

ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2



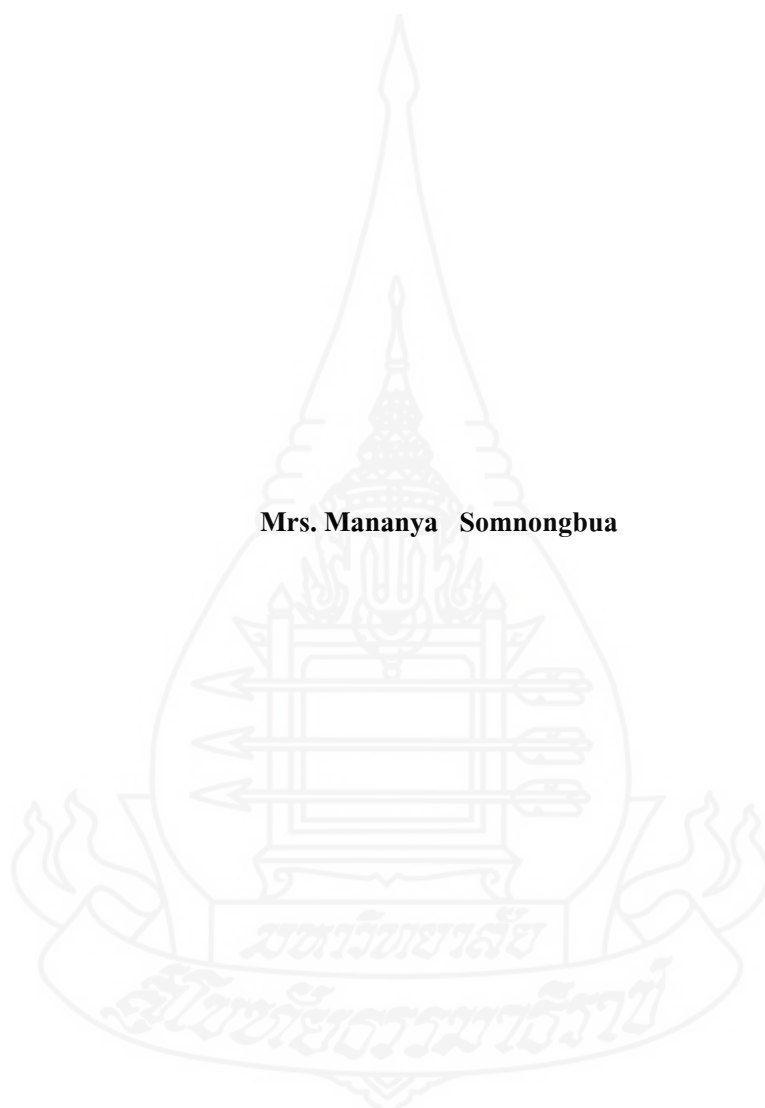
นางมัญญา สมหนองบัว

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

The Image of Prachinburi Primary Education Service Area Office 2

Mrs. Mananya Somnongbua



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

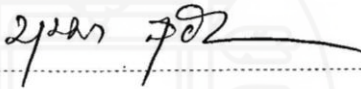
2013


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2
ชื่อและนามสกุล นางมนัญญา สมหนองบัว
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2557

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. นุชบา สุธีธร)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่อการศึกษา **ค้นคว้าอิสระ** ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2
ผู้ศึกษา นางมณัญญา สมหนองบัว รหัสนักศึกษ 2551500180 ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์ ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 (2) การรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 (3) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 (4) ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 และ (5) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) บุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมด (2) ข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 คือ ผู้อำนวยการ โรงเรียน และข้าราชการครู กลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า รวมทั้งสิ้น 284 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า (1) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อบุคคลในระดับมาก และจากสื่อเฉพาะกิจในระดับปานกลาง (2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ถูกต้อง (3) กลุ่มตัวอย่างต้องการให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (4) ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี (5) เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร อายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์แตกต่างกันในด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร และรายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 แตกต่างกัน

คำสำคัญ ภาพลักษณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

Independent Study title: The Image of Prachinburi Primary Education Service Area Office 2

Author: Mrs. Mananya Somnongbua; **ID:** 2551500180; **Degree:** Master of Communication Arts;

Independent Study advisor: Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor; **Academic year:** 2013

Abstract

The objectives of this research were to study: (1) exposure to news about Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2; (2) perceptions about Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2; (3) the desired image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2; and (4) the present image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2 among teachers and educational personnel working under the jurisdiction of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2; and (5) to compare demographic factors with image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2.

This was a survey research. The sample population was divided into 2 groups: (1) educational personnel working under the jurisdiction of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2, all of whom were surveyed, and (2) teachers and administrators working at schools under the jurisdiction of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2, out of whom a portion was selected using the quota sampling method, for a total sample population of 284. Data were collected using a questionnaire and analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test and chi square test.

The results showed that (1) overall, the majority of the samples were exposed to news about Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2 from personal media to a high level and from ad hoc media to a medium level. (2) The majority of samples had correct perceptions about Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2. (3) The majority of samples strongly agreed with every category of the proposed desired image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2. (4) Overall, the present image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2 is good. (5) The factor of sex was not related to image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2. The factor of educational level was related to opinions about news management and communication channels. The factor of age was related to opinions about image of personnel, news management and communication channels. The factor of work position was related to opinions about news management and communication channels. The factor of income was related to opinions about the image of Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2.

Keywords: Image, Prachin Buri Primary Education Service Area Office 2

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาและประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ให้ความอนุเคราะห์คำแนะนำ ปรึกษา และได้ติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้อย่างใกล้ชิด ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสมบูรณ์ รองศาสตราจารย์ ดร. บุญบา สุธีธร ที่กรุณาให้คำแนะนำ และเสียดสละเวลามาเป็นกรรมการในการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของท่านจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณการสนับสนุนและกำลังใจจากครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนนักศึกษาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ เสียดสละให้ข้อมูล จนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จด้วยดี

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระรัตนตรัย พระคุณบิดา มารดา ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่ช่วยให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษา

มณัญญา สมหนองบัว

สิงหาคม 2557



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	25
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
เกณฑ์การวัดและการแปลผล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	44
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	46
ตอนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	51
ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และภาพลักษณ์ปัจจุบันของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง	53
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	77
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
สรุปการวิจัย	83
อภิปรายผล	89
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	105
ประวัติผู้ศึกษา	113

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร	44
ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน	46
ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อบุคคล ภายในรอบ 1 เดือน	47
ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จาก สื่อเฉพาะกิจที่มีวาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายวัน	48
ตารางที่ 4.5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจที่มี วาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน	49
ตารางที่ 4.6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อประเภท ต่างๆ ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา	50
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของการรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	51
ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	54
ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัด	57
ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	64
ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัด.....	68
ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	72
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 กับลักษณะของบุคคล.....	76
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	77
ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	78
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบระดับอายุกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	79
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบระดับรายได้กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	80
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบตำแหน่งกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2.....	81

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจที่บุคคลมีต่อองค์กรหรือสถาบัน โดยมีการสั่งสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนตามประสบการณ์ที่ได้พบเห็น ภาพลักษณ์เป็นได้ทั้งบวกและลบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นทั้งจุดดีและจุดด้อยขององค์กรนั้นๆ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540)

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรและหน่วยงาน เพราะเป็นองค์รวมของความเชื่อถือที่ทำให้ประชาชนหรือผู้ใช้บริการองค์กรเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ จึงพยายามสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการเสริมสร้าง เปลี่ยนแปลง และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

อย่างไรก็ดีแต่ละหน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานของตนมีภาพลักษณ์อย่างไร โดยศึกษาความคิดเห็นของคนส่วนมาก ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลางก็ต้องเร่งรีบสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลงจะพาให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้ (วิจิตร อาวะกุล, 2543)

เสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายความสำคัญของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เปรียบเสมือนหางเสือที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อองค์กร หากประชาชนเป้าหมายไม่ชอบองค์กร พฤติกรรมที่มีต่อองค์กรก็จะถูกกำหนดทิศทางให้เป็นไปในทางลบ แต่ถ้าชอบพฤติกรรมก็จะ เป็นไปในทางบวก

ทั้งนี้ การสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จมีหลัก 6 ประการ (Gregory and Wiechmann, 1991) คือ 1) การเรียนรู้และการศึกษากลุ่มเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์โดยการกล่าวถึง สิ่งทีกลุ่มเป้าหมายเชื่อความจริงนั้น 2) ทิศทางของการสร้างภาพลักษณ์ จะถูกกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารเพราะเป็นผู้เข้าใจหน่วยงานในทุกๆ ด้าน สามารถทำให้ภาพลักษณ์อยู่ในทิศทางที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการสร้างงาน 3) รู้จักตัวเอง หน่วยงานควรทราบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันของตนเองเป็น อย่างไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ต้องการให้เกิดขึ้นคืออะไร ควรมีการวิจัยก่อน ระหว่าง และ หลังจากการวางโครงการสร้างภาพลักษณ์ 4) จุดเน้น ต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรอยู่ ยังเข้าใจ

ลูกค้าดีขึ้นเท่าไรจะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น 5) การสร้างสรรค์ ในการสร้างภาพลักษณ์ให้ศึกษาความต้องการของลูกค้า แล้วตัดเข้าไปสู่จุดนั้น 6) ความคงเส้นคงวา ในการสร้างภาพลักษณ์มักควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

ในการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐ อาทิ หน่วยงานด้านการศึกษาให้ตอบสนองนโยบาย และเป้าหมายทางการศึกษานั้น สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งคือการยอมรับจากทุกภาคส่วน และให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการบริหารเป็นอย่างมาก กล่าวได้ว่า การบริหารงานจะประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลว มาจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และงานประชาสัมพันธ์ยังทำให้เกิดภาพลักษณ์ สร้างคุณค่าที่ดีต่อหน่วยงาน ทำให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริม สนับสนุน (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชินบุรี เขต 2 หรือ สพป.ปราชินบุรี เขต 2 ในฐานะองค์กรจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) จึงต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เพราะการที่องค์กรจะบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้นต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ดังนั้นหน้าที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์คือเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลงานและกิจกรรมต่างๆ ของส่วนราชการ สร้างความรู้ ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของรัฐต่อประชาชน ปลูกฝังทัศนคติ ค่านิยม และภาพลักษณ์อันดี ทั้งนี้เพื่อแก้ไขความเข้าใจที่ผิดพลาดเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชินบุรี เขต 2 จัดตั้งขึ้นตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง ปรับปรุงแก้ไขการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาและกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาเพิ่มเติม พ.ศ.2551 เพื่อให้มีความสอดคล้องกับแนวทางการบริหารและการจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมคุณภาพการศึกษาให้สามารถยกระดับคุณภาพผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนได้ตามมาตรฐานการศึกษา โดยสนับสนุนส่งเสริมบทบาทสถานศึกษาในการเป็นนิติบุคคล ปฏิบัติภารกิจ ในการบริหารจัดการงานวิชาการ งานบุคลากร งานงบประมาณและงานบริหารทั่วไป เพื่อให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

โดยมีภารกิจหน้าที่ จัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาของเขตพื้นที่การศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา แผนการศึกษา แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน และความต้องการของท้องถิ่น วิเคราะห์การจัดตั้งงบประมาณเงินอุดหนุนทั่วไปของสถานศึกษาและหน่วยงานในเขตพื้นที่การศึกษา และแจ้งการจัดสรรงบประมาณที่ได้รับ

ให้หน่วยงานข้างต้นรับทราบ รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ ติดตามการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานดังกล่าว

นอกจากนี้ยังมีภารกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาหลักสูตรร่วมกับสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา กำกับ ดูแล ติดตาม และประเมินผลสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และในเขตพื้นที่การศึกษา ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และรวบรวมข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา ประสานการระดมทรัพยากรด้านต่างๆ รวมทั้งทรัพยากรบุคคล เพื่อส่งเสริม สนับสนุนการจัดและพัฒนาการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา จัดระบบการประกันคุณภาพการศึกษา และประเมินผลสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา ประสาน ส่งเสริม สนับสนุน การจัดการศึกษาของสถานศึกษาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันอื่นที่จัดการศึกษารูปแบบที่หลากหลายในเขตพื้นที่การศึกษา ดำเนินการและประสาน ส่งเสริม สนับสนุน การวิจัยและพัฒนาการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา ประสาน ส่งเสริม การดำเนินการของคณะกรรมการ และคณะทำงานด้านการศึกษา ประสานการปฏิบัติราชการทั่วไปกับองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในฐานะสำนักงานผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ ในเขตพื้นที่การศึกษาปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการภายในเขตพื้นที่การศึกษาที่มีได้ระบุให้เป็นหน้าที่ของหน่วยงานใด โดยเฉพาะ หรือปฏิบัติงานอื่นที่ได้มอบหมาย โดยแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ออกเป็น 7 กลุ่ม 1 หน่วยตรวจสอบภายใน และ 1 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการศึกษา ตามงานที่ปฏิบัติในลักษณะกำกับ ดูแล ประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนการจัดการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ที่กล่าวแล้วข้างต้น รวมทั้งส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการ และสถานศึกษา

จากแนวคิดและความสำคัญของภาพลักษณ์และงานประชาสัมพันธ์ที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์ เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีการวางแผนที่เป็นระบบ มีวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนแน่นอน ซึ่งเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องอย่างมาก

แต่ที่ผ่านมามีการสื่อสารองค์กร และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 เป็นไปเพียงเพื่องานเฉพาะเจาะจง กล่าวคือ ไม่ได้มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภาพรวมขององค์กร การเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในสื่อหลักบางประเภท และไม่ได้เผยแพร่ข่าวสารในสื่อมวลชนเป็นที่กว้างขวาง ขณะเดียวกันไม่มีการสำรวจหรือวิจัยเกี่ยวกับผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าว

นอกจากนี้ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ยังไม่เคยสำรวจ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ภาพลักษณ์ปัจจุบัน ตลอดจนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของข้าราชการ ครูในสังกัดซึ่งเป็นผู้ที่มารับบริการ และบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดซึ่งเป็นผู้ทำงานในองค์กร เพื่อเปิดโอกาสให้ได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ สร้างความพึงพอใจในการรับบริการ อันจะนำไปสู่การทำงานที่เกิดประสิทธิภาพตามภารกิจหลักของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ รักษา ภาพลักษณ์เชิงบวกหรือปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่เป็นจุดด้อย ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่พึง ประสงค์ และเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหาร และบุคลากรในการพัฒนาการให้บริการ เพื่อ ส่งเสริมบทบาทตามภารกิจของสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราจีนบุรี เขต 2 ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด

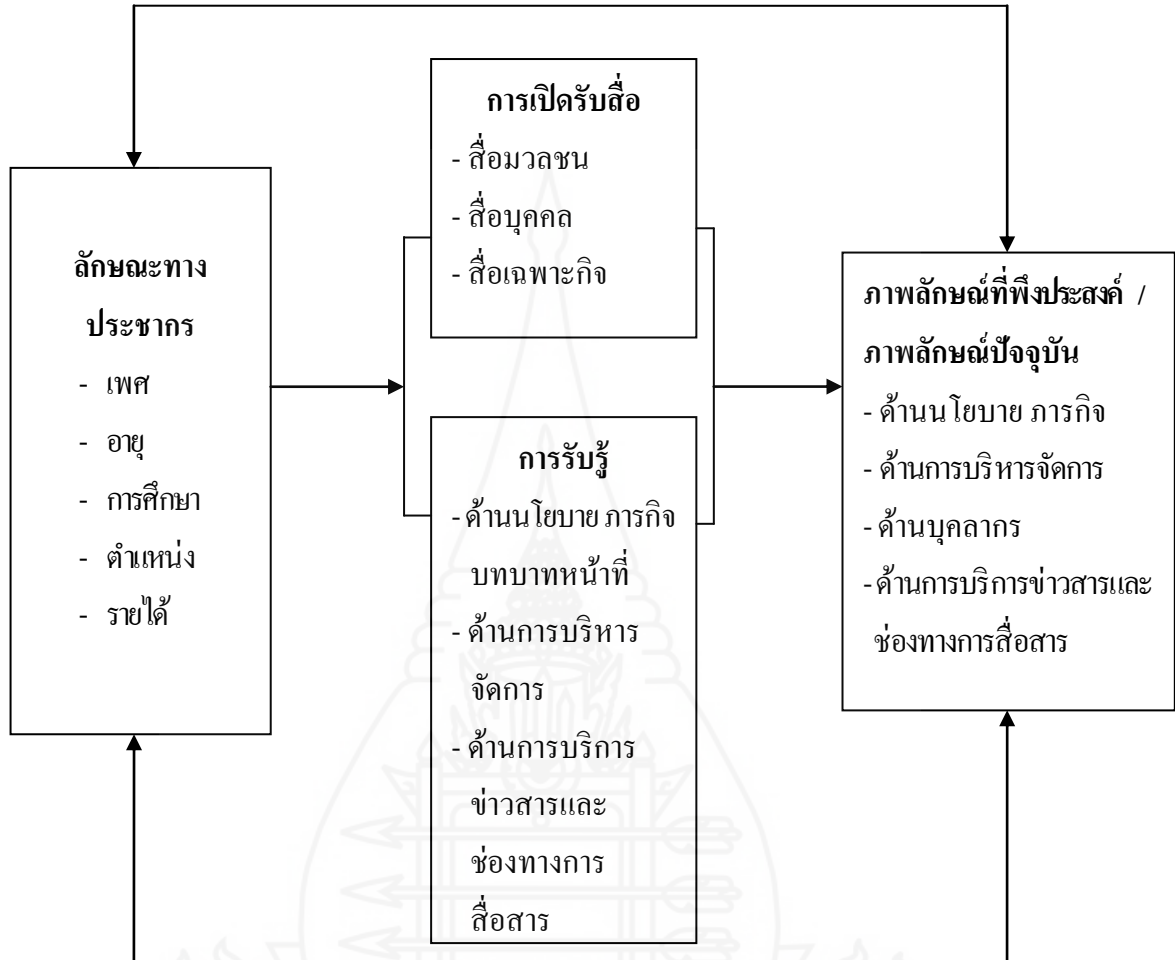
2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด

2.3 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราจีนบุรี เขต 2

2.4 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราจีนบุรี เขต 2

2.5 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



4. สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 แตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

5.2 เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคมถึงเมษายน 2557

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 หมายถึง ประเภทของสารและความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 (สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2) ที่ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาเปิดรับจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่

6.1.1 สื่อมวลชน ประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์

6.1.2 สื่อบุคคล ประกอบด้วย บุคลากรของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ผู้อำนวยการโรงเรียน ข้าราชการครูในสังกัด

6.1.3 สื่อเฉพาะกิจ ประกอบด้วย เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) เว็บไซต์ของ สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 สื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) จดหมายข่าว สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไปสเตอร์ ป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ และการประชุมสัมมนา

6.2 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 หมายถึง ภาพของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ที่เกิดขึ้นในจิตใจของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด ในด้านนโยบาย ภารกิจของสำนักงานฯ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร

6.3 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ หมายถึง ภาพลักษณ์ที่ควรจะเป็นของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ตามความคิดเห็นของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดฯ ในด้านนโยบาย ภารกิจของสำนักงานฯ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร

6.4 การรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการตีความ เข้าใจความหมาย โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิม ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในด้านนโยบาย ภารกิจของสำนักงานฯ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร

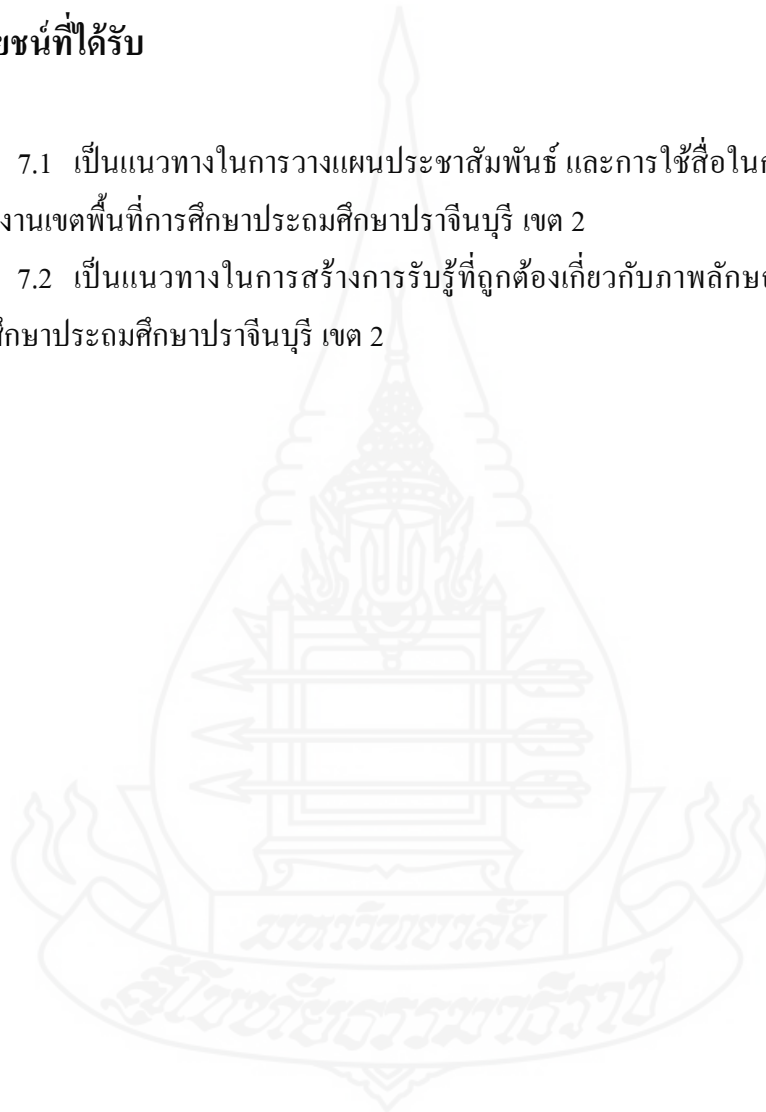
6.5 ข้าราชการครู หมายถึง ผู้ที่ประกอบวิชาชีพซึ่งทำหน้าที่หลักทางด้านการเรียนการสอนและส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการต่างๆ ในสถานศึกษาของรัฐในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

6.6 บุคลากรทางการศึกษา หมายถึง ผู้สนับสนุนการศึกษาซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ให้บริการหรือปฏิบัติงานเกี่ยวเนื่องกับการจัดกระบวนการเรียนการสอน การนิเทศ การบริหารการศึกษา และปฏิบัติงานอื่นในหน่วยงานการศึกษาโดยปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1 เป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อในการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

7.2 เป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2” ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

1.1 ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นจากความประทับใจที่มีต่อบุคคล องค์กร สถาบัน โดยเกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมบวกกับความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจ โดยได้มีนักวิชาการให้คำจำกัดความของคำว่าภาพลักษณ์ไว้ ดังนี้

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2000) อธิบายว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด ความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนยะและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

เคนเนท อี โบลดิ้ง (Keneth E.Boulding, 1975) อธิบายว่า ภาพลักษณ์เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ที่บุคคลช่วยในการตีความและให้ความหมายแก่โลกรอบๆ ตัว ซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่มีเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้

เสรี วงษ์มณฑา (2540) อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Facts) กับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอยู่นานแสนนานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจแตกต่างกันไปจาก

สภาพความเป็นจริงก็ได้เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่มนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2549) ได้ให้ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของคนเราที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่ไม่มีชีวิตก็ได้ โดยอาจเป็นภาพที่บุคคล องค์กร สถาบัน สร้างขึ้น หรือเรานักสร้างขึ้นเอง

ประจวบ อินอ้อด (2532) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งสะท้อนความรู้สึก ความนึกคิดของคนที่มีต่อบุคคลหรือสถาบันเป็นคุณค่าเพิ่มหรือความนิยม ซึ่งจะเป็พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม

จากคำจำกัดความของภาพลักษณ์ สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพหรือความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อบุคคล องค์กร หน่วยงานหรือสถาบัน เกิดขึ้นจากการได้รับประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์อ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา การที่องค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดี ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของบุคคลและมีความเชื่อว่าจริง ดังนั้นภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในด้านการช่วยส่งเสริมสร้างความสำเร็จขององค์กรหรือสถาบัน

1.2 ความสำคัญของภาพลักษณ์

ในการดำเนินงานขององค์กรทุกแห่งนั้น ปฏิเสธไม่ได้ว่าการอยู่รอดขององค์กรขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะทำให้ผู้คนเกิดความเลื่อมใสศรัทธาให้ความไว้วางใจ และให้ความร่วมมือ ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและมีความเจริญก้าวหน้า ในทางตรงกันข้ามหากภาพลักษณ์ขององค์กรไม่ดีจะทำให้เกิดการต่อต้าน

สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม (2548) กล่าวว่า ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร เพราะภาพลักษณ์เป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ประชาชนเป้าหมายสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร หรืออาจส่งผลให้ประชาชนคัดค้านต่อต้านการทำงานก็ได้

เสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ไว้ว่า “ไม่มีใครที่สมบูรณ์แบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่สมบูรณ์แบบ” แต่การที่จะถูกมองว่าเป็นบริษัทที่ดีและคนที่ดีก็สามารถเป็นจริงได้ หากคนที่พิจารณาองบริษัทในจุดเด่น จุดที่ดี และสามารถที่จะยอมรับหรือมองข้าม ให้อภัยในจุดที่ด้อย จุดที่ไม่ดี ภาพลักษณ์จึงเปรียบเสมือนหางเสือที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อองค์กร หากประชาชนเป้าหมายไม่ชอบองค์กร พฤติกรรมที่มีต่อองค์กรก็จะถูกกำหนดทิศทางให้เป็นไปในทางลบ แต่ถ้าชอบพฤติกรรมก็จะไปเป็นไปในทางบวก

นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ยังส่งผลต่อการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและ/หรือบริการ ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ดีที่มีต่อสินค้าและ/หรือบริการเพิ่มเติมขึ้นมาจากคุณภาพของสินค้าโดยตรง

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปความสำคัญของภาพลักษณ์ได้ใน 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความสำคัญเชิงจิตวิทยา ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กร สินค้า บริการ เพราะส่งผลต่อการกำหนดแนวโน้มพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว ถ้าบุคคลมีภาพลักษณ์ที่เป็นบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมักมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในเชิงบวกต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบต่อสิ่งเหล่านั้นแนวโน้มการแสดงพฤติกรรมก็จะเป็นลบต่อสิ่งนั้น

2. ความสำคัญเชิงธุรกิจ ภาพลักษณ์จะช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและองค์กร ทำให้สินค้านั้นมีคุณค่ามากกว่าคุณสมบัติทางกายภาพ ช่วยสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้า

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร (2537) กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ว่า

1. ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการสื่อสารดาวเทียม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน ทำให้คนในสังคมต่างๆ รับทราบข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์

2. องค์กรต่างๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ทุกคนต่างต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็น ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรประสบความสำเร็จ แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านเกลียดชัง

3. ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดีนับเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขทำให้เหตุการณ์กลับเป็นปกติได้อย่างทันที

1.3 องค์ประกอบของภาพลักษณ์

เคนเนท อี โบลด์ดิง (Keneth E.Boulding, 1975) แยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วนซึ่งแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการเปิดรับหรือจากการสังเกตโดยตรง อันเกิดจากกระบวนการสื่อสารที่นำไปสู่การรับรู้ เกิดเป็นภาพเป็นรูปธรรมที่มองเห็น

2. องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ (Cognitive Component) เมื่อบุคคลเปิดรับหรือมีการสื่อสารเกิดขึ้น บุคคลจะเริ่มเรียนรู้ แยกแยะสิ่งที่มองเห็นในเรื่องคุณสมบัติ ประเภท และความแตกต่างของสิ่งต่างๆ

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ภายหลังจากที่ได้แยกแยะหรือวิเคราะห์สิ่งนั้นจากการเรียนรู้ ทำให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Behavioral Component) เป็นการแสดงออกหรือเป็นปฏิกิริยาตอบกลับที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ ภายหลังจากที่เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ

นอกจากนี้ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านต่างๆ ดังนี้

1. ผู้บริหาร องค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ดี มีนโยบายการบริหารธุรกิจดี ชื่อสัตย์ บริษัทนั้นก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดี

2. พนักงาน บริษัทที่ดีต้องมีพนักงานที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ มีวิญญูณของการให้บริการ และมีบุคลิกภาพที่ดี

3. สินค้า ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาที่เผยแพร่ออกไป

4. การดำเนินธุรกิจ ควรมีการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท

5. กิจกรรมสังคม คือ การดูแลเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม

6. เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน องค์กรต้องมีสิ่งทีแสดงสัญลักษณ์ของหน่วยงาน ได้แก่ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องแบบพนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง ควรมีโลโก้ขององค์กรแสดงอยู่ด้วย

1.4 ประเภทของภาพลักษณ์

การแบ่งประเภทของภาพลักษณ์สามารถแบ่งได้หลายลักษณะตามทัศนะของนักวิชาการ ซึ่งวิรัช ลภีรัตนกุล (2540) ได้แบ่งประเภทของภาพลักษณ์ว่ามีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกิดขึ้นกับบุคคลทั่วไป โดยจะมีความแตกต่างตามลักษณะทางประชากร สังคม เศรษฐกิจ รวมทั้งการศึกษา ดังนั้น ภาพลักษณ์ของหน่วยงานอาจเป็นบวกสำหรับคนหนึ่งแต่อาจเป็นลบสำหรับอีกคน

2. ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institutional Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ของตัวหน่วยงานหรือองค์กรที่มุ่งไปในเรื่องของงานดำเนินงานหรือการบริหารงาน ไม่รวมเรื่องบุคลากร ผลผลิต หรือการให้บริการ

3. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรทั้งระบบการบริหาร บุคลากร ผลผลิต สินค้า บริการ อาคารสถานที่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ ซึ่งภาพลักษณ์ที่จะเกิดขึ้นได้โดยส่วนใหญ่จะต้องเกิดจากการกำหนดหรือการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

4. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยไม่รวมการดำเนินงานหรือพฤติกรรมอื่นๆ ของหน่วยงาน โดยส่วนใหญ่จะเป็นภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน เป้าหมายหรือผู้บริโภคสินค้าเป็นหลัก

5. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากตราสินค้า เครื่องหมายการค้า หรือสัญลักษณ์

6. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เป็นภาพลักษณ์ที่หน่วยงานหรือผู้บริหารหน่วยงานมองเห็นโดยสะท้อนจากการดำเนินงานของหน่วยงานตน ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงขึ้นอยู่กับความเชื่อหรือความพึงพอใจของผู้บริหารเป็นสำคัญ แต่ภาพที่เกิดขึ้นนี้อาจไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนทั่วไป

7. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง อาจเกิดขึ้นชั่วคราวอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมในภาวะวิกฤติ ข่าวดู หรือการสื่อสารที่ผิดพลาด ซึ่งภาพลักษณ์ประเภทนี้ไม่คงทน หน่วยงานสามารถแก้ไขหรือสร้างภาพลักษณ์ให้เหมือนเดิมได้ ถ้าใช้กระบวนการสื่อสารและนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างถูกต้อง

8. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเกิดจากการที่ประชาชนได้รับการสื่อสารจากหน่วยงานก็ได้ แต่หน่วยงานต้องทำการประเมินเพื่อให้รู้สภาพที่แท้จริงว่าภาพลักษณ์ปัจจุบันที่ประชาชนมีอยู่นั้นสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานหรือเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวกหรือไม่ หากไม่ใช่ต้องรีบดำเนินการแก้ไข

9. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่หน่วยงานปรารถนาให้เกิดขึ้นในใจของประชาชนและกลุ่มเป้าหมาย อันเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก โดยส่วนใหญ่ มักเกิดขึ้นตามกระแสค่านิยมของสังคม หรือความต้องการของสังคม

10. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่หน่วยงานปรารถนาให้เกิดขึ้นเพื่อให้ได้รับการยอมรับสูงสุดในการแข่งขัน การดำเนินงาน หรือเมื่อทำการเปรียบเทียบ กับหน่วยงานต่างๆ ที่มีอยู่แต่ในความเป็นจริงภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้อาจไม่ใช่สิ่งที่

หน่วยงานหวังไว้ เพราะหน่วยงานอาจขาดปัจจัยเกื้อหนุนที่ทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมาย ดังนั้น การกำหนดภาพลักษณ์สูงสุดจึงควรเป็นภาพลักษณ์ที่หน่วยงานมีจุดเด่นและง่ายต่อการก้าวไปให้ถึง

1.5 การเกิดภาพลักษณ์

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537) กล่าวว่า ภาพลักษณ์มิได้เกิดขึ้นได้โดยทันที แต่มีกระบวนการการสร้างขึ้นโดยอาศัยปัจจัยต่อไปนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมมีเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และสิ่งอื่นๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่จะมีเพียงบางเหตุการณ์ที่เราจะรับเข้ามา และในบรรดาเหตุการณ์ต่างๆ เหล่านี้จะมีคุณค่าในด้านดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นกับตัวเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์และรอบตัวเรากลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้ามาสู่เราได้โดยช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งในแต่ละช่องทางนั้นมีประสิทธิภาพทางการรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดการข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประสิทธิภาพในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของข่าวสารและตัวสื่อย่อมมีความสำคัญที่สุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล คุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสารของแต่ละบุคคลนั้น ประกอบไปด้วย 1) ทักษะทางการสื่อสาร 2) ทักษะคติ 3) ความรู้ 4) ระบบสังคม และ 5) วัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ต่างมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนกับผู้อื่น หรือมีความนิยมชมชอบ หรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ

4. การรับรู้และความประทับใจ ภาพลักษณ์จะไม่เกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย “การรับรู้” ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เห็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจมีความหมายในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพ และปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก ก็จะมี ความทรงจำหรือจดจำได้มาก

และนาน เมื่อสร้างภาพลักษณ์อะไรเกิดขึ้นได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่าที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

นอกจากนี้ ภาพลักษณ์สามารถเกิดได้ 2 ประการ คือ (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง, 2541)

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามสภาพการณ์ เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ อันเกิดจากการปล่อยให้ไปไปตามสภาวะแวดล้อมแล้วแต่ประชาชนจะนึกคิดโดยไม่ได้ดำเนินการให้เป็นที่ไปตามที่องค์กรปรารถนา

2. เกิดขึ้นโดยการสร้างสรรค์ โดยกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่องค์กรได้วางแผนไว้ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

1.6 ภาพลักษณ์ขององค์กร

องค์กรต้องค้นหาภาพลักษณ์องค์กรให้พบ อาจมาจากการกำหนดวิสัยทัศน์หรือพันธกิจขององค์กรเป็นทิศทางหรือแนวทางในการค้นหาภาพลักษณ์องค์กร โดย เสรีวงษ์มณฑา (2542) ได้อธิบายถึงแนวทางในการค้นหาภาพลักษณ์ ดังนี้

1. ทำวิจัยเพื่อให้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นเช่นไร (What is the firm's present corporate image?) ถ้าคิดวางแผนในการสร้างภาพลักษณ์อย่าทำโดยไม่ทราบว่าตอนนี้ภาพลักษณ์ขององค์กรเราเป็นอย่างไร เพราะอาจจะทำในสิ่งที่เราไม่มีความจำเป็น และอาจไม่ได้ทำในสิ่งที่ควรทำ การทำการวิจัยดังกล่าวนั้นจะเป็นการวิจัยความคิดเห็นของสาธารณชน (Public opinion) ที่มีต่อองค์กร

2. ต้องวิเคราะห์ออกมาให้ชัดเจนว่าภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการคืออะไร (What corporate image does the firm want?) เมื่อทำวิจัยแล้วก็ควรนำเอาภาพลักษณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมาเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่เราต้องการ ถ้าหากว่าภาพลักษณ์ของการทำวิจัยตรงกับภาพลักษณ์ที่เราต้องการให้สาธารณชนมององค์กรของเราก็เป็นอันว่าเรียบร้อย เราสามารถทำการประชาสัมพันธ์ต่อกัยภาพลักษณ์ดังกล่าว แต่ถ้าหากพบว่าเขามององค์กรของเราอย่างที่เรไม่ต้องการให้มอง ก็แสดงว่าเราต้องทำอะไรบางอย่างเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์

3. ขณะนี้องค์กรของเรามีสินค้า บริการอะไร และสินค้าของเรามีคุณสมบัติอย่างไรที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเราที่ทำให้คนเรามองว่าเราเป็นเช่นนี้ สิ่งที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเรามีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเรามีผลกระทบได้เพราะอะไร (How do the company's various entities product and/or services effect the image of the company?) เมื่อเราได้ทราบว่า เรามีภาพลักษณ์ใดภาพลักษณ์หนึ่งแล้วเราจะต้องหาสาเหตุว่าอะไร สิ่งใดที่ทำให้เขา

มองเราเช่นนั้น การที่เราทราบสาเหตุต่างๆ ที่ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นจะทำให้เราวางแผนส่งเสริมหรือแก้ไขภาพลักษณ์ได้อย่างถูกต้อง

1.7 การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถสร้างสรรค์ได้ ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แม้จะอาศัยเวลานานและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แต่ผลที่ได้มานั้นคุ้มค่า กลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี คือ การประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่มีสาระความเป็นจริงและพัฒนาอยู่เสมอ ภาพลักษณ์สร้างสรรค์ประกอบด้วย การสร้าง การส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการแก้ไข ดังนี้ (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2541)

1. การสร้างภาพลักษณ์ โดยวางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่จะสร้างขึ้น และสำรวจภาพลักษณ์เดิมว่ามีหรือไม่อย่างไรจากกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาจุดเด่นขององค์กรเพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ แล้วใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ผสมผสานกับวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้นถ้านำมาทำงานร่วมกันต่างก็จะสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การส่งเสริมป้องกันและรักษาภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น ซึ่งจะดำเนินการได้โดยใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุก หรือการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน เช่น การสำรวจความคิดเห็นด้วยวิธีการวิจัย แล้วนำข้อมูลจากผลการวิจัยมาประเมิน วิเคราะห์วางแผนเพื่อปรับปรุงแก้ไขและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป

3. การแก้ไขภาพลักษณ์ หมายถึง การแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบในกรณีวิกฤติการณ์ ซึ่งต้องดำเนินการแก้ไขด้วยการบริหารและการประชาสัมพันธ์ยามวิกฤติโดยต้องวางแผนป้องกันและเตรียมพร้อมเสมอ การแก้ไขปัญหาองค์กรในกรณีวิกฤติการณ์ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน ฉับพลัน ระดมทรัพยากรให้มากที่สุด ทั้งทรัพยากรบุคคลภายใน ภายนอก และการใช้สื่อต่างๆ แนวทางในการดำเนินงาน คือ

3.1 ศึกษาวิเคราะห์สาเหตุ และปัญหา แนวโน้ม ผลกระทบและแนวทางแก้ไขอย่างรวดเร็ว วางแผนให้สอดคล้องและรองรับกันเป็นทอดๆ โดยระดมผู้ที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น วางแผนกลยุทธ์ และกำหนดเวลาในการแก้ไขโดยรีบด่วนให้ทันต่อเวลา แบ่งความรับผิดชอบ และประสานงานโดยใช้เครือข่ายกระจายในทุกจุดที่มีส่วนช่วยการแก้ไขให้เร็วที่สุด

3.2 บุคลากรภายใน โดยใช้สื่อในรูปแบบให้บุคลากรในองค์กรนั้นทราบข้อเท็จจริงอย่างต่อเนื่อง และสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่บุคคลภายนอก โดยใช้บุคลากรภายในเป็นกระบอกเสียงให้แก่องค์กร

3.3 กลุ่มบุคคลเป้าหมาย คู่กรณี หรือสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา ต้องได้รับการคลี่คลายและแก้ไข โดยการเข้าถึงและชี้แจงข้อเท็จจริงให้เข้าใจ

3.4 การใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสาร จัดให้มีการแถลงข่าว ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนต้องการทราบ รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงสาเหตุและความเป็นมาของปัญหา และข้อมูลที่ผิดพลาดไม่ถูกต้อง

3.5 การใช้สื่อทุกรูปแบบที่เหมาะสม เช่น ป้ายประกาศ สิ่งพิมพ์ และอื่นๆ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์และความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

3.6 บุคคลภายนอก หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน บุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเห็น ผู้นำสังคม หรือผู้บริหารสูงสุดของประเทศ ควรมีการชี้แจง ให้ข้อเท็จจริง แสดงความคิดเห็นร่วมแก้ปัญหาขององค์กร ซึ่งก็จะได้รับความน่าเชื่อถือจากประชาชนทั่วไปมากกว่าบุคคลภายในองค์กร

1.8 หลักในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรนั้น วิรัช ลภีรัตนกุล (อ้างใน รัตนา ปัญญาดี, 2541) สรุปไว้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ผู้ที่ทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ควรยึดถือหลักดังนี้

1. ค้นหาข้อดี ข้อเสีย หรือจุดเด่น จุดด้อยขององค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อศึกษาวิเคราะห์ และวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป ในการค้นหานี้อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติท่าที และความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย หรือการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยทั่วไปแล้ว ภาพลักษณ์มักสร้างให้สอดคล้องกับจุดเด่นที่หน่วยงานมีอยู่ หรือดึงเอาส่วนที่หน่วยงานมีอยู่แล้ว ให้เด่นขึ้นมาภายใต้กรอบที่หน่วยงานต้องการให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกที่ดีกับหน่วยงาน

3. กำหนดหัวข้อ เรื่องราว หรือสถานการณ์เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ สิ่งที่ได้จากการกำหนดหัวข้อคือสารที่องค์กรจะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยสารดังกล่าวอาจเป็นคำขวัญที่ง่ายต่อการจดจำ โน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเกิดภาพตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เพื่อให้สารไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องเลือกสื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายด้วย

1.9 การประเมินภาพลักษณ์ขององค์กร

ในการประเมินภาพลักษณ์นั้น องค์กรต้องเข้าใจความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” ของหน่วยงานที่จะประเมินเสียก่อน ผู้ประเมินจะต้องมองเห็นภาพให้ออกว่า หน่วยงานนี้มีอะไรให้เกิดภาพในใจของเราที่มองหน่วยงานไปในทางบวกหรือทางลบได้ ปกติมักจะเป็นตัวสินค้าหรือบริการ ผู้บริหารของบริษัท คุณลักษณะ/คุณสมบัติของพนักงาน ความทันสมัย ความมั่นคงของบริษัท ความเป็นที่รู้จัก ความเป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพในกรอบของ กฎหมาย การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรม หรือโครงการต่างๆ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2537)

ข้อมูลที่จะใช้เพื่อบอกว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงานเวลานี้เป็นเช่นไรนั้น สามารถ จำแนกได้ 2 อย่าง (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2537)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่จัดหามาเพื่อประโยชน์ของการ ประเมินโดยตรง ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่เป็นเอกสารต่างๆ ที่ผู้ทำไม่มี จุดมุ่งหมาย ที่จะนำไปใช้ในการประเมินโดยตรง ข้อมูลเหล่านี้ได้แก่ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ รายงาน ของฝ่ายการตลาด จดหมายวิพากษ์วิจารณ์ บัตรสนเท่ห์ เป็นต้น

การประเมินภาพลักษณ์โดยปกติมักจะนิยมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ แต่การใช้ข้อมูลทั้งสองประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง สอดคล้องหรือขัดแย้งกันของผลการประเมินจากข้อมูลทั้งสอง ถ้ามีความสอดคล้องไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบ จะเป็นการยืนยันความน่าเชื่อถือได้และความ เทียงตรงของการประเมินได้ แต่หากขัดกันก็ส่งผลให้การประเมินต้องมีการตรวจสอบที่ดี ทำให้ รัศมภ์ก็จะสรุปและนำผลการประเมินไปประยุกต์ใช้ต่อไป

ในการประเมินภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นกลุ่มเป้าหมายถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ของการประเมินในแต่ละครั้ง โดยกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประเมินนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มประชาชนภายในสถาบัน คือ บุคคลที่ทำงานในสังกัดหน่วยงานนั้นๆ
2. กลุ่มประชาชนภายนอก หมายถึง กลุ่มบุคคลที่อยู่ภายนอกของหน่วยงาน ซึ่งสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรง ไม่ได้ทำงานในหน่วยงานนั้น แต่สามารถให้คุณหรือโทษแก่หน่วยงาน ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้านักการเมือง ข้าราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2.2 กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น หมายถึงกลุ่มประชาชนที่อาศัยในท้องถิ่นเดียวกับหน่วยงานที่ตั้งอยู่

2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป หมายถึง กลุ่มประชาชนที่นอกเหนือจากข้อ 2.1 และ 2.2 แต่ความสัมพันธ์กับหน่วยงานในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมซึ่งมีอิทธิพลในแง่ความนิยม ความเป็นมิตร ความเข้าใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของหน่วยงานนั้น หรือบางครั้งก็มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ตามคุณสมบัติที่บุคคลเหล่านั้นเกี่ยวข้องกับรัฐหรือภาคเอกชน

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ ได้แก่ ผู้อนุมัติงบประมาณ ประชาชนผู้เสียภาษี ประชาชนผู้ใช้บริการ สื่อมวลชน ตัวแทนราษฎร สมาคมต่างๆ หน่วยงานราชการอื่นๆ ข้าราชการ และลูกจ้างในหน่วยงาน เป็นต้น

บุคคลที่เกี่ยวข้องในภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้านัก สื่อมวลชน รัฐบาล บริษัท ห้างร้าน พนักงานลูกจ้าง เป็นต้น

การประเมินภาพลักษณ์นั้น ลำดับแรกจะต้องรู้จัก และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและต้องนำมาพิจารณากับสถานการณ์ของหน่วยงาน แล้วจะต้องสามารถจำแนกตามลำดับของความสำคัญหรือการมีอิทธิพลของกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัด ทั้งนี้เพราะหลักของการประเมินภาพลักษณ์ในแต่ละครั้งนั้นจะเป็นการทำงานที่ต้องตรงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และใช้งบประมาณ เวลา และกำลังคนให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.10 องค์ประกอบที่ทำให้ภาพลักษณ์คงทน

ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรปรารถนา แต่นอกจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรแล้ว สิ่งที่ยากสำหรับองค์กรคือจะทำอย่างไรให้ภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานั้นมีความคงทนและได้รับการยอมรับตลอดไป พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ภาพลักษณ์ที่มีนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

1. ต้องเข้าใจที่มาของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นนั้นทางหนึ่งที่เราไม่สามารถควบคุมได้ คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ส่วนอีกทางหนึ่งนั้นคือภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่ง โดยมีการกำหนดไว้ล่วงหน้าว่า หน่วยงานจะมีภาพลักษณ์เป็นเช่นไร ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการกำหนดไว้ล่วงหน้า จะช่วยให้หน่วยงานจัดกิจกรรมได้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์

2. ภาพลักษณ์ที่ถูกกำหนดมักเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก แต่โดยข้อเท็จจริง ภาพลักษณ์ในเชิงลบหรือภาพลักษณ์ที่ไม่พึงปรารถนาอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงต้องทำหน้าที่ในการตอกย้ำให้ภาพลักษณ์ที่กำหนดไว้มีความชัดเจน รวมทั้งการสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นในประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หรือเมื่อเกิดภาพลักษณ์เชิงลบต้องทำการแก้ไขโดยด่วน

3. การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างและแก้ไขภาพลักษณ์นั้นต้องอาศัยหลักปฏิบัติพื้นฐานดังนี้

3.1 มีการติดตามตรวจสอบความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

3.2 มีการตรวจสอบและประเมินข่าวสารที่ปรากฏออกสู่สายตาประชาชนอย่างใกล้ชิด

3.3 ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมหรือพฤติกรรมใดๆ ขององค์กร จะต้องได้รับการชี้แจงให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง เพราะความรู้เหล่านี้จะเป็นพื้นฐานของความรู้สึกและการสร้างความประทับใจต่อไป

3.4 ภาพลักษณ์นั้นเมื่อเกิดแล้วไม่ใช่ว่าจะคงทนถาวรได้เอง แต่ต้องมีการตอกย้ำและทำงานอย่างต่อเนื่อง

3.5 การทำงานจะต้องมีการวางแผน กำหนดว่าควรทำอะไรบ้าง เวลาใด โอกาสใดอย่างเหมาะสม

ซึ่งในการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2” นั้น ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์มาเป็นกรอบในการศึกษา เพราะสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 หรือ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 ในฐานะองค์กรจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) เป็นหน่วยงานที่ต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีด้วยเช่นเดียวกัน เพื่อให้บริหารงานมีประสิทธิภาพได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดความไม่แน่ใจ หรือต้องการใช้ข่าวสารเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ โดยบุคคลมักเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดและความสนใจเดิมที่ตนเองมีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกร่วม โดยผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ทั้งด้านความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงลักษณะความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อแตกต่างกัน

นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ชาร์ลส์ เค. อัทกิน (Charles k. Atkin, 1973) ได้กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น จะมีกระบวนการในการเลือกรับสาร ซึ่งโจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1969) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์ว่าผู้ส่งสารต้องเข้าใจกระบวนการเลือกสารของมนุษย์ ในการเลือกรับข่าวสาร ความรู้สึกร่วมและความต้องการในการสื่อสาร โดยกระบวนการในการเลือกรับสารดังกล่าวประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ

1. การเลือกเปิดรับ หรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือใช้สื่อของบุคคล เช่น บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าการดูรายการวิทยุโทรทัศน์หรือฟังวิทยุกระจายเสียง

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกร่วมของบุคคลทำให้เกิดความรู้สึกร่วมไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) หลังจากเลือกเปิดรับสื่อหรือเลือกตีความเหมาะสมและความต้องการของตนเองแล้ว ในขั้นต่อไปคือการเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ

และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ว่าสารได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อนำไปใช้ในอนาคต

สำหรับปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2533) มีความเห็นว่า เกิดจากปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็น

ความรู้สึกที่ว่า เราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สถานะ (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อ และข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่งส่วน

9. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่า คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

10. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

11. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทักษะ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2530) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก เนื่องจากธรรมชาติของคนเรานั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายากมากมักจะไม่ได้รับการเลือก
2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทักษะของตน
3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้จากหลายแหล่ง ซึ่งแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก

4. เลือกล้อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ตามความเคยชิน

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้ง 4 ข้อ เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่คุณลักษณะของสื่อก็มีผลต่อการเลือกล้อของผู้รับสารด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะ สตะเวทิน, 2532 อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ เช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยการรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ นั้น บุคคลจะเลือกเปิดรับเฉพาะเรื่องที่ทำให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไป ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสาร และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

3.1 ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ (Perception) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คือ “Percipere” ซึ่งถือเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาพื้นฐานของบุคคลที่สำคัญ เพราะถ้าปราศจากการรับรู้แล้วจะไม่สามารถมีความจำ หรือการเรียนรู้ได้ (บุปผา พวงมาลี, 2542) นอกจากนี้ความหมายของการรับรู้ยังมีนักวิชาการได้ทำการศึกษาและให้ความหมายของการรับรู้ไว้ในมุมมองต่างๆ ดังนี้

شريฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 2000) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของการสัมผัส เลือกรองร จักระบบ และตีความต่อสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ทำให้เกิดเป็นภาพที่มีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกันกับการสัมผัสกับสิ่งเร้าด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมอง การได้ยิน การลิ้มรส การได้กลิ่น และการสัมผัส จะทำให้เกิดความรู้สึกละผ่านการตีความออกมาเป็นการรับรู้

สิทธิโชค วรานุสันติกูล (2546) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส กระบวนการนี้เริ่มต้นจากการใช้วิญญะสัมผัสจากสิ่งเร้าและจักระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมอง จากนั้นจะแปลสิ่งเร้าที่รับสัมผัสว่าสิ่งเร้าคืออะไร ขึ้นแปลความหมายนี้เป็นขั้นที่มีการใช้ประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานของการแปลความหมาย

ชัยพร วิชชาวุช (2525) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการตีความสิ่งที่เห็นสิ่งที่ได้ยิน และสิ่งที่รู้สึกด้วยประสาทสัมผัสอื่นๆ เพื่อให้รู้ว่าคืออะไร สิ่งที่ได้รับมีทั้งที่เป็นวัตถุ มนุษย์ด้วยกันและความเป็นไปภายในจิตใจของเราเอง

ลักขณา สิริวัฒน์ (2549) ให้ความหมายการรับรู้ หมายถึง การเกิดสัมผัสอย่างมีความหมายและเป็นประสาทสัมผัสเกิดการสัมผัสขึ้น และตีความแห่งการสัมผัสได้รับออกมาเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย อันเป็นสิ่งที่รู้จักและเข้าใจกัน และในการแปลความหมายของการ

สัมผัสนั้นจำเป็นที่อินทรีย์จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม ดังนั้นหากคนเราไม่มีความรู้เดิมหรือสัมผัสเรื่องนั้นๆ ไปก็จะไม่มีการรับรู้ในสิ่งนั้นๆ แต่จะเกิดเฉพาะการสัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น

ปรมะ สตะเวทิน (2530) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการตีความหมาย สิ่งที่เราพบเห็นสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เราจะมี ความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับ การที่เรารับรู้หรือตีความหมายสิ่งนั้นอย่างไรในการรับรู้ และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้นเรากระทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลต่อการรับรู้และความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่รับเข้ามา ผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจำ ความรู้ ผสมผสานกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ

3.2 กระบวนการรับรู้

การรับรู้เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ซึ่งไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ โดยขั้นตอนสำคัญๆ นั้นจะประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ (จุฑามาศ สิทธิขวา, 2542)

ขั้นตอนที่ 1 การเลือก (Selection) การเลือกจะเกี่ยวข้องกับทั้งการเลือกโดยจงใจและไม่จงใจ กล่าวคือ การตัดสินใจบางครั้งจะกระทำการเลือกกว่าเราจะรับสิ่งกระตุ้นใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปัจจัยทางด้านกายภาพ (Characteristic) ปัจจัยทางด้านที่ตั้ง (Physical Location) ความสนใจ (Interest) ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Past Experience)

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวม ในด้านการรับรู้สิ่งต่างๆ เรามักมีแนวโน้มที่จะรวบรวมตัวกระตุ้นต่างๆ เข้าเป็นรูปแบบต่าง ๆ หลักในการรวบรวมตัวกระตุ้นมีหลายประการ เช่น รวบรวมโดยพิจารณาจากการอยู่ใกล้เคียง (Proximity) รวบรวมโดยพิจารณาจากความคล้ายคลึงกัน (Resemblance) รวบรวมโดยพิจารณาจากการกระทำไปทางเดียวกัน (Common Fate) รวบรวมโดยพิจารณาถึงการต่อเติมส่วนที่ขาดไป

ขั้นตอนที่ 3 การตีความ (Interpretation) เป็นการแปลความหมาย ประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับในการแปลความหมายนี้อาจทำได้หลายลักษณะ เช่น แปลความหมาย

ตามสถานการณ์ (Context) แปลความหมายโดยพิจารณาถึงเจตนาของบุคคล (Intent) แปลความหมาย โดยยึดเอาบุคลิกลักษณะของตนเองเป็นหลัก (Projection)

กระบวนการเกิดการรับรู้ตามข้อมูลของสุจิตราภรณ์ คงชุ่ม (2546) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการรับรู้ของผู้บริโภคประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นรับสัมผัสสิ่งเร้า (Exposure) สิ่งเร้าต่างๆ จะมากระทบระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ซึ่งมีหน้าที่ในการรับรู้ข้อมูลเข้าไปในระยะเพียงเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 1 วินาทีก็จะสูญสลายไปทันที จนกระทั่งเมื่อการรับรู้สิ่งเร้าหรือข้อมูลนั้นได้รับความสนใจเลือกจากผู้รับหรือขึ้นกับองค์ประกอบขั้นการสัมผัสการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

2. ขั้นความใส่ใจ (Attention) แม้ว่าคนเราจะอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้าต่างๆ หลายชนิดมากระทบประสาทสัมผัสตลอดเวลา แต่มีแนวโน้มเลือกเพียง 1 ต่อ 3 ของการรับสัมผัสนั้นๆ จากนั้นข้อมูลจะถูกเก็บบันทึกไว้ในระบบความจำต่อไป ความใส่ใจช่วยคนเราเลือกที่จะรับรู้สิ่งเร้าที่จำเป็นต่อการรับรู้ขณะเป็นการรับรู้ข่าวสารจาการโฆษณาสินค้าต่างๆ การใส่ใจรับรู้สิ่งเร้าที่เด่นชัดและสำคัญอย่างไร อย่างหนึ่ง จะนำไปสู่การแปลความหมายสิ่งที่รับรู้ไปได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

3. ขั้นการแปลความและเข้าใจ (Comprehension) ขั้นตอนการแปลความและข้อมูลข่าวสาร หรือสิ่งเร้าที่ผ่านตามระบบสัมผัสต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลที่ได้มีการเลือกแล้ว ซึ่งการแปลความสิ่งเร้ากับข้อมูลความรู้เดิมของผู้รับสอดคล้องกันมากน้อยแค่ไหน อย่างไรก็ตามปัจจัยภายนอกไม่ใช่สิ่งเดียวของการนำไปสู่การแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นเสมอไป อาจขึ้นกับตัวกำหนดส่วนบุคคลของผู้บริโภคอีกปัจจัยหนึ่งด้วย เช่น แรงจูงใจ ความรู้ ประสบการณ์เดิมและอื่นๆ ของผู้รับข่าวสารขณะนั้นว่าเป็นอย่างไร

4. ขั้นการยอมรับ (Acceptance) เป็นขั้นตอนของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นว่าเป็นอย่างไร ขั้นตอนนี้จะเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับระดับของสิ่งเร้าที่รับรู้มีอิทธิพลต่อความเข้าใจ ความเชื่อ และทัศนคติของบุคคลเพียงใด

5. ขั้นการระลึกใช้ (Retention) เป็นขั้นตอนการถ่ายโอนข้อมูลในระยะความจำยาว ตามแนวคิดการประเมินข้อมูลข่าวสารของมนุษย์ โดยทั่วไปแล้วระบบความจำมี 2 ระบบ ความจำระยะสั้น และความจำระยะยาว ซึ่งความจำระยะยาว ถือว่ามีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับรู้ข่าวสารทางการตลาด นักจิตวิทยาการเรียนรู้หลายๆ ท่านเชื่อว่าความจำในระยะยาวเป็นความจำถาวรจะอยู่กับบุคคลนั้นตลอดชีวิต เมื่อใดต้องการใช้สามารถนำออกมาใช้ในระดับจิตสำนึกได้

3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ แบ่งเป็น 2 ประการ คือ (จุฑามาศ สิทธิขวา, 2542)

1. ลักษณะของสิ่งเร้า โดยสิ่งเร้าเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะรับรู้ หรือทำให้การรับรู้คาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ซึ่งลักษณะของสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดการรับรู้ได้นั้น ต้องเป็นสิ่งเร้าที่น่าสนใจ มีขนาดใหญ่ มีการเคลื่อนไหว มีการเร้าซ้ำบ่อยๆ และมีความแตกต่างจากสิ่งเร้าอื่นๆ จะกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ได้ดีและรวดเร็ว

2. ลักษณะของผู้รับรู้ ซึ่งมีปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.1 ด้านกายภาพ ได้แก่ สมรรถภาพของอวัยวะสัมผัส เช่น หู ตา จมูก ลิ้น ผิว ภายต้องสมบูรณ์ หากลักษณะของผู้รับรู้ผิดปกติจะทำให้การรับรู้ต่อสิ่งเร้าที่สัมผัสผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง นอกจากนั้นก็เป็นเรื่องเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาจะมีผลต่อการรับรู้ด้วย

2.2 ด้านจิตวิทยา เป็นสิ่งที่ผู้รับเลือกสัมผัสเฉพาะที่ต้องการและแปลความหมายให้กับตัวเอง โดยมีอิทธิพลจากความรู้เดิม หรือประสบการณ์ในอดีต ความจำ ความต้องการ อารมณ์ เจตคติ ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี ความตั้งใจ ความคาดหวัง เป็นต้น

3.4 ความสำคัญของการรับรู้

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการรับรู้ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. การรับรู้มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ โดยที่การรับรู้ทำให้เกิดการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้จะเกิดการเรียนรู้ไม่ได้ ในทำนองเดียวกันการเรียนรู้มีผลต่อการรับรู้ครั้งใหม่ เนื่องจากความรู้ประสบการณ์เดิมจะแปลความหมายให้ทราบว่าเป็นอะไร

2. การรับรู้มีความสำคัญต่อเจตคติ อารมณ์ และแนวโน้มพฤติกรรม เมื่อรับรู้แล้วย่อมเกิดความรู้สึกและมีอารมณ์ พัฒนาเป็นเจตคติ แล้วเกิดพฤติกรรมตามมาในที่สุด

4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

4.1 ประวัติความเป็นมาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จัดตั้งขึ้นตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง ปรับปรุงแก้ไขการกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาและกำหนดเขตพื้นที่การศึกษาเพิ่มเติม พ.ศ.2551 เพื่อให้มีความสอดคล้องกับแนวทางการบริหารและการจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมคุณภาพการศึกษาสามารถยกระดับคุณภาพผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ของผู้เรียนให้ได้ตามมาตรฐานการศึกษา โดยสนับสนุนส่งเสริมบทบาทสถานศึกษาในการเป็นนิติบุคคล ปฏิบัติภารกิจในการบริหารจัดการงานวิชาการ งานบุคลากร งานงบประมาณและงานบริหารทั่วไป เพื่อให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

4.2 โครงสร้างการบริหาร

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 มีภารกิจหน้าที่จัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาของเขตพื้นที่การศึกษา ให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา แผนการศึกษา แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน และความต้องการของท้องถิ่น วิเคราะห์การจัดตั้งงบประมาณเงินอุดหนุนทั่วไปของสถานศึกษาและหน่วยงานในเขตพื้นที่การศึกษา และแจ้งการจัดสรรงบประมาณที่ได้รับให้หน่วยงานข้างต้นรับทราบ รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ ติดตามการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานดังกล่าว

นอกจากนี้ยังมีภารกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาหลักสูตร ร่วมกับสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา กำกับ ดูแล ติดตาม และประเมินผลสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและในเขตพื้นที่การศึกษา ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ ด้านการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา ประสานการระดมทรัพยากรด้านต่างๆ รวมทั้งทรัพยากรบุคคล เพื่อส่งเสริม สนับสนุนการจัดและพัฒนาการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา จัดระบบการประกันคุณภาพการศึกษา และประเมินผลสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา

ประสาน ส่งเสริม สนับสนุน การจัดการศึกษาของสถานศึกษาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันอื่นที่จัดการศึกษารูปแบบที่หลากหลายในเขตพื้นที่ศึกษาดำเนินการและประสาน ส่งเสริม สนับสนุน การวิจัยและพัฒนาการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา ประสานส่งเสริม การดำเนินการของคณะกรรมการ และคณะทำงานด้านการศึกษา ประสานการปฏิบัติราชการทั่วไประหว่างองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะสำนักงานผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการในเขตพื้นที่การศึกษาปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการภายในเขตพื้นที่การศึกษาที่มีได้ระบุให้เป็นหน้าที่ของหน่วยงานใด โดยเฉพาะหรือปฏิบัติงานอื่นที่ได้มอบหมาย

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทำหน้าที่บริหารและจัดการศึกษา (Manage) ในเขตพื้นที่การศึกษาตามอำนาจหน้าที่ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติ มีการแบ่งส่วนราชการภายในตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา พ.ศ. 2553 โดยแบ่งส่วนราชการ

ภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ออกเป็น 7 กลุ่ม 1 หน่วยตรวจสอบภายใน และ 1 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ตามงานที่ปฏิบัติในลักษณะกำกับ ดูแล ประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนการจัดการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่กล่าวแล้วข้างต้น รวมทั้งส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการและสถานศึกษา มีกลุ่มภารกิจต่างๆ ดังนี้ กลุ่มอำนวยการ กลุ่มบริหารงานบุคคล กลุ่มนโยบายและแผน กลุ่มส่งเสริมการจัดการศึกษา กลุ่มนิเทศติดตามและประเมินผลการจัดการศึกษากลุ่มบริหารงานการเงินและสินทรัพย์ กลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน หน่วยตรวจสอบภายใน และศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

4.3 วิสัยทัศน์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการศึกษา เตรียมสู่อาชีพ รักรักความเป็นไทย ใส่ใจสังคม เน้นการมีส่วนร่วม

4.4 พันธกิจสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

4.4.1 ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ

4.4.2 พัฒนาการจัดการศึกษามุ่งสู่อาชีพดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ

พอเพียง

4.4.3 พัฒนาผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม ลักษณะที่พึงประสงค์

4.4.4 พัฒนาผู้เรียนให้สำนึกรักความเป็นไทย

4.4.5 มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

4.5 เป้าประสงค์

4.5.1 ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับการศึกษาครบตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

4.5.2 ผู้เรียนทุกคนมีคุณธรรม จริยธรรม จิตสาธารณะ

4.5.3 ผู้เรียนทุกคนมีลักษณะที่พึงประสงค์ตามมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน

4.5.4 ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสู่อาชีพและดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ

พอเพียง

4.5.5 ผู้เรียนทุกคนมีจิตสำนึกรักความเป็นไทย ยึดมั่นในสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

4.5.6 ครูและบุคลากรทางการศึกษาปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มตามศักยภาพ

4.5.7 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาทุกแห่งมีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนการศึกษาขั้นพื้นฐาน

4.5.8 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาทุกแห่งร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการจัดการศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจัดกลุ่มงานวิจัยตามความเกี่ยวข้อง ดังนี้

5.1 การเปิดรับข่าวสาร

กรกนก วิโรจศรีสกุล (2546) ศึกษา “ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเด่นในด้านการเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เก่ง มีความพร้อมด้านการเรียนการสอนเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศ เป็นสถาบันที่ประชาชนยอมรับในฐานะเป็นผู้นำทางการศึกษา ภาพลักษณ์อีกด้านหนึ่งของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยคือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีแต่คนร่ำรวย มีสังคมที่เลิศหรู ในด้านการบำเพ็ญประโยชน์และรับใช้สังคมมีน้อย การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในภาพรวมมีการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย สื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ สื่อบุคคลและโทรทัศน์ ทางด้านทัศนคติของประชาชนต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยภาพรวมแล้วเป็นกลาง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก

รวีวรรณ เลียดทอง (2550) ศึกษา “ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ นิตยสาร/วารสาร และสื่ออื่นๆ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สศช. จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ นิตยสาร/วารสาร และสื่ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จากเว็บไซต์ของ สศช. มากที่สุด รองลงมาคือวารสารเศรษฐกิจและสังคม แผ่นพับ งานประชุมประจำปี การประชุมสัมมนาอื่นๆ การบรรยายของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ สศช. ข่าวแจกสื่อมวลชน จดหมายข่าว สื่ออื่นๆ และวิดีโอทัศน์ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ สศช. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ

ข่าวสารเหตุการณ์ และกิจกรรมต่างๆ ผลการดำเนินงานพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ และรูปแบบการให้บริการต่างๆ ของ สศช. กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์โดยรวม ต่อสำนักงานในระดับเห็นด้วยปานกลาง ตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของ สศช. ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สศช. ของชาวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของ สศช.

วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีการติดต่อสื่อสาร และการ ให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารใน ระดับต่ำ มีภาพลักษณ์โดยรวมในระดับเป็นกลาง มีความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการ ติดต่อสื่อสารในระดับสูง และมีความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการในระดับปาน กลาง

5.2 การรับรู้

จิริรัตน์ รณรงค์นุรักษ์ (2549) ศึกษา “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะ ของประชาชนกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง โดยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชน กรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ ในระดับน้อย การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อ เฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การรับรู้ เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาชีพมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในด้านนโยบาย การกิจ บทบาทและหน้าที่ ด้าน การบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ และสื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์ได้มากที่สุดคือสื่อมวลชน

5.3 ลักษณะประชากรกับภาพลักษณ์

กมลทิพย์ วาสนสมพงษ์ (2551) ศึกษา “ภาพลักษณ์สำนักงานส่งเสริมการศึกษา นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรของประชาชนกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 21-25 ปี ร้อยละ 19.8 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 57.5 มีการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี ร้อยละ 40.5 ครึ่งหนึ่งมีอาชีพพนักงานนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท การเปิดรับข่าวสาร กศน. จากสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 99.2 ได้รับทราบจากสื่อบุคคล ร้อยละ 98.5 และได้รับทราบจากสื่อมวลชน ร้อยละ 97.2 โดยความคิดเห็นของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานครต่อภาพลักษณ์สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น ด้านชื่อเสียงของสำนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านชื่อเสียงของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก สำหรับด้านชื่อเสียงของอาจารย์ด้านการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนมีความเห็นในระดับปานกลาง การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในสาขาประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรของประชาชน ได้แก่ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศและสถานภาพการสมรสต่างก็มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับทราบข่าวสาร กศน. จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานฯ ไม่แตกต่างกัน

ชลรัตน์ ชลมารค (2546) ศึกษา “ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง” ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน เรื่องสนามกีฬาและบริเวณโรงเรียน และด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับกลาง ผู้ปกครองโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

ฉิรชา สมหมาย (2548) ศึกษา “ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันของโรงพยาบาลเป็นเชิงบวก โดยได้คะแนนด้านขีดความสามารถในการรักษาพยาบาลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์

ของเจ้าหน้าที่ ผู้มารับบริการเพศหญิงต้องการทราบข่าวสารมากกว่าเพศชาย โดยต้องการรับทราบผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อเคเบิลทีวี ส่วนการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของโรงพยาบาลในด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ สภาพแวดล้อมภายในโรงพยาบาล

นันทนันท์ เอี่ยมมาลัย (2552) ศึกษา “ภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ในมุมมองของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท โดยเลือกใช้บริการสาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการจันทร์ – ศุกร์) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการด้านฝาก/ถอน/โอนเงิน เลือกใช้บริการผ่านตู้ ATM มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าไม่เกิน 5 ปี และมีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์/โลโก้ ด้านองค์กรโดยรวม ด้านบุคลากร/พนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นกว่าเดิม แต่ภาพลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์ยังเท่าเดิม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์/การบริการ และภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน/องค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านรูปแบบสาขาและความถี่ของการใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์/บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ปณิตา พุทธนวรรณ์ (2550) ศึกษา “ภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันแห่งชาติ ในทรรศนะของประชาชนผู้ให้บริการ” ผลการศึกษารูปได้ว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในทรรศนะผู้บริหาร ได้แก่ นโยบายการบริหาร งานมีความชัดเจนมีความโปร่งใสและมีระบบประเมินผลผู้บริหารได้รับการยอมรับจากสังคม บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีจิตสำนึกทุ่มเทให้แก่องค์กรให้การสนับสนุนชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงาน ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในทรรศนะของเจ้าหน้าที่ ได้แก่ เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายในการพัฒนาระบบประกันสุขภาพ การบริหารมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้มีอิสระไม่ถูกแทรกแซง นโยบายมีความชัดเจน มีการติดตามผลการใช้งบประมาณ มีระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีความสำนึกในหน้าที่ และให้ออกาสประชาชนในการมีส่วนร่วมในการแสดง

ความคิดเห็น ประชาชนมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติอยู่ในระดับดี ในประเด็นของการบริหารจัดการและบุคลากรเป็นที่ยอมรับ เป็นที่พึงของประชาชนยามเจ็บป่วย ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และได้รับข่าวสารเป็นประจำทางโทรทัศน์

รัตนา ปัญญาดี (2541) ศึกษา “ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน” ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์รวมของสำนักงานอัยการสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกภาพลักษณ์แต่ละด้าน พบว่าภาพลักษณ์ด้านบทบาทและการปฏิบัติงานอยู่ในระดับไม่ดี ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรและบริการ และภาพลักษณ์ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารอยู่ในระดับดี ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยสื่อมวลชนตั้งข้อสังเกตว่า สำนักงานอัยการสูงสุดขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกและควรทำงานเพื่อประชาชนอย่างจริงจัง

สุภารัตน์ ม่วงศิริ (2547) “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของโรงเรียนอนุบาลสังกัดสำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และผู้ปกครอง” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริง และที่พึงประสงค์ทั้ง 7 ด้านของโรงเรียนอนุบาล ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปกครอง พบว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงอยู่ในระดับที่เป็นจริงมากทุกด้าน ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับที่พึงประสงค์มาก ยกเว้นด้านสัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน และด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกห้องเรียนอยู่ในระดับที่พึงประสงค์มากที่สุด เมื่อศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปกครองพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนอนุบาลทุกด้านมีความแตกต่างกัน

สมัยศึก ถนัดสอน (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541” ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟู การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของธนาคารเอเซีย และธนาคารไทยทูนู ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ ในสายตาของลูกค้าแต่ละธนาคารไม่มีความแตกต่างกัน

อนิรุช เอี่ยมกิจการ (2539) ศึกษา “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพอสรุปได้ว่า 1. ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร ได้ให้ความเชื่อถือในข่าวสารที่เกี่ยวกับ กฟผ. ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชน 2. ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติว่า การดำเนินงานของ กฟผ. มีประสิทธิภาพสูง

3. ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติว่า กิจการ กฟผ. ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่กลับมีทัศนคติที่ดี ต่อ กฟผ. ในประเด็นสิ่งแวดล้อมนี้ 4. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครมีทัศนคติว่า กิจการ กฟผ. ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคม แต่กลับมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. ในประเด็นผลกระทบต่อสังคม 5. ผู้ที่มีการเปิดรับข่าวสาร กฟผ. สูง มีทัศนคติต่อ กฟผ. สูงกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสาร กฟผ. ต่ำ 6. ผู้ที่มีการเปิดรับข่าวสาร กฟผ. สูง มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. 7. ผู้ที่มีการเปิดรับข่าวสาร กฟผ. ต่ำ มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. จากผลการวิจัยตั้งแต่ข้อที่ 5-7 ทำการสรุปได้ว่า ทั้งที่เปิดรับข่าวสาร กฟผ. สูง และต่ำ ต่างก็มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. แต่ผู้ที่เปิดรับข่าวสาร กฟผ. สูงมีทัศนคติต่อ กฟผ. ที่ดีกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสาร กฟผ. ต่ำ 8. ผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีทัศนคติต่อ กฟผ. ไม่แตกต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ ปวส. ลงมา 9. ผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. 10. ผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ ปวส. ลงมา มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. จากผลการวิจัยตั้งแต่ข้อที่ 8-10 จึงสรุปได้ว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีทัศนคติต่อ กฟผ. ไม่แตกต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ โดยทั้งนี้ทั้งผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำต่างก็มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. ด้วยกันทั้งคู่ 11. ผู้ที่มีทัศนคติต่อการดำเนินงาน กฟผ. สูง ก็มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ กฟผ. สูงด้วยเช่นกัน ซึ่งจากผลการวิจัยในข้อที่ 2 พบว่า ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร ได้เห็นว่า การดำเนินงานของ กฟผ. มีประสิทธิภาพสูง ดังนั้นจึงสามารถทำการสรุปได้ว่า ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจสูงต่อการดำเนินงานของ กฟผ. 12. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กฟผ. โดยภาพรวม

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ และการรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนขององค์กรทุกประเภท ด้วยเหตุนี้ การศึกษา “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2” จึงจำเป็นที่ผู้ศึกษาต้องหาข้อสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดต่างๆ ข้างต้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ให้เป็นที่น่าเชื่อถือ และได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยผู้ศึกษานำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1.1 บุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 58 คน โดยเก็บจากประชากรทั้งหมด

1.1.2 ข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 113 โรงเรียน ได้แก่ ผู้อำนวยการ โรงเรียน และข้าราชการครู จำนวน 1,002 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้คือข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยมีวิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่างตามรายละเอียดดังนี้

- ข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 113 โรงเรียน คือ ผู้อำนวยการ โรงเรียน และข้าราชการครู ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างจากประชากรที่แบ่งเป็นกลุ่มๆ คือ โรงเรียนจำนวน 113 โรงเรียน และเลือกตัวอย่างจำนวนตามสัดส่วนคือโรงเรียนละ 2 คน ประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการ โรงเรียน 1 คน และข้าราชการครู 1 คน จำนวนรวม 226 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด และปลายเปิด ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ผ่านสื่อต่างๆ

ตอนที่ 3 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในการดำเนินงานในด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ของสำนักงานฯ การบริหารจัดการ และการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร

ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไปทดสอบหาความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

1. การหาความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผศ.ดร. อัจฉรวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา อาจารย์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2) รศ.อมรพรรณ ชุ่ม โสภชัชกุล อาจารย์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 3) นางสาวมณีรัตนา โนนห้าวรอศึกษานิเทศก์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

2. การหาความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับลูกจ้างชั่วคราวในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 และครูอัตราจ้างที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหาความเชื่อมั่น ซึ่งได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามดังนี้

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.92 การรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

ปราจีนบุรี เขต 2 ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.80 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.88 แสดงว่าแบบสอบถามนี้นำมาใช้วัดการเปิดรับสื่อ การรับรู้ และความคิดเห็นได้ เพราะมีค่าความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ดี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 284 ชุด ประกอบด้วยบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 58 ชุด และข้าราชการครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนในสังกัดจำนวน 113 โรงเรียน โดยเก็บข้อมูลจากผู้อำนวยการโรงเรียน 1 ชุด และครู 1 ชุดต่อโรงเรียน

โดยใช้สถานที่ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 และโรงเรียนในสังกัด โดยนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับกลับคืน

4. เกณฑ์การวัดและการแปลผล

เกณฑ์การวัดและการแปลผลโดยการให้คะแนนคำตอบและการแปลความหมายเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 แบ่งตามระดับการให้คะแนน ดังนี้

4.1 เกณฑ์การวัดและการแปลผลการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

วัดจากความบ่อยครั้งของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อประเภทต่างๆ ประกอบด้วยสื่อมวลชน คือ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ จากสื่อบุคคล คือ บุคลากรของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 ผู้อำนวยการ โรงเรียน ครู และจากสื่อเฉพาะกิจ คือ เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เว็บไซต์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 สื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) จดหมายข่าวสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 บอร์ด

ประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ ป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ และการประชุมสัมมนา โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร	ค่าคะแนน
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	5
7-8 ครั้งต่อเดือน	4
5-6 ครั้งต่อเดือน	3
3-4 ครั้งต่อเดือน	2
1-2 ครั้งต่อเดือน	1
ไม่เคยเลย	0

จากนั้นผู้ศึกษานำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ออกเป็น 5 ระดับ คือ

เปิดรับข่าวสารระดับมากที่สุด หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 4.20 - 5.00
เปิดรับข่าวสารระดับมาก หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 3.40 - 4.19
เปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 2.60 - 3.39
เปิดรับข่าวสารระดับน้อย หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 1.80 - 2.59
เปิดรับข่าวสารระดับน้อยที่สุด หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 1.00 - 1.79

4.2 เกณฑ์การวัดและการแปลผลการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

วัดจากการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 3 ข้อ ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 3 ข้อ และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร จำนวน 3 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

กรณีตอบ ใช่	ให้ 1 คะแนน
กรณีตอบ ไม่ใช่/ไม่แน่ใจ/ไม่ตอบ	ให้ 0 คะแนน

ส่วนข้อคำถามเชิงลบ

ด้านการบริหารจัดการ ข้อ 1 และ ข้อ 2 ตอบ ใช่	ให้ 0 คะแนน
ตอบ ไม่ใช่	ให้ 1 คะแนน

จากนั้นผู้ศึกษานำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและแบ่งระดับของการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

การรับรู้มาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.81 – 1.00
การรับรู้ปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.56 – 0.80
การรับรู้น้อย	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.00 – 0.55

4.3 เกณฑ์การวัดและการแปลผลภาพลักษณ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

วัดจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่อสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ทั้งภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ภาพลักษณ์	ค่าคะแนน
ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมากที่สุด/ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด	5
ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก/ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก	4
ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงปานกลาง/ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ปานกลาง	3
ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงน้อย/ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์น้อย	2
ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงน้อยที่สุด/ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์น้อยที่สุด	1

จากนั้นผู้ศึกษานำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และแบ่งระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ดีมาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 4.20 - 5.00
ภาพลักษณ์ดี	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 3.40 - 4.19
ภาพลักษณ์ปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 2.60 - 3.39
ภาพลักษณ์พอใช้	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 1.80 - 2.59
ภาพลักษณ์ควรปรับปรุง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 1.00 - 1.79

ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

ภาพลักษณ์ระดับมากที่สุด	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 4.20-5.00
ภาพลักษณ์ระดับมาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 3.40-4.19
ภาพลักษณ์ระดับปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 2.60-3.39
ภาพลักษณ์ระดับน้อย	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 1.80-2.59
ภาพลักษณ์ระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารระหว่าง 1.00-1.79

4.4 เกณฑ์การวัดบุคลิกลักษณะของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราจีนบุรี เขต 2

มีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ถ้าตัวเลือกใดถูกเลือกเป็น	อันดับ 1	ให้ 3 คะแนน
	อันดับ 2	ให้ 2 คะแนน
	อันดับ 3	ให้ 1 คะแนน
ตัวเลือกอันดับอื่นๆ หรือไม่ถูกเลือก		ให้ 0 คะแนน

4.5 เกณฑ์การวัดและการแปลผลค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

การแปลความหมายค่าความสัมพันธ์ การทดสอบไคสแควร์

ค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.67 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.33 - 0.66 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าความสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.33 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม เมื่อผ่านการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้วจะทำการลงรหัสข้อมูลแล้วนำผลไปประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้ ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลมีสถิติที่ใช้ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

ใช้การทดสอบค่าที (T-test) และค่าสถิติไคสแควร์ในการทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2” ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 226 คน และบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 58 คน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตอนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	137	48.24
	หญิง	147	51.76
	รวม	284	100.00
อายุ	18-25 ปี	2	0.70
	26-35 ปี	59	20.77
	36-45 ปี	67	23.56
	46-55 ปี	84	29.58
	56 ปีขึ้นไป	72	25.35
	รวม	284	100.00
การศึกษา	ปวส/อนุปริญญา	4	1.41
	ปริญญาตรี	117	41.20
	ปริญญาโท/สูงกว่า	162	57.39
	รวม	284	100.00
ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการโรงเรียน	113	39.80
	ข้าราชการครู	113	39.80
	บุคลากรทางการศึกษา	58	20.24
	รวม	284	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ (%)
รายได้		
5,000-10,000 บาท	3	1.06
10,001-15,000 บาท	13	4.58
15,000-20,000 บาท	55	19.36
20,000-25,000 บาท	13	4.58
25,001-30,000 บาท	27	9.51
30,000 บาทขึ้นไป	173	60.91
รวม	284	100.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะทางประชากรดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.76 และเพศชาย ร้อยละ 48.24

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี ร้อยละ 29.58 รองลงมาคืออายุระหว่าง 56 ปีขึ้นไป ร้อยละ 25.35 อายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 23.56 อายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 20.77 และอายุระหว่าง 18-25 ปี ร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทและสูงกว่ามากที่สุด ร้อยละ 57.39 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.20 และระดับปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 1.41 ตามลำดับ

ตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนและข้าราชการครูเท่ากัน ร้อยละ 39.80 รองลงมาเป็นบุคลากรทางการศึกษา ร้อยละ 20.24 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 60.91 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,000-20,000 บาท ร้อยละ 19.36 รายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท ร้อยละ 9.51 รายได้ระหว่าง 20,000-25,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 4.58 และรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 1.06 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

2.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

2.1.1 การเปิดรับข่าวทั่วไปจากสื่อ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ประเภทของสื่อ	ระดับการเปิดรับ (ต่อเดือน)						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	ไม่เคยเลย	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	7-8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
โทรทัศน์	12 (4.23)	1 (0.35)	5 (1.76)	13 (4.58)	20 (7.04)	223 (78.5)	4.75	0.67	มากที่สุด
วิทยุกระจายเสียง	66 (23.24)	53 (18.66)	22 (7.75)	48 (16.90)	31 (10.92)	47 (16.55)	2.34	1.81	น้อย
อินเทอร์เน็ต	3 (1.06)	11 (3.87)	15 (5.28)	26 (9.15)	35 (12.32)	192 (67.61)	4.34	1.15	มากที่สุด
หนังสือพิมพ์	6 (2.11)	13 (4.58)	19 (6.69)	49 (17.25)	49 (17.25)	137 (48.24)	4.05	1.21	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.87	1.21	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 1.21) โดยเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ตโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และ 4.34 ตามลำดับ เปิดรับในระดับมากจากสื่อหนังสือพิมพ์โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และเปิดรับในระดับน้อยจากสื่อวิทยุกระจายเสียงโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34

2.1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

ปราจีนบุรี เขต 2

1) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อบุคคล

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อบุคคลภายในรอบ 1 เดือน

ประเภทของสื่อ	ระดับการเปิดรับ (ต่อเดือน)						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	ไม่เคยเลย	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	7-8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
บุคลากร สพป. ปราจีนบุรี เขต 2	6 (2.11)	14 (4.93)	14 (4.93)	50 (17.61)	55 (19.37)	137 (48.24)	3.96	1.28	มาก
ผู้อำนวยการโรงเรียน	10 (3.52)	8 (2.82)	28 (9.86)	37 (13.03)	64 (22.54)	120 (42.25)	3.88	1.37	มาก
ข้าราชการครู	17 (5.99)	21 (7.39)	49 (17.25)	51 (17.96)	61 (21.48)	71 (25.00)	3.25	1.50	ปานกลาง
ธุรการโรงเรียน	4 (1.41)	5 (1.76)	2 (0.70)	10 (3.52)	8 (2.82)	4 (1.41)	3.30	1.71	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.59	1.46	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อบุคคลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$ S.D. = 1.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เปิดรับในระดับมากจากบุคลากร สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 และผู้อำนวยการโรงเรียน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.88 ตามลำดับ และเปิดรับในระดับปานกลางจากธุรการโรงเรียน และข้าราชการครู โดยมีค่าเฉลี่ย 3.30 และ 3.25 ตามลำดับ

2) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร
เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจที่มี
วาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายวัน

ประเภทของสื่อ	ระดับการเปิดรับ (ต่อเดือน)						ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ การ เปิดรับ ข่าวสาร
	ไม่เคย	1-2	3-4	5-6	7-8	มากกว่า			
	เลย	ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	18 ครั้ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
เว็บไซต์ สพฐ. (ส่วนกลาง)	13 (4.58)	19 (6.69)	29 (10.21)	51 (17.96)	65 (22.89)	95 (33.45)	3.72	1.26	มาก
เว็บไซต์ สพป. ปราจีนบุรีเขต 2	3 (1.06)	9 (3.17)	6 (2.11)	20 (7.04)	69 (24.30)	174 (61.27)	4.41	0.95	มากที่สุด
เครือข่ายสังคม (Social Network)	52 (18.31)	15 (5.28)	32 (11.27)	26 (9.15)	79 (27.82)	68 (23.94)	3.69	1.23	มาก
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม						3.94	1.14	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจ ที่มีวาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายวัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$ S.D. = 1.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุดจากเว็บไซต์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 (สพป. ปราจีนบุรี เขต 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และเปิดรับสื่อในระดับมากจากเครือข่ายสังคม (Social Network) และเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69 และ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจที่มีวาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน

ประเภท ของสื่อ	ระดับการเปิดรับ (ต่อเดือน)						ค่าเฉลี่ย ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ การ เปิดรับ
	ไม่เคย	1-2	3-4	5-6	7-8	มากกว่า			
	เลย	ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	8 ครั้ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จดหมายข่าว	40	59	27	48	46	50	3.00	1.49	ปาน กลาง
สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2	(14.08)	(20.77)	(9.51)	(16.90)	(16.20)	(17.61)			
บอร์ด	13	62	53	57	56	30	2.76	1.34	ปาน กลาง
ประชาสัมพันธ์	(4.58)	(21.83)	(18.66)	(20.07)	(19.72)	(10.56)			
โปสเตอร์/ป้าย	20	67	56	48	43	33	2.67	1.38	ปาน กลาง
ประชาสัมพันธ์	(7.04)	(23.59)	(19.72)	(16.90)	(15.14)	(11.62)			
การประชุม	10	73	51	45	42	45	2.74	1.46	ปาน กลาง
สัมมนา	(3.52)	(25.70)	(17.96)	(15.85)	(14.79)	(15.85)			
หนังสือราชการ	4	4	2	3	3	6	3.27	1.60	ปาน กลาง
	(1.41)	(1.41)	(0.70)	(1.06)	(1.06)	(2.11)			
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม						2.88	1.45	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจ ที่มีวาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.88$ S.D. = 1.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อในระดับปานกลางทุกด้านเรียงตามลำดับคือ หนังสือราชการ จดหมายข่าว สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์และป้ายประชาสัมพันธ์ และการประชุมสัมมนา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 3.00 2.76 2.74 และ 2.67 ตามลำดับ

3) ประเภทของข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อต่างๆ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อประเภทต่างๆ ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา

ประเภทของข่าวสาร	ระดับการเปิดรับ (ต่อเดือน)				ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับการ เปิดรับ ข่าวสาร
	ไม่ได้ รับ	น้อย	ปาน กลาง	มาก			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ข่าวสารความเคลื่อนไหวของ สำนักงาน เช่น ภาพข่าว กิจกรรม	3 (1.05)	8 (2.82)	118 (54.58)	155 (41.55)	2.52	0.55	น้อย
ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ นโยบายเร่งด่วน เช่น การใช้ ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์	9 (3.17)	19 (6.69)	160 (56.34)	95 (33.45)	2.20	0.68	น้อย
ข่าวสารผลการดำเนินงาน เช่น แผนการปฏิบัติราชการประจำปี 2556	1 (0.35)	54 (19.01)	151 (53.17)	74 (26.06)	2.08	0.68	น้อย
ข่าวสารการจัดกิจกรรมของ สำนักงาน เช่น การจัดกิจกรรม งานวันครู	0 (6.34)	18 (55.99)	159 (35.92)	102 (6.34)	2.30	0.56	น้อย
ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางสื่อออนไลน์	2 (0.70)	9 (3.17)	3 (1.06)	1 (0.35)	1.50	0.55	น้อยที่สุด
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม				2.12	0.60	น้อย

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อต่างๆ ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.12$ S.D. = 0.60) พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เปิดรับข่าวสารในระดับน้อยจากประเภทข่าวสารความเคลื่อนไหวภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 เช่น ภาพข่าวกิจกรรมต่างๆ ข่าวสารการจัดกิจกรรมของสำนักงาน เช่น การจัดกิจกรรมงานวันครู ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นโยบายเร่งด่วน เช่น การใช้ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และข่าวสารผลการดำเนินงาน เช่น แผนการปฏิบัติราชการประจำปี 2556 โดยมี

ค่าเฉลี่ย 2.52 2.30 2.20 2.08 ตามลำดับ และเปิดรับในระดับน้อยที่สุดจากข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.50

ตอนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

การรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2	ใช่		ไม่ใช่/ไม่แน่ใจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่ของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2				
เป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	280	98.60	4	1.40
มีพันธกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนอย่างทั่วถึง	280	98.60	4	1.40
มีหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบายมาตรฐานการศึกษา	267	94.00	17	6.00
ค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวม	275.67	97.07	8.33	2.93
ด้านการบริหารจัดการของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2				
แบ่งส่วนราชการภายในเป็น 8 กลุ่ม	175	61.60	109	38.40
ให้บริการจัดการศึกษากับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษา ถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	200	70.40	84	29.60
มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน	267	94.00	17	6.00
ค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวม	214.00	75.33	70.00	24.67
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2				
มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหลักในเว็บบไซต์ www.prachinburi2.go.th	280	98.60	4	1.40
ให้บริการข่าวสารในรูปแบบภาพข่าวกิจกรรม และจดหมายข่าวรายเดือน	264	93.00	21	7.00
ให้บริการข่าวสารประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง	265	93.30	19	6.70
ค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวม	269.67	94.97	14.67	5.03
ค่าเฉลี่ยร้อยละการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวม	253.11	89.12	31.00	10.88

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 “ถูกต้อง” ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 89.12 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวมเท่ากับ 10.88 โดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 “ถูกต้อง” ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 97.07 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวมเท่ากับ 2.93 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ถูกต้องมากที่สุดเท่ากันในระดับ เป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และประเด็นองค์การมีพันธะกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนอย่างทั่วถึง ร้อยละ 98.60 รองลงมาคือ ประเด็นมีหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา ร้อยละ 94.00

ส่วนการรับรู้ไม่ถูกต้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ไม่ถูกต้องมากที่สุดในประเด็นมีหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา ร้อยละ 6.00 รองลงมาคือ ประเด็นเป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และประเด็นองค์การมีพันธะกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนา การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนอย่างทั่วถึงเท่ากัน ร้อยละ 1.4

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ “ถูกต้อง” ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 75.33 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวมเท่ากับ 24.67 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ถูกต้องมากที่สุดในประเด็นองค์การมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ร้อยละ 94.00 รองลงมาคือ ประเด็นองค์การให้บริการจัดการศึกษากับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 70.4 และประเด็นภายใต้การรับผิดชอบของสพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 แบ่งส่วนราชการภายในเป็น 9 กลุ่ม ร้อยละ 61.6

ส่วนการรับรู้ไม่ถูกต้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ไม่ถูกต้องมากที่สุดในประเด็น องค์การให้บริการจัดการศึกษากับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษา ถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 26.50 รองลงมาคือ ประเด็นภายใต้การรับผิดชอบของสพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 แบ่งส่วนราชการภายในเป็น 8 กลุ่ม ร้อยละ 21.5 และประเด็นองค์การมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ร้อยละ 3.9

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า ในภาพรวม ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ “ถูกต้อง” ร้อยละ โดยรวมเท่ากับ 94.97 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยร้อยละ โดยรวมเท่ากับ 5.03 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ถูกต้องมากที่สุดในประเด็นองค์การมีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหลักในเว็บไซต์ www.prachinburi2.go.th ร้อยละ 98.60 รองลงมาคือประเด็นองค์การได้ให้บริการข่าวสารประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 93.30 และประเด็นองค์การมีบริการข่าวสารในรูปแบบภาพข่าวกิจกรรม และจดหมายข่าวรายเดือน ร้อยละ 93.00

ส่วนการรับรู้ไม่ถูกต้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ไม่ถูกต้องมากที่สุดในประเด็น องค์การมีบริการข่าวสารในรูปแบบภาพข่าวกิจกรรม และจดหมายข่าวรายเดือน ร้อยละ 4.6 รองลงมาคือประเด็นองค์การได้ให้บริการข่าวสารประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 2.8 และประเด็นองค์การมีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหลักในเว็บไซต์ www.prachinburi2.go.th ร้อยละ 0.7

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และภาพลักษณ์ปัจจุบันของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในทัศนะ ของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

4.1.1 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่								
เป็นองค์กรหลักในการ จัดการศึกษาที่มี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (6.30)	86 (30.30)	156 (54.90)	4.53	0.62	มากที่สุด
ดำเนินการตามนโยบาย อย่างชัดเจน ทันต่อการ เปลี่ยนแปลง	0 (0.00)	2 (0.70)	11 (3.90)	87 (30.60)	159 (56.00)	4.56	0.62	มากที่สุด
เป็นส่วนราชการ ที่เชื่อถือได้	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (3.500)	54 (19.00)	196 (69.00)	4.72	0.53	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่						4.60	0.59	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ								
เป็นองค์กรที่จัดให้ โรงเรียนและทุกภาค ส่วนเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมอย่าง ต่อเนื่อง	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (5.60)	76 (26.80)	167 (58.80)	4.58	0.61	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ								
มีการกระจายอำนาจ และบริหารตามหลัก ธรรมาภิบาล	0 (0.00)	2 (0.70)	25 (8.80)	9 (24.30)	63 (57.40)	4.52	0.70	มากที่สุด
มีระบบการบริหารงานที่ รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยี บริหารจัดการอย่างมี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	1 (0.40)	12 (4.20)	4 (29.60)	62 (57.00)	4.57	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริหารจัดการ						4.56	0.64	มากที่สุด

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านบุคลากร								
มีบุคลากรเพียงพอ และมีความสามารถ	0 (0.00)	2 (0.70)	25 (8.80)	67 (23.60)	165 (58.10)	4.53	0.70	มากที่สุด
มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (3.50)	50 (17.60)	199 (70.10)	4.73	0.53	มากที่สุด
เต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (3.50)	42 (14.80)	206 (72.50)	4.76	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านบุคลากร						4.67	0.58	มากที่สุด
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร								
เว็บไซต์ของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มี ข้อมูลที่ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (4.60)	69 (24.30)	177 (62.30)	4.63	0.58	มากที่สุด
ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (3.90)	71 (25.00)	177 (62.30)	4.64	0.56	มากที่สุด
มีช่องทางเผยแพร่ข่าว หลากหลายเอื้อประโยชน์ ในการนำไปประยุกต์ใช้ ในการทำงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (7.40)	69 (24.30)	169 (59.50)	4.57	0.64	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร						4.62	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 2						4.61	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$ S.D. = 0.60) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยรวมในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$ S.D. = 0.59) โดยมีความเห็นต่อ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุด ทุกด้านเรียงตามลำดับคือ เป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ ดำเนินการตามนโยบายอย่างชัดเจนทันต่อการเปลี่ยนแปลง และเป็นองค์กรหลักในการจัดการศึกษา ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.72 4.56 และ 4.53 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$ S.D. = 0.64) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือ เป็นองค์กรที่จัดให้โรงเรียนและทุกภาค ส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีระบบการบริหารงานที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยี บริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการกระจายอำนาจและบริหารตามหลักธรรมาภิบาล โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.58 4.57 4.52 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$ S.D. = 0.58) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ มีมนุษย์ สัมพันธ์ที่ดี และมีบุคลากรเพียงพอและมีความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.76 4.73 4.53 ตามลำดับ

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$ S.D. = 0.60) โดยมิ ความเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงตามลำดับคือข่าวสารมีความ ชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย เว็บไซต์ของสพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และมีช่องทางเผยแพร่ข่าวสารหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.64 4.63 4.57 ตามลำดับ

4.1.2 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์
ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
ข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัด

ภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่								
เป็นองค์กรหลักในการ จัดการศึกษาที่มี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (7.10)	75 (33.20)	118 (52.20)	4.49	0.64	มากที่สุด
ดำเนินการตามนโยบาย อย่างชัดเจน	0 (0.00)	2 (0.90)	9 (4.00)	75 (33.20)	123 (54.40)	4.53	0.63	มากที่สุด
ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นส่วนราชการที่ เชื่อถือได้	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (3.50)	46 (20.40)	155 (68.60)	4.70	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่						4.57	0.60	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ								
เป็นองค์กรที่จัดให้ โรงเรียนและทุกภาค ส่วนเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมอย่าง ต่อเนื่อง	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (5.80)	70 (31.00)	125 (55.30)	4.54	0.61	มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริหารจัดการ								
มีการกระจายอำนาจ และบริหารตาม หลักธรรมาภิบาล	0 (0.00)	2 (0.90)	21 (9.30)	62 (27.40)	123 (54.40)	4.47	0.72	มากที่สุด
มีระบบการบริหารงาน ที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยี บริหารจัดการอย่างมี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (4.40)	73 (32.30)	125 (55.30)	4.55	0.59	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริหารจัดการ						4.52	0.64	มากที่สุด
ด้านบุคลากร								
มีบุคลากรเพียงพอ และ มีความสามารถ	0 (0)	2 (0.9)	23 (10.2)	58 (25.7)	125 (55.3)	4.47	0.73	มากที่สุด
มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0 (0)	0 (0)	8 (3.5)	46 (20.4)	154 (68.1)	4.70	0.54	มากที่สุด
เต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ	0 (0)	0 (0)	8 (3.5)	39 (17.3)	161 (71.2)	4.74	0.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านบุคลากรโดยรวม						4.64	0.60	มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย	น้อย	ปาน	มาก	มากที่สุด			
	ที่สุด		กลาง					
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร								
- เว็บไซต์ของสพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มีข้อมูล ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (5.30)	63 (27.90)	133 (58.80)	4.58	0.60	มากที่สุด
- ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (4.40)	64 (28.30)	134 (59.30)	4.60	0.58	มากที่สุด
- มีช่องทางเผยแพร่ข่าว หลากหลาย เอื้อประโยชน์ ในการนำไปประยุกต์ใช้ ในการทำงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (8.80)	63 (27.90)	125 (55.30)	4.51	0.67	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร						4.56	0.62	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2						4.57	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ที่เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57$ S.D. = 0.61) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57$ S.D. = 0.60) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือเป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ ดำเนินการตามนโยบายอย่างชัดเจน ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และด้านเป็นองค์กรหลักในการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.70 4.53 และ 4.49 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$ S.D. = 0.64) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือมีระบบการบริหารงานที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นองค์กรที่จัดให้โรงเรียนและทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีการกระจายอำนาจและบริหารตามหลักธรรมาภิบาล โดยมีค่าเฉลี่ย 4.55 4.54 และ 4.47 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.64$ S.D. = 0.60) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีบุคลากรเพียงพอ และมีความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.74 4.70 และ 4.47 ตามลำดับ

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$ S.D. = 0.62) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อภาพลักษณ์พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดเรียงตามลำดับคือข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย เว็บไซต์ของสพป. ปราชินบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และด้านมีช่องทางเผยแพร่ข่าวหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 4.58 และ 4.51 ตามลำดับ

4.1.3 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ที่
พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่ม
ตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่								
เป็นองค์กรหลักในการจัด การศึกษาที่มีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.40)	11 (19.00)	38 (65.50)	4.71	0.54	มากที่สุด
ดำเนินการตามนโยบาย อย่างชัดเจน ทันต่อ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.40)	12 (20.70)	36 (62.10)	4.68	0.55	มากที่สุด
การเปลี่ยนแปลง เป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.40)	8 (13.80)	41 (70.70)	4.77	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่โดยรวม						4.72	0.53	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ								
เป็นองค์กรที่จัดให้โรงเรียน และทุกภาคส่วนเข้ามามี ส่วนร่วมในกิจกรรมอย่าง ต่อเนื่อง	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (5.20)	6 (10.30)	42 (72.40)	4.77	0.55	มากที่สุด
มีการกระจายอำนาจและ บริหารตามหลัก ธรรมาภิบาล	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (6.90)	7 (12.10)	40 (69.00)	4.71	0.61	มากที่สุด

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริหารจัดการ								
มีระบบการบริหารงานที่ รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยี บริหารจัดการอย่างมี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	1 (1.70)	2 (3.40)	11 (19.00)	37 (63.80)	4.65	0.66	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริหารจัดการโดยรวม						4.71	0.61	มากที่สุด
ด้านบุคลากร								
มีบุคลากรเพียงพอ และมี ความสามารถ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.40)	9 (15.50)	40 (69.00)	4.75	0.52	มากที่สุด
มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.40)	4 (6.90)	45 (77.60)	4.84	0.46	มากที่สุด
เต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.40)	3 (5.20)	45 (77.60)	4.86	0.45	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านบุคลากรโดยรวม						4.82	0.48	มากที่สุด
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร								
เว็บไซต์ของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.70)	6 (10.30)	44 (75.90)	4.84	0.42	มากที่สุด
ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.70)	7 (12.10)	43 (74.10)	4.82	0.43	มากที่สุด
มีช่องทางเผยแพร่ข่าว หลากหลาย เอื้อประโยชน์ ในการนำไปประยุกต์ใช้ใน การทำงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.70)	6 (10.30)	44 (75.90)	4.84	0.42	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริการข่าวสาร และช่องทางการสื่อสารโดยรวม						4.84	0.42	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมภาพลักษณ์สำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2						4.77	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงาน ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.77$ S.D. = 0.51) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.72$ S.D. = 0.53) โดยมีความเห็นต่อ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือเป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ เป็น องค์กรหลักในการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ และด้านดำเนินการตามนโยบายอย่างชัดเจน ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงโดยมีค่าเฉลี่ย 4.77 4.71 และ 4.68 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$ S.D. = 0.61) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือเป็นองค์กรที่จัดให้โรงเรียนและทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีการกระจายอำนาจและบริหารตามหลักธรรมาภิบาล และมีระบบการบริหารงานที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.77 4.71 และ 4.65 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.82$ S.D. = 0.48) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับคือเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ มีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี และมีบุคลากรเพียงพอ และมีความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.86 4.84 และ 4.75 ตามลำดับ

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์โดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.84$ S.D. = 0.42) โดยกลุ่ม ตัวอย่างมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยเท่ากันทุกด้านทั้งด้าน เว็บไซต์ของสพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย และด้านมีช่องทางเผยแพร่ข่าวหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการ ทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.84 ทุกด้าน

4.2 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

4.2.1 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ของภาพ ลักษณ์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่								
เป็นองค์กรหลักใน การจัดการศึกษาที่มี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	5 (1.80)	72 (25.40)	155 (54.60)	52 (18.30)	3.90	0.71	ดี
ดำเนินการตามนโยบาย อย่างชัดเจน ทันต่อ การเปลี่ยนแปลง	4 (1.40)	0 (0.00)	71 (25.00)	154 (54.20)	54 (19.00)	3.91	0.70	ดี
เป็นส่วนราชการที่เชื่อถือ ได้	2 (0.70)	0 (0.00)	28 (9.90)	125 (44.00)	129 (45.40)	4.34	0.72	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านนโยบาย การกิจ และบทบาทหน้าที่						4.05	0.71	ดี

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ของภาพ ลักษณ์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริหารจัดการ								
เป็นองค์กรที่จัดให้	0	13	54	123	94	4.05	0.84	ดี
โรงเรียนและทุกภาคส่วน	(0.00)	(4.60)	(19.00)	(43.30)	(33.10)			
เข้ามามีส่วนร่วมใน								
กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง								
มีการกระจายอำนาจและ	0	6	51	151	75	4.04	0.73	ดี
บริหารตามหลัก	(0.00)	(2.10)	(18.00)	(53.20)	(26.40)			
ธรรมาภิบาล								
มีระบบการบริหารงานที่	0	17	63	130	74	3.92	0.85	ดี
รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยี	(0.00)	(6.00)	(22.20)	(45.80)	(26.10)			
บริหารจัดการอย่างมี								
ประสิทธิภาพ								
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริหารจัดการโดยรวม						4.01	0.81	ดี
ด้านบุคลากร								
มีบุคลากรเพียงพอ	2	10	86	120	65	3.98	2.59	ดี
พอ มีความสามารถ	(0.70)	(3.50)	(30.30)	(42.30)	(22.90)			
มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	0	3	45	131	105	4.19	0.73	ดี
	(0.00)	(1.10)	(15.80)	(46.10)	(37.00)			
เต็มใจให้บริการ	0	0	37	131	115	4.28	0.68	ดีมาก
ช่วยเหลือ แนะนำ	(0.00)	(0.00)	(13.00)	(46.10)	(40.50)			
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านบุคลากร						4.15	1.33	ดี

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ของภาพ ลักษณ์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร								
เว็บไซต์ของ สฟป.	2	11	62	121	88	4.00	0.87	ดี
ปราจีนบุรี เขต 2 มี ข้อมูลที่ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	(0.70)	(3.90)	(21.80)	(42.60)	(31.00)			
ข่าวสารมีความชัดเจน	2	8	53	142	79	4.02	0.80	ดี
ถูกต้อง เข้าใจง่าย	(0.70)	(2.80)	(18.70)	(50.00)	(27.80)			
มีช่องทางเผยแพร่ ข่าว หลากหลาย	2	7	72	131	72	3.93	0.82	ดี
(0.70)	(2.50)	(25.40)	(46.10)	(25.40)				
เอื้อประโยชน์ในการ นำไปใช้ในการทำงาน								
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริการข่าวสาร และช่องทางการสื่อสาร						3.98	0.83	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2						4.04	0.78	ดี

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.04$ S.D. = 0.78) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.05$ S.D. = 0.71) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีมากในด้านการเป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีในด้านการดำเนินการตามนโยบายอย่างชัดเจนทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการเป็นองค์กรหลักในการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ 3.90 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.01$ S.D. = 0.81) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีในทุกด้านทั้งด้านการเป็นองค์กรที่จัดให้โรงเรียนและทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีการกระจายอำนาจและบริหารตามหลักธรรมาภิบาล และมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับปานกลางในด้านมีระบบการบริหารงานที่รวดเร็วใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 4.04 และ 3.92 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.15$ S.D. = 1.33) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีมากในด้านเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 และมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และด้านมีบุคลากรเพียงพอ มีความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ 3.98 ตามลำดับ

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 3.98$ S.D. = 0.83) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีในทุกด้าน ทั้งด้านข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย เว็บไซต์ของสพป. ปรจันบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และมีช่องทางเผยแพร่ ข่าวหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปใช้ในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 4.00 และ 3.93 ตามลำดับ



4.2.2 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบันของ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
ข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัด

N = 226

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพ ลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่								
เป็นองค์กรหลักใน การจัดการศึกษาที่มี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	4 (1.80)	53 (23.50)	128 (56.60)	41 (18.10)	3.91	0.70	ดี
ดำเนินการตาม นโยบายอย่างชัดเจน	3 (1.30)	0 (0.00)	55 (24.30)	124 (54.90)	44 (19.50)	3.93	0.70	ดี
ทันต่อการ เปลี่ยนแปลง								
เป็นส่วนราชการที่ เชื่อถือได้	2 (0.90)	0 (0.00)	17 (7.50)	102 (45.10)	105 (46.50)	4.36	0.70	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่						4.07	0.70	ดี

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพ ลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริหารจัดการ								
เป็นองค์กรที่จัดให้ทุก	0	9	44	99	74	4.05	0.83	ดี
ภาคส่วนเข้ามามีส่วน	(0.00)	(4.00)	(19.50)	(43.80)	(32.70)			
ร่วม								
กระจายอำนาจและ	0	6	40	123	57	4.02	0.73	ดี
บริหารตามหลัก	(0.00)	(2.70)	(17.70)	(54.40)	(25.20)			
ธรรมาภิบาล								
มีระบบการบริหารงานที่	0	10	48	109	59	3.96	0.81	ดี
รวดเร็วใช้เทคโนโลยี	(0.00)	(4.40)	(21.20)	(48.20)	(26.10)			
บริหารจัดการอย่างมี								
ประสิทธิภาพ								
	ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริหารจัดการ					4.01	0.79	ดี
ด้านบุคลากร								
มีบุคลากรเพียงพอ	2	5	75	89	55	4.02	2.87	ดี
และมีความสามารถ	(0.90)	(2.20)	(33.20)	(39.40)	(24.30)			
มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3	34	108	81	3	4.18	0.73	ดี
	(1.30)	(15.00)	(47.80)	(35.80)	(1.30)			
เต็มใจให้บริการ	0	0	29	105	92	4.28	0.68	ดีมาก
ช่วยเหลือ แนะนำ	(0.00)	(0.00)	(12.80)	(46.50)	(40.70)			
	ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านบุคลากร					4.16	1.43	ดี

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพ ลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร								
เว็บไซต์ของสพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มี ข้อมูลที่ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	0 (0.00)	7 (3.10)	54 (23.90)	97 (42.90)	68 (30.10)	4.00	0.82	ดี
ข่าวสารมีความ ชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย	0 (0.00)	4 (1.80)	43 (19.00)	120 (53.10)	59 (26.10)	4.04	0.72	ดี
มีช่องทางเผยแพร่ ข่าวหลากหลาย เอื้อ ประโยชน์ในการ นำไปประยุกต์ใช้ใน การทำงาน	0 (0.00)	3 (1.30)	59 (26.10)	110 (48.70)	54 (23.90)	3.95	0.74	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร						4.00	0.76	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2						4.06	0.92	ดี

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.06$ S.D. = 0.92) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.07$ S.D. = 0.70) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีมากในด้านเป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 และมีความคิดเห็น

ต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีในด้านดำเนินการตามนโยบายอย่างชัดเจนทันต่อการเปลี่ยนแปลง และเป็นองค์กรหลักในการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.91 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.01$ S.D. = 0.79) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ เป็นองค์กรที่จัดให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม กระจายอำนาจและบริหารตามหลักธรรมาภิบาล และด้านมีระบบการบริหารงานที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 4.02 และ 3.96

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.16$ S.D. = 1.43) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีมากในด้านเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดี ในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีบุคลากรเพียงพอ และมีความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.02 ตามลำดับ

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 4.00$ S.D. = 0.76) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีทุกด้านเรียงตามลำดับคือด้านข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย เว็บไซต์ของสพป. ปราชินบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และมีช่องทางเผยแพร่ข่าวหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04 4.00 และ 3.95 ตามลำดับ

4.2.3 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบัน
ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่
เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2

N = 58

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพ ลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่								
เป็นองค์กรหลักใน การจัดการศึกษาที่มี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	1 (1.70)	19 (32.80)	27 (46.60)	11 (19.00)	3.83	0.76	ดี
ดำเนินการตาม นโยบายอย่างชัดเจน ทันต่อการ เปลี่ยนแปลง	1 (1.70)	0 (0.00)	16 (27.60)	30 (51.70)	10 (17.20)	3.86	0.72	ดี
เป็นส่วนราชการที่ เชื่อถือได้	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (19.00)	23 (39.70)	24 (41.40)	4.23	0.75	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่						3.97	0.74	ดี

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพ ลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริหารจัดการ								
เป็นองค์กรที่จัดให้	0	4	10	24	20	4.04	0.90	ดี
โรงเรียนและทุกภาคส่วน	(0.00)	(6.90)	(17.20)	(41.40)	(34.50)			
เข้ามามีส่วนร่วมใน กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง								
มีการกระจายอำนาจและ บริหารตามหลัก	0	0	11	28	18	4.12	0.71	ดี
ธรรมาภิบาล	(0.00)	(0.00)	(19.00)	(48.30)	(31.00)			
มีระบบการบริหารงานที่ รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยี	0	7	15	21	15	3.76	0.98	ดี
บริหารจัดการอย่างมี ประสิทธิภาพ	(0.00)	(12.10)	(25.90)	(36.20)	(25.90)			
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริหารจัดการ						3.97	0.86	ดี
ด้านบุคลากร								
มีบุคลากรเพียงพอ และ	2	5	11	31	11	3.83	0.84	ดี
มีความสามารถ	(0.70)	(8.60)	(19.00)	(53.40)	(19.00)			
มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0	0	11	23	24	4.23	0.75	ดี
	(0.00)	(0.00)	(19.00)	(39.70)	(41.40)			
เต็มใจให้บริการ	0	0	8	26	23	4.26	0.70	ดี
ช่วยเหลือ แนะนำ	(0.00)	(0.00)	(13.80)	(44.80)	(39.70)			
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านบุคลากร						4.11	0.76	ดี

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับภาพลักษณ์					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับของ ภาพลักษณ์
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร								
เว็บไซต์ของสพป.	2	4	8	24	20	3.97	1.04	ดี
ปราจีนบุรี เขต 2 มี ข้อมูลที่ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	(3.40)	(6.90)	(13.80)	(41.40)	(34.50)			
ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย	2	4	10	22	20	3.93	1.06	ดี
มีช่องทางเผยแพร่ข่าว หลากหลาย เอื้อ ประโยชน์ในการ นำไปประยุกต์ใช้ใน การทำงาน	(3.40)	(6.90)	(17.20)	(37.90)	(34.50)			
	2	4	13	21	18	3.85	1.06	ดี
	(3.40)	(6.90)	(22.40)	(36.20)	(31.00)			
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการบริการข่าวสาร และช่องทางการสื่อสาร						3.92	1.05	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมภาพลักษณ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2						4.00	0.86	ดี

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.00$ S.D. = 0.86) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 3.97$ S.D. = 0.74) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีมากในด้านเป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีในด้านการดำเนินการตามนโยบายอย่างชัดเจนทันต่อการ

เปลี่ยนแปลงและการเป็นองค์กรหลักในการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.83 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 3.97$ S.D. = 0.86) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีทุกด้านเรียงตามลำดับคือ มีการกระจายอำนาจและบริหารตามหลักธรรมาภิบาล ด้านการเป็นองค์กรที่จัดให้โรงเรียนและทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และด้านมีระบบการบริหารงานที่รวดเร็วใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 4.04 และ 3.76 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.11$ S.D. = 0.76) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีที่สุดในด้านเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือ แนะนำ และด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 และ 4.23 ตามลำดับ และมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีมากในด้านมีบุคลากรเพียงพอ และมีความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83

ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 3.92$ S.D. = 1.05) โดยมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันในระดับดีทุกด้าน เรียงตามลำดับคือด้านเว็บไซต์ของสพป. ปราชินบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้อง เข้าใจง่าย และมีช่องทางเผยแพร่ข่าวหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 3.93 และ 3.85 ตามลำดับ

4.3 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 เมื่อเปรียบเทียบกับกับลักษณะของบุคคล

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 กับลักษณะของบุคคล

ลักษณะที่เปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.
ความกระตือรือร้น	3.01	1.23
ความเป็นมืออาชีพ	2.49	1.16
มีมนุษยสัมพันธ์ดี	2.29	1.42
ความเชี่ยวชาญ	3.28	1.32
ความทันสมัย คล่องตัว	3.90	1.32

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในบุคลิกภาพลักษณะของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในด้านความทันสมัย คล่องตัวเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาเป็นด้านความเชี่ยวชาญ ความกระตือรือร้น ความเป็นมืออาชีพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 3.01 2.49 และ 2.29 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

5.1 เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ปัจจุบัน	เพศ				T-test	Sig
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)		
ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่	4.24	0.87	4.23	0.74	-0.08	0.93
ด้านการบริหารจัดการ	4.21	0.81	4.10	0.71	-1.20	0.23
ด้านบุคลากร	4.30	0.75	4.32	0.75	0.31	0.75
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร	4.11	0.84	4.02	0.88	-0.87	0.38
ภาพลักษณ์รวม	4.26	0.78	4.21	0.69	-0.59	0.55

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน

5.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบระดับการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับการศึกษา						F	df	Sig.
	ปวส/อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท/ สูงกว่า				
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน			
	(\bar{x})	เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	(\bar{x})	เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	(\bar{x})	เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)			
ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่	5.00	0.00	4.32	0.83	4.16	0.79	15.36	12	0.22
ด้านการบริหารจัดการ	5.00	0.00	4.22	0.74	4.10	0.77	16.35	9	0.06
ด้านบุคลากร	5.00	0.00	4.35	0.80	4.26	0.71	14.97	9	0.09
ด้านการบริการข่าวสาร และช่องทางการสื่อสาร	5.00	0.00	4.14	0.72	3.98	0.94	23.16	12	0.03*
ภาพลักษณ์รวม	5.00	0.00	4.30	0.73	4.17	0.73	14.02	9	0.12

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ในภาพรวมระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า มีด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด รองลงมาคือระดับปริญญาตรี และปริญญาโท / สูงกว่า โดยมีค่าเฉลี่ย 5.00 4.14 และ 3.98 ตามลำดับ

5.3 อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบระดับอายุกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับอายุ										F	df	Sig.
	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56 ปีขึ้นไป				
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)			
ด้านนโยบาย	5.00	0.00	4.37	0.72	4.10	0.81	4.27	0.81	4.19	0.86	22.11	16	0.14
ภารกิจ บทบาท หน้าที่													
ด้านการบริหาร จัดการ	5.00	0.00	4.34	0.69	3.99	0.79	4.13	0.74	4.17	0.79	19.25	12	0.08
ด้านบุคลากร	5.00	0.00	4.32	0.71	4.16	0.69	4.25	0.76	4.47	0.80	25.18	12	0.01*
ด้านการบริการ ข่าวสารและ ช่องทางการ สื่อสาร	5.00	0.00	4.22	0.79	4.06	0.85	4.06	0.80	3.92	0.98	29.14	16	0.02**
รวม	5.00	0.00	4.34	0.71	4.16	0.77	4.30	0.71	4.13	0.73	16.86	12	0.16

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า มีด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยในด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 – 25 ปี มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ อายุ 56 ปีขึ้นไป อายุ 26-35 ปี 46-55 ปี และ 36-45 ปี โดยมีค่าเฉลี่ย 5.00 4.47 4.32 4.25 และ 4.16 ตามลำดับ

ส่วนด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 – 25 ปี มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคืออายุ 26-35 ปี 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป โดยมีค่าเฉลี่ย 5.00 4.22 4.06 4.06 และ 3.92 ตามลำดับ

5.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบระดับรายได้กับภาพลักษณ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน	ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท)												F	df	Sig.
	5,000-10,000		10,001-15,000		15,000-20,000		20,000-25,000		25,001-30,000		30,000 ขึ้นไป				
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)			
ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่	3.33	0.58	4.38	0.87	4.38	0.71	4.46	0.78	3.96	0.76	4.22	0.83	17.56	20	0.62
ด้านการ บริหารจัดการ	4.00	0.00	4.31	0.86	4.41	0.63	4.16	0.80	3.93	0.87	4.10	0.79	22.18	15	0.10
ด้านบุคลากร	3.00	0.00	4.39	0.87	4.36	0.62	4.08	0.86	4.37	0.56	4.31	0.78	34.05	15	0.00*
ด้านการ บริการข่าวสาร และช่องทาง การสื่อสาร	3.33	0.58	4.15	0.99	4.31	0.72	4.46	0.52	3.78	0.90	4.01	0.89	29.31	20	0.08
รวม	3.33	0.59	4.31	0.86	4.45	0.60	4.54	0.52	3.93	0.83	4.20	0.73	27.81	15	0.02*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ในภาพรวมรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 25,000 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือรายได้ 15,000 – 20,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 30,000 บาทขึ้นไป และรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.54 4.45 4.31 4.20 3.93 และ 3.33 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีด้านบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของความความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือรายได้ 25,001- 30,000 บาท 15,000 – 20,000 บาท 30,000 บาทขึ้นไป 20,000 – 25,000 บาท และ 5,000 – 10,000 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 4.37 4.36 4.31 4.08 และ 3.00 ตามลำดับ

5.5 ตำแหน่งที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบตำแหน่งกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

ภาพลักษณ์	ตำแหน่ง						F	df	Sig.
	ผู้อำนวยการโรงเรียน		ข้าราชการครู		บุคลากรทางการศึกษาอื่น				
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน			
	(\bar{x})	(S.D.)	(\bar{x})	(S.D.)	(\bar{x})	(S.D.)			
ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่	4.27	0.77	4.23	0.80	4.19	0.91	6.03	8	0.64
ด้านการบริหารจัดการ	4.09	0.77	4.19	0.73	4.23	0.80	6.69	6	0.35
ด้านบุคลากร	4.40	0.66	4.25	0.79	4.24	0.82	6.35	6	0.39
ด้านการบริการข่าวสาร และช่องทางการสื่อสาร	4.04	0.85	3.99	0.85	4.24	0.88	19.24	8	0.01*
ภาพลักษณ์รวม	4.22	0.73	4.23	0.72	4.28	0.77	3.04	6	0.80

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ตำแหน่งที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาอื่นมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือข้าราชการครู และผู้อำนวยการโรงเรียน ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 4.23 และ 4.22 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2” ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระ

1.1.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด

1.1.2 เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด

1.1.3 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

1.1.4 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

1.1.5 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

1.2.1 วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) บุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 58 คน โดยเก็บจากประชากรทั้งหมด
- 2) ข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 113 โรงเรียน คือ ผู้อำนวยการโรงเรียน และ ข้าราชการครู จำนวน 1,002 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือข้าราชการครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 มีวิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จากประชากรข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 จำนวน 113 โรงเรียน ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน และข้าราชการครู จำนวนรวม 226 คน โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรที่แบ่งเป็นกลุ่มๆ คือโรงเรียนจำนวน 113 โรงเรียน และเลือกตัวอย่างจำนวนตามสัดส่วนคือโรงเรียนละ 2 คน ประกอบไปด้วยผู้อำนวยการโรงเรียน 1 คน และข้าราชการครู 1 คน

1.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามชนิดปลายปิด และ ปลายเปิด ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบ ให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ผ่านสื่อต่างๆ

ตอนที่ 3 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในการดำเนินงานในด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ของ สำนักงานฯ การบริหารจัดการ และการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร

ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ แสดงข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

1.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 โดยใช้สถานที่ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 และโรงเรียนในสังกัด โดยจะนำแบบสอบถามให้ประชากรและกลุ่ม ตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับกลับคืน

1.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ ข้อมูล โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจง ความถี่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน ใช้การทดสอบค่าที (T-test) และค่าสถิติ ไคสแควร์ในการทดสอบสมมติฐาน

1.3 สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1.3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.76 มีอายุระหว่าง 46-55 ปี การศึกษาในระดับปริญญาโทและสูงกว่า มีตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนและข้าราชการครู และมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

1.3.2 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ปราชญ์บุรี เขต 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทั่วไปในระดับมาก และเปิดรับสื่อเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อบุคคล ในระดับมาก และจากสื่อเฉพาะกิจในระดับปานกลาง กล่าวคือ

1) สื่อทั่วไป กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในระดับมาก โดยเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียงตามลำดับ

2) สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยเปิดรับ ในระดับมากจากบุคลากร สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 และผู้อำนวยการโรงเรียน รองลงมาคือ ชุกรกร โรงเรียน และครูในโรงเรียน ตามลำดับ

3) **สื่อเฉพาะกิจ** กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจที่มีวาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายวัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุดจากเว็บไซต์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 (สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2) รองลงมาคือ เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และสื่อเครือข่ายสังคม (Social Network)

ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่มีวาระการประชาสัมพันธ์เป็นรายสัปดาห์และรายเดือนนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเปิดรับสื่อในระดับปานกลางทุกด้านเรียงตามลำดับคือ หนังสือราชการ จดหมายข่าว สพป. ปราชญ์บุรี เขต 2 บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์และป้ายประชาสัมพันธ์ และการประชุมสัมมนา

4) **ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2** ที่เปิดรับจากสื่อต่างๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อต่างๆ ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยเปิดรับข่าวสารความเคลื่อนไหวภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 เช่น ภาพข่าวกิจกรรมต่างๆ ข่าวสารการจัดกิจกรรมของสำนักงาน เช่น การจัดกิจกรรมงานวันครู ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นโยบายเร่งด่วน เช่น การใช้ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ข่าวสารผลการดำเนินงาน เช่น แผนการปฏิบัติราชการประจำปี 2556 และข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ ตามลำดับ

1.3.3 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 พบว่า ในภาพรวม ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 “ถูกต้อง” โดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

1) **ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่** พบว่า ในภาพรวม ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 “ถูกต้อง” ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 97.07 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวมเท่ากับ 2.93 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ถูกต้องมากที่สุดเท่ากัน ในประเด็นเป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และประเด็นองค์การมีพันธะกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนอย่างทั่วถึง รองลงมาคือ ประเด็นมีหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา

ส่วนการรับรู้ไม่ถูกต้อง พบว่า มีการรับรู้ไม่ถูกต้องมากที่สุดในประเด็น มีหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย

มาตรฐานการศึกษา รองลงมาคือประเด็นเป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา
ขั้นพื้นฐาน และประเด็นองค์การมีพันธกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัด
การศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนอย่างทั่วถึงเท่ากัน

2) *ด้านการบริหารจัดการ* พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการ
รับรู้ “ถูกต้อง” ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 75.33 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ยร้อยละโดยรวมเท่ากับ
24.67 โดยมีการรับรู้ถูกต้องมากที่สุดในประเด็นองค์การมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน
รองลงมาคือประเด็นองค์การให้บริการจัดการศึกษากับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่
ระดับก่อนประถมศึกษา ถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และประเด็นภายใต้การรับผิดชอบของ
สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 แบ่งส่วนราชการภายในเป็น 9 กลุ่ม

ส่วนการรับรู้ไม่ถูกต้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ไม่ถูกต้องมาก
ที่สุดในประเด็น องค์การให้บริการจัดการศึกษากับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่ระดับ
ก่อนประถมศึกษา ถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมาคือประเด็นภายใต้การรับผิดชอบของ
สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 แบ่งส่วนราชการภายในเป็น 9 กลุ่ม และประเด็นองค์การมุ่งเน้นการมีส่วน
ร่วมจากทุกภาคส่วน

3) *ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร* พบว่า ในภาพรวมส่วน
ใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ “ถูกต้อง” ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 94.97 และรับรู้ “ไม่ถูกต้อง” มีค่าเฉลี่ย
ร้อยละโดยรวมเท่ากับ 5.03 โดยรับรู้ถูกต้องมากที่สุดในประเด็นองค์การมีช่องทางการเผยแพร่
ข่าวสารหลักในเว็บไซต์ www.prachinburi2.go.th รองลงมาคือ ประเด็นองค์การได้ให้บริการ
ข่าวสารประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง และประเด็นองค์การมีการให้บริการข่าวสาร
ในรูปแบบภาพข่าวกิจกรรม และจดหมายข่าวรายเดือน

ส่วนการรับรู้ไม่ถูกต้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ไม่ถูกต้องมากที่สุด
ในประเด็น องค์การมีการให้บริการข่าวสารในรูปแบบภาพข่าวกิจกรรม และจดหมายข่าวรายเดือน
รองลงมาคือประเด็นองค์การได้ให้บริการข่าวสารประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง
และประเด็นองค์การมีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหลักในเว็บไซต์ www.prachinburi2.go.th

1.3.4 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปราจีนบุรี เขต 2 ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า ในภาพรวมภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก
ที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านการบริการข่าวสารและ
ช่องทางการสื่อสาร ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ และด้านการบริหารจัดการ

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ก็พบว่า ภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ และด้านการบริหารจัดการ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อำนวยการ โรงเรียนและข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัด มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในด้านบุคลากร รองลงมาคือด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร และด้านการบริหารจัดการตามลำดับ

1.3.5 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อำนวยการ โรงเรียนและข้าราชการครูที่ทำการสอนในโรงเรียนในสังกัดก็พบว่าภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์สูงสุดในด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ตามลำดับ

1.3.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางข้อ กล่าวคือตัวแปรลักษณะทางประชากรด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ส่วนระดับการศึกษา อายุ และตำแหน่ง ในภาพรวมมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ในด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส/อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือระดับปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า ตามลำดับ

ส่วนอายุที่แตกต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ในด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร โดยในด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปี มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ อายุ 56 ปีขึ้นไป อายุ 26-35 ปี 46-55 ปี และ 36-45 ปี ตามลำดับ ส่วนด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปี มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ อายุ 26-35 ปี 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป

สำหรับตำแหน่งที่แตกต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ในด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาอื่นมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือข้าราชการครู และผู้อำนวยการโรงเรียน

ขณะที่ลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 - 25,000 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือรายได้ 15,000 - 20,000 บาท 10,001 - 15,000 บาท 30,000 บาทขึ้นไป และรายได้ 5,000 - 10,000 บาท ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีด้านบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือรายได้ 25,001 - 30,000 บาท 15,000 - 20,000 บาท 30,000 บาท ขึ้นไป 20,000 - 25,000 บาท และ 5,000 - 10,000 ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

2.1 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในภาพรวมมีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในระดับมาก โดยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อบุคคลในระดับมาก และจากสื่อเฉพาะกิจในระดับปานกลาง ส่วนประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ใน

ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยเปิดรับข่าวสารความเคลื่อนไหวของสำนักงาน เช่น ภาพข่าวกิจกรรมมากที่สุด

ทั้งนี้ การที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม และความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกันนั้น อาจเนื่องมาจากความแตกต่างทางลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง และรายได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีอายุระหว่าง 46-55 ปี และมีการศึกษาสูง จึงสนใจเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีคุณภาพสูงในการสื่อสาร และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงได้ง่าย เลือกรับข้อมูลข่าวสารได้โดยไม่จำกัดเวลา และระยะทาง มีข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายประกอบกับเนื้อหาสาระมีความสั้น กระชับ ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 จากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความสัมพันธ์และประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ทำให้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า และการสื่อสารของสื่อบุคคลเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มาก และได้รับความเชื่อถือระหว่างผู้สื่อสาร ส่วนสื่อเฉพาะกิจก็มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้แบบเฉพาะเจาะจง เพราะเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน เช่น การประชุมสัมมนา

ทั้งนี้ สื่อบุคคลเป็นการสื่อสาร 2 ทาง สื่อสารกันแบบเผชิญหน้า ก่อให้เกิดผลดีคือสามารถนำข่าวที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรง และทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่มีความยืดหยุ่นปรับให้ผู้รับสารเป็นรายๆ ได้ และทราบความรู้สึกของผู้รับสารได้ทันที (ปรมะ สตะเวทิน, 2526) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Katz & Lazarfeld (1955) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ดังนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

ส่วนประเภทข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ที่ภาพรวมอยู่ในระดับน้อยนั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันนั้น ย่อมมีประสบการณ์ ความสามารถในการรับรู้ เข้าใจเนื้อหาสาระประชาสัมพันธ์ และ

สิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป รวมถึงความสนใจในสื่อแต่ละประเภท จึงส่งผลต่อระดับของการเปิดรับประเภทข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย

โดยปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2533) ที่กล่าวว่า เกิดจากปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร โดยปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลนั้น แต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

ส่วนปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

สำหรับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของข่าวสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

2.2 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 พบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในระดับมาก โดยรับรู้ “ถูกต้อง” ถึงร้อยละ 89.12 โดยรับรู้ถูกต้องมากที่สุดในด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ รองลงมาคือ ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของสำนักงานฯ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสาร จึงมีผลต่อการรับรู้ที่ถูกต้องของกลุ่มตัวอย่างด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของชิฟแมนและคานุก (Schiffman & Kanuk, 2000) ที่กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของการสัมผัสเลือกสรรจัดระบบและตีความต่อสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ทำให้เกิดเป็นภาพที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกันกับการสัมผัสกับสิ่งเร้าด้วยประสาทสัมผัส และการสัมผัสจะทำให้เกิดความรู้สึกและผ่านการตีความออกมาเป็นการรับรู้ แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการเปิดรับสิ่งใดมากก็ย่อมมีแนวโน้มในการรับรู้ต่อสิ่งนั้นมากด้วยเช่นกัน

2.3 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด และภาพลักษณ์ปัจจุบันอยู่ในระดับดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึก

นึกคิดที่ดีกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ทำให้มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในระดับดีไปด้วย สอดคล้องกับวิรัช อภิรัตน์กุล (2544) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวอาจได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เป็นการประเมินส่วนตัวจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และยังสอดคล้องกับ Philip Kotler (2000) ที่อธิบายว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด ความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนยะและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

ซึ่งภาพลักษณ์นั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ดังที่ สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม (2548) กล่าวว่า ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร เพราะภาพลักษณ์เป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ประชาชนเป้าหมายสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร หรืออาจส่งผลให้ประชาชนคัดค้านต่อต้านการทำงานก็ได้

อย่างไรก็ตาม แม้ในภาพรวมความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 อยู่ในระดับดี แต่ก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 มีการพัฒนาภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้นในทุกด้าน ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร (2532) ที่ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะภาพลักษณ์เปรียบเสมือนเรือหรือพื้นฐานทางความคิดที่บุคคลมีต่อสถาบันองค์กร สินค้าหรือบริการ หากมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุผลจะเป็นสิ่งที่เป็นไปได้โดยง่าย ดังนั้น การที่องค์กรใดก็ตามมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้วถือว่าได้เปรียบในแง่ของการประชาสัมพันธ์ เพราะมนุษย์มีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิด และความเชื่อเดิม

นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าภาพลักษณ์ด้านบุคลากรเป็นด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด ทั้งในภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหาร หรือองค์กรต้องส่งเสริมให้มีการรักษาจุดเด่นด้านบุคลากร ทั้งการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความเต็มใจให้บริการ เพราะบุคลากรถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กร ดังที่ เสรีวงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรประกอบด้วย องค์ประกอบด้าน

ต่างๆ ดังนี้ (1) ผู้บริหาร องค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ดี มีนโยบายการบริหารธุรกิจดี ชื่อเสียง บริษัทนั้นก็จะมียภาพลักษณ์ที่ดี (2) พนักงาน บริษัทที่ดีต้องมีพนักงานที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์มีวิญญาณของการให้บริการ และมีบุคลิกภาพที่ดี (3) สินค้า ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาที่เผยแพร่ออกไป (4) การดำเนินธุรกิจ ควรมีการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท (5) กิจกรรมสังคม คือ การดูแลเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม และ (6) เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน โดยองค์กรต้องมีสิ่งทีแสดงสัญลักษณ์ของหน่วยงาน ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องแบบพนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง ควรมีโลโก้ขององค์กรแสดงอยู่ด้วย

2.4 ผลการพิสูจน์สมมติฐานในการวิจัย ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา อายุ และตำแหน่ง ในภาพรวมมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีบางด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ลักษณะประชากรด้านรายได้ ในภาพรวมมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.4.1 เพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน

ซึ่งผลสมมติฐานดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในระดับใดนั้น อาจขึ้นอยู่กับกระบวนการสร้างภาพลักษณ์และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับเพศที่แตกต่างกัน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่อยู่ในแวดวงทางการศึกษา หรือเป็นกลุ่มสังคมเดียวกัน ทำให้ได้รับการส่งเสริมประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่ไม่แตกต่างกัน

ตรงกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2537) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์มิได้เกิดขึ้นได้โดยทันทีแต่มีกระบวนการการสร้างขึ้น โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (1) เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม โดยคนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่จะมีเพียงบางเหตุการณ์ที่เราจะรับเข้ามา ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวจะมีคุณค่าในด้านใด หรือมี

ความหมายอย่างไรรู้ไม่ได้เกิดขึ้นกับตัวเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และรอบตัวเราจะมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือหตุหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย (2) ช่องทางการสื่อสาร ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้ามาสู่เราได้โดยช่องทางการสื่อสารผ่านประสาทสัมผัส ซึ่งแต่ละช่องทางมีประสิทธิภาพทางด้านารับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดการข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประสิทธิภาพในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของข่าวสารและตัวสื่อย่อมมีความสำคัญที่สุด (3) องค์ประกอบเฉพาะบุคคล คุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น Berlo (1960) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสารของแต่ละบุคคลนั้น ประกอบไปด้วย ทักษะทางการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ต่างมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนกับผู้อื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ (4) การรับรู้และความประทับใจ ภาพลักษณ์จะไม่เกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อนโดย “การรับรู้” ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เห็นไปใน “ความหมายตามความคิด ของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจมีความหมายในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพ และปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก ก็จะมี ความทรงจำหรือจดจำได้มากและนาน เมื่อสร้างภาพลักษณ์อะไรเกิดขึ้นได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่าที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา ปัญญาดี (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน” พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานอัยการสูงสุดไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยจริรัตน์ วรรณรงค์นุรักษ์ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านนโยบาย การกิจ บทบาทหน้าที่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

2.4.2 การศึกษา ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แตกต่างกันในด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส/อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือระดับปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า ตามลำดับ

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาน้อยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในระดับสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงขึ้น ทั้งนี้ อาจเนื่องจากกลุ่มที่มีการศึกษาน้อยส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งเข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรทำให้มีความคุ้นเคยและมีประสบการณ์ทำงานในองค์กรน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูง จึงมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในเชิงบวก ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำงานมานาน และส่วนหนึ่งเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนที่มีโอกาสรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่า จึงอาจทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในระดับน้อยกว่า

โดยสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่า การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ตัวแปรระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต โดยประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและต่ำกว่า และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจะมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีขึ้นไป

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรชา สมหมาย (2548) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา สภากาชาดไทย” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของโรงพยาบาลฯ

2.4.3 อายุ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารมีความแตกต่างกัน

สอดคล้องกับผลการวิจัยของสมัยศึก ถนัดสอน (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541” พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟู และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา พุทธิพงษ์ศิริ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า เพศและอายุไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

อย่างไรก็ตาม จากผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์แตกต่างกันในด้านบุคลากร และด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า โดยผู้ที่อายุมากกว่า และมีการศึกษาสูงกว่าจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์สูงกว่า เนื่องจากแต่ละบุคคลได้รับและสะสมประสบการณ์มาไม่เหมือนกัน ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่านี้เป็นผู้ทำงานและเกี่ยวข้องกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ในระยะเวลาที่ยาวนานกว่า มีความใกล้ชิดกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ก็จะได้รับประสบการณ์ต่างๆ มาก เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรแตกต่างจากผู้ที่มีระยะเวลาการทำงานในองค์กรน้อย หรือเพิ่งเริ่มต้นเข้ามาทำงานในองค์กร

ทั้งนี้ สามารถอธิบายตามแนวคิดของ Schramm and Roberts (1972) ที่ว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม กล่าวคือ ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ทั้งแนวคิด มุมมอง การรับรู้ ซึ่งในการวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันย่อมมีการเปิดรับสื่อ การรับรู้ และมุมมองที่แตกต่างกันในบางด้านได้

2.4.4 ตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารแตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจาก กลุ่มบุคลากรทางการศึกษาเป็นกลุ่มที่ปฏิบัติงานในสำนักงานจึงมีโอกาสในการเปิดรับและรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานฯ ได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับข้าราชการครู จึงส่งผลต่อความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน

2.4.5 รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 แตกต่างกัน โดยกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000 – 25,000 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าแตกต่างกันในด้านบุคลลากร

ซึ่งสามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคนเช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร สอดคล้องกับความคิดเห็นของปรมะ สตะเวทิน (2539) ที่กล่าวว่า รายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของคน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันอาจส่งผลต่อการมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตที่แตกต่างกันได้

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัตนา ปัญญาดี (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันด้านรายได้ จะมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานอัยการสูงสุดแตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ขณะที่ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี ยกเว้นด้านนโยบาย การปฏิบัติงานหน้าที่เกี่ยวกับการเป็นส่วนราชการที่เชื่อถือได้ และด้านบุคลลากรเกี่ยวกับความเต็มใจให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับดีมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของสำนักงานฯ อยู่ในระดับดี แต่ก็ยังมีความต้องการให้มีการพัฒนาภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น สำนักงานฯ ควรตระหนักและพิจารณาดำเนินการ ดังนี้

1) เพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ให้อยู่ในระดับดี และส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ดียิ่งขึ้น ควรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร โดยควรจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว และกำหนดนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์กร

2) ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล และพัฒนาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย และควรมีการสำรวจความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

3) จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารทางสื่อมวลชนในระดับมาก โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นจึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่เพิ่มเติมด้วย

3.1.2 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 ดังนั้น จึงควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการของสำนักงานฯ ให้มากยิ่งขึ้น โดยต้องสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการเปิดรับของผู้รับสาร ใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อเครือข่ายสังคมซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ ตลอดจนควรมีการประชาสัมพันธ์สอดแทรกในสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล อาทิ การประชุมสัมมนา โดยประเด็นสารต้องมีความสั้น กระชับ เหมาะกับความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2

3.1.3 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์องค์กรกับลักษณะของบุคคล สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2 เป็นองค์กรที่ทันสมัย คล่องตัว ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของภาพลักษณ์เพื่อสร้างองค์กรให้มีความทันสมัย คล่องตัว โดยควรมีการพัฒนาบุคลากรทั้งผู้บริหารและบุคลากรทางการศึกษา ปลูกฝังแนวคิดด้านการให้บริการ ความกระตือรือร้น คล่องตัวในการทำงาน การกำหนดนโยบายที่มีความชัดเจนเพื่อการบริหารจัดการที่รวดเร็ว ตลอดจนการจัดสถานที่และเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานที่ควรมีการจัดวางให้ดูเรียบร้อย และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการทำงานที่คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งอาจไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกมากนัก ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบกับการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3.2.2 ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้ปกครอง นักเรียน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือรับประโยชน์จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2

3.2.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประเด็นสารในการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ วาสนสมพงษ์ (2551) “ภาพลักษณ์สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- กรกนก วิโรจศรีสกุล (2546) “ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาญจนา แก้วเทพ (2541) *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค* กรุงเทพมหานคร อินพี นิติเพรส
- จุฑามาศ สิทธิขวา (2542) “ความต้องการรับรู้ข่าวสารของผู้บริหาร อาจารย์ ข้าราชการจากงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- จิรรัตน์ ธรณรงค์นุรักษ์ (2549) “ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร (2537) “การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของดาวเทียมไทยคม” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชลรัตน์ ชลมารค (2546) “ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฉิรชา สมหมาย (2548) “ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541) สื่อสารการประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร สามเจริญพานิชย์
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นนเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- เดือนใจ จวบสมัย (2545) “ภาพลักษณ์ขององค์การสหประชาชาติจากการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ การเปิดรับข่าวสารสหประชาชาติ การรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ต่อองค์การสหประชาชาติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นันทนันท์ เอี่ยมมาลัย (2552) “ภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ในมุมมองของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” รายงานการศึกษา ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ปณิศา พุทธนวรรณ์ (2550) “ภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันแห่งชาติในทรรศนะของประชาชนผู้ใช้บริการ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ประมะ สตะเวทิน (2530) *หลักนิเทศศาสตร์* กรุงเทพมหานคร จำรัสการพิมพ์
 _____ (2541) *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร ภาพพิมพ์
- ประจวบ อินอ้อด (2532) *การประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนพานิช
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537) “ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์” ใน *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2537) “การประเมินภาพพจน์และภาพพจน์เชิงลบ” *วารสารสื่อสารมวลชน* (มิถุนายน-ตุลาคม 2537)
 _____ (2540) *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* กรุงเทพมหานคร ประกายพริก
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2533) *ภาพพจน์สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร
 _____ (2537) *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* กรุงเทพมหานคร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รวีวรรณ เลียดทอง (2550) “ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- รัตน์ ปัญญาดี (2541) “ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดใน
สายตาของประชาชนและสื่อมวลชน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ลักขณา ศรีวัฒน์ (2549) *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร โอเดียนสโตร์
- วาสนา พุทธิพงษ์สิทธิ์ (2544) “การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ
ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของ
สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิจิตร อาวะกุล (2543) *เทคนิคการประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์
_____. (2549) *การประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 11 (ฉบับพิมพ์เพิ่มเติม) กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547) *กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*
พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สะอาด ตันสุกผล (2544) *การประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร มงคลการฟิล์ม
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2546) *จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้* กรุงเทพมหานคร
ซีเอ็ดยูเคชั่น
- สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม (2548) “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา*
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สาขาวิชานิเทศศาสตร์
- สุภารัตน์ ม่วงศิริ (2547) “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของโรงเรียนอนุบาล
สังกัดสำนักงานบริหารงานคณะกรรมการการส่งเสริมการศึกษาเอกชนเขต
กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และผู้ปกครอง” วิทยานิพนธ์ปริญญา
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- สมัยศึก ถนัดสอน (2541) “ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบ
สถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสรี วงษ์มณฑา (2540) *การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติการ* กรุงเทพมหานคร A.N. การพิมพ์
_____. (2540) *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด* กรุงเทพมหานคร วิสิทธิ์พัฒนา
_____. (2541) *ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน* กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์

- เสรี วงษ์มณฑา (2541) *108 การประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร A.N. การพิมพ์
- _____. (2542) *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด* กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไอซ์เท็กซ์
- _____. (2542) *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ* กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไอซ์เท็กซ์
- อนิรุช เอี่ยมกิจการ (2539) “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อำนาจ วีรวรรณ (2533) “การแก้วิกฤติการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์การ” ใน *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication*. New York: The Free Press.
- Boulding, Kenneth E. (1975). *The Image Knowledge in Life and Society*. Michigan: The University of Michigan.
- Gregory, James R. and Wiechman Jack G. (1991). *Marketing Corporate Image*. Chicago : NTC Publishing Group.
- Klapper, Joseph T. (1960). *The Effect of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. 10th ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Rogers and Shoemaker. (1971). *Communication of Innovation: a cross-cultural approach*. New York: The Free Press.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazer. (2000). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prantice-Hall, Inc.
- Schramm Wilbur. (1973). How Communication Work's. In Basic Reading in *Communication Theory*. E.d., David C. Mortensen. 28-36, New York: Harper and Row.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สืบราชสันตติวงศ์

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปศึกษาและใช้ประกอบในการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี เขต 2” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง สำหรับท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามนี้

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับคำตอบของท่าน

- | | | |
|-------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| 1. เพศ | () ชาย | () หญิง |
| 2. อายุ | () 18 - 25 ปี | () 26 - 35 ปี |
| | () 36 - 45 ปี | () 46 - 55 ปี |
| | () 56 ปีขึ้นไป | |
| 3. ระดับการศึกษา | () มัธยมศึกษา / ปวช. | () ปวส. / อนุปริญญา |
| | () ปริญญาตรี | () ปริญญาโท/หรือสูงกว่า |
| | () อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |
| 4. ตำแหน่ง | () ผู้อำนวยการ โรงเรียน | () ข้าราชการครู |
| | () บุคลากรทางการศึกษาอื่น 38 ค (1) | |
| | () บุคลากรทางการศึกษาอื่น 38 ค (2) | |
| 5. รายได้ต่อเดือน | () 5,000 – 10,000 บาท | () 10,001 – 15,000 บาท |
| | () 15,001 – 20,000 บาท | () 20,001 – 25,000 บาท |
| | () 25,001 – 30,000 บาท | () 30,001 บาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ปราจีนบุรี เขต 2 (สพป. ปราจีนบุรี เขต 2)

กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

2.1 ปกติท่านใช้เวลาในการเปิดรับข่าวทั่วไปจากต่างๆ ต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด

สื่อ	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					
	ทุก วัน	5-6 วัน ต่อ สัปดาห์	3-4 วัน ต่อ สัปดาห์	1-2 วัน ต่อ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 วันต่อ สัปดาห์	ไม่เคย เลย
1. โทรทัศน์						
2. วิทยุกระจายเสียง						
3. อินเทอร์เน็ต						
4. หนังสือพิมพ์						

2.2 ที่ผ่านมา ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2
จากสื่อบุคคลต่อไปนี้โดยเฉลี่ยต่อเดือนมากน้อยเพียงใด

สื่อบุคคล	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					
	ทุกวัน	5-6 วัน ต่อ สัปดาห์	3-4 วัน ต่อ สัปดาห์	1-2 วัน ต่อ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 วันต่อ สัปดาห์	ไม่เคย เลย
1. บุคลากรของ สพป.ปราจีนบุรี เขต 2						
2. ผู้อำนวยการโรงเรียน						
3. ครูในโรงเรียน						
4. เพื่อน/คนรู้จัก						
5. อื่นๆ						

2.3 ที่ผ่านมามีท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 จากสื่อเฉพาะกิจต่อไปนี้โดยเฉลี่ย ต่อเดือนมากน้อยเพียงใด

สื่อเฉพาะกิจ	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					
	ทุกวัน	5-6 วัน ต่อ สัปดาห์	3-4 วัน ต่อ สัปดาห์	1-2 วัน ต่อ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 วันต่อ สัปดาห์	ไม่เคย เลย
1. เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน www.obec.go.th						
2. เว็บไซต์ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 www.prachinburi2 .go.th						
3. โซเชียลเน็ตเวิร์ค/Facebook						
4. จดหมายข่าว สพป. ปราจีนบุรี เขต 2						
5. บอร์ดประชาสัมพันธ์						
6. โปสเตอร์/ป้ายไววนิลประชาสัมพันธ์						
7. การประชุมสัมมนา						
8. อื่นๆ						

2.4 ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ท่านได้รับจากสื่อต่างๆ ของ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2

ประเภทของข่าวสาร	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ได้ รับ
ข่าวสารความเคลื่อนไหวของสำนักงาน เช่น ภาพข่าว กิจกรรม ต่างๆ ของสำนักงาน				
ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นโยบายเร่งด่วน เช่น การใช้ระบบ สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์				
ข่าวสารผลการดำเนินงาน เช่น แผนการปฏิบัติราชการประจำปี 2556				
ข่าวสารการจัดกิจกรรมของสำนักงาน เช่น การจัดกิจกรรมงานวันครู				
อื่นๆ.....				

ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2
 กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

ประเด็น	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่ของสพป.ปราจีนบุรี เขต 2			
1. เป็นส่วนราชการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน			
2. มีพันธกิจในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ประชากรวัยเรียนอย่างทั่วถึง			
3. มีหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบายมาตรฐานการศึกษา			
ด้านการบริหารจัดการของสพป.ปราจีนบุรี เขต 2			
1. แบ่งส่วนราชการภายในเป็น 8 กลุ่ม			
2. ให้บริการจัดการศึกษากับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษา ถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย			
3. มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน			
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสารของสพป.ปราจีนบุรี เขต 2			
1. มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารหลักในเว็บไซต์ www.prachinburi2.go.th			
2. ให้บริการข่าวสารในรูปแบบภาพข่าวกิจกรรม และจดหมายข่าวรายเดือน			
3. ให้บริการข่าวสารประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง			

ภาพลักษณ์	ภาพลักษณ์ ปัจจุบัน					ภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร										
1. เว็บไซต์ของสพป. ปราจีนบุรี เขต 2 มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์										
2. ข่าวสารมีความชัดเจน ถูกต้องเข้าใจง่าย										
3. มีช่องทางเผยแพร่ข่าวหลากหลาย เอื้อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน										

4.3 หากเปรียบเทียบกับความเป็นคน ท่านต้องการให้ สพป. ปราจีนบุรี เขต 2 เป็นคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบใด

- () ความกระตือรือร้น
- () ความเป็นมืออาชีพ
- () มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- () ความเชี่ยวชาญ
- () ความทันสมัย คล่องตัว
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอเพิ่มเติม

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราชญ์บุรี
เขต 2 ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้อย่างไรบ้าง

5.1 ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทหน้าที่

.....

5.2 ด้านการบริหารจัดการ

.....

5.3 ด้านบุคลากร

.....

5.4 ด้านการบริการข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร

.....

*****ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม*****



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางมณัญญา สมหนองบัว
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 18 มกราคม 2526
สถานที่เกิด	อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2548
สถานที่ทำงาน	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 2 อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

