

# การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ในการออมเงินของประชาชน ในจังหวัดนนทบุรี

วันที่รับบทความ: 14 กรกฎาคม 2563 / วันที่แก้ไขบทความ: 24 กันยายน 2563 / วันที่ตอบรับบทความ: 2 พฤศจิกายน 2563

สิทธา อุปนิกขิต

## บทคัดย่อ

**ก** ารวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี (2) ศึกษาการใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี (3) เปรียบเทียบระหว่างการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี (4) เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี และ (5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย T-test การวิเคราะห์ One-way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคำนวณสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข่าวสารในการออมเงินผ่านช่องทางสื่อบุคคล ซึ่งเป็นบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน มีการแสวงหาข่าวสาร 4 - 5 วันต่อ 1 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ชั่วโมงขึ้นไป ไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอน มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการข้อมูลเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น ชื่นชอบเนื้อหาที่พูดให้แรงบันดาลใจ และ สนใจรับข่าวสารเพราะเนื้อหาถูกต้อง ครบถ้วนและรอบด้าน (2) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ทำให้มีวิธีการออมเงินเป็นของตนเอง (3) ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา และรายได้ที่ได้รับต่อเดือนของประชาชนที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินที่ต่างกัน (4) ลักษณะทางประชากรด้านเพศและสถานภาพสมรสของประชาชนที่แตกต่างกันมีการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน และ (5) การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนมีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมากกับการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์

**คำสำคัญ:** การแสวงหาข่าวสาร, การใช้ประโยชน์ข่าวสาร, การออมเงิน

สิทธา อุปนิกขิต (นศ.ม. นิเทศศาสตร์พัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554; siupan@rpu.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง "การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี" ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

## Information Seeking and Uses for People Savings in Nonthaburi

Received: July 14, 2018 / Received in revised form: September 24, 2020 / Accepted: November 2, 2020

---

*Siddha Upanigkit*

### Abstract

**T**his research aims (1) to study about information seeking for people savings in Nonthaburi (2) to study about uses for people savings in Nonthaburi (3) to compare between information seeking for saving and demographic characteristics of people in Nonthaburi (4) to compare between uses for saving and demographic characteristics of people in Nonthaburi (5) to study the relationship between information seeking and uses for people savings in Nonthaburi. The research uses survey research methods by using questionnaires as a research tool. The statistics in this research are percentage, T-test mean, One-Way ANOVA, and Pearson's product moment correlation coefficient which conclude by using a statistical package program. These are research found (1) The samples have information seeking for saving via a personal media, for example, family member or friend, Seeking information 4-5 times per day for a 1 hour or more and no fixed time, the purpose is to need the information to be discussed with others, they like content that inspires and interested in receiving information because the content is accurate. (2) The samples use information that makes their ways of saving. (3) The demographic characteristics of different people, including sex, age, education level, religion, and monthly income, have different information seeking methods for saving. (4) The demographic characteristics of the different people, including sex, and marital status, have different information uses for saving. (5) The information seeking in the saving of the people is very low level related to the use of information in saving.

**Keywords:** Information Seeking, Information Uses, Saving

---

Siddha Upanigkit (Master of Arts, Development Communication, Chulalongkorn University, 2011) Lecturer at Department of Advertising and Public Relations, Faculty of Communication Arts, Rajapruk University.

This article is a part of the research project "Information Seeking and Uses for People Savings in Nonthaburi" funded by Rajapruk University.

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารการเงินเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคนและในทุกช่วงชีวิตของบุคคล เพื่อให้บุคคลได้มีแนวทางในการวางแผนการเงินของตนเอง และครอบครัวได้อย่างถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นการหารายได้ การใช้จ่าย การเก็บออม การลงทุน การวางแผนและป้องกัน สำหรับชีวิตและทรัพย์สินของตนและครอบครัว อันนำมาซึ่งความมั่งคั่ง ความมั่นคง และความผาสุกสำหรับบุคคลและครอบครัว นอกจากนี้ การบริหารการเงินของบุคคล ยังเป็นรากฐานสำคัญที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะเมื่อการบริหารการเงินส่วนบุคคล และ/หรือครัวเรือนได้ผลดีมีประสิทธิภาพ ประชาชนมีเงินเหลือกินเหลือใช้ ส่งผลให้เกิดการออมและการลงทุนของประเทศได้มาก เมื่อประชาชนส่วนใหญ่มีความเป็นอยู่ที่ดี สุขสบายจากการบริหารการเงินที่ถูกต้องและเหมาะสม จะเป็นการช่วยรัฐประหยัดค่าใช้จ่ายทางด้านสวัสดิการสังคมไปได้ อีกทางหนึ่ง (สุขใจ น้ำพุด และคณะ, 2557)

จากเรื่องการบริหารการเงิน เห็นได้ว่า ขอบเขตการบริหารการเงินของบุคคลที่สำคัญกับระบบเศรษฐกิจและสังคม คือ การออมเงิน (การออม) เพราะว่าการออมเงินเป็นรากฐานที่สำคัญในการสร้างความมั่นคงในชีวิตของบุคคล หากบุคคลมีเงินออมแล้วนั้น จะทำให้มีโอกาสในการดำเนินชีวิตอย่างราบรื่นหลายอย่าง เช่น การนำเงินออมเป็นเงินสำรองใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ยามประสบอุบัติเหตุ ยามเจ็บป่วย ยามจำเป็นต้องใช้ รวมถึงการทำให้เงินที่เก็บออมมีโอกาสในการงอกเงยขึ้นตามระบบธนาคารและเศรษฐกิจ เช่น การฝากเงิน การลงทุน ฯลฯ

ฉะนั้นแล้ว การที่บุคคลจะเรียนรู้เรื่องการบริหารการเงินได้ จำเป็นต้องเข้าถึงความรู้เหล่านี้ได้ด้วย แต่การเข้าถึงช่องทางการสื่อสารเรื่องการบริหารการเงินมีช่องทางที่หลากหลาย เนื้อหาในการสื่อสารจึงมีความแตกต่างกันไปตามช่องทางการสื่อสารและกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารที่หลากหลาย สำหรับช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน การศึกษาเรื่องผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารนั้นมีความสำคัญเช่นกัน โดยการศึกษาตามแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร คือ ผู้รับสารที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่

แตกต่างกันมีทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกัน พฤติกรรมการรับสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ก็เช่นกัน อาจเป็นการศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบอื่น ๆ ในระบบสังคมที่ผลักดันให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมต่าง ๆ ในการรับสาร อีกทั้งการศึกษาแนวคิดผู้รับสาร สามารถนำมาเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ คือ นำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยให้เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (ยุบล เบลญจรงค์กิจ, 2542)

การได้รับความรู้เรื่องการบริหารการเงิน โดยเฉพาะเรื่องการออมเงินนั้น เป็นพื้นฐานการบริหารการเงินของบุคคลที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก มีลักษณะแตกต่างและหลากหลาย มีการแสวงหาช่องทางการสื่อสารเรื่องการออมเงินที่หลากหลาย นั่นหมายความว่า บุคคลจำเป็นต้องมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเรื่องการออมเงินเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของบุคคลนั้น ทำให้การแสวงหาข้อมูลข่าวสารนั้นได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

ขณะที่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ในประเด็นต่าง ๆ มีให้ศึกษาอยู่ทั่วไป แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออมเงินของประชาชน ยังไม่ปรากฏว่ามีการวิจัยการออมเงินในมิติด้านการสื่อสารมาก่อนโดยเฉพาะการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ รวมถึงผู้วิจัยมีความรู้และประสบการณ์ด้านการสื่อสาร และมีความสนใจในการออมเงินเพื่อคุณภาพชีวิตในภายภาคหน้า จึงเหมาะสมแก่เหตุที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการใช้ประโยชน์ในการออมเงินของประชาชน เพื่อเป็นความรู้ด้านการสื่อสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการบริหารการเงินโดยเฉพาะการออมเงิน เป็นการวิจัยอีกแง่มุมหนึ่งของการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่บุคคลได้ตลอดชีวิต

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเรื่องนี้สนใจศึกษาประชากรในจังหวัดนนทบุรี เหตุเพราะจังหวัดนนทบุรีมีจำนวนประชากรที่ไม่รวมผู้ที่ไม่ใช่สัญชาติไทย จำนวน 1,236,548 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561) เนื่องจากจังหวัดนนทบุรี เป็นจังหวัดที่มีการเปลี่ยนแปลงของเมืองอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากการรองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานครที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรสูง ประกอบกับความ

หนาแน่นและแออัดของกรุงเทพมหานคร ทำให้มีผู้เลือกจังหวัดนนทบุรีเป็นที่พักอาศัยจำนวนมาก ในด้านพื้นฐานการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของประชาชนซึ่งจะมีรายได้จากการประกอบอาชีพทำการเกษตร/เพาะเลี้ยง อยู่ในระดับที่สูง รองลงมาเป็นผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ วิชาการ และนักบริหาร และผู้ดำเนินธุรกิจของตนเอง (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี, 2559) งานวิจัยเรื่องนี้จึงเป็นการศึกษาลักษณะการออมเงิน การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ในการออมเงินของประชากรที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีซึ่งมีลักษณะสังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบท

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบระหว่างการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี
4. เพื่อเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของประชาชนที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินที่ต่างต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรของประชาชนที่ต่างต่างกันมีการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ที่ต่างต่างกัน
3. การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดเรื่องการแสวงหาข่าวสาร

Atkin (1973) ได้กล่าวถึงความต้องการในการรับข่าวสารของมนุษย์ว่า ในกรณีที่มนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าไร ความต้องการในการรับข่าวสารก็จะมากขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ต้องการรู้ในเหตุการณ์
2. ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง
3. ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความมั่นคง

ให้กับตนเอง

4. ต้องการข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น

การที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัล (Reward value) การลงทุน (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การได้รับข่าวสาร หรือ ความบันเทิงตามที่ต้องการสูงกว่าการลงทุน ลงแรง เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเพิกเฉยต่อข่าวสารดังกล่าว (Information Avoidance) ในบางครั้งหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้น ๆ ทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมรับโฆษณาที่ซ้ำ ๆ กันในโทรทัศน์ ก็เนื่องจากเราไม่ยอมเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าเปลี่ยนไปช่องรายการอื่น ๆ ก็พบแต่โฆษณาก็เลยต้องชมทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ

นอกจากนี้ Atkin (1973) ยังชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคล คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งที่ความต้องการข่าวสารนี้เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

โดยทั่วไปนั้น บุคคลจะทำการแสวงหาข่าวสารจากแหล่งสาร 3 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544)

Schramm (1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มี อิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

5. ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเลือกรับสารแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสารนั้น

Tony Dolphin (2012) ได้รายงานการวิจัยเรื่อง “คนหนุ่มสาวกับการออมเงิน หนทางสู่การเงินที่ดีขึ้น” โดย การสำรวจแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างในสหราชอาณาจักรตั้งแต่อายุ 16 ปีถึง 29 ปี จำนวน 1,504 คน ในรายงานการวิจัยได้กล่าวถึงอิทธิพลของครอบครัวต่อการ

ออมเงิน พบว่า ร้อยละ 74 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลว่าพ่อแม่หรือสมาชิกภายในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการออมเงินเป็นอย่างมาก

Reshma Roy และ Jismy Maria Joseph (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรม การลงทุนของนักลงทุนตลาดหลักทรัพย์” โดยการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวอินเดียจำนวน 50 พบว่า การรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ มีผู้ให้ข้อมูลใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการรับข้อมูลข่าวสารเป็นครั้งคราวจำนวน 33 คน (คิดเป็นร้อยละ 66)

### แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

McCombs และ Becker (1979, อ้างถึงใน อรุณี ตันศักดิ์ ตา, 2553) ได้ อธิบายถึง ความพึงพอใจ (Gratifications) ไว้ว่า บุคคลมีเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้บุคคลมีการเปิดรับสื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผล หมายถึง สิ่ง ที่สื่อมวลชนสามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ โดยเหตุผลในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการมี 6 ประการ ดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรเรียนรู้

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะและเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้

3. ต้องการข้อมูลเพื่อสนทนา (Discussion) การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่นได้

4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ รอบตัว

5. ต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6. ต้องการความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ส่วน Blumler (1974, อ้างถึงใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545) ได้จำแนกเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลมีการใช้สื่อออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) เช่น เพื่อหลบหนีปัญหา หลีกเลียงจากงาน และใช้เพื่อผ่อนคลายอารมณ์
2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น เพื่อให้มีเรื่องไปพูดคุยกับคนอื่น หรือเพื่อใช้เวลาอยู่กับครอบครัว
3. เอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity) เช่น การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อเสริมความเชื่อของตน
4. การติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น การติดตามความเคลื่อนไหวของสังคม

นอกจากนี้ McQuail (1987, อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2555) ยังได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนมาใช้อธิบายลักษณะการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารว่า ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อวัตถุประสงค์ 4 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการข่าวสาร (Information)
2. การกำหนดเอกลักษณ์ส่วนตัว (Personal Identity)
3. การผสมรวมกลุ่มและการติดต่อสังสรรค์ทางสังคม (Integration & Social Interaction)
4. ความบันเทิง (Entertainment)

Katz, Gureitch และ Haas (1973, อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2555) ได้เสนอมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมที่บุคคลคาดหวังจากสื่อมวลชนที่สร้างขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้

1. รูปแบบ (Mode) ของการเปิดรับสื่อ ซึ่งเป็นความต้องการที่มี 3 ลักษณะ ได้แก่ การเพิ่ม การลด การได้มาในสิ่งที่ต้องการ
2. การเชื่อมต่อ (Connection) มี 4 ลักษณะ ได้แก่ เพื่อรับข่าวสาร ความพอใจ ความมั่นใจในตนเอง และความสัมพันธ์กับบุคคล
3. กลุ่มอ้างอิง (Reference) มี 4 กลุ่ม ได้แก่ ตนเอง ครอบครัว เพื่อน และสังคม

กนกพร ศักดิ์อุดมขจร (2543) ได้วิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และพฤติกรรมการบริหาร

การเงินบุคคลของประชาชนกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์ พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ประชาชนผู้ซึ่งมีเพศอายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่างกัน ไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงินต่างกัน รวมถึงการแสวงหาข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงิน ทั้งนี้ งานวิจัยดังกล่าวยังเกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสาร โดยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศอาชีพ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน แสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audience) นั้น เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนปรารถนาผลลัพธ์บางประการของทางการสื่อสาร เช่น ยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ จำนวนผู้รับชมรายการ ฯลฯ ซึ่งหนึ่งในวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายเหล่านั้นคือ การวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยเฉพาะลักษณะทางประชากร เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายด้าน จึงจำเป็นต้องศึกษา รู้จักลักษณะทางประชากรเหล่านั้น เพื่อให้ทราบว่าผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันหรือไม่และอย่างไร (พิชญาวพร ประคองใจ, 2558 และ กรกนก นิลดำ, 2560) ดังนั้นจึงแบ่งลักษณะทางประชากรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องนี้ได้ ดังนี้

1. เพศ ประกอบด้วยประชากรเพศชาย และ เพศหญิง พิชญาวพร ประคองใจ (2558) และ กรกนก นิลดำ (2560) ได้กล่าวว่า เพศชายมีความกล้าหาญ เข้มแข็ง ส่วนเพศหญิงนั้นมีความอ่อนโยนอ่อนไหว ส่วนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อ นั้น Denis McQuail (2010) กล่าวว่า เพศหญิงจะสนใจเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และมีความรู้สึกสัมผัสต่อสิ่งรอบตัวได้ค่อนข้างเร็ว หรืออาจคิดมากในเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ

2. อายุ แสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล ยุบล เบ็ญจรงค์ กิจ (2542) กล่าวว่า อายุเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่าง ๆ การรับรู้สิ่งต่าง ๆ การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกันกับผู้ที่อายุน้อยกว่า รวมถึงชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและการตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัย ที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล ประกอบกับ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ส่วนคนที่มีอายุน้อยมักจะให้ความสนใจเรื่องตลกและความบันเทิง อาทิ กีฬาหรือดนตรี ทั้งนี้ การศึกษาของ Torrents (อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ที่สรุปว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของบุคคลทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม

3. ระดับการศึกษา โดย ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่แตกต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้สึกรู้จักคิดและต้องการแตกต่างกัน ทั้งนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางลึกซึ้งอย่างแตกต่างกันด้วย

4. สถานะทางเศรษฐกิจ โดย กรรณก นิลดำ (2560) กล่าวว่า สถานะทางเศรษฐกิจเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงเรื่อง ที่กลุ่มคนผู้รับสารจะสนใจรับรู้ข่าวสาร รายได้ที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อสาระสำคัญ ความน่าสนใจ ความจำเป็น ทันทเหตุการณ์และเป็นประโยชน์

5. วิธีการดำเนินชีวิต โดย กรรณก นิลดำ (2560) กล่าวเรื่องวิธีการดำเนินชีวิตในแนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ บุคคลมีความคิดเกี่ยวกับตัวตนของตนเอง ค่านิยม สิ่งที่ชอบ รูปแบบการใช้เวลาที่แตกต่างกันออกไป ทั้งเรื่องกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

6. ศาสนา โดย กรรณก นิลดำ (2560) กล่าวว่า ความเชื่อทางศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อผู้ที่ศรัทธา นับถือ ทั้งในด้านความรู้สึกรู้จักคิด ทศนคติ การดำเนินชีวิต ความคิดทางการเมืองและเศรษฐกิจ ผู้ที่นับถือศาสนาใดก็ตาม ย่อมมีความเชื่อ การยอมรับและศรัทธาต่อหลักธรรมคำสอน มี

แนวคิด วัฒนธรรมประเพณี และหลักการในความคิด รวมถึงการตัดสินใจรับสารที่แตกต่างกันตามรายละเอียดของแต่ละศาสนา

สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แบ่งลักษณะทางประชากรเพื่อดำเนินการวิจัย เป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ศาสนา และรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ตามลำดับ

### แนวคิดเรื่องคุณลักษณะของสื่อใหม่

ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าสื่อใหม่จะเป็นช่องทางการแสวงหาข่าวสารด้านการออมเงินอีกช่องทางหนึ่ง จึงได้ทบทวนวรรณกรรมเรื่องคุณลักษณะของสื่อใหม่ด้วย โดย กาญจนา แก้วเทพ ได้สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ 15 ประการจากแนวคิดของ R.K. Logan ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2555)

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two - way Communication)
2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of Access to and Dissemination of Information)
3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous Learning)
4. สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration)
5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of Community)
6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายพกพาได้สะดวก (Portability)
7. สื่อใหม่มีลักษณะที่ หลอมรวมกัน (Convergence) อย่างน้อย 2 ลักษณะ คือ การหลอมรวมในแง่ของสื่อ และการหลอมรวมในแง่ของธุรกิจ
8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติการร่วมกันได้ (Interoperability) ไม่ว่าจะเป็นภาพ ตัวอักษร เสียง ฯลฯ สามารถใช้งานร่วมกันได้ในสื่อใหม่
9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมารวมกัน (Aggregation of Content)

10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือกและความยาวนาน (Variety, Choice, Longtail)
11. การหวนคืนกลับมาประสานกันครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Reintegration of Consumer and Producer)
12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ (Social Collectivity/Cyber-Cooperation)
13. การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิกซ์ (Remix Culture) แบบแผนการใช้สื่อใหม่ส่งเสริมวัฒนธรรมแบบรีมิกซ์ซึ่งผู้ใช้สื่อใหม่คุ้นเคยอยู่ในวิถีชีวิตประจำวัน
14. การเปลี่ยนจาก "ผลผลิต" (Product) มาสู่ "บริการ" (Service)
15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based Transformation of New Media)

เจริญ มะโน (2556) ได้ค้นพบว่าประเภทของสื่อใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดลำปางบริโภคและใช้บริการมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันไลน์ ทวิตเตอร์ ยูทูบ และบล็อก โดยงานวิจัยเรื่องนี้ได้สำรวจการแสวงหาข่าวสารด้านการออมเงินกับกลุ่มตัวอย่าง ในช่องทางเฟซบุ๊ก ยูทูบ เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ และเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเรื่องการเงิน โดยเฉพาะ

### แนวคิดเรื่องการออมเงิน

วิจิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร (2548) ได้อธิบายการออมไว้ว่า “การออม” คือการไม่ใช้จ่ายรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคในปัจจุบัน ขณะที่ “เงินออม” ก็คือส่วนของรายได้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภค “การออม” และ “เงินออม” ปรากฏทั้งในภาคประชาชนและหรือครัวเรือนและในภาคธุรกิจ การบริโภคในภาคธุรกิจหมายถึงรายจ่ายประจำ เช่น เงินเดือน ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายทั่วไปในการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

สำหรับวัตถุประสงค์ของการออมเงิน จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) มีวัตถุประสงค์ในการออมเงินของประชากรไทย ดังนี้

1. ใช้จ่ายในยามชราหรือเกษียณอายุ
2. อุดหนุน/เจ็บป่วย
3. บริหารรายรับ/รายจ่ายตามฤดูกาล
4. การศึกษา
5. เครื่องอำนวยความสะดวกและยานพาหนะ
6. เพื่อมีบ้านเป็นของตัวเอง
7. อื่น ๆ เช่น ค่าประกันเงินกู้, มรดก, ทองแท่ง ฯลฯ

พัชรนันท์ คงมัน (2560) ได้วิจัยเรื่อง ความตระหนักของคนวัยทำงานต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการออมและการลงทุนของกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน เก็บออมเงินในรูปแบบการออมในบัญชีเงินฝากเป็นส่วนมาก รวมถึงเก็บไว้ใช้ในยามเกษียณรองจากใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยการวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ แบบเป็นระบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20 - 59 ปี เป็นกลุ่มผู้มีรายได้จากการประกอบอาชีพใด ๆ ก็ตาม มีการออมเงิน และอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ในขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบ่งตามเขตการปกครองของจังหวัดนนทบุรี จำนวน 6 อำเภอ ขั้นที่สองใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบจับฉลากเลือกตำบลจากเขตการปกครองในจังหวัดนนทบุรีออกมาเป็นอำเภอละ 2 ตำบล และขั้นที่สามใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อเลือกประชากรที่มีการออมเงินเท่านั้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) ซึ่งได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 4 ตอนซึ่งแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ศาสนา และ รายได้ที่ได้รับต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะการออมเงิน และ วัตถุประสงค์ในการออมเงิน

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารในการออมเงิน

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงิน

### การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมี 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วยื่นแก่ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของการใช้ภาษา (Wording) เพื่อให้มีการปรับปรุงและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยให้ถูกต้องและเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดำเนินการตรวจสอบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาดัชนีความสอดคล้อง (Indexes of Item-Objective Congruence: IOC) โดยการพิจารณาข้อคำถามในแบบสอบถามที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผลคือคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.5 หมายความว่าแบบสอบถามสามารถใช้ในการวิจัยได้

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือโดยการทดสอบความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 แล้วจึงนำเครื่องมือวิจัยไปทดลองใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try-out) แต่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามมีความเหมาะสมกับตัวอย่างวิจัยหรือไม่ รวมถึงข้อคำถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามผู้วิจัยต้องการหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม การทดสอบความเชื่อถือได้นั้น ผู้วิจัยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธี

ของครอนแบช (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อถือได้ไม่น้อยกว่า 0.7 ซึ่งการทดสอบความเชื่อถือในประเด็นการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินที่ได้ คือ 0.78 และความเชื่อถือในประเด็นการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินที่ได้ คือ 0.73

### การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจและรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุดทั่วจังหวัดนนทบุรีใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ประเด็น คือ

1. การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนการเปรียบเทียบและหาความสัมพันธ์ ได้แก่ สถิติทดสอบที (t-test) กับ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้านความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงิน และการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้านความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงิน

### ผลการวิจัย

#### ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ได้สำรวจครั้งนี้ เป็นประชากรในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงร้อยละ 61.5 ซึ่งมากกว่าเพศชาย มีอายุ 30 - 34 ปี จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีสถานภาพสมรสแล้วจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.5 นับถือศาสนาพุทธจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

65.3 และ มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาท ถึง 25,000 บาท จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8

### ข้อมูลด้านลักษณะการออมเงิน

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีผู้ใช้เงินฝากธนาคารเป็นเครื่องมือในการออมเงินจำนวนมากที่สุด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ มีผู้ใช้สลากออมสิน/สลาก ธ.ก.ส. จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และเครื่องมือในการออมที่มีตัวอย่างใช้น้อยที่สุด คือ ตราสารอนุพันธ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 สำหรับกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามชราหรือเกษียณอายุเป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือ มีผู้ออมเงินเพื่อใช้ในเหตุฉุกเฉินและภาวะเจ็บป่วย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และวัตถุประสงค์ในการออมเงินของตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เพื่อค้ำประกันเงินกู้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

### การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินผ่านช่องทางสื่อบุคคล ซึ่งเป็นบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนจำนวนมากที่สุด ( $= 4.01$ ,  $SD = 1.06$  อยู่ในระดับมาก) มีการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน 4 – 5 วันต่อ 1 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ชั่วโมงขึ้นไป และไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอนในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน คือ มีความต้องการข้อมูลเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น ( $= 3.71$ ,  $SD = 1.06$  อยู่ในระดับมาก) ชื่นชอบเนื้อหาที่พูดให้แรงบันดาลใจ ( $= 3.70$ ,  $SD = 0.91$  อยู่ในระดับมาก) และมีเหตุผลที่สนใจรับข่าวสารจากสื่อเพราะเนื้อหาถูกต้อง ครบถ้วน และรอบด้าน เป็นจำนวนมากที่สุด ( $= 3.78$ ,  $SD = 1.10$  อยู่ในระดับมาก)

### การใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ทำให้มีวิธีการออมเงินเป็นของตนเอง เป็นจำนวนมากที่สุด ( $= 4.14$ ,  $SD = 0.73$  อยู่ในระดับมาก) รองลงมา คือ มีการใช้

ประโยชน์ข่าวสารที่ทำให้สามารถออมเงินได้อย่างเห็นผลจริง ( $= 4.10$ ,  $SD = 0.75$  อยู่ในระดับมาก)

### ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรของประชาชนที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินที่แตกต่างกัน

การทดสอบความแตกต่างระหว่างการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากร โดยลักษณะทางประชากรในด้านเพศและระดับการศึกษาของประชาชนที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกัน รวมถึง ลักษณะทางประชากรในด้านอายุ ระดับการศึกษา ศาสนา และรายได้ที่ได้รับต่อเดือนของประชาชนที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกัน สำหรับส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในวัตถุประสงค์เพื่อต้องการแรงบันดาลใจจากผู้มีประสบการณ์ในการออมเงินอย่างมีนัยสำคัญ ( $T = -2.23$  Sig = 0.03)

ลักษณะทางประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการสอนเทคนิคการออมอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 2.25$  Sig = 0.03)

ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านการเงินของสถาบันต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 2.41$  Sig = 0.05) และ มีความแตกต่างกันในวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกสบายในการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 2.57$  Sig = 0.04) รวมถึง ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการ

ออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการพูดถึงภาพรวมของเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 2.39$  Sig = 0.05)

ลักษณะทางประชากรด้านศาสนาที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการสอดแทรกความตกลงขบขันอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 4.18$  Sig = 0.02)

ลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการสอนเครื่องมือการออมอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 2.85$  Sig = 0.00)

สรุปคือ ลักษณะทางประชากรของประชาชนที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินที่แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยเพียงบางส่วน

#### ลักษณะทางประชากรของประชาชนที่แตกต่างกันมีการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน

การทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรโดยลักษณะทางประชากรด้านเพศและสถานภาพสมรสของประชาชนที่แตกต่างกันมีการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน สำหรับส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการนำข่าวสารในการออมเงินไปเสนอความคิดเห็นกับบุคคลอื่นในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ( $T = -2.16$  Sig = 0.03)

ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 4.46$  Sig = 0.01) แตกต่างกันในเรื่องข้อมูลด้านการออมเงินทำให้สามารถออมเงินได้อย่างเห็นผลจริงอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 3.55$  Sig = 0.03) และ แตกต่างกันในเรื่องความพึงพอใจในข้อมูลด้านการออมเงินในสื่อที่แสวงหาจากช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 3.07$  Sig = 0.05)

สรุปคือ ลักษณะทางประชากรของประชาชนที่แตกต่างกันมีการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยเพียงบางส่วน

#### การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์

การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน มีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมากกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = .106$ ) และ การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน มีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมากกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินอย่างมีนัยสำคัญ ( $r = .109$ ) สำหรับการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเหตุผลที่สนใจรับข่าวสารจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินนั้น มีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมากกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงิน ( $r = .045$ )

สรุปคือ การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนมีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมากกับการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

### อภิปรายผลการวิจัย

#### ลักษณะการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีผู้ใช้จ่ายเงินฝากธนาคารเป็นเครื่องมือในการออมเงินจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.0 และ กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามชราหรือเกษียณอายุเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.8 สอดคล้องกับ พัชรนันท์ คงมัน (2560) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการออมและการลงทุนของกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน เก็บออมเงินในรูปแบบการออมในบัญชีเงินฝากเป็นส่วนมาก รวมถึงเก็บไว้ใช้ในยามเกษียณ รองจากใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ซึ่งยังสอดคล้องกับการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) ที่กล่าวว่า การออมเงิน

เพื่อการใช้จ่ายในยามชราหรือเกษียณอายุเป็นอันดับแรก  
ของวัตถุประสงค์ในการออมเงินของประชากรไทย

### การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนใน จังหวัดนนทบุรี

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหา  
ข่าวสารในการออมเงินผ่านช่องทางสื่อบุคคล ซึ่งเป็นบุคคล  
ในครอบครัวหรือเพื่อน มีจำนวนมากที่สุด สอดคล้องกับ  
งานวิจัยของ Tony Dolphin (2012) ที่กล่าวว่า พ่อแม่  
สมาชิกภายในครอบครัว รวมถึงเพื่อนมีอิทธิพลต่อการออม  
เงินเป็นอย่างมาก อีกทั้งผลการวิจัยพบว่า สื่อหนังสือพิมพ์  
และนิตยสารหรือหนังสือ ยังเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการ  
แสวงหาข่าวสารตามลำดับรองลงมาจากบุคคลในครอบครัว  
หรือเพื่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Reshma Roy และ  
Jismy Maria Joseph (2018) ที่กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ  
ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการรับข้อมูลข่าวสารเป็นครั้งคราว

หากพิจารณาผลการวิจัยจากการแสวงหาข่าวสาร  
ในการออมเงินผ่านสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสื่อ  
สิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า การแสวงหา  
ข่าวสารในการออมเงินผ่านสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว  
และเพื่อน มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการตัดสินใจออมเงิน  
เนื่องจากบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนมีความใกล้ชิดกับ  
ผู้รับสารในชีวิตประจำวัน จึงมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่อ  
ดั้งเดิมหรือสื่อใหม่ประเภทอื่น ๆ ขณะเดียวกันผู้วิจัย  
วิเคราะห์ว่า การเผยแพร่ข่าวสารของบุคคลในครอบครัว  
และเพื่อนน่าจะเป็นการติดต่อโดยตรง (Direct Contact)  
ตามแนวคิดของดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์ (2544) เนื่องจากการ  
สื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลในครอบครัวและเพื่อนในการ  
แสวงหาข่าวสารการออมเงินโดยตรง ทำให้ผู้รับสารเกิด  
การเชื่อถือข่าวสารมากกว่า เพราะมีอิทธิพลในการสร้างความ  
เข้าใจและโน้มน้าวใจยังผู้รับสารได้มากกว่า สำหรับ  
หนังสือพิมพ์ นิตยสารและหนังสือ ถือเป็นสื่อมวลชนตาม  
ประเภทหนึ่งของแหล่งสารในการแสวงหาข่าวสารเช่นกัน  
สอดคล้องกับที่ ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์ (2544) ได้กล่าวใน  
เรื่องทีบุคคลจะทำการแสวงหาข่าวสารจากแหล่งสาร โดย  
สื่อบุคคลเป็นประเภทหนึ่งในเรื่องดังกล่าว ที่เป็นผู้นำ  
ข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการ  
สื่อสารระหว่างบุคคล ขณะเดียวกัน Roger และ

Shoemaker (1971 อ้างถึงใน เสถียร เขยประทับ, 2525)  
ยังได้กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับ  
สารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อ  
บุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร ทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจ  
และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งในงานวิจัยนี้  
บุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนเป็นลักษณะของสื่อบุคคล  
นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1973)  
ที่กล่าวว่า ผู้ใช้สื่อจะใช้วิธีการที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด  
แต่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจได้ ดังนั้น จากผลการวิจัย  
ดังกล่าวทำให้วิเคราะห์ได้ว่า บุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน  
เป็นสื่อบุคคลที่เข้าถึงได้ง่าย ใกล้ตัว และมีประโยชน์ต่อ  
ตนเอง

ขณะเดียวกัน มีช่องทางที่น่าสนใจในการแสวงหา  
ข่าวสารการออมเงินอีกช่องทางหนึ่ง คือ ช่องทางยูทูป และ  
เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเรื่องการออมเงินโดยเฉพาะ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย  
มากที่สุดและอันดับรองลงมาในจำนวนสื่อใหม่จาก  
ผลการวิจัย เป็นไปตามคุณลักษณะของสื่อใหม่ จากแนวคิด  
ของ R.K. Logan (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล,  
2555) นั่นคือ (1) เป็นการสื่อสารสองทาง (2) ง่ายต่อการ  
เข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ ในลักษณะค้นหาคำ  
สำคัญ (3) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง โดยมีคุณลักษณะ  
ที่ทำให้ก้าวข้ามข้อจำกัดเรื่องพื้นที่และเวลา (4) มีการให้  
ข่าวสารในแนวทางเดียวกัน (5) มีลักษณะที่ง่ายต่อการ  
พกพา (6) มีลักษณะหลอมรวม (7) ใช้ภาพ ข้อความและ  
เสียงร่วมกันได้ (8) ประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมา  
รวมกัน และ (9) มีความหลากหลายและเป็นทางเลือก จาก  
คุณลักษณะดังกล่าว เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยที่กล่าวว่า  
กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข่าวสารในระยะเวลา 1 ชั่วโมงขึ้นไป  
และไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอนในการแสวงหาข่าวสาร ผู้วิจัยจึง  
วิเคราะห์ว่า ผู้ที่แสวงหาข่าวสารด้านการออมจะใช้เวลา  
ประมาณ 1 ชั่วโมงหรือมากกว่านั้นและในช่วงเวลาใดก็ได้ใน  
การหาความรู้ด้านการออมเงินในช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่าง  
สะดวกในการแสวงหาข่าวสารทางสื่อใหม่ ทั้งนี้ การสนทนา  
กับบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนในเรื่องการออมเงินอาจไม่  
สามารถสนทนาได้ในระยะเวลายาวนานระดับชั่วโมงและ  
อาจไม่สามารถสนทนาในช่วงเวลาใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความ  
สะดวกในการสนทนาของแต่ละบุคคล

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสาร การออมเงิน จากผลการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินเพื่อต้องการนำข้อมูลไป สนทนากับผู้อื่นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ต้องการต่อ ยอดเงินออมให้กลายเป็นการลงทุน และ ความขึ้นชอบด้าน การเงินโดยส่วนตัว จากผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับแนวคิด ของ Atkin (1973) ที่กล่าวว่ามนุษย์ต้องการแสวงหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน นั่นคือ ความต้องการ ข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น

โดยการแสวงหาข่าวสารการออมเงินเพื่อต้องการ นำข้อมูลไปสนทนากับผู้อื่นนั้น สอดคล้องกับความต้องการ ข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการสนทนา ความต้องการต่อยอดเงิน ออมให้กลายเป็นการลงทุน สอดคล้องกับความต้องการ คำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้องกับความต้องการข่าวสาร เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และ ความขึ้นชอบด้าน การเงินโดยส่วนตัว สอดคล้องกับความต้องการรู้ใน เหตุการณ์

ในเรื่องเนื้อหาที่ขึ้นชอบจากสื่อในการแสวงหา ข่าวสารการออมเงิน จากผลการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างมี ความขึ้นชอบเนื้อหาที่พูดให้แรงบันดาลใจเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาที่สอนเทคนิคการออมและเนื้อหาที่ สอดแทรกความตกลงซับซ้อน จากผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Atkin (1973) ที่กล่าวว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการสื่อมวลชนของบุคคลที่เกิดจากการพูดให้ แรงบันดาลใจและเนื้อหาที่สอดแทรกความตกลงซับซ้อน โดยที่ เนื้อหาที่พูดให้แรงบันดาลใจนั้นเป็นสิ่งที่ทำให้จรรโลงใจ ผู้รับสารด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องอายุของ กลุ่มตัวอย่าง คือ จากการสำรวจมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างอายุ 30 - 34 ปี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างอายุ 35 - 39 ปี และสอดคล้องกับแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวว่า คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหา ข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ส่วนคนที่มีอายุน้อยมักจะให้ความสนใจเรื่องตลกและความบันเทิง อาทิ กีฬาหรือดนตรี ดังนั้น จากความสอดคล้องของผลการวิจัย เรื่องเนื้อหาที่พูดให้แรงบันดาลใจ ผลการวิจัยเรื่องอายุของ กลุ่มตัวอย่าง รวมถึงแนวคิดด้านอายุกับการแสวงหาข่าวสาร นั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เนื้อหาด้านการออมเงินที่บุคคลอายุ 30 - 39 ปี ซึ่งเป็นวัยกลางคน มีความเครียด มีแรงกดดันใน

ชีวิตและกำลังขมก้มขม้มในการทำงานเพื่อสร้างฐานะหรือมี เป้าหมายในการออมเงิน ต้องการแสวงหาข่าวสารในเนื้อหา การออมเงินที่ไม่หนักจนเกินไป นอกจากความรู้ทางการเงิน แล้ว ยังต้องการคำพูดที่สร้างแรงบันดาลใจและทำให้ คนทำงานมีความหวังในบั้นปลายชีวิต คำพูดเหล่านั้นจะทำให้ ผู้แสวงหาข่าวสารในการออมเงินมีจิตใจที่ขึ้นบาน รู้สึกได้ ถึงความเป็นสาระและจรรโลงใจ มากกว่าให้ความบันเทิง ความตกลงซับซ้อนเพียงอย่างเดียว

ในเรื่องเหตุผลที่สนใจรับข่าวสารจากสื่อในการ แสวงหาข่าวสารการออมเงินนั้น จากผลการวิจัย คือ กลุ่ม ตัวอย่างมีเหตุผลที่สนใจรับข่าวสารจากสื่อเพราะเนื้อหา ถูกต้อง ครบถ้วน รอบด้าน สอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1973) ที่กล่าวว่า หนึ่งในองค์ประกอบที่มี อิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล นั่นคือ การ ประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อ ตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด ผู้วิจัยจึง วิเคราะห์ว่า ผู้รับสารสนใจแสวงหาข้อมูลข่าวสารการออม เงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน และรอบด้าน มากกว่าสนใจเรื่องอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ ความรู้ ลีลาการพูดของผู้นำเสนอ และ ระยะเวลาของสื่อกระชับ มีระยะเวลาที่สั้น นั้นเพราะเรื่อง การออมเงินเป็นสิ่งกำหนดชีวิตของเขา ถ้าได้รับข้อมูลพลาด การบริหารการเงินก็จะพลาดเช่นกัน

ทั้งหมดที่กล่าวมา จากผลการวิจัยที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา และรายได้ที่ได้รับต่อเดือนของประชาชนที่แตกต่างกันมีการ แสวงหาข่าวสารในการออมเงินที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ กนกพร ศักดิ์อุดมขจร (2543) ที่กล่าวว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน แสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความแตกต่างกัน คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพและสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ขณะเดียวกัน ประชาชนในจังหวัดนนทบุรีที่มีศาสนาที่แตกต่างกันมีการ แสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

### การใช้ประโยชน์จากข่าวสารในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ทำให้มีวิธีการออมเงินเป็นของตนเองเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่สามารถออมเงินได้อย่างเห็นผลจริง จากผลการวิจัยที่ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่ทำให้มีวิธีการออมเงินเป็นของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ Blumler (1974, อ้างถึงใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545) ที่กล่าวว่าเอกลักษณ์ของบุคคล เช่น การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อเสริมความเชื่อของตน เป็นหนึ่งในการจำแนกเหตุผลและแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลมีการใช้สื่อ รวมไปถึงแนวคิดของ McQuail (1987, อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2555) ที่กล่าวว่า การกำหนดเอกลักษณ์ส่วนตัว เป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน ขณะเดียวกัน จากผลการวิจัยที่ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารที่สามารถออมเงินได้อย่างเห็นผลจริง สอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs และ Becker (1979, อ้างถึงใน อรุณี ต้นศักดิ์ดา, 2553) ที่กล่าวว่า ความต้องการช่วยตัดสินใจ เป็นหนึ่งเหตุผลในแนวคิดการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยเฉพาะการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะและเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้

### การเปรียบเทียบระหว่างการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัย คือ ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันด้านวัตถุประสงค์เพื่อต้องการแรงบันดาลใจจากผู้มีประสบการณ์ในการออมเงินอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่มีความอ่อนไหว มีความจำเป็นต้องฟังคำแนะนำจากผู้อื่นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านการออมเงินของตนเอง แตกต่างจากผู้ชายที่มีความกล้าตัดสินใจในการออมเงิน สอดคล้องกับแนวคิดของ พิชญาวรรณประคองใจ (2558) และ กรกนก นิลดำ (2560) ที่กล่าวว่า

เพศชายมีความกล้าหาญ เข้มแข็ง ส่วนเพศหญิงนั้นมีความอ่อนโยนอ่อนไหว และสอดคล้องกับ Denis McQuail (2010) ที่กล่าวว่าเพศหญิงจะสนใจเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และมีความรู้สึกสัมผัสต่อสิ่งรอบตัวได้ค่อนข้างเร็ว หรืออาจคิดมากในเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ

ในเรื่องลักษณะทางประชากรด้านอายุที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการสอนเทคนิคการออมอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เมื่ออายุของบุคคลเริ่มสูงขึ้น พวกเขาจะเริ่มนึกถึงความมั่นคงของชีวิต ส่วนหนึ่งนั้นคือเรื่องเงินทอง ดังนั้น เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น จะเริ่มคิดถึงการวางแผนอนาคต เริ่มคิดวางแผนออมเงินเพื่อชีวิตของตนเองยามบั้นปลายหรือเมื่อถึงช่วงวัยเกษียณจากงาน อย่างไรก็ตาม เมื่อมีอายุมากขึ้น บุคคลจึงต้องการออมเงินที่มีผลตอบแทนสูงให้สอดคล้องกับวัยที่มากขึ้น ทำให้ผู้รับสารที่มีอยู่มากกว่าเริ่มหาวิธีทำให้เงินออมเพิ่มพูนมากกว่าเดิม สอดคล้องกับ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ที่กล่าวว่า อายุเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่าง ๆ การรับรู้ สิ่งต่าง ๆ การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกับผู้ที่ยาวยุ่ต่ำกว่า รวมถึงชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและการตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัย ที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล และสอดคล้องกับ การศึกษาของ Torrents (อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ที่สรุปว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของบุคคลทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม

ในเรื่องลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านการเงินของสถาบันต่าง ๆ อย่างมี

นัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เมื่อบุคคลมีความรู้ที่ไม่เท่ากัน จะมีการแสวงหาข่าวสารเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านการเงินของสถาบันต่าง ๆ ไม่เท่ากันด้วย เพราะระดับความรู้ที่มากกว่าจะทำให้เข้าถึงแหล่งข่าวสารที่มากกว่าตามมา ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงจะมีการเข้าถึงข้อมูลมาก ทำให้สามารถเปรียบเทียบข้อมูลด้านการเงินของสถาบันการเงินได้มากขึ้น และทำให้สามารถตัดสินใจได้ง่ายและดีกว่าข้อมูลข่าวสารที่น้อย นั้นรวมถึงผลการวิจัยที่พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกสบายในการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เมื่อบุคคลมีความรู้ที่มากขึ้น จากข้อมูลข่าวสารที่รับมาอย่างหลากหลาย ทำให้บุคคลสามารถตัดสินใจได้ง่ายกว่าข้อมูลข่าวสารที่มีน้อยกว่า ทำให้การแสวงหาข้อมูลด้านเครื่องมือหรือเทคนิคการออมเงินเป็นไปตามความต้องการของบุคคลจากการที่ได้รับข่าวสารเพื่อเปรียบเทียบและทำให้ตัดสินใจง่ายขึ้น

สำหรับผลการวิจัยที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการพูดถึงภาพรวมของเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ระดับการศึกษาของบุคคลที่ออมเงินที่แตกต่างกัน จะมีการแสวงหาข่าวสารด้านเศรษฐกิจที่ต่างกันด้วย นั้นเพราะบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่น้อย อาจไม่เข้าใจความรู้หรือความสำคัญของเศรษฐกิจระดับมหภาคที่ส่งผลต่อการออมเงินได้เทียบเท่ากับบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า รวมไปถึงการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจด้วย บุคคลที่มีระดับการศึกษาที่สูงจะมีความรู้และแสวงหาข่าวสารด้านเศรษฐกิจระดับมหภาคเพื่อนำไปเปรียบเทียบข้อมูลประกอบในการตัดสินใจออมเงินได้ง่ายขึ้นและเลือกเครื่องมือการออมเงินได้อย่างมีโอกาสมิติดพลาดน้อยกว่า

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาทั้งหมด สอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้สึกนึกคิดและต้องการแตกต่างกัน ทั้งนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจน

ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางลึกซึ้งอย่างแตกต่างกันด้วย

สำหรับผลการวิจัยที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรด้านศาสนาที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการสอดแทรกความตกลงขบขัน โดยค่าเฉลี่ยของการสอดแทรกความตกลงขบขันของประชาชนที่นับถึงศาสนาพุทธและประชาชนที่นับถือศาสนาอิสลาม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า การรับสารด้านการออมเงินที่จริงจังของพุทธศาสนิกชนและมุสลิมมีความจริงจังไม่เท่ากัน ทศนคติที่มีต่อความตกลงขบขันของบุคคลทั้งสองศาสนาจะมีความจริงจังและผ่อนคลายความขบขันอย่างตรงกันข้าม หากกล่าวถึงการแสวงหาข่าวสารในการออมเงิน บุคคลที่นับถือศาสนาหนึ่งในสองศาสนาจะมีความเคร่งครัดมากกว่าอีกศาสนาหนึ่ง ส่วนบุคคลอีกศาสนาหนึ่งจะผ่อนคลายการแสวงหาข่าวสารที่มีความตกลงขบขัน สอดคล้องกับ กรกนกนิลดำ (2560) ที่กล่าวว่า ความเชื่อทางศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อผู้ที่ศรัทธา นับถือ ทั้งในด้านความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ การดำเนินชีวิต ความคิดทางการเมืองและเศรษฐกิจ ผู้ที่นับถือศาสนาใดก็ตาม ย่อมมีความเชื่อ การยอมรับและศรัทธาต่อหลักธรรมคำสอน มีแนวคิดวัฒนธรรมประเพณี และหลักการในความคิด รวมถึงการตัดสินใจรับสารที่ต่างกันตามรายละเอียดของแต่ละศาสนา

ในเรื่องลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงิน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินด้านเนื้อหาที่ชื่นชอบจากสื่อในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการสอนเครื่องมือการออมอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า รายได้ที่ได้รับต่อเดือนของบุคคลทำให้มีความต้องการเรียนรู้เรื่องเครื่องมือการออมเงิน ยิ่งรายได้้น้อย บุคคลจะยิ่งแสวงหาความรู้ด้านการเงินที่สอนเครื่องมือที่หลากหลายขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้ที่มีรายได้มากจะมีการแสวงหาความรู้เรื่องเครื่องมือการออมที่เพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากมีรายได้มาก จึงนำเงินไปต่อยอดการออมให้กลายเป็นการลงทุน ตามที่ วิจิต

วงศ์ ณ ป้อมเพชร์ (2548) ได้กล่าวว่า เงินออมของประชาชน อาจฝากสถาบันการเงิน (เงินฝากธนาคาร : ผู้วิจัย) หรือนำไปซื้อหลักทรัพย์ เช่น หุ้นในตลาดหลักทรัพย์ หรือพันธบัตรรัฐบาล ส่วนการออมในภาคธุรกิจนั้นเพื่อการลงทุนปรับปรุง หรือขยายกิจการเพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นบุคคลที่มีรายได้น้อยยังมีการแสวงหาข่าวสารเรื่องความรู้ด้านการออมเงินโดยใช้เครื่องมือการออมรูปแบบต่าง ๆ ที่มากขึ้น สอดคล้องกับ กรรณก นิลดำ (2560) ที่กล่าวว่า สถานะทางเศรษฐกิจเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงเรื่องที่ถูกกลุ่มคนผู้รับสารจะสนใจรับรู้ข่าวสาร รายได้ที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อการรับสารที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อสาระสำคัญ ความน่าสนใจ ความจำเป็น ทันเหตุการณ์และเป็นประโยชน์

#### การเปรียบเทียบระหว่างการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัย คือ ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องการนำข่าวสารในการออมเงินไปเสนอความคิดเห็นกับบุคคลอื่นในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ผู้ชายและผู้หญิงจะมีการพูดถึงข่าวสารในการออมเงินกับบุคคลอื่นในโอกาสต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ในกรณีผลการวิจัยในเรื่องนี้ ค่าเฉลี่ยของเพศชายที่มีต่อการนำข่าวสารในการออมเงินไปเสนอความคิดเห็นกับบุคคลอื่นในโอกาสต่าง ๆ น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของเพศหญิง นั้นมีความเป็นไปได้ว่า เพศชายมีพฤติกรรมในการนำข่าวสารในการออมเงินไปพูดต่อกับบุคคลอื่นที่น้อยกว่า ขณะที่ผู้หญิงจะมีการพูดถึงการออมเงินกับบุคคลอื่นหากมีโอกาสได้พูดต่อแนะนำหรือการสนทนาในเรื่องเงินทองกับบุคคลอื่น สอดคล้องกับ McCombs และ Becker (1979, อ้างถึงใน อรุณี ดันตักดีตา, 2553) ที่กล่าวว่า ความต้องการข้อมูลเพื่อสนทนา (Discussion) คือ การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปพูดคุยกับคนอื่นได้ เป็นหนึ่งในเหตุผลในการรับข่าวสารของบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการ และ สอดคล้องกับ Denis McQuail (2010) ที่กล่าวว่า เพศหญิงจะสนใจเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และมีความรู้สึก

สัมพันธ์ต่อสิ่งรอบตัวได้ค่อนข้างเร็ว หรืออาจคิดมากในเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ

สำหรับผลการวิจัยที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินแตกต่างกันในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ มีความแตกต่างกันในเรื่องข้อมูลด้านการออมเงินทำให้สามารถออมเงินได้อย่างเห็นผลจริงอย่างมีนัยสำคัญ และ มีความแตกต่างกันในเรื่องความพึงพอใจในข้อมูลด้านการออมเงินในสื่อที่แสวงหาจากช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยอภิปรายโดยการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารการออมเงินแตกต่างกันในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า บุคคลที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีการนำข้อมูลข่าวสารเรื่องการออมเงินไปใช้ประโยชน์เพื่อตนเองที่ต่างกัน เช่น บุคคลที่สมรสแล้วจะมีสมาชิกในครอบครัวร่วมด้วย อาจมีความจำเป็นต้องบริหารรายรับ/รายจ่ายตามฤดูกาล บุคคลที่มีสถานภาพโสด รวมถึงบุคคลสถานภาพหม้าย อาจมีการออมเงินเพื่อเลี้ยงชีพตนเองในอนาคตเนื่องจากอยู่ตัวคนเดียว หรืออาจมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินวัตถุประสงค์อื่น ๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ : 2561)

2. ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องข้อมูลด้านการออมเงินทำให้สามารถออมเงินได้อย่างเห็นผลจริงอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า บุคคลแต่ละสถานภาพมีข้อมูลข่าวสารการออมเงินที่นำมาใช้ประโยชน์ได้จริงหลังจากที่แสวงหาข่าวสารการออมเงินแล้ว ซึ่งสถานภาพทั้งสาม คือ โสด สมรส และหม้าย จะได้รับข่าวสารทางการออมเงินที่มีความแตกต่างกัน 3 ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินแตกต่างกันในเรื่องความพึงพอใจในข้อมูลด้านการออมเงินในสื่อที่แสวงหาจากช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจากความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในข้อมูลด้านการออมเงินในสื่อที่ แสวงหาจากช่องทางที่ เข้าถึงของประชาชน สถานภาพโสด แตกต่างกับประชาชนสถานภาพเป็นหม้าย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า บุคคลที่ใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงินที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารในการออมเงินมากกว่าบุคคลที่เป็นหม้าย นั่นหมายความว่าเนื้อหาในสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการออมเงินให้ข้อมูลในการออมเงินโดยการใช้ชีวิตตัวคนเดียวอย่างเป็นโสดมากกว่าการใช้ชีวิตตัวคนเดียวอย่างเป็นหม้าย บุคคลที่เป็นหม้ายจึงไม่มีความพึงพอใจในข้อมูลด้านการออมเงินเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลที่เป็นโสด เพราะสื่อที่นำเสนออาจให้ข้อมูลในมุมมองของบุคคลที่เป็นโสดคือตัวคนเดียว มากกว่าบุคคลที่มีสถานภาพเป็นหม้าย นั่นเพราะการเป็นหม้ายบุคคลอาจมีสมาชิกในครอบครัวอยู่ เช่น เป็นพ่อหรือแม่เลี้ยงลูกคนเดียว บุคคลที่เป็นหม้ายจึงอาจต้องการข้อมูลข่าวสารในการออมเงินในรูปแบบอื่น มากกว่าการใช้ชีวิตเป็นโสดคือตัวคนเดียว

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz, Gureitch และ Haas (1973, อ้างถึงใน พนม คลีณาญา, 2555) ที่เสนอมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมที่บุคคลคาดหวังจากสื่อมวลชนที่สร้างขึ้น มีองค์ประกอบดังนี้

1. รูปแบบ (Mode) ของการเปิดรับสื่อ บุคคลที่เป็นโสดกับเป็นหม้ายจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

2. การเชื่อมต่อ (Connection) คือ การรับข่าวสาร ความพอใจ ความมั่นใจในตนเอง และความสัมพันธ์กับบุคคลของบุคคลที่เป็นโสดและเป็นหม้ายก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกัน

3. กลุ่มอ้างอิง (Reference) คือ ตนเอง ครอบครัว เพื่อน และสังคม บุคคลที่เป็นโสดกับเป็นหม้ายก็จะมีกลุ่มอ้างอิงที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ กรรณก นิลดำ (2560) ที่กล่าวเรื่องวิถีการดำเนินชีวิตในแนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ บุคคลมีความคิดเกี่ยวกับตัวตนของตนเอง ค่านิยม สิ่งที่ชอบชอบ รูปแบบการใช้เวลาที่แตกต่างกันออกไป ทั้งเรื่องกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

## ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินและการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยที่กล่าวว่า การแสวงหาข่าวสารในการออมเงินของประชาชนมีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมากกับการนำข้อมูลข่าวสารในการออมเงินไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เมื่อมีการแสวงหาข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะนำข้อมูลข่าวสารในเรื่องนั้นมาตัดสินใจในการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากข้อมูลข่าวสารนั้น สอดคล้องกับ กนกพร ศักดิ์อุดมขจร (2543) ที่กล่าวว่าการแสวงหาข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงิน เพียงแต่ผลการวิจัยเรื่องนี้ มีความสัมพันธ์แบบสอดคล้องในระดับต่ำมาก

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. งานวิจัยเรื่องนี้จะมีประโยชน์กับกลุ่มผู้ผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาทางการเงิน โดยผู้ผลิตและนำเสนออาจเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สื่อแตกต่างกัน รวมถึงลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น การนำเสนอเนื้อหาการออมเงินสำหรับพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยวที่หย่ากับคู่ครอง

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารในการออมเงินผ่านช่องทางสื่อบุคคล ซึ่งเป็นบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน เป็นจำนวนมากที่สุด ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า บุคคลเหล่านี้อาจยังไม่ถึงสื่อที่มีการนำเสนอเนื้อหาในการออมเงิน ดังนั้น ผู้ผลิตและนำเสนอเนื้อหาในการออมเงิน อาจต้องมีการชักชวนบุคคลที่ชมแล้วให้แนะนำต่อ หรืออาจแนะนำผ่านสื่อใหม่ที่สามารถเผยแพร่ต่อ (Sharing) เพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงเนื้อหาได้มากขึ้น

3. จากผลการวิจัยที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเนื้อหาที่พูดให้แรงบันดาลใจ ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ผลิตและนำเสนอเนื้อหาอาจต้องเป็นฝ่ายรุกในการผลักดันพฤติกรรมผู้รับสารให้สามารถออมเงินได้โดยการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่สร้างกำลังใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจและมีพฤติกรรมออมเงินต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ในการออมเงินของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยเสนอว่า ควรทำวิจัยในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมเป็นเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร พื้นที่ปริมณฑลอื่น หรือจังหวัดอื่น เพื่อเปรียบเทียบบริบทของกลุ่มตัวอย่างในการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ข่าวสารในการออมเงิน

2. เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาในสื่อในวงกว้างและหลากหลาย ผู้วิจัยเสนอว่า ควรมีการศึกษาสื่อที่มีเนื้อหา

ด้านการเงินเฉพาะประเภท โดยเฉพาะสื่อใหม่ที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

3. การวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาลักษณะการเข้าถึงเนื้อหาทางการเงินโดยเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มบุคคลที่มีศาสนาแตกต่างกัน กลุ่มบุคคลที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน โดยสามารถดำเนินการวิจัยแบบสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลยืนยันผลการวิจัยนี้

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กนกพร ศักดิ์อุดมขจร. (2543). *การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และพฤติกรรมการบริหารการเงินบุคคลของประชาชนกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรกนก นิลดำ. (2560). *หลักการสื่อสาร*. เชียงราย: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- จริมา ทองสวัสดิ์. (2545). *ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจริญ มะโน. (2556) *พฤติกรรมการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พนม คลีฉายา. (2555). *ความต้องการข่าวสาร การใช้สื่อ และนิสัยการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย*. รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรนันท์ คงมัน. (2560). *ความตระหนักของคณวิทำงานต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณ*. การค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พิชญาพร ประครองใจ. (2558). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์. (2548). *พจนานุกรมคำอธิบายศัพท์ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- สุขใจ น้ำผุด และคณะ. (2557). *กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). *การสื่อสารนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี. (2559). ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดนนทบุรี. แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมจังหวัดนนทบุรี ฉบับที่ 1 (2560-2564). วันที่เข้าถึงข้อมูล 14 กันยายน 2562, แหล่งที่มา [https://www.m-culture.go.th/nonthaburi/ewt\\_dl\\_link.php?nid=422](https://www.m-culture.go.th/nonthaburi/ewt_dl_link.php?nid=422)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). การออมภาคครัวเรือนของไทย ไตรมาสที่ 3 ปี 2561. วันที่เข้าถึงข้อมูล 27 เมษายน 2562, แหล่งที่มา [http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขารายได้/การออมภาคครัวเรือน/ไตรมาส\\_3\\_2561.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขารายได้/การออมภาคครัวเรือน/ไตรมาส_3_2561.pdf)

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2561). ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561. วันที่เข้าถึงข้อมูล 23 เมษายน 2562, แหล่งที่มา [http://stat.bora.dopa.go.th/stat/y\\_stat61.html](http://stat.bora.dopa.go.th/stat/y_stat61.html)

อรุณี ตันศักดิ์ดา. (2553). การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. (1973). *Instrumental Utilities and Information Seeking*. In Clark P. (ed.) *New Model for Mass Communication Research*. Beverly Hills: Sage.

Dolphin, T. (2012). *Young People and Saving: A Route to Improved Financial Resilience*. London: The Institute for Public Policy Research.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage.

Roy, R., & Joseph, J.M. (2018). A study on the Information seeking and Investment Behaviour of Equity Investors. *Research Review Journals*, 3(9), 370-375.

Schramm, W. (1973). How Communication Work's. In D. C. Mortensen (Ed.), *Basic Reading in Communication Theory*. New York: Harper and Row.