

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ปัญหาการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
กรอบแนวคิดการวิจัย	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	10
การเปิดรับข่าวสาร	10
การเลือกสรรในการรับสาร	13
การแสวงหาข่าวสาร	17
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	21
การสร้างสรรค์ในงานวิทยุกระจายเสียง	30
กลยุทธ์การสร้างสาร	31
การสร้างสารและตริงความสนใจ	32
บทบาทของวิทยุกระจายเสียง	33
อิทธิพลของวิทยุกระจายเสียง	34
ประสิทธิภาพของวิทยุกระจายเสียง	36
ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวคิด หลักการเกี่ยวกับประกันสังคม	37
การประกันสังคมในประเทศไทย	38
หลักการประกันสังคม	40
การขึ้นทะเบียนผู้ประกันตน	42
การจ่ายเงินสมทบ	44
ประโยชน์ทดแทนและเงินทดแทน	45
เงื่อนไขและสิทธิการได้รับประโยชน์ทดแทน	47
เงื่อนไขและสิทธิการได้รับเงินทดแทน	50
การอุทธรณ์	51
บทกำหนดโทษ	51
แนวปฏิบัติ	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	60
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	62
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	66
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	67
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ประกันตน	69
ตอนที่ 2 การเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	72
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจสารรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	80
ตอนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากสารรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	84
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	88
ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	116

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	119
สรุปการวิจัย	119
อภิปรายผล	126
ข้อเสนอแนะ	143
บรรณานุกรม	148
ภาคผนวก	154
ก แบบสอบถาม	155
ประวัติผู้วิจัย	165

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	70
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	72
ตารางที่ 4.3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความบอขในการรับฟังสาระในรายการ	76
ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจสารรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	80
ตารางที่ 4.5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสารรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	84
ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	88
ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ ของเพศที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับฟังรายการ	89
ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	91
ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ ของอายุและการเปิดรับฟังรายการ	92
ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	97
ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ของระดับการศึกษาและการเปิดรับฟังรายการ	98
ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	100
ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละของรายได้และการเปิดรับฟังรายการ	101
ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกันตนกับการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	105
ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละของระยะเวลาการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกันตนและการเปิดรับฟังรายการ	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจสารรายการ วิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	110
ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์จากสารรายการ วิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	111
ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการกับความพึงพอใจสารรายการ วิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	112
ตารางที่ 4.19 จำนวน ร้อยละของลักษณะการเปิดรับฟังและความพึงพอใจสารรายการ	113
ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการกับการใช้ประโยชน์จากสารรายการ วิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	114
ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจสารรายการกับการใช้ประโยชน์จากสารรายการ วิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกันสังคม	115
ตารางที่ 4.22 จำนวนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการวิทยุกระจายเสียงของสำนักงานประกัน สังคม	116

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	9
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการเลือกสรร	14
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน	24
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการใช้สื่อและการทำให้เกิดความพอใจ	26
ภาพที่ 2.4 แบบจำลองความคาดหวัง-คุณค่าของ GS กับ GO	27
ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการใช้และพึงพาสื่อมวลชน	29