)** เป็นการอธิบายรายละเอียดผู้รับสารเป้าหมาย โดยให้

1.1 **ลักษณะประชากร (Demographics Factors)** ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส การเป็นสมาชิกกลุ่ม เชื้อชาติและวัฒนธรรมทางสังคม

1.2 **ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics Factors)** ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ เช่น ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิต

3. **เนื้อหาหลักของสาร (Key Message)** ควรกำหนดประเด็นสำคัญที่ต้องการสื่อสาร และพยายามสร้างสารให้อยู่ในประเด็นเหล่านั้น

4. **หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence)** เพื่อให้เนื้อหาของสารมีความน่าเชื่อถือ

5. **ลีลาอารมณ์ของสาร (Tone and Manner)** ต้องมีการกำหนดว่า สารนั้นจะมีลีลาอารมณ์ทั้งในเนื้อหาและการนำเสนออย่างไรจึงจะเหมาะสม โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและโครงสร้างผู้รับสารเป้าหมายเป็นส่วนประกอบ

การสร้างสารและดึงดูดความสนใจ

กลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งในการสร้างสารคือ การสร้างและดึงดูดความสนใจ (Capturing & holding attention) เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความสนใจที่จะรับสาร และเมื่อสนใจแล้วก็อยากจะรับสารต่อไป จนจบ กรอนเบ็ค แม็คเคอร์โรว์ เอห์นิงเงอร์ และมอนโร (Gronbeck, McKerrow, Ehninger & Monroe 1997) เสนอวิธีการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจไว้ 9 วิธี คือ

1. **การกระทำ (Activity)** สารที่มีการกระทำ การเคลื่อนไหวจะดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้ดีกว่าสารที่มีความนิ่งเฉย

2. **ความเป็นจริง (Reality)** สารที่เป็นรูปธรรม จะน่าสนใจกว่าสารในเชิงนามธรรม

3. **ความใกล้ชิด (Proximity)** สารที่เป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้รับสารจะมีความน่าสนใจกว่าสารที่เป็นเรื่องไกลตัว

4. **ความคุ้นเคย (Familiarity)** ผู้รับสารจะสนใจสารที่นำเสนอในสิ่งที่คุ้นเคยมากกว่าสิ่งที่ไม่คุ้นเคย

5. **ความแปลกใหม่ (Novelty)** สิ่งแปลกใหม่จะเรียกความสนใจได้ดีกว่า

6. **ความลึกลับ (Suspense)** สารที่เป็นเรื่องลึกลับ น่าสงสัย จะดึงดูดความสนใจของผู้รับสารให้ติดตามสารได้เป็นอย่างดี

7. **ความขัดแย้ง (Conflict)** สารที่มีความขัดแย้งจะมีลีล่าน่าสนใจกว่า

8. อารมณ์ขัน (Humor) โดยธรรมชาติมนุษย์จะชอบความสุข ความเพลิดเพลิน สารที่มีอารมณ์ขันจะได้รับความสนใจและติดตามมากกว่า

9. ความสำคัญ (the Vital) สารที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเนื้อหาต่อผู้รับสารได้ จะดึงดูดความสนใจได้มากกว่า

4. บทบาทของวิทยุกระจายเสียง

ลักษณะพิเศษของวิทยุกระจายเสียง คือความสามารถในการเข้าถึงผู้รับฟังจำนวนมาก หลากหลายพื้นที่ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และสามารถเข้าถึงผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันได้อย่างทั่วถึง ทำให้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและอิทธิพลในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปเป็นอย่างมาก และได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ดังจะเห็นได้จาก รายงานการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2546 พบว่า จำนวนครัวเรือนที่ฟังวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1,377,800 ครัวเรือน จากครัวเรือนทั้งหมด 2,071,600 ครัวเรือน ภาคกลางมีจำนวน 1,879,600 ครัวเรือน จากครัวเรือนทั้งหมด 3,742,500 ครัวเรือน และจากการสำรวจอัตราการฟังวิทยุของประชากรที่อายุ 15 ปีขึ้นไป โดยจำแนกตามระดับการศึกษาที่สำเร็จ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2546) พบว่ามีประชากรที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาฟังวิทยุมากที่สุด คือ ร้อยละ 62 รองลงมาคือผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 57.7 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 55.1 และประถมศึกษาลงไป ร้อยละ 38.8 และประเภทรายการวิทยุที่ประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปนิยมฟังได้แก่ รายการบันเทิง 57.9% รายการข่าว 40.5% รายการสารคดี-ความรู้ทั่วไป 1.3% รายการความคิดเห็นวิเคราะห์ 0.1% และรายการอื่นๆ 0.2%

ข้อได้เปรียบของวิทยุกระจายเสียง เมื่อเทียบกับสื่ออื่นก็คือ การเป็นสื่อที่มีราคาถูกทั้งในด้านราคาของเครื่องรับวิทยุและการซื้อเวลาหรือซื้อรายการ เมื่อเป็นดังนี้ ทำให้ผู้รับสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงมีเป็นจำนวนมาก เพราะราคาถูกกว่าโทรทัศน์ และผู้รับสารทุกประเภทสามารถรับสารจากสื่อนี้ได้ ไม่เหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารที่ต้องอ่านหนังสือออก ข้อได้เปรียบอีกประการหนึ่งก็คือ วิทยุกระจายเสียงนั้นมีช่วงเวลาออกอากาศที่ยาวนานกว่าโทรทัศน์ ทำให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารบางกลุ่มที่มีเวลาไม่ตรงกับผู้อื่น เช่น ไม่มีเวลาว่างตอนไหนเลย นอกจากตอนขับรถ ซึ่งสามารถเปิดรับฟังวิทยุได้

ข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียง การรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงนั้น ผู้รับสารอาจจะใช้ความตั้งใจในการรับฟังน้อย เพราะมักจะปฏิบัติภารกิจอื่นๆ ด้วยเมื่อฟังวิทยุ ทำให้สารจากวิทยุผ่านหูแล้วอาจไม่อยู่ในความทรงจำ นอกจากจะมีการย้ำสารบ่อยครั้งจริงๆ จึงจะทำให้การส่งสาเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ

อิทธิพลของวิทยุกระจายเสียง

ด้วยคุณลักษณะและข้อดีของวิทยุกระจายเสียง ทำให้วิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา สารของรายการวิทยุจึงมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนและก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้รับฟังดังนี้ (วิจิตร ภักดีรัตน์ 2540: 196)

1. วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อสารมวลชนที่เร็วที่สุด ในบรรดาสื่อมวลชนประเภทต่างๆ วิทยุสามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันให้ผู้ฟังรับทราบได้ทันทั่วถึง นอกจากนั้นยังสร้างความตื่นเต้นเร้าใจให้กับผู้ฟังได้ไม่น้อย

2. วิทยุกระจายเสียงไปได้ทุกหนแห่ง เพราะวิทยุเป็นการส่งกระจายเสียงด้วยคลื่นอิเล็กโตรแมกเนติกเวฟซึ่งมีความเร็วเท่ากับความเร็วแสง ถึงแม้ว่าจะอยู่ไกลจากสถานีส่งเพียงใดก็สามารถรับฟังรายการได้แทบจะทุกสถานที่ และเพราะความสะดวกในการพกพาและรับฟังทำให้วิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนส่วนใหญ่ได้แท้จริง

3. วิทยุกระจายเสียงมีกำลังการชักชวนสูง รายการวิทยุที่สร้างความเข้าใจและเร้าใจให้กับผู้ฟัง การประกาศหรือโฆษณาต่างๆ จะเป็นที่น่าสนใจของผู้ฟัง และค่อยๆ โน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเห็นคล้อยตามหรือกระทำตามไปด้วย

4. วิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญทุกโอกาส วิทยุมีอิทธิพลทั้งในทางดีและทางไม่ดี ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เป็นเครื่องมือ เช่น เราได้รับประโยชน์จากวิทยุในด้านต่างๆ ทั้งบันเทิง ความรู้ การศึกษา การแสดงความคิดเห็น วัฒนธรรมประเพณี ในยามสงครามวิทยุก็เป็นอุปกรณ์การสื่อสารในการรบที่สำคัญยิ่ง และยังใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อได้ด้วย

5. วิทยุกระจายเสียงมีคุณค่าพิเศษทางการศึกษา เนื่องจากวิทยุไปได้ทุกหนทุกแห่ง ทำให้ชาวชนบทหรือผู้ไม่รู้หนังสือสามารถรับฟังข่าวสารความเป็นไปต่างๆ ได้

วิทยุกระจายเสียงมีพัฒนาการมานานนับตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 ทั้งด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้านแนวคิด หลักปรัชญาในการนำเสนอรายการ และความสามารถ ประสิทธิภาพขององค์กรที่รับผิดชอบในการกระจายเสียง ผลของพัฒนาการดังกล่าวมีอิทธิพลต่อชีวิตของประชาชนผู้รับฟังในด้านต่างๆ เป็นอย่างมาก เช่น

1. วิद्यุกระจายเสียงต่อการดำเนินชีวิต สารที่รายการวิทยุนำเสนอและให้น้ำหนักกับสารเหล่านั้น จะมีอิทธิพลต่อการสร้างความสนใจร่วมได้มาก และมีผลต่อการปฏิบัติทางสังคมของมวลชน (Mass Social Action) อาทิ

1.1 การสร้างนิสัยทางเศรษฐกิจ เช่น การโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณสินค้ามากมายย้อมมีอิทธิพลสูงใจให้ประชาชนอยากซื้ออยากหา การเน้นหนักข่าวสารในด้านต่างๆ จะช่วยให้ประชาชนหันมาสนใจข่าวสารด้านนั้นมากขึ้น

1.2 การสร้างมติดมหาชน เช่น วิद्यุกระจายเสียงมีอำนาจทำให้ผู้คนแตกตื่นหรือร่วมมือร่วมใจกัน หรือสร้างพฤติกรรม ทักษะร่วมกันของคนในชุมชน

1.3 การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ด้วยการเสนอรายการเพื่อให้ประชาชนได้รับความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ แนะนำงานอดิเรก หรือแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวเพื่อให้ประชาชนได้ไปชม ไปร่วมกิจกรรม หรือเดินทางท่องเที่ยว

2. วิद्यุกระจายเสียงต่อการพัฒนาคุณภาพ ในด้าน

2.1 พัฒนาคุณภาพของประชาชน โดยกระตุ้นให้ประชาชนคิดว่าควรจะมีคุณภาพในระดับใด ช่วยให้ทุกคนเป็นผู้ที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน และเหมาะสมกับสังคมสภาพแวดล้อมนั้นๆ

2.2 พัฒนาคุณภาพของการกระจายเสียง ทั้งทางด้านการจัดรายการและด้านเทคนิค เพราะการตอบสนองของผู้ฟังจะเป็นตัวกำหนดคุณภาพของการกระจายเสียง

2.3 พัฒนาคุณภาพของรัฐบาล วิद्यุกระจายเสียงที่ทำหน้าที่อย่างเต็มที่และชอบธรรม ย่อมมีอิทธิพลในการกระตุ้นให้รัฐบาลต้องพัฒนาคุณภาพในการบริหารบ้านเมืองอยู่ตลอดเวลา

3. วิद्यุกระจายเสียงต่อการสร้างสรรค์ความรู้ วิद्यุกระจายเสียงมีบทบาทสำคัญทางด้านการศึกษา เพราะสามารถกระจายเสียงไปได้ทั่วถึงและรวดเร็ว ไม่ต้องใช้ไฟฟ้า อีกทั้งยังราคาถูก เนื้อหาที่น่าสนใจก็เป็นประสบการณ์สำเร็จรูป (Instant Experience) คือฟังแล้วสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที วิद्यุจึงได้เปรียบสื่อประเภทอื่นในการกระจายโอกาสทางการศึกษาทั้งในระบบโรงเรียน นอกโรงเรียน และการศึกษาภาคประชาชน

ประสิทธิภาพของวิทยุกระจายเสียง

สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเด่นแตกต่างกัน และระดับความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารก็แตกต่างกัน การจะพิจารณาประสิทธิภาพของวิทยุกระจายเสียงว่ามีขีดความสามารถมากน้อยเพียงใดนั้น ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาประสิทธิภาพของสื่อมวลชน ดังนี้

1. เวลาและปริมาณ ว่าสื่อมีเวลาให้ประชาชนสัมผัสมากน้อยขนาดไหน ยาวนานเท่าใด ซึ่งวิทยุกระจายเสียงมีเวลาและปริมาณค่อนข้างมาก
2. ความรวดเร็ว วิทยุมีความรวดเร็วมากในการแพร่กระจายข่าวสาร
3. การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม โดยมีการเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงทัศนะ ความคิดเห็น ซึ่งวิทยุกระจายเสียงก็เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการทั้งการแสดงความคิดเห็นและการร่วมกิจกรรมในรายการ
4. ความคงอยู่ของสื่อ วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ฟังครั้งเดียวแล้วผ่านเลยไป ไม่สามารถย้อนกลับไปฟังใหม่ได้

จะเห็นว่าวิทยุกระจายเสียงยังมีประสิทธิภาพในด้านการถ่ายทอดข่าวสารผ่านไปยังผู้ฟังให้รับรู้หรือเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้ดีไม่น้อยกว่าสื่ออื่น เพราะเป็นสื่อที่ได้ยินแต่เสียงไม่สามารถเห็นภาพได้ และมีความคงอยู่ของสื่อน้อย แต่อย่างไรก็ตามการฟังก็เป็นการสร้างความคิดคำนึงและจินตนาการได้ดี ทำให้ผู้ฟังเกิดความคิดคล้อยตาม ทำให้วิทยุเป็นสื่อที่ให้ผลดีกว่าสื่ออื่นๆ ทางด้านจิตวิทยา และการชักจูงโน้มน้าว

นอกจากนั้นวิทยุกระจายเสียงยังมีประสิทธิภาพสูงมากพอควรในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระ โดยเฉพาะเนื้อหาสาระที่เป็นนามธรรมวิทยุจะสามารถถ่ายทอดได้ดีเป็นพิเศษ และมีประสิทธิภาพสูงถ้าใช้เพื่อถ่ายทอดสาระดังต่อไปนี้

1. ข้อเท็จจริง (Factual information)
2. แนวปฏิบัติต่างๆ (Procedures)
3. ทัศนคติที่พึงประสงค์ (Desirable Attitudes)
4. การจูงใจให้คิดให้ทำ (Motivation)

รายการวิทยุกระจายเสียงที่ดีจึงควรมีการใช้ภาษา เนื้อหา และลีลาการเสนอรายการที่กลมกลืนเหมาะสม เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย สนใจติดตามและได้ประโยชน์จากการรับฟัง

ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง

โดยลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงทำให้โอกาสของการจะเป็น “ผู้ฟัง” วิทยุกระจายเสียง เกิดขึ้นได้ดังนี้

1. เป็นผู้ที่อยู่ในรัศมีการส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุ
2. เป็นผู้มีความรู้หรือรับวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมีระบบในการรับคลื่น
3. เป็นผู้สามารถฟังและเข้าใจภาษาที่ใช้ในการกระจายเสียงได้
4. เป็นผู้มีความสนใจในการฟังที่ตรงกับเวลาของการกระจายเสียง
5. มีความสนใจที่จะรับฟัง รับรู้ และจดจำ
6. มีวัตถุประสงค์ และคาดหวังผลจากการรับฟัง

ผู้จัดรายการวิทยุย่อมคาดหวังจะให้เป็นผู้ฟังรายการของตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ แต่เนื่องจากลักษณะการจัดรายการมีความหลากหลายของวัตถุประสงค์และเนื้อหา ดังนั้นแต่ละสถานี แต่ละรายการ จึงจำเป็นต้องตั้งกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นกรอบและทิศทางการดำเนินงาน และเพื่อให้รายการเป็นที่นิยมพอใจของผู้ฟังให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ สำหรับผู้ผลิตรายการแล้ว ย่อมต้องการที่จะได้ผู้ฟังทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และผู้ฟังทั่วไป

การจัดแบ่งกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย อาจใช้เกณฑ์การแบ่งได้หลายแบบ ดังนี้

1. แบ่งตามเพศ
2. แบ่งตามวัย
3. แบ่งตามอาชีพหรือกิจกรรมที่สนใจ
4. แบ่งตามลักษณะวัฒนธรรม
5. แบ่งตามพื้นที่ภูมิศาสตร์

5. แนวคิด หลักการเกี่ยวกับประกันสังคม

การประกันสังคม คือ การที่ประชาชนผู้มีรายได้แต่ละคนได้มีส่วนช่วยเหลือตนเอง ครอบครัว และผู้ที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ด้วยการร่วมกันออกเงินสมทบเข้ากองทุนกลางที่เรียกว่า “กองทุนประกันสังคม” มีลูกจ้าง นายจ้าง และรัฐบาลร่วมกันออกเงินสมทบ โดยที่รัฐบาลจะเข้ามาเป็นผู้รับผิดชอบและดำเนินการ การประกันสังคมจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ความมั่นคง และเป็นหลัก

ประกันทางสังคมแก่ลูกจ้างว่าในยามที่เขาเดือดร้อนและจำเป็น เขาเหล่านั้นจะได้รับการช่วยเหลือ
 เกื้อกูลไม่ถูกทอดทิ้งจนเป็นภาระของสังคมนั่นเอง

การประกันสังคมในประเทศไทย

การประกันสังคมในประเทศไทยเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2495 รัฐบาลจอมพล ป.พิบูล
 สงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีนโยบายที่จะให้หลักประกันความมั่นคงทางสังคมแก่ประชาชน
 จึงได้แต่งตั้ง “คณะกรรมการสังคมสงเคราะห์” ขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานมีกรรมการ
 อีก 11 คน คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่พิจารณาวิธีการให้ความช่วยเหลือประชาชนเกี่ยวกับ
 ด้านสวัสดิการทางสังคม นอกจากนั้นยังมีบทบาทในการผลักดันให้รัฐบาลเสนอร่างกฎหมาย
 ประกันสังคมต่อรัฐสภาจนประสบความสำเร็จ กล่าวคือได้มีการตราเป็นพระราชบัญญัติประกัน
 สังคม พ.ศ. 2497 และได้มีการจัดตั้ง “กรมประกันสังคม” ขึ้นในสังกัดกระทรวงการคลัง เพื่อ
 บริหารระบบการประกันสังคมของประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การประกันสังคมตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2497 ก็มีได้
 นำมาดำเนินการในทางปฏิบัติ เพราะไม่มีการตราเป็นพระราชกฤษฎีกาตามที่กำหนดไว้ในพระราช
 บัญญัติฉบับนี้ เนื่องจากได้มีเสียงคัดค้านจากประชาชนและสื่อมวลชนต่างๆ อย่างมากมาย เนื่อง
 จากความไม่เข้าใจถึงผลดีของระบบประกันสังคม เช่น ประชาชนไม่แน่ใจว่าตนจะได้รับประโยชน์
 อย่างแท้จริงจากการประกันสังคม นายจ้างก็ไม่ต้องการที่จะจ่ายเงินสมทบด้วยเกรงว่าจะทำให้ต้อง
 เพิ่มทุนในกิจการของตน บริษัทประกันภัยหรือประกันชีวิตต่างๆ ก็ไม่เห็นด้วย เพราะอาจต้องเสีย
 ผลประโยชน์ที่เคยได้ จึงพยายามขัดขวางมิให้บังคับการประกันสังคมไว้ก่อนโดยไม่มีกำหนดว่า
 จะนำมาใช้บังคับเมื่อใด

ในปี พ.ศ. 2518 รัฐบาลได้นำเรื่องการประกันสังคมขึ้นมาพิจารณาอีกครั้งตามข้อ
 เสนอของกรมประชาสงเคราะห์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการเตรียมการประกันสังคมโดยมีอธิบดีกรม
 ประชาสงเคราะห์เป็นประธาน ผลักดันให้รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของระบบประกันสังคม และ
 ขยายขอบเขตออกไปในประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการ
 ทำงาน โดยได้จัดสัมมนาไตรภาคีขึ้นในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2520 และเดือนเมษายน พ.ศ. 2521 ซึ่ง
 รัฐบาลชุดต่อมาที่มีพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี ก็ได้รับหลักการในเดือนธันวาคม
 พ.ศ. 2524 โดยมีปลัดกระทรวงมหาดไทยเป็นประธานเพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติ
 ประกันสังคม พ.ศ. 2497 แต่คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการได้เสนอความเห็นต่อรัฐบาลว่าควร
 ขยายขอบเขตของงานกองทุนเงินทดแทนออกไปให้ถึงจังหวัดเสียก่อน ซึ่งคณะ รัฐมนตรีก็เห็นควร
 ขยายขอบเขตไปให้ทั่วถึงในปี พ.ศ. 2528

ต่อมาในปีพ.ศ. 2530 กระทรวงมหาดไทยก็ได้เสนอคณะรัฐมนตรีให้พิจารณาออกกฎหมายประกันสังคม ซึ่งคณะรัฐมนตรีก็รับหลักการโดยร่างพระราชบัญญัติประกันสังคม และส่งให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา คณะกรรมการกฤษฎีกาได้ตรวจพิจารณาแล้วได้เปลี่ยนชื่อพระราชบัญญัติประกันสังคมเป็นร่างพระราชบัญญัติกองทุนสวัสดิการแรงงาน แล้วเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2531 และสภาผู้แทนราษฎรก็ได้พิจารณาร่างกฎหมายนี้เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2532 พร้อมกับร่างกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกันสังคมซึ่งเสนอโดยพรรคการเมืองอื่นอีก 5 ฉบับ ต่อมาที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎรได้เห็นชอบหลักการให้ร่างกฎหมายทั้ง 6 ฉบับพิจารณาร่วมกัน โดยตั้งคณะกรรมการวิสามัญของสภาผู้แทนราษฎรขึ้นพิจารณา คณะกรรมการดังกล่าวได้ประสานแนวคิดและหลักการร่างกฎหมายเหล่านั้น แล้วให้ใช้ชื่อว่า “พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533” ซึ่งใช้บังคับอยู่ปัจจุบัน และมีการแก้ไขเพิ่มเติม 2 ครั้ง

หากจะกล่าวว่าในปี พ.ศ. 2533 เป็นเริ่มต้นของการประกันสังคมไทย ก็ยังไม่ถูกต้องนัก เนื่องจากการให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานให้แก่นายจ้าง ซึ่งเป็นเรื่องหนึ่งในระบบประกันสังคมและได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2517 แล้ว ในนามกองทุนเงินทดแทน แต่เมื่อปี พ.ศ. 2533 ได้มีการใช้บังคับกฎหมายประกันสังคมและจัดตั้งสำนักงานประกันสังคมเพื่อบริหารกองทุนประกันสังคม โดยโอนงานกองทุนเงินทดแทนซึ่งสังกัดกรมแรงงานให้เข้ามาอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานประกันสังคมด้วย เพื่อเป็นหลักประกันในการดำรงชีวิตโดยทดแทนการขาดรายได้และบริการการรักษาพยาบาลด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นธรรม

การบริหารงานของสำนักงานประกันสังคม ในปีพ.ศ. 2534 นับจากวันที่กฎหมายมีผลใช้บังคับวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2533 ได้กำหนดให้สถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 20 ขึ้นไปจะต้องขึ้นทะเบียนกับสำนักงานประกันสังคม และต่อมาในปีพ.ศ. 2536 จึงได้ขยายความคุ้มครองลูกจ้างในสถานประกอบการที่มีลูกจ้าง 10-19 คน และอีกเก้าปีต่อมาก็ได้ขยายความคุ้มครองถึงลูกจ้างในสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป โดยนายจ้าง/ลูกจ้างที่อยู่ในความคุ้มครองจะต้องมาขึ้นทะเบียนและจ่ายเงินสมทบในอัตราที่กำหนด เพื่อให้ลูกจ้างได้รับสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายอย่างครบถ้วนในรูปของบริการทางการแพทย์และประโยชน์ทดแทนที่เป็นตัวเงิน

หลักการประกันสังคม

หลักการประกันสังคม โดยทั่วไปแล้วได้กำหนดไว้ดังนี้

1. นายจ้าง และลูกจ้างจะออกเงินสมทบร่วมกัน ส่วนรัฐบาลจะออกเงินอุดหนุนบางส่วน
2. การเข้าโครงการประกันสังคมเป็นลักษณะบังคับ
3. การจัดตั้งกองทุนเพื่อนำไปจ่ายประโยชน์ทดแทนตามเงื่อนไขที่กำหนด และส่วนหนึ่งของเงินสมทบจะนำไปลงทุนเพื่อให้กองทุนมีสินทรัพย์มากขึ้น
4. สิทธิในการรับประโยชน์ทดแทนเกิดจากการจ่ายเงินสมทบที่เป็นไปตามเงื่อนไข
5. อัตราเงินสมทบและประโยชน์ทดแทนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ประกันตน

พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 /2537 ฉบับที่ 3/2542 ได้กำหนดสาระสำคัญของการประกันตนไว้ดังนี้

สำหรับสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ให้มีการจดทะเบียนลูกจ้างเพื่อประกันตนกับสำนักงานประกันสังคม แต่ยกเว้นมิให้บังคับใช้แก่บุคคลดังต่อไปนี้

(1) ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราวรายวัน และลูกจ้างชั่วคราวรายชั่วโมงของราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค และราชการส่วนท้องถิ่น ยกเว้นลูกจ้างชั่วคราวรายเดือน

(2) ลูกจ้างของรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ

(3) ลูกจ้างของนายจ้างที่มีสำนักงานในประเทศ และไปประจำทำงานในต่างประเทศ

(4) ครูหรือครูใหญ่ของโรงเรียนเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนเอกชน

(5) นักเรียน นักเรียนพยาบาล นิสิตหรือนักศึกษา หรือแพทย์ฝึกหัด ซึ่งเป็นลูกจ้างของโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือโรงพยาบาล

(6) กิจการหรือลูกจ้างอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

ในพระราชบัญญัตินี้ ได้ให้ความหมาย ลูกจ้าง นายจ้าง กองทุน ไว้ดังนี้

“ลูกจ้าง” หมายความว่า ผู้ซึ่งทำงานให้นายจ้างโดยรับค่าจ้างไม่ว่าจะเรียกชื่ออย่างไร แต่ไม่รวมถึงลูกจ้างซึ่งทำงานเกี่ยวกับงานบ้าน อันมิได้มีการประกอบธุรกิจรวมอยู่ด้วย นอกจากนี้ในมาตรา 33 ยังให้ความหมายของลูกจ้าง ไว้ว่า ลูกจ้างเป็นผู้ประกันตนอยู่แล้วตามวรรคหนึ่ง เมื่อมีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์และยังเป็นลูกจ้างของนายจ้างซึ่งอยู่ภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัตินี้ ให้ถือว่าลูกจ้างนั้นเป็นผู้ประกันตนต่อไป

“นายจ้าง” หมายความว่า ผู้ซึ่งรับลูกจ้างเข้าทำงานโดยจ่ายค่าจ้าง และให้หมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับมอบหมายให้ทำงานแทนนายจ้าง ในกรณีที่นายจ้างเป็นนิติบุคคลให้หมายความรวมถึงผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคล และผู้ซึ่งได้รับมอบหมายจากผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคลให้ทำการแทนด้วย

“ผู้ประกันตน” หมายความว่า ผู้ซึ่งจ่ายเงินสมทบอันก่อให้เกิดสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนตามพระราชบัญญัตินี้

“กองทุน” หมายความว่า กองทุนประกันสังคมเพื่อเป็นทุนใช้จ่ายให้ผู้ประกันตนได้รับประโยชน์ทดแทนตามที่บัญญัติไว้ในลักษณะ 3 และเป็นค่าใช้จ่ายตามมาตรา 24 วรรคสอง

การสิ้นสุดลงของผู้ประกันตน

- (1) ตาย
- (2) สิ้นสภาพการเป็นลูกจ้าง
- (3) ลาออกจากความเป็นผู้ประกันตนโดยการแสดงความจำนงต่อสำนักงาน
- (4) ไม่ส่งเงินสมทบสามเดือนติดต่อกัน
- (5) ภายในระยะเวลาสิบสองเดือนส่งเงินสมทบมาแล้วไม่ครบเก้าเดือน

กองทุนประกอบด้วย

- (1) เงินสมทบจากรัฐบาล นายจ้าง และผู้ประกันตน
- (2) เงินเพิ่ม
- (3) ผลประโยชน์ของกองทุน
- (4) เงินค่าธรรมเนียม

- (5) เงินที่ได้รับจากการบริจาคหรือเงินอุดหนุน
- (6) เงินที่ตกเป็นของกองทุน
- (7) เงินอุดหนุนหรือเงินอุดหนุนราชการที่รัฐบาลจ่ายตามมาตรา 24 วรรคสาม
- (8) เงินค่าปรับที่ได้จากการเปรียบเทียบ
- (9) รายได้อื่น

กองทุนประกันสังคม

กองทุนประกันสังคม คือ กองทุนที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 เพื่อสร้างหลักประกัน ให้แก่ลูกจ้างที่ทำงานในสถานประกอบการ ให้ได้รับความคุ้มครองเมื่อประสบอันตราย หรือเจ็บป่วย คลอดบุตร ตาย พุพพลภาพ สงเคราะห์บุตร และชราภาพ

กองทุนเงินทดแทน

กองทุนเงินทดแทน คือ กองทุนตามพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 เพื่อเป็นทุนในการจ่ายเงินทดแทนให้แก่ลูกจ้าง แทนนายจ้าง เมื่อลูกจ้างประสบอันตราย เจ็บป่วย ถึงแก่ความตาย หรือสูญหาย เนื่องจากการทำงานให้นายจ้าง

การขึ้นทะเบียนผู้ประกันตน

กองทุนประกันสังคม

- นายจ้างที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป จะต้องยื่นขอขึ้นทะเบียนภายใน 30 วัน และเมื่อมีลูกจ้างเพิ่ม จะต้องให้ลูกจ้างใหม่ยื่นขึ้นทะเบียนภายใน 30
- ผู้ประกันตนคือลูกจ้างที่เริ่มเข้าทำงาน อายุไม่ต่ำกว่า 15 ปี และไม่เกิน 60 ปี
- นายจ้างจะต้องยื่นแบบ ดังนี้
 - 1) แบบขึ้นทะเบียนนายจ้าง (สปส.1-01)
 - 2) แบบขึ้นทะเบียนผู้ประกันตน (สปส.1-03 หรือ สปส.1-03/1)
- นายจ้างที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นแบบได้ที่สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่สำหรับนายจ้างที่มีสำนักงานใหญ่ในส่วนภูมิภาคให้ไปขึ้นทะเบียน ณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดที่สถานประกอบการตั้ง

กองทุนเงินทดแทน

- นายจ้างจะต้องมีหน้าที่ขึ้นแบบขึ้นทะเบียนกองทุนเงินทดแทนภายใน 30 วัน นับแต่วันที่มิถูกจ้างตั้งแต่ 1 คน
- กำหนดให้นายจ้างขึ้นแบบขึ้นทะเบียนได้ ณ ที่สถานที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่
- ในเขตกรุงเทพมหานคร ขึ้นแบบขึ้นทะเบียนได้ที่สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่
- ในเขตต่างจังหวัด ขึ้นแบบขึ้นทะเบียนได้ที่สำนักงานประกันสังคมจังหวัด

กองทุนประกันสังคมผู้ลงชื่อรับรองข้อมูลผู้ประกันตนเป็นผู้มีอำนาจกระทำการผูกพัน บริษัทหรือผู้ได้รับมอบอำนาจ

การแจ้งขึ้นทะเบียนผู้ประกันตนต่อสำนักงานประกันสังคมให้แจ้ง ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่รับลูกจ้างเข้าทำงาน มิฉะนั้นจะมีความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

เมื่อข้อเท็จจริงที่แจ้งไว้เปลี่ยนแปลง ให้แจ้งเป็นหนังสือต่อสำนักงานประกันสังคมภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดจากเดือนที่มีการเปลี่ยนแปลง ถ้าแจ้งข้อเท็จจริงไม่ถูกต้องจะมีผลต่อสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับตามกฎหมาย

การขึ้นแบบโดยแจ้งรายชื่อบุคคลอื่นซึ่งไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกันตนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

1. คุณสมบัติและหลักเกณฑ์ของการเป็นผู้ประกันตน

- 1.1 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 15-60 ปี
- 1.2 ไม่เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 39
- 1.3 ประจําทำงานในประเทศไทย
- 1.4 ไม่เป็นผู้ทุพพลภาพ
- 1.5 ไม่เป็นโรคตามที่กำหนด

2. การสิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตน

- 2.1 ตาย
- 2.2 ลาออก
- 2.3 ได้เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33

2.4 แจ้งข้อความหรือแสดงหลักฐานเกี่ยวกับคุณสมบัติในสาระสำคัญอัน
เป็นเท็จ

2.5 ไม่ส่งเงินสมทบตามเงื่อนไขที่กำหนด

การส่งเงินสมทบ

กองทุนประกันสังคม

ผู้จ่ายเงินสมทบและอัตราเงินสมทบเป็นร้อยละของค่าจ้างของผู้ประกันตน
รายละเอียดดังนี้

1. เงินสมทบเพื่อการจ่ายประโยชน์ทดแทนกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย
ทุพพลภาพ ตาย และคลอดบุตร

- | | |
|-----------------|-----|
| (1) รัฐบาล | 1.5 |
| (2) นายจ้าง | 1.5 |
| (3) ผู้ประกันตน | 1.5 |

2. เงินสมทบเพื่อการจ่ายประโยชน์ทดแทนกรณีสงเคราะห์บุตรและชราภาพ

- | | |
|-----------------|---|
| (1) รัฐบาล | 3 |
| (2) นายจ้าง | 3 |
| (3) ผู้ประกันตน | 3 |

3. เงินสมทบเพื่อการจ่ายประโยชน์ทดแทนกรณีว่างงาน

- | | |
|-----------------|---|
| (1) รัฐบาล | 5 |
| (2) นายจ้าง | 5 |
| (3) ผู้ประกันตน | 5 |

นายจ้างจะต้องหักเงินสมทบในส่วนของลูกจ้างทุกครั้งและนำส่งเงินสมทบส่วน
ของนายจ้างในจำนวนเท่ากับที่ลูกจ้างทั้งหมดถูกหักรวมกัน พร้อมจัดเอกสารตามแบบ สปส.1-10
ส่วนที่ 1 และสปส.1-10 ส่วนที่ 2 หรือจัดทำข้อมูลลงแผ่นดิสเก็ต หรือส่งทางอินเทอร์เน็ต โดย

1. นำส่งสำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่/จังหวัดด้วยตนเอง เป็นเงินสด หรือ
เช็ค ภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไป หรือ
2. ชำระผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
จำกัด (มหาชน) ณ สาขาในจังหวัดที่สถานประกอบการตั้งอยู่ หรือ
3. ชำระ ณ ที่ทำการไปรษณีย์

กองทุนเงินทดแทน

เงินสมทบ คือ เงินที่นายจ้างสมทบเข้ากองทุนเงินทดแทน ซึ่งสำนักงานประกันสังคมจะทำการเรียกเก็บจากนายจ้างเป็นรายปี โดยแจ้งจำนวนเงินที่นายจ้างต้องจ่ายให้ทราบตามใบแจ้งเงินสมทบ เงินสมทบนี้จะคิดจากค่าจ้างที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างทั้งปีรวมกัน คูณด้วยอัตราเงินสมทบของประเภทกิจการนั้น โดยนายจ้างแต่ละประเภทจะจ่ายในอัตราเงินสมทบหลักที่ไม่เท่ากันระหว่างอัตรา 0.2%-1.0% ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงภัยตามลักษณะงานของกิจการนายจ้าง นายจ้างต้องจ่ายเงินสมทบตามอัตราหลัก 4 ปีติดต่อกันและในปีที่ 5 เป็นต้นไป จะมีการคำนวณอัตราส่วนการสูญเสียเพื่อลดหรือเพิ่มอัตราเงินสมทบให้นายจ้าง

นายจ้างจ่ายเงินสมทบเพียงฝ่ายเดียว ปีละ 1 ครั้ง คิดจากค่าจ้างที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างทั้งปีรวมกันคูณกับอัตราเงินสมทบของประเภทกิจการนั้น ซึ่งจะจ่ายในอัตราที่ไม่เท่ากันระหว่างอัตราร้อยละ 0.2 - 1.0 ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงภัยตามลักษณะงานของกิจการนายจ้าง

นายจ้างที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป มีหน้าที่จ่ายเงินสมทบกองทุนเงินทดแทนภายใน 30 วัน

ประโยชน์ทดแทนและเงินทดแทน

ประโยชน์ทดแทน

1. กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน

จะได้รับบริการทางการแพทย์ เงินทดแทนการขาดรายได้ ค่าบริการทางการแพทย์กรณีถอนฟัน อุดฟัน และชุดหินปูน ค่าอวัยวะเทียม และอุปกรณ์บำบัดโรค การฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม การปลูกถ่ายไขกระดูก

2. กรณีคลอดบุตร

จะได้รับค่าคลอดบุตร และเงินสงเคราะห์การหยุดงานเพื่อการคลอดบุตร

3. กรณีทุพพลภาพ

จะได้เงินค่าบริการทางการแพทย์และเงินทดแทนการขาดรายได้ และค่าอวัยวะเทียม ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ทุพพลภาพ ค่าทำศพ และเงินสงเคราะห์กรณีตาย

4. กรณีตาย

จะได้รับเงินค่าทำศพและเงินสงเคราะห์กรณีตาย

5. กรณีสงเคราะห์บุตร

จะได้รับสงเคราะห์บุตร สำหรับบุตรชอบด้วยกฎหมายที่อายุไม่เกิน 6 ปี คราวละไม่เกิน 2 คน โดยเหมาจ่ายเดือนละ 200 บาทต่อบุตร 1 คน

6. กรณีชราภาพ

จะได้รับเงินบำเหน็จชราภาพ หรือเงินบำนาญชราภาพ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการนำส่งเงินสมทบของผู้ประกันตน

7. กรณีว่างงาน

หากถูกเลิกจ้าง จะได้รับเงินทดแทนปีละไม่เกิน 180 วัน ในอัตราร้อยละ 50 ของค่าจ้าง หากออกจากงาน จะได้รับเงินทดแทนปีละไม่เกิน 90 วัน ในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้าง

ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ 4 กรณีแรก สำนักงานประกันสังคมจะให้ความคุ้มครองต่อไปอีก 6 เดือน นับแต่วันสิ้นสุดสภาพการเป็นลูกจ้าง

เงินทดแทน

เมื่อลูกจ้างประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน จะได้รับเงินทดแทนซึ่งประกอบด้วยค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทนรายเดือน ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงาน และค่าทำศพ

“การประสบอันตรายเนื่องจากการทำงานให้นายจ้าง” หมายความว่า การที่ลูกจ้างได้รับบาดเจ็บ หรือสูญเสียอวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย หรือมีผลกระทบแก่จิตใจ หรือทุพพลภาพ หรือตาย หรือสูญหาย เนื่องจากการทำงานให้นายจ้าง

“การเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน” หมายความว่า การที่ลูกจ้างป่วยด้วยโรคซึ่งเกิดขึ้นตามลักษณะ หรือสภาพของงานหรือเนื่องจากการทำงาน

“สูญหาย” หมายความว่า การที่ลูกจ้างสูญหายไปในช่วงการทำงานหรือปฏิบัติงานตามคำสั่งของนายจ้าง รวมตลอดถึงหายไป ในช่วงการเดินทางโดยพาหนะทางบก ทางอากาศหรือทางน้ำ ซึ่งมีเหตุอันควรเชื่อว่า พาหนะนั้นประสบเหตุอันตรายและลูกจ้างตาย ทั้งนี้ ต้องเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า

“ค่ารักษาพยาบาล” ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลเท่าที่จ่ายจริงตามความจำเป็น ไม่เกิน 35,000 บาท ต่อการเจ็บป่วยหรือประสบอันตราย 1 ครั้ง หากเกินกว่า 35,000 บาท ให้เบิกเพิ่มตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด อีกไม่เกิน 50,000 บาท

กรณีแพทย์ให้หยุดพักรักษาตัวจะได้รับค่ารักษาพยาบาล และค่าทดแทนจำนวน 60% ของค่าจ้างรายเดือน หากต้องหยุดพักรักษาตัวติดต่อกันเกิน 3 วันขึ้นไป แต่ไม่เกิน 1 ปี

เงื่อนไขและสิทธิการได้รับประโยชน์ทดแทน

1. ประโยชน์ทดแทนในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย

ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย อันมิใช่เนื่องจากการทำงาน ต่อเมื่อภายในระยะเวลาสิบห้าเดือนก่อนวันรับบริการทางการแพทย์

ผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าสามเดือน นอกจากนี้กฎหมายยังมีผลบังคับใช้โดยให้ประโยชน์ทดแทน ในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน ได้แก่

- (1) ค่าตรวจวินิจฉัยโรค
- (2) ค่าบำบัดทางการแพทย์
- (3) ค่ากินอยู่และรักษาพยาบาลในสถานพยาบาล
- (4) ค่ายาและค่าเวชภัณฑ์
- (5) ค่ารถพยาบาลหรือค่าพาหนะรับส่งผู้ป่วย
- (6) ค่าบริการอื่นที่จำเป็น

2. ประโยชน์ทดแทนในกรณีคลอดบุตร

ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีคลอดบุตรสำหรับตนเองหรือภริยา หรือสำหรับหญิงซึ่งอยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยากับผู้ประกันตน โดยเปิดเผยตามระเบียบที่เลขาธิการกำหนดถ้าผู้ประกันตนไม่มีภริยา ทั้งนี้ ต่อเมื่อภายในระยะเวลาสิบห้าเดือนก่อนวันรับบริการทางการแพทย์ผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าเจ็ดเดือน ประโยชน์ทดแทนในกรณีคลอดบุตร ให้ผู้ประกันตนแต่ละคนมีสิทธิได้รับสำหรับการคลอดบุตรไม่เกินสองครั้ง

ประโยชน์ทดแทนในกรณีคลอดบุตร ได้แก่

- (1) ค่าตรวจและรับฝากครรภ์
- (2) ค่าบำบัดทางการแพทย์
- (3) ค่ายาและค่าเวชภัณฑ์

- (4) ค่าทำคลอด
- (5) ค่ากินอยู่และรักษาพยาบาลในสถานพยาบาล
- (6) ค่าบริบาลและค่ารักษาพยาบาลทารกแรกเกิด
- (7) ค่ารถพยาบาลหรือค่าพาหนะรับส่งผู้ป่วย
- (8) ค่าบริการอื่นที่จำเป็น

3. ประโยชน์ทดแทนในกรณีทุพพลภาพ

ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีทุพพลภาพอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน ต่อเมื่อภายในระยะเวลาสิบห้าเดือนก่อนทุพพลภาพผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าสามเดือน

ประโยชน์ทดแทนในกรณีทุพพลภาพ ได้แก่

- (1) ค่าตรวจวินิจฉัยโรค
- (2) ค่าบำบัดทางการแพทย์
- (3) ค่ายาและค่าเวชภัณฑ์
- (4) ค่ากินอยู่และรักษาพยาบาลในสถานพยาบาล
- (5) ค่ารถพยาบาลหรือค่าพาหนะรับส่งผู้ทุพพลภาพ
- (6) ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกาย จิตใจและอาชีพ
- (7) ค่าบริการอื่นที่จำเป็น

4. ประโยชน์ทดแทนในกรณีตาย

ในกรณีที่ผู้ประกันตนถึงแก่ความตายโดยมิใช่ประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน ถ้าภายในระยะเวลาหกเดือนก่อนถึงแก่ความตายผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งเดือนให้จ่ายประโยชน์ทดแทนในกรณีตาย ดังนี้

(1) เงินค่าทำศพตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยเท่าของอัตราสูงสุดของค่าจ้างขั้นต่ำรายวันตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน ให้จ่ายให้แก่บุคคลตามลำดับ ดังนี้

(ก) บุคคลซึ่งผู้ประกันตนทำหนังสือระบุให้เป็นผู้จัดการศพและได้เป็นผู้จัดการศพผู้ประกันตน

(ข) สามัญญา บิดามารดา หรือบุตรของผู้ประกันตนซึ่งมีหลักฐานแสดง
ว่าเป็นผู้จัดการศพผู้ประกันตน

(ค) บุคคลอื่นซึ่งมีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้จัดการศพผู้ประกันตน

(2) เงินสงเคราะห์กรณีที่ผู้ประกันตนถึงแก่ความตาย ให้จ่ายแก่บุคคลซึ่ง
ผู้ประกันตนทำหนังสือระบุให้เป็นผู้มีสิทธิได้รับเงินสงเคราะห์นั้น แต่ถ้าผู้ประกันตนมิได้มีหนังสือ
ระบุไว้ ก็ให้นำมาเฉลี่ยจ่ายให้แก่สามัญญา บิดามารดาหรือบุตรของผู้ประกันตนในจำนวนที่เท่า
กัน ดังนี้

(ก) ถ้าก่อนถึงแก่ความตายผู้ประกันตนได้ส่งเงินสมทบมาแล้วตั้งแต่
สามสิบหกเดือนขึ้นไป แต่ไม่ถึงสิบปี ให้จ่ายเงินสงเคราะห์เป็นจำนวนเท่ากับร้อยละห้าสิบของ
ค่าจ้างรายเดือนที่คำนวณได้ตามมาตรา 57 คูณด้วยสาม

(ข) ถ้าก่อนถึงแก่ความตายผู้ประกันตนได้ส่งเงินสมทบมาแล้วตั้งแต่สิบ
ปีขึ้นไป ให้จ่ายเงินสงเคราะห์เป็นจำนวนเท่ากับร้อยละห้าสิบของค่าจ้างรายเดือนที่คำนวณได้ตาม
มาตรา 57 คูณด้วยสิบ

5. ประโยชน์ทดแทนในกรณีสงเคราะห์บุตร

ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีสงเคราะห์บุตรต่อเมื่อภายใน
ระยะเวลาสามสิบหกเดือนก่อนเดือนที่มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนผู้ประกันตนได้
จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าสิบสองเดือน

- (1) ค่าสงเคราะห์ความเป็นอยู่ของบุตร
- (2) ค่าเล่าเรียนบุตร
- (3) ค่ารักษาพยาบาลบุตร
- (4) ค่าสงเคราะห์อื่นที่จำเป็น

6. ประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพ

ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพต่อเมื่อผู้ประกันตนได้
จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยแปดสิบเดือนไม่ว่าระยะเวลาหนึ่งร้อยแปดสิบเดือนจะ
ติดต่อกันหรือไม่ก็ตาม

ประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพ ได้แก่

- (1) เงินเลี้ยงชีพรายเดือน เรียกว่า เงินบำนาญชราภาพ หรือ

(2) เงินบำเหน็จที่จ่ายให้ครั้งเดียว เรียกว่า เงินบำเหน็จชราภาพ

7. ประโยชน์ทดแทนในกรณีว่างงาน

ลูกจ้างซึ่งเป็นผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีว่างงานต่อเมื่อผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่าหกเดือน และต้องอยู่ภายในระยะเวลาสิบห้าเดือนก่อนการว่างงานและจะต้องเป็นผู้ที่อยู่ในเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(1) เป็นผู้มีความสามารถในการทำงาน พร้อมทั้งจะทำงานที่เหมาะสมตามที่จัดหาให้หรือต้องไม่ปฏิเสธการฝึกงานและได้ขึ้นทะเบียนไว้ที่สำนักจัดหางานของรัฐ โดยต้องไปรายงานตัวไม่น้อยกว่าเดือนละหนึ่งครั้ง

(2) การที่ผู้ประกันตนว่างงานต้องมีสาเหตุเนื่องจากเหตุจูงใจที่มาจากเหตุที่หรือกระทำความผิดอาญาโดยเจตนาแก่นายจ้าง หรือจงใจทำให้นายจ้างได้รับความเสียหายหรือฝ่าฝืนข้อบังคับหรือระเบียบเกี่ยวกับการทำงานหรือคำสั่งอันชอบด้วยกฎหมายในกรณีร้ายแรง หรือละทิ้งหน้าที่เป็นเวลาเจ็ดวันทำงานติดต่อกันโดยไม่มีเหตุอันสมควร หรือประมาทเลินเล่อเป็นเหตุให้นายจ้างได้รับความเสียหายอย่างร้ายแรง หรือได้รับโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกเว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(3) ต้องมิใช่ผู้มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพตามหมวด 7

เงื่อนไขและสิทธิการได้รับเงินทดแทน

สิทธิการได้รับเงินทดแทนจะเกิดขึ้นทันทีเมื่อนายจ้างมีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คน โดยนายจ้างมีหน้าที่ต้องขึ้นทะเบียนภายใน 30 วัน ตามที่กฎหมายกำหนด โดยได้เงินทดแทนในกรณีดังต่อไปนี้

1. กรณีเจ็บป่วยหรือประสบอันตราย

- ค่ารักษาพยาบาลเท่าที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 35,000 บาท/ครั้ง หากเกิน 35,000 บาท ให้เบิกตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด แต่ไม่เกิน 50,000 บาท

- กรณีหยุดพักรักษาตัวติดต่อกันเกิน 3 วันขึ้นไป ได้รับค่าทดแทนร้อยละ 60 ของค่าจ้างรายเดือนตลอดระยะเวลาที่ไม่สามารถทำงานได้ไม่เกิน 1 ปี

2. กรณีสูญเสียอวัยวะ

- เงินทดแทนร้อยละ 60 ของค่าจ้างรายเดือน ตามประเภทการสูญเสีย ไม่เกิน 10 ปี

- ค่าฟื้นฟูด้านการแพทย์ และอาชีพเท่าที่จ่ายจริงไม่เกิน 20,000 บาท

- ค่าใช้จ่ายในการผ่าตัดเพื่อประโยชน์ในการฟื้นฟูสมรรถภาพการทำงาน ไม่เกิน 20,000 บาท

3. กรณีทุพพลภาพ

- ค่าทดแทนรายเดือนร้อยละ 60 ของค่าจ้าง แต่ไม่เกิน 15 ปี

4. กรณีตายหรือสูญหาย

- ค่าทำศพ เป็นเงิน 100 เท่า ของอัตราสูงสุดของอัตราค่าจ้างขั้นต่ำรายวัน
- ค่าทดแทนอัตราร้อยละ 60 ของค่าจ้างรายเดือน เป็นเวลา 8 ปี

การอุทธรณ์

นายจ้าง ผู้ประกันตน หรือบุคคลอื่นใด ซึ่งไม่พอใจในคำสั่งของเลขาธิการหรือของพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งสั่งการตามพระราชบัญญัตินี้ ให้มีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อคณะกรรมการอุทธรณ์ได้ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำสั่งดังกล่าว

เมื่อคณะกรรมการอุทธรณ์พิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์แล้วให้แจ้งคำวินิจฉัยนั้นเป็นหนังสือให้ผู้อุทธรณ์ทราบ

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการอุทธรณ์นั้น ถ้าผู้อุทธรณ์ไม่พอใจ ให้มีสิทธินำคดีไปสู่ศาลแรงงานภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำวินิจฉัย แต่ถ้าไม่นำคดีไปสู่ศาลแรงงานภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้คำวินิจฉัยของคณะกรรมการอุทธรณ์เป็นที่สิ้นสุด

บทกำหนดโทษ

ผู้ใดไม่ให้ถ้อยคำหรือไม่ส่งเอกสาร หลักฐาน หรือข้อมูลที่จำเป็นตามคำสั่งของคณะกรรมการ คณะกรรมการการแพทย์ คณะกรรมการอุทธรณ์ คณะอนุกรรมการ หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดโดยเจตนาไม่กรอกรายการในแบบสำรวจ กรอกรายการในแบบสำรวจไม่ครบถ้วน หรือไม่ส่งแบบสำรวจคืนภายในเวลาที่กำหนดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

ผู้ใดกรอกรายข้อความหรือตัวเลขในแบบสำรวจโดยรู้ว่าเป็นเท็จ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

นายจ้างผู้ใดโดยเจตนาไม่ยื่นแบบรายการต่อสำนักงาน ภายในกำหนดเวลาตาม หรือ ไม่แจ้งเป็นหนังสือต่อสำนักงานขอเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพิ่มเติมรายการภายในกำหนดเวลา ต้อง ระวังโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำความผิดต้องระวังโทษปรับ อีกวันละไม่เกินห้าพันบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม

นายจ้างผู้ใดยื่นแบบรายการ หรือแจ้งเป็นหนังสือขอเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพิ่มเติม รายการ โดยเจตนากรอข้อความเท็จในแบบรายการ หรือแจ้งการเปลี่ยนแปลงข้อเท็จจริงเป็น เท็จในหนังสือแจ้งขอเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพิ่มเติม ต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือ ปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกตามสมควรแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการ ปฏิบัติการ ต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือ ทั้งจำทั้งปรับ

นายจ้างผู้ใดไม่ปฏิบัติ ต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่น บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดเปิดเผยข้อเท็จจริงใดเกี่ยวกับกิจการของนายจ้างอันเป็นข้อเท็จจริงที่ตามปกติวิสัย ของนายจ้างจะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผยซึ่งตนได้มาหรือล่วงรู้เนื่องจากการปฏิบัติตาม พระราชบัญญัตินี้ ต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินสามพันบาท หรือทั้งจำทั้ง ปรับ เว้นแต่เป็นการเปิดเผยในการปฏิบัติราชการเพื่อประโยชน์แห่งพระราชบัญญัตินี้ หรือเพื่อ ประโยชน์แก่การคุ้มครองแรงงาน หรือการสอบสวนหรือการพิจารณาคดี

ในกรณีที่ดินบุคคลเป็นผู้กระทำความผิดและถูกลงโทษตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ถือว่า ผู้แทนของนิติบุคคล กรรมการทุกคน และผู้รับผิดชอบในการดำเนินการของนิติบุคคลนั้น ต้อง ระวังโทษเช่นเดียวกับนิติบุคคลนั้นด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้รู้เห็นเป็นใจในการกระทำ ความผิดนั้น หรือได้จัดการตามสมควรเพื่อป้องกันมิให้เกิดความผิดนั้นแล้ว

ถ้าเจ้าพนักงานดังต่อไปนี้เห็นว่าผู้กระทำความผิดไม่ควรได้รับโทษถึงจำคุกหรือไม่ควรถูก ฟ้องร้อง สำหรับความผิดที่มีโทษปรับสถานเดียว หรือความผิดที่มีโทษปรับหรือโทษจำคุกไม่เกิน หกเดือน เว้นแต่โทษตามมาตรา 95 ให้มีอำนาจเปรียบเทียบดังนี้

- (1) เลขาธิการหรือผู้ซึ่งได้รับมอบหมาย สำหรับความผิดที่เกิดขึ้นใน กรุงเทพมหานคร
- (2) ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย สำหรับความผิดที่ เกิดขึ้นในจังหวัดอื่น

ในกรณีที่มีการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ที่มีโทษอยู่ในเกณฑ์ที่จะทำการเปรียบเทียบได้และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบ ให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องให้เลขาธิการ หรือผู้ว่าราชการจังหวัดแล้วแต่กรณีภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่บุคคลนั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ

เมื่อผู้กระทำความผิดได้ชำระเงินค่าปรับตามจำนวนที่เปรียบเทียบภายในสามสิบวันแล้วให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

ถ้าผู้กระทำความผิดไม่ยินยอมให้เปรียบเทียบ หรือเมื่อยินยอมแล้วไม่ชำระเงินค่าปรับภายในกำหนดเวลาตามวรรคสาม ให้ดำเนินคดีต่อไป

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติประกันสังคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 ได้แก้ไขเพิ่ม เพื่อให้มีรายละเอียดครบถ้วน ดังนี้

การคำนวณระยะเวลาการส่งเงินสมทบ เพื่อประโยชน์ในการคำนวณระยะเวลาการส่งเงินสมทบตามพระราชบัญญัตินี้ เงินสมทบของแต่ละเดือนไม่ว่าจะมีจำนวนกี่วันและไม่ว่าจะได้หักไว้และได้นำส่งเดือนละกี่ครั้งก็ตาม ถ้าได้ส่งหรือได้ถือว่าส่งเข้ากองทุนแล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้ถือว่ามีระยะเวลาในการจ่ายเงินสมทบเท่ากับหนึ่งเดือน รวมทั้งพระราชบัญญัติประกันสังคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ได้แก้ไขเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการออกเงินสมทบและสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจสมควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติดังกล่าวให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ผู้ประกันตนที่สิ้นสภาพการเป็นลูกจ้างมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย กรณีคลอดบุตร กรณีทุพพลภาพ และกรณีตาย ต่อไปอีกหกเดือนนับแต่วันที่สิ้นสภาพการเป็นลูกจ้าง มาใช้บังคับแก่ผู้ประกันตนโดยสมัครใจที่สิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตนโดยอนุโลมซึ่งบทบัญญัติดังกล่าวมีเจตนารมณ์ในการช่วยเหลือผู้ประกันตนมิให้ได้รับความเดือดร้อนชั่วระยะเวลาที่สิ้นสภาพการเป็นลูกจ้างหรือสิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตน แล้วแต่กรณีสมควร

กำหนดให้ขยายระยะเวลาการมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนภายหลังลูกจ้างซึ่งเป็นผู้ประกันตนสิ้นสภาพการเป็นลูกจ้างโดยตราเป็นพระราชกฤษฎีกา ประกอบกับบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิของผู้ประกันตนในการได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีสงเคราะห์บุตร กรณีชราภาพ และกรณีว่างงานยังไม่เหมาะสม สมควรแก้ไขเพิ่มเติมให้ชัดเจนและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกันตนและการออกเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมของรัฐบาล นายจ้าง และผู้ประกันตนตามกำหนดคุณสมบัติและหลักเกณฑ์อัตราการจ่ายเงินสมทบและประโยชน์ทดแทน

แนวปฏิบัติ

นายจ้างมีหน้าที่ส่งแบบแจ้งการประสบอันตราย (กท.16) พร้อมแบบส่งตัวลูกจ้างเข้ารักษาพยาบาล (กท. 44) ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่นายจ้างทราบ

หลักฐานที่ต้องใช้เพื่อขอรับเงินทดแทนจากกองทุนเงินทดแทน

1. กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน

- กท.16
- ใบรับรองแพทย์

2. กรณีอุบัติเหตุเนื่องจากการทำงานนอกสถานที่ทำงาน

- กท. 16
- ใบรับรองแพทย์
- บัตรลงเวลาทำงาน
- หลักฐานการออกปฏิบัติงานนอกสถานที่
- บันทึกประจำวันตำรวจ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กำพล ดวงพรประเสริฐ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจ ความต้องการของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิรตซ์” ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท และกว่าครึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการเปิดรับฟังรายการในระดับน้อย โดยฟังช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ระหว่างเวลา 11.00-11.30 น. มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจประเภทรายการมากที่สุด ในประเด็นการมุ่งเน้นเสนอรายการประเภทสาระ ความรู้ และต้องการรับฟังรายการประเภทความรู้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้รอบตัวมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับฟังรายการที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากการรับฟังแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ มีความต้องการรับฟังที่แตกต่างกัน

นิราวุฒิ สกุดแก้ว (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ และความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ : กรณีศึกษารายการ SMEs TODAY ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง FM 101 MHz” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุกิจการอยู่ในช่วง 2-5 ปี มีการเปิดรับฟังเพียงแค่ 1-2 วัน/สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการติดตามรับฟังน้อยกว่า 1 ปี แต่มีการเปิดรับฟังแบบตั้งใจฟังตลอดรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการระดับสูงในทุกๆ ด้าน และมีการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุและระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับฟังรายการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระยะเวลาในการติดตามรับฟังแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความถี่และระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการที่แตกต่างกัน และการเปิดรับฟังรายการที่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความถี่จะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการแตกต่างกัน

เพชร เพ็ชรสวัสดิ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3 5 7 9 และไอทีวี) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมข่าวภาคค่ำ 3-4 วัน/สัปดาห์ และตั้งใจดูเฉพาะหัวข้อข่าวที่น่าสนใจ มีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกัน เพศ อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการที่แตกต่างกัน และการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน โดยการเปิดรับด้านความถี่และความตั้งใจรับชมรายการที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

สุวัลยา นูเร (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ไม่มีความแตกต่าง ส่วนการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

นันทิดา โอสุกรรม (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ในระดับสูง โดยชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ยังได้นำเนื้อหาสาระจากรายการไปใช้ประโยชน์ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อรายการในระดับสูงเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ ลักษณะประชากรทางด้านเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการ ลักษณะประชากรทางด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ ลักษณะประชากรทางด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ

ชลธิชา ภู่อี่ยม (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 15-20 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และเป็นนักเรียน-นักศึกษามากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับฟังรายการมานาน 1-2 ปี ฟังทุกวัน ครั้งละ 3-4 ชั่วโมง โดยไม่เปลี่ยนเป็นคลื่นอื่น กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการในส่วนของเพลงมากที่สุด และมีความพึงพอใจในด้านของเพลงที่เปิดในรายการมีความแปลกใหม่มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับเป็นความถี่ในแต่ละสัปดาห์และระยะเวลาในแต่ละวัน ส่วนรายได้ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับฟังทั้งระยะเวลา ความถี่ในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในแต่ละวัน เพศและอายุของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเนื้อหา รายการ

สายฤดี วานิกานุกูล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะคิด และการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวจังหวัดปทุมธานีในโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารโครงการผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ

โดยระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารต่างกัน คุณลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับโครงการไม่แตกต่างกัน และสื่อที่ใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ

ดวงพร โรจนพันธ์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการประกันสังคม ของผู้ประกันตนระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง โดยข่าวสารที่ได้รับบ่อยครั้งและมีความสนใจมากที่สุดคือ เรื่องสิทธิประโยชน์กรณีเจ็บป่วย การรับบริการทางการแพทย์ และการจ่ายเงินสมทบ และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ประกันตนระดับบริหารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารประกันสังคมไม่แตกต่างกัน สำหรับผู้ประกันตนระดับปฏิบัติการ ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่สมรส ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำเปิดรับข่าวสารการประกันสังคมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก

นันทวัน กิจชนาเจริญ (2541) ได้ศึกษา “เรื่องการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสาร และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารไม่ต่างกัน ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจจากข่าวสารแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน

การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจจากข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวัน

นิสาร์ตน์ จันทรประภา (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “แผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันสังคมของผู้ประกันตน ในสถานประกอบการขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจเปิดรับ

ข่าวสารประกันสังคมจากสื่อมวลชนด้วยการดูโทรทัศน์มากที่สุด โดยการเปิดรับข่าวสารในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ และจากสื่อเฉพาะกิจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากแผ่นพับมากที่สุด โดยมีภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก และจากสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากฝ่ายบุคคล/นายจ้างมากที่สุด โดยมีภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับประกันสังคมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้เรื่องประเภทของสิทธิประโยชน์ในการขอรับบริการทางการแพทย์ได้ถูกต้องมากที่สุด และมีการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ประกันตนที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารประกันสังคมที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารประกันสังคมมีความสัมพันธ์กับกับความรู้เรื่องการประกันสังคมและการใช้ประโยชน์ในภาพรวม แต่การเปิดรับจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ และความรู้เรื่องการประกันสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในเชิงบวก

พรณภา แก้วลาย (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังในการเปิดรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเพราะต้องการรู้ความเป็นไปของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การเปิดรับข่าวสารขึ้นอยู่กับความพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาของข่าว เพศ และระดับการศึกษามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยเพศชายมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศหญิง และผู้มีการศึกษาสูงจะเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่า ความพึงพอใจยังมีความสัมพันธ์กับเพศและระดับการศึกษา โดยเพศชายมีความพึงพอใจในการเพื่อติดตามข่าวสาร ขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจในการรับฟังเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ชิดชนก อุทัยกร (2539) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวานิชชนกรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)” พบว่าไม่มีความแตกต่างในการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มวานิชชนกรที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน แต่พบว่ามี ความแตกต่างกันในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในกลุ่มวานิชชนกรที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งการทำงาน และรายได้ ต่อเดือนที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยทุกประเภทว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจใน

ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เฉพาะสื่อโทรทัศน์และวารสารข่าวเครดิตเท่านั้น

สุภาวรรณ จรูญเมธา (2538) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้คนสนใจรับฟังรายการข่าววิทยุในลักษณะสนทนาข่าว ศึกษาเฉพาะกรณี : รายการวิทยุเนชั่นนิวทอล์ค” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ในวันทำงาน มีระดับการศึกษาสูง มีรายได้ค่อนข้างมาก และมีอาชีพเป็นหลักแหล่งมั่นคงดี โดยกลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการขณะขับรถและอยู่ที่บ้าน และมีความพึงพอใจรายการค่อนข้างสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับฟังรายการ ปัจจัยด้านอายุ ระดับความพึงพอใจ และระดับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ฟังจากรายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการเปิดรับฟังรายการ แต่ลักษณะทางประชากรด้าน เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการ เนื่องจากหัวข้อข่าวที่ทางรายการนำมาสนทนานั้น เป็นหัวข้อข่าวที่หลากหลายและอยู่ในความสนใจของคนทุกๆ ไปอยู่แล้ว ทำให้ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในข่าวสารรายการไม่แตกต่างกัน