

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง



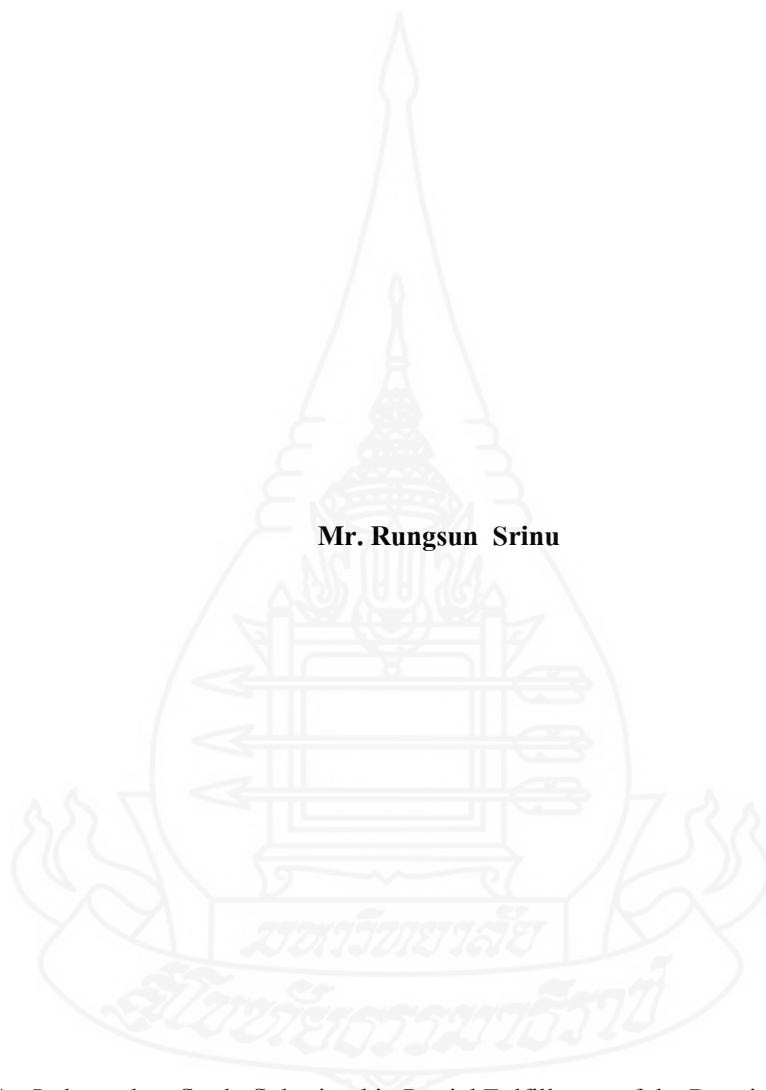
นายรังสรรค์ ศรีหนู

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการก่อสร้าง

สาขาวิชาเทคโนโลยีการก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

พ.ศ. 2553

The Image of Department of Public Works and Town & Country Planning



Mr. Rungsun Srinu

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

2010

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง
ชื่อและนามสกุล	นายรังสรรค์ ศรีหนู
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์

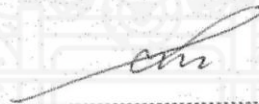
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2554

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์)

ประธานกรรมการ



(รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเสนทรพรค์)

กรรมการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรสา ปานขาว)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่อการศึกษา **คั่นคว้ออิสระ** ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

ผู้ศึกษา นายรังสรรค์ ศรีหนู รหัสนักศึกษา 2501500496 ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต้นทัด ทองรินทร์ ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง (2) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง (3) การเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง (4) การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง (5) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมืองกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมือง ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการจัดชั้นภูมิ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมืองในภาพรวมเป็นเชิงลบระดับมาก (2) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง คือ การเป็นองค์กรแกนนำในด้านการผังเมืองและโยธาธิการ (3) กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองทางสื่ออินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ตมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บอร์ดประชาสัมพันธ์ / ประกาศ / คำสั่ง / หนังสือเวียน ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารทางด้านนโยบายวิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรม รองลงมาคือ ข่าวการจัดกิจกรรมภายในองค์กร (4) การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ของข้าราชการและพนักงานราชการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (5) เพศ และระยะเวลาการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ กรมโยธาธิการและผังเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ ภาพลักษณ์ กรมโยธาธิการและผังเมือง

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์ รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค และคณาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำในการศึกษาวิจัย ปรับปรุง แก้ไขงานวิจัยให้แล้วเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ที่สำนักบรรณสารสนเทศของมหาวิทยาลัยที่กรุณาให้คำแนะนำในการสืบค้นข้อมูลเป็นอย่างดี ขอขอบคุณหัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไปของส่วนราชการ สังกัดกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลาง และของสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดทุกท่าน ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการแจกจ่ายแบบสอบถามและรวบรวมส่งคืนให้ผู้วิจัย รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือเสียสละเวลาในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณผู้บังคับบัญชาตลอดจนเพื่อนร่วมงานที่มีความเข้าใจในการศึกษา ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนมาโดยตลอด และที่สำคัญกำลังใจจากครอบครัวและเพื่อนรักในวัฏจักรชีวิตของผู้วิจัย จึงทำให้งานศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ หากมีข้อบกพร่องที่ต้องได้รับการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข ผู้วิจัยยินดีน้อมรับความผิดพลาดทั้งหมดที่อาจมีอยู่เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

รังสรรค์ ศรีหนู

สิงหาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	27
ข้อมูลเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	50
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง	53
ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง	60
ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง	65
ตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง	77
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	82
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
สรุปการวิจัย	87
อภิปรายผล	95
ข้อเสนอแนะ	107
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	116
ก หนังสือแจ้งขออนุญาตจัดเก็บข้อมูล	117
ข แบบสอบถามงานวิจัย	120
ประวัติผู้ศึกษา	131

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร.....	50
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับ สื่อและข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง	53
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทข่าวสาร เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ	57
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับ กรมโยธาธิการและผังเมือง	60
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับ กรมโยธาธิการและผังเมือง โดยรวม	65
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของภาพลักษณ์กรม โยธาธิการและผังเมือง โดยรวม.....	76
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง	77
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีจุดเด่น เป็นอันดับแรก	78
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละบุคลิกลักษณะของกรมโยธาธิการและผังเมือง.....	79
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการต่อกรมโยธาธิการและผังเมืองใน ด้านต่าง ๆ.....	80
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมี ภาพลักษณ์ในภาพรวม	81
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความสัมพันธ์ของเพศกับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง	82
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความสัมพันธ์ของระยะเวลาทำงานกับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและ ผังเมือง.....	84

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง	35



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ตั้งขึ้นจากการรวมกรมโยธาธิการ และกรมการผังเมืองเข้าด้วยกัน โดยมีภารกิจเกี่ยวกับงานด้านการผังเมืองระดับต่างๆ ของประเทศ การโยธาธิการ การออกแบบก่อสร้างและควบคุมการก่อสร้างอาคาร ดำเนินการและสนับสนุน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการพัฒนาเมือง พื้นที่ และชนบท โดยการกำหนดและกำกับ ควบคุมโยบายการใช้ประโยชน์ที่ดิน ระบบการตั้งถิ่นฐานและโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการกำหนด คุณภาพ และมาตรฐานการก่อสร้าง ด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และการผังเมือง เพื่อให้มี สภาพแวดล้อมที่ดี เกิดมาตรฐานความปลอดภัยแห่งสาธารณชน ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของ บ้านเมือง และสิ่งปลูกสร้างตามระบบการผังเมืองที่ดี อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพื่อเป็นการตอบสนองประชาชนและนโยบายรัฐบาล กรมโยธาธิการและผังเมืองได้ กำหนดกลุ่มภารกิจตามแนวนโยบายการดำเนินงาน 4 ด้าน คือ

1. ด้านการผังเมือง

ดำเนินการวางผังเมืองในทุกระดับ เช่น ผังประเทศ ผังภาค ผังอนุภาค ซึ่งเป็นผัง นโยบาย จัดวางผังเมืองรวมชุมชน ผังเมืองรวมเมือง เป็นผังที่บังคับใช้ตามกฎหมาย รวมถึงผัง เสนอแนะ เช่น ผัง อบต. ผังชุมชน ผังพัฒนาพื้นที่เฉพาะแห่ง เพื่อเป็นกรอบการพัฒนาเมือง ทางด้านกายภาพ

2. ด้านการพัฒนาเมือง

เป็นการนำภารกิจด้านการผังเมือง ซึ่งเป็นงานวางนโยบายมาสู่การปฏิบัติ เพื่อให้ เมืองมีสภาพแวดล้อมที่ดีและน่าอยู่ เช่น การก่อสร้างระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชน โครงการก่อสร้าง เขื่อนป้องกันตลิ่งริมแม่น้ำสายต่างๆ เขื่อนป้องกันชายฝั่งอำเภอริมทะเล และเขื่อนป้องกันตลิ่งริม แม่น้ำระหว่างประเทศ

3. ด้านการอาคาร

เป็นการกำกับ ดูแล บังคับใช้กฎหมายควบคุมอาคาร เช่น อาคาร 9 ประเภท อาทิ อาคารขนาดใหญ่ อาคารสูงพิเศษ อาคารชุมนุมคน จะต้องมีการตรวจสอบให้มีความปลอดภัย มั่นคงแข็งแรง ให้มีความพร้อมในการใช้งานตลอดเวลา และให้บริการตรวจสอบอาคารราชการ

4. การบริการด้านช่าง

เป็นการให้บริการงานช่างทุกระดับ ให้บริการออกแบบอาคารราชการและ รัฐวิสาหกิจทั่วประเทศ บริการทดสอบวัสดุก่อสร้าง ให้คำปรึกษาแนะนำการออกแบบก่อสร้าง

จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจดังกล่าว เกี่ยวข้องกับภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคมที่จะมีส่วนผลักดันให้องค์กรบริหารงานไปสู่ความสำเร็จได้ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ได้แก่ ข้าราชการและพนักงานในหน่วยงาน รวมถึงบุคคลภายนอกที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร และในการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จำเป็นที่จะต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานผ่านทางสื่อต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายภายใน ได้แก่ ข้าราชการและพนักงานของ กรมโยธาธิการและผังเมือง ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมถึงกลุ่มเป้าหมายภายนอกซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไป และกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้เสีย อาทิ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ในการดำเนินงานขององค์กร เกิดการยอมรับ สนับสนุน เชื่อถือศรัทธา เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ทั้งนี้ ในโลกแห่งข้อมูลข่าวสารในยุคปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงประชาชน ในทุกพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว การดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับประชาชนจึงปรากฏ เป็นข่าวทางสื่อมวลชนอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และก่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ดี หรือภาพลักษณ์ในทางลบต่อองค์กร ตามมุมมองของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดังตัวอย่างเช่น ข่าวทาง สื่อนักหนังสือพิมพ์รายวันในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งมีทั้งข่าวที่เป็นไปในทางบวก เช่น ข่าวเปิดตัว โครงการนำร่อง การจัดรูปที่ดินเพื่อแก้ปัญหาพื้นที่ตาบอดที่จังหวัดสุพรรณบุรี ข่าวที่ให้ความสำคัญ กับภารกิจขององค์กร เช่น สกู๊ปข่าว ของหนังสือพิมพ์หลายฉบับระบุว่า “การแก้ปัญหาน้ำท่วม (หาดใหญ่, โคราช) ต้องแก้ด้วยผังเมือง” ส่วนข่าวที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบ เช่น ข่าวการ ประท้วงคัดค้านการสร้างถนนเลียบเมืองของชาวนางรอง ในการจัดทำประชาพิจารณ์ร่างผังเมือง รวม เกี่ยวกับถนนเลียบเมืองตัดผ่าใจกลางชุมชน ข่าวปัญหาการขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีกว่า

ข้อกำหนดตามกฎหมายผังเมือง และควบคุมอาคารของกรมโยธาธิการและผังเมือง ทำให้ไม่สามารถขยายสาขาได้ เป็นอุปสรรคของนักลงทุน ฯลฯ ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวที่ปรากฏทางสื่อสิ่งพิมพ์หรือทางสื่ออื่นๆ ทั้งทางบวกและลบ เหล่านี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายเกิดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรซึ่งอาจแตกต่างกันตามทัศนคติของปัจเจกบุคคล ตามที่ ฟิลลิป เลสลีย์ (Philip Lesly อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 76) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบันบุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น

ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการ กับภาพลักษณ์ในความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายนั้นอาจแตกต่างกัน เนื่องจาก “ภาพลักษณ์” ขององค์กรหรือสถาบันนั้น ก็คือมโนภาพหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนอย่างเป็นองค์รวมของความคิด ความประทับใจที่มีต่อหน่วยงาน เป็นเสมือนสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมององค์กรว่าเป็นอย่างไร เป็นพื้นฐานของความเชื่อมั่นความไว้วางใจของประชาสังคม อาจเกิดจากการรับรู้ข้อเท็จจริงรวมกับประสบการณ์เดิมและการประเมินส่วนบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ในทางบวกหรือลบก็ได้ แต่ภาพลักษณ์ที่ทุกองค์กรพึงประสงค์คือภาพลักษณ์ที่ดี โดยอาจจะมาจากชื่อเสียงของหน่วยงาน ซึ่งเกิดจากการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นสังคมได้รับรู้ จากนโยบายและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ คุณภาพของบุคลากร การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ประชาชนได้รับรู้เป็นลักษณะเฉพาะของหน่วยงาน

เบอร์เนย์ (Bernays, 1961) “กล่าวว่า หน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานหรือองค์กรนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัยหรือเกลียดชัง รวมทั้งไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมสวยงามเกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ”

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะคือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสภาพแวดล้อมโดยที่หน่วยงานหรือองค์กรไม่ได้ดำเนินการใดๆ กับอีกลักษณะคือภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างภาพตามที่สถาบัน องค์กร องค์กร จะให้เป็น ไม่ว่าจะภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นจากลักษณะใดก็ตาม ภาพลักษณ์เกิดขึ้นมาจากข้อเท็จจริงและการประเมินส่วนตัวของแต่ละบุคคล ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่บุคคลได้รับนั้นต้องชัดเจน มีจำนวนมากพอและต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอจนทำให้เกิดการรับรู้ได้ ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลายาวนานเพียงพอโดยทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ที่ทางหน่วยงานได้เลือกใช้ (อ้างถึงใน วิมลพรรณ อภาเวท, 2546: 18)

ภาพลักษณ์ (image) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ และเปลี่ยนแปลงได้ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้โดยอาศัยการสื่อสารดังกล่าว ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ ความเลื่อมใสศรัทธาให้ความไว้วางใจ ให้ร่วมมือต่อหน่วยงาน การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่งดังกล่าว ซึ่งการที่จะได้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์กรในทัศนะของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไรนั้น จึงต้องดำเนินการ ศึกษา วิจัยสำรวจความคิดเห็นประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อองค์กร เช่น งานวิจัยของ จีรัตน์ รมรงค์นุรักษ์ (2549) ได้ศึกษา เรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ และสื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ได้มากที่สุด และพบว่า ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย การเปิดรับข่าวสารและการรับรู้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ และสื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ได้มากที่สุดได้แก่สื่อมวลชน ซึ่งเป็นการวิจัยกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร

ศักดิ์ชัย อายุโย,พ.ต.ต.(2546) ได้ศึกษา เรื่อง “ภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจในทัศนะของข้าราชการตำรวจ กองบังคับการตำรวจนครบาล 1” เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจ และพบว่า ภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจอยู่ในระดับปานกลาง ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานจเรตำรวจ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจ ส่วนอายุราชการ สถาบันที่จบ สาขาวิชาที่จบ สถานภาพการสมรส ชั้นยศ สายงานที่รับผิดชอบ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสำนักงานจเรตำรวจ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจ เป็นการวิจัยกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร เป็นต้น

การศึกษาหรือประเมินภาพลักษณ์ขององค์กรดังกล่าว จะทำให้ได้ทราบว่าสถานะและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างไร สามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขหรือส่งเสริมให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดี และรักษาไว้ให้คงอยู่ตลอดไปได้ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้คนในสังคมได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในโลกได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ประชาชนมีการรับรู้เพื่อแสดงความคิดเห็นและเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในส่วนที่เกี่ยวข้อง การวิจัยภาพลักษณ์ขององค์กรจึงต้องทำอย่างสม่ำเสมอ เพราะภาพลักษณ์นั้น

เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร มีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของการดำเนินงาน ทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว ทำให้องค์กรได้รับความสนใจจากสาธารณชน

กรมโยธาธิการและผังเมือง ซึ่งมีภารกิจดำเนินการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีในทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะข้าราชการและพนักงานขององค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายภายใน เพราะบุคลากรภายในเป็นผู้ที่จะนำนโยบายของหน่วยงานมาปฏิบัติและเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับประชาชน การมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นภาคภูมิใจ เลื่อมใสศรัทธาในองค์กรของตน ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บุคลากรภายในยังเป็นผู้ที่คอยดูแลข้อมูลที่ข่าวสารการดำเนินงานของกรมโยธาธิการและผังเมือง ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน นำข้อมูลเชิงบวกไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ในความคิดเห็นของข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันในการรับรู้ของคนในองค์กรเป็นเช่นไร และมีความต้องการให้ภาพลักษณ์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นเช่นไร มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางช่องทางใดมากน้อยต่างกัน เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ให้การการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กร สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมโยธาธิการและผังเมืองต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนคติของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

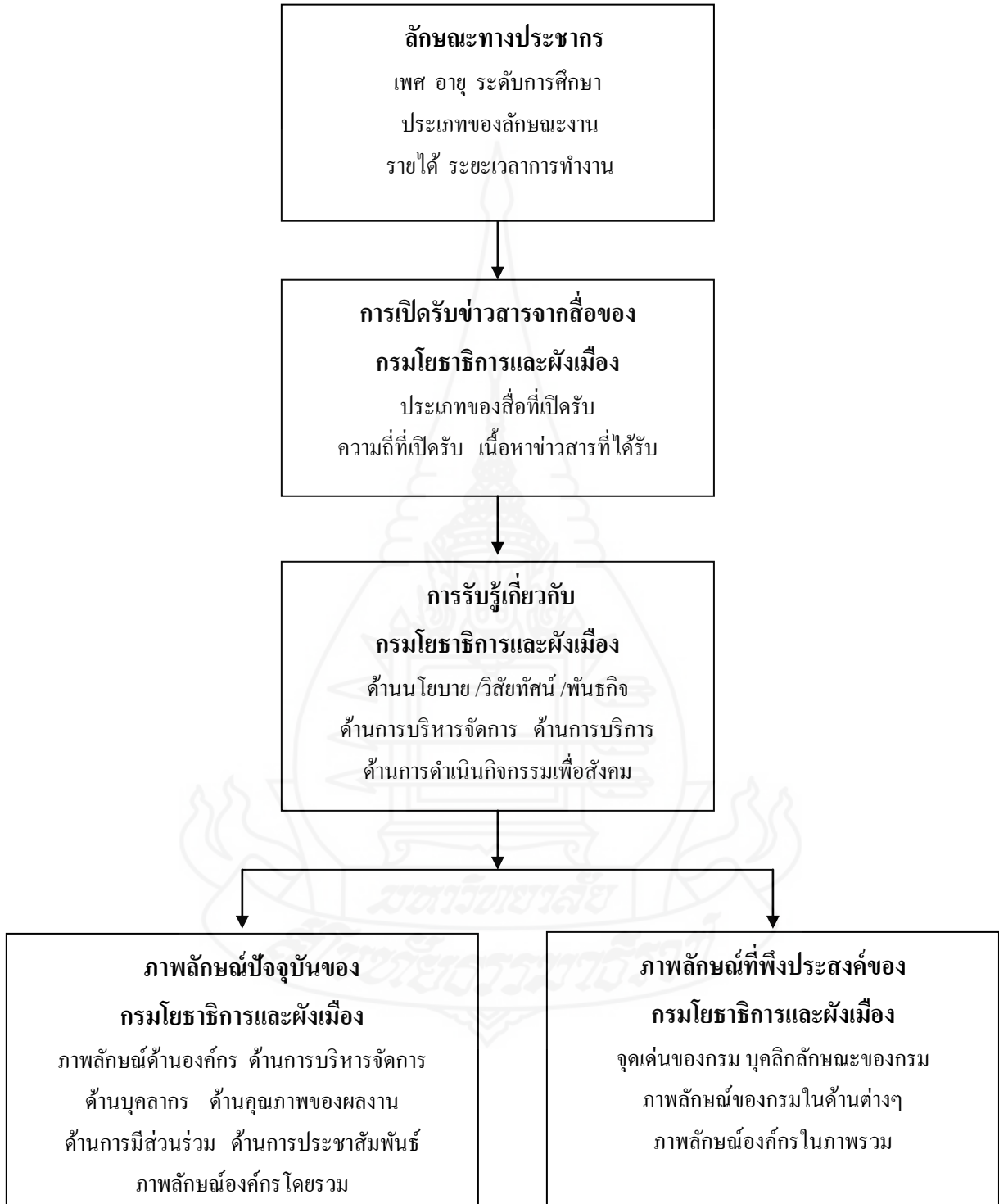
2.2 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนคติของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

2.3 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

2.4 เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 เพศของข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

4.2 ระยะเวลาการทำงานของข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ในช่วง เดือนธันวาคม 2553 - กุมภาพันธ์ 2554

5.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเท่านั้น ไม่รวมผู้บริหาร และลูกจ้างประจำของกรมโยธาธิการและผังเมือง

5.3 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองในภาพรวม ไม่ได้แยกศึกษาเฉพาะส่วนราชการของกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลางหรือส่วนภูมิภาค

5.4 การวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์-เดือนมีนาคม 2554

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 กรมโยธาธิการและผังเมือง หมายถึง หน่วยงานภาครัฐ สังกัดกระทรวงมหาดไทย เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับการผังเมืองในระดับต่างๆ การโยธาธิการ การออกแบบการก่อสร้างอาคาร สนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาเมือง วางระบบการตั้งถิ่นฐานและโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งกำหนดมาตรฐานการก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม ให้บ้านเมืองมีสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นเมืองน่าอยู่ โดยแบ่งส่วนราชการออกเป็นราชการบริหารส่วนกลาง ประกอบด้วยหน่วยงาน 9 สำนัก 8 กอง และส่วนภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด 75 จังหวัด

6.2 ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับ

ประสบการณ์โดยตรง หรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มาจากการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ เกิดการรับรู้แล้วมีทัศนคติที่เป็นความรู้สึกลบสนองต่อกรมโยธาธิการและผังเมืองในเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ ในด้านต่างๆ ที่ผู้วิจัยกำหนด 8 ด้าน คือ ด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และด้านการประชาสัมพันธ์

6.3 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง หมายถึง ภาพลักษณ์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ที่เกิดขึ้นในใจกลุ่มเป้าหมายภายใน ผ่านการรับรู้ข้อเท็จจริงรวมกับประสบการณ์และการประเมินส่วนบุคคล เกิดเป็นทัศนคติที่เป็นความคิดเห็น และความรู้สึกลบสนองต่อกรมโยธาธิการและผังเมืองในเชิงบวกหรือลบ

6.3.1 ภาพลักษณ์เชิงบวก หมายถึง การรับรู้ของข้าราชการและพนักงานรวมทั้งประสบการณ์และการประเมินส่วนบุคคล เกิดความเข้าใจแล้วกลายเป็นความประทับใจในกิจกรรมนโยบาย ให้การยอมรับ สนับสนุนการดำเนินงานในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

6.3.2 ภาพลักษณ์เชิงลบ หมายถึง การรับรู้ของข้าราชการและพนักงานรวมทั้งประสบการณ์และการประเมินส่วนบุคคล อาจเกิดจากความไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิด กลายเป็นความไม่ประทับใจในกิจกรรม นโยบาย ไม่ยอมรับ ไม่สนับสนุนโครงการต่างๆ หรือทำการต่อต้านการดำเนินงานของกรมโยธาธิการและผังเมือง

6.4 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง หมายถึงภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ที่ข้าราชการและพนักงานซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในของกรมโยธาธิการและผังเมือง ต้องการจะให้เกิดขึ้น

6.5 กลุ่มเป้าหมายภายในกรมโยธาธิการและผังเมือง

6.5.1 ข้าราชการกลุ่มตำแหน่งประเภทบริหาร ได้แก่ อธิบดี รองอธิบดี วิศวกรใหญ่ สถาปนิกใหญ่ และที่ปรึกษาด้านการผังเมือง

6.5.2 ข้าราชการกลุ่มตำแหน่งประเภทอำนวยการ ได้แก่ ผู้ตรวจราชการกรม ผู้อำนวยการสำนัก ผู้อำนวยการกอง และโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด 75 จังหวัด

6.5.3 ข้าราชการกลุ่มตำแหน่งประเภทวิชาการ ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ระดับชำนาญการ ระดับระดับชำนาญการพิเศษ วิศวกรฯเชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ

6.5.4 ข้าราชการกลุ่มตำแหน่งประเภททั่วไป ได้แก่ ระดับปฏิบัติงาน ระดับชำนาญงาน และระดับอาวุโส

6.5.5 กลุ่มลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และพนักงานจ้างประจำโครงการ

6.6 สื่อ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภทที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ได้แก่ สื่อมวลชน คือ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง ได้แก่ หนังสือคู่มือ หนังสือตำราวิชาการ โปสเตอร์ แผ่นพับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการ และเว็บไซต์ รวมทั้งสื่อบุคคล เป็นต้น

6.7 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การเลือกใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร รวมถึงปริมาณเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนและสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

6.8 การรับรู้ หมายถึง การที่ข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมือง มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ในด้าน นโยบาย /วิสัยทัศน์ /พันธกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริการ และด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม รวมถึงความสามารถในการแปลความ ตีความและขยายความในสิ่งที่ประจักษ์ซึ่งผ่านกระบวนการรับรู้

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทราบถึงภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง

7.2 เป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมโยธาธิการและผังเมืองให้กับกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร

7.3 เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยอาศัยฐานความรู้ความเข้าใจ ตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบอ้างอิง ได้แก่

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
5. ข้อมูลเกี่ยวกับ กรมโยธาธิการและผังเมือง
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

1.1 ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Image” ซึ่งเป็นความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานที่กำหนดไว้ นักวิชาการบางท่านได้ใช้คำว่า “ภาพพจน์” และ “จินตภาพ” แทนคำว่า “ภาพลักษณ์” ซึ่งจริงๆ แล้วคำว่า ภาพพจน์ เป็นคำในภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of Speech” หมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นภาพ อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน “ภาพพจน์” “ภาพลักษณ์” และ “จินตภาพ” ได้ถูกนำมาใช้ให้มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Image” (อ้างถึงใน วิมลพรรณ อาภาเวท, 2546: 13)

ฟิลลิป เลสลีย์ (Philip Lesly อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544: 76) ได้ให้ความหมายว่าภาพลักษณ์ หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การ สถาบันบุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น

ดร.คลอด โรบินสัน และดร.วอลเตอร์ แบร์โล (Dr. Claude Robinson and Dr. Walter Barlow อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 77) ได้ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคล

นั้นๆ อาจได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตัวเองหรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่างๆ เป็นต้น

มานิต รัตนสุวรรณ (2527: 27) ได้กล่าวไว้ว่า ปรากฏการณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์การใดองค์การหนึ่งจะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

ประจวบ อินอ้อด (2532 : 96) ให้ความหมายของปรากฏการณ์ไว้ดังนี้

1. พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม
2. เจตคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเป็นกรณีหรือบุคคลหรือสถาบันใดๆ ก็ได้
3. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณีหรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของคนที่มีอยู่
4. สิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณีหรือบุคคล หรือสถาบัน
5. คุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคลหรือกรณีเรื่องราวใดๆ

จากความหมายของปรากฏการณ์ในทัศนะของนักวิชาการต่าง จึงสรุปได้ว่า ปรากฏการณ์ หมายถึง ภาพขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้นั้นๆ โดยการเกิดปรากฏการณ์ต้องใช้ระยะเวลาสั่งสม ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ จึงต้องศึกษาถึงลักษณะของปรากฏการณ์ การเกิดปรากฏการณ์ และประเภทของปรากฏการณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อสามารถกำหนดรายละเอียดต่างๆ ในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

1.2 ความสำคัญของปรากฏการณ์

เป็นที่ยอมรับกันว่าการอยู่รอดของการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานทุกหน่วย ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์มิใช่น้อย หากหน่วยงานหรือองค์การสถาบันใดมีปรากฏการณ์ที่ดี ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความไว้วางใจ และให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้นๆ ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานนั้นๆ ในทางตรงกันข้ามถ้าหากหน่วยงานใดมีปรากฏการณ์ในเชิงลบ มีชื่อเสียงเลื่อมเสีย ประชาชนก็จะไม่ไว้วางใจไม่เชื่อถือ ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ หน่วยงานหรือองค์การนั้นๆ ย่อมประสบอุปสรรคในการดำเนินงาน และหากไม่มีการแก้ไข หน่วยงานนั้นๆ ก็จะไม่สามารถอยู่รอดได้ ต้องล้มเลิกกิจการไปในที่สุด

ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์การสถาบันต่างๆ จึงพยายามแข่งขันกันในการสร้างปรากฏการณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานของตน

เบอร์เนย์ (Bernays, 1961) กล่าวว่าหน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานหรือองค์กรนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัยหรือเกลียดชัง รวมทั้งไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมสวยสดงดงามเกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ

ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์กรหรือสถาบันในสังคม ทั้งที่เป็นหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน ทางด้านช่วยเสริมสร้างความสำเร็จให้เกิดแก่กิจการต่างๆ ได้เป็นอย่างดีหรืออาจจะดีกว่าที่เป็นอยู่เดิม เนื่องจากได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจ ปราศจากความเคลือบแคลงสงสัย รวมทั้งมีความประทับใจเกิดขึ้นในจิตใจของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546:15) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัว ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัวทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ขึ้น ซึ่งบุคคลเมื่อได้รับรู้ถึงพฤติกรรม หรือสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน องค์กร แล้วก็จะกลายเป็นภาพของสถาบัน องค์กรนั้นๆ ดังนั้นภาพลักษณ์ที่คิดคำนึงนั้นอาจจะตรงกับความเป็นจริงหรือไม่จริงก็ได้ เพราะบางครั้งสิ่งที่บุคคลคิดคำนึงนั้นอาจเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องก็ได้

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์กรในทางที่ดีหรือไม่ดีนั้นก็อาจขึ้นอยู่กับทัศนคติของบุคคลได้เช่นกัน เนื่องจากแต่ละบุคคลได้รับและสะสมประสบการณ์มาไม่เหมือนกัน ซึ่งประสบการณ์ต่างๆ เหล่านั้นเป็นผลทำให้เกิดทัศนคติตามมา

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดทัศนคติของบุคคล ได้แก่

- 1) การเรียนรู้ ได้แก่ การอบรมสั่งสอน อันจะเป็นการสะสมและรวบรวมประสบการณ์เอาไว้เป็นจำนวนมาก เช่น เด็กที่เกิดในครอบครัวนับถือศาสนาพุทธก็จะมีความเลื่อมใสในพุทธศาสนา เพราะได้รับอิทธิพลจากการอบรมสั่งสอนประสบการณ์ต่างๆ ไว้
- 2) ประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคลโดยตรง เช่น บุคคลที่เคยรับประทานอาหารทะเลแล้วแพ้ ก็ย่อมที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออาหารทะเล
- 3) เหตุการณ์ประทับใจในสองข้อแรกนั้น จะเป็นการสะสมประสบการณ์หลายๆ ครั้งและเกิดเป็นทัศนคติ แต่ทัศนคติก็สามารถเกิดขึ้นได้หากได้รับประสบการณ์เพียงครั้งเดียวและรู้สึกประทับใจ ซึ่งอาจจะประทับใจในทางบวกหรือทางลบก็ได้
- 4) การรับเอาแบบทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน โดยจะยอมรับเอาทัศนคติของผู้ที่เหนือกว่ามารับปฏิบัติต่อ เช่น รุ่นน้องรับทัศนคติบางเรื่องของรุ่นพี่

5) เกิดจากลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละคน เช่น คนมองโลกในแง่ร้ายก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ

6) เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นแหล่งให้ข้อมูลที่ก่อให้เกิดทั้งความเข้าใจและอารมณ์ชกแจงไปสู่การปฏิบัติได้

จะเห็นได้ว่า จากปัจจัยทั้ง 6 ที่กล่าวมานี้ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เกิดให้เกิดทัศนคติของแต่ละบุคคล และทัศนคตินี้เองที่เป็นปัจจัยให้มีผลในการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีขึ้นได้

1.3 การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะคือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสภาพแวดล้อมโดยที่สถาบัน องค์กร ไม่ได้ดำเนินการใดๆ อีกลักษณะคือภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่สถาบัน องค์กร ต้องการจะให้เป็น ไม่ว่าภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นจากลักษณะใดก็ตาม ภาพลักษณ์เกิดขึ้นมาจากข้อเท็จจริงและการประเมินส่วนตัวของแต่ละบุคคล ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่บุคคลได้รับนั้นต้องชัดเจน มีจำนวนมากพอและต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอจนทำให้เกิดการรับรู้ได้ ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลายาวนานเพียงพอโดยทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ที่ทางหน่วยงานได้เลือกใช้ (อ้างถึงใน วิมลพรรณ อาภาเวท (2546:18)

ภาพลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงได้ยาก หากภาพลักษณ์นั้นอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง และเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากพื้นฐานของข้อมูลที่ไม่เป็นจริงจะทำให้ภาพลักษณ์นั้นไม่คงทนถาวร เพราะสังคมในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้จากสื่อหลายช่องทางอย่างรวดเร็ว จึงมีโอกาที่จะเปรียบเทียบและคัดเลือกข้อมูลได้มากขึ้น ซึ่งหากประชาชนพบว่าการปกปิดข้อมูลที่ไม่ต้องการเปิดเผยของสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานประชาชนจะเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจไม่มั่นใจขาดความศรัทธาได้ในที่สุด

ภาพลักษณ์ (image) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ กล่าวคืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีก็ได้ ฉะนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้ ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ที่ดีมีประสิทธิภาพยังช่วยส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรสถาบันให้ดำรงยั่งยืนถาวรต่อไปได้

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของสถาบัน องค์กรนั้นต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริงเท่านั้น และต้องมีการสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการต่อยอดและรักษาภาพลักษณ์ให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งทั้งนี้ย่อมต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ เข้าประกอบด้วย

1.4 ภาพลักษณ์ขององค์กร

ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเป็นการสร้างความเชื่อมั่น สร้างความเข้าใจให้กับประชาชน เป็นการวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นหนาเมื่อเกิดวิกฤติการณ์ขึ้น องค์กรจะไม่นับคลอนมากนักและสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีทำให้องค์กรมีเพื่อนที่พร้อมจะเข้าช่วยเหลือในยามวิกฤติ ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรประกอบด้วย

- 1) ภาพของความรู้ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อบอกให้ทราบว่าอะไรเป็นอะไร เป็นการให้การศึกษาแก่สาธารณชน เพื่อให้สาธารณชนยอมรับและให้ความร่วมมือ
- 2) ภาพของความดีและสุภาพอ่อนน้อม เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่มาติดต่อหรือประชาชนให้เกิดความประทับใจและมีธรรมาศยดี
- 3) ภาพของความขยันขันแข็ง บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ ทำงานรวดเร็ว กระฉับกระเฉง มีลักษณะที่พร้อมที่จะติดต่อกับประชาชน
- 4) ภาพของความทันสมัย เป็นการแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าขององค์กรด้วยการนำระบบการบริหารจัดการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้ทั้งในด้านการบริหารและการบริการ
- 5) ภาพของประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการ เป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการทำงานขององค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 6) ภาพของความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือประชาชน เป็นการดำเนินการบนพื้นฐานของความถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบกันและจริงใจด้วยกันทุกฝ่าย
- 7) ภาพของความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนหรือสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี ซึ่งให้เห็นว่าองค์กรเป็นประชาชนหรือนิติบุคคลที่ดี สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อได้กำไรแล้วควรคืนกำไรให้กับสังคม

ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจการยอมรับสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร และช่วยแก้ไขปัญหายามวิกฤตได้

อำนาจ วีรวรรณ ให้ความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่สังคมต้องการไว้ดังนี้ (อ้างถึงใน พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2537: 107-108)

- 1) เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับองค์กรทั่วไป ในปัจจุบันมักจะเน้นกันมากเรื่องความปลอดภัย การไม่มีผลภาวะ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการทำงานหรือการผลิต

2) มีระบบและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นองค์กรที่มีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเพื่อนที่ดี ไม่ว่าจะเป็เพื่อนในฐานะผู้ขายหรือเพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นการให้ความร่วมมือ ความจริงใจ ซื่อสัตย์ หรือการมีส่วนร่วมในการพัฒนาความเจริญแก่ธุรกิจนั้นๆ

3) มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ ถ้าหากองค์กรใดมีการบริหารที่มีคุณภาพแล้ว แน่แน่นอนว่าองค์กรนั้นย่อมมีภาพลักษณ์ที่ดี

4) ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม การที่องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคมก็ย่อมมีหน้าที่สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่สังคม ส่วนภาพลักษณ์ที่นิยมสร้างกันมักเป็นเรื่องของการสร้างงานพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจประกอบกัน

5) ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง องค์กรที่จะเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกของสังคมได้ องค์กรนั้นจะต้องมีความประพฤติในกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีของสังคมนั้น ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้จึงมีความจำเป็นเช่นกัน

6) มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่าองค์กรนี้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม เช่น การมีความรับผิดชอบช่วยเหลือเมื่อเกิดสาธารณภัย หรือการเข้าร่วมโครงการรณรงค์ต่างๆ

ปัจจัยบางอย่างที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น

1) ข่าวลือ เป็นวิกฤตการณ์ที่หนักหน่วงขององค์กรทุกแห่ง โดยเฉพาะข่าวลือในเชิงทำลาย เพราะจะกระพือแพร่สะพัดอย่างรวดเร็ว คนที่ได้รับข่าวต่อๆ กันไปก็จะระบายสีเพิ่มเติมจนไม่รู้ว่าความจริงเป็นอย่างไร เพราะเป็นข่าวที่ไม่มีต้นตอ องค์กรหลายแห่งเกิดวิกฤตเพราะข่าวลือ

2) พฤติกรรมเชิงลบขององค์กรเอง เช่น การบริหารไม่มีประสิทธิภาพ บริการไม่สะดวก ไม่รับผิดชอบต่อหน้าที่ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่กระทบต่อความรู้สึกของประชาชน หากองค์กรไม่ปรับปรุงแก้ไขก็จะเกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อองค์กร และสามารถทำให้องค์กรนั้นเสียหายได้

วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) กล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Favorable Image) ให้แก่หน่วยงานองค์กรหรือสถาบัน ผู้ที่ทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ควรยึดถือหลัก ดังนี้

1) ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่อง หรือจุดอ่อน แห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน การค้นหาอาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ทำที่ และความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2) วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เช่น จุดยืน (Standpoint) ของสถาบันคืออะไร อยู่ที่ไหน และหน่วยงาน

มีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใด หรือต้องการให้ความรู้สึกนึกคิด ทำที่ต่อหน่วยงาน สถาบันอย่างไรบ้าง เป็นต้น หลังจากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานขั้นต่อไป

3) คิดหัวข้อ (Themes) ต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้ก็คือ เนื้อหา ข่าวสาร หรือข้อความสั้นๆ ที่กินใจความและชวนให้จดจำได้ง่าย (Slogan) สิ่งสำคัญก็คือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจและมีอิทธิพลโน้มน้าวใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่เราต้องการ

4) ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจใช้สื่อมวลชนต่างๆ เข้าช่วยประกอบ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น จุลสาร โบสเตอร์ แผ่นปลิว แผ่นพับ เป็นต้น

มาร์คเคน (1990) ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ของการสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งขององค์กรว่าจะส่งผลต่อองค์กร ดังต่อไปนี้

- 1) สร้างการรับรู้ที่ชัดเจนของระดับผู้บริหาร ในเป้าหมายระยะยาวขององค์กร
- 2) สร้างวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนขององค์กร
- 3) เสริมสร้างการวางแผนตำแหน่งการแข่งขัน (Competitive Positions) และเงื่อนไขทางการตลาด (Market Conditions)
- 4) พัฒนาการวางแผนการสื่อสารทั้งในองค์กร (Internal Communications) และการสื่อสารนอกองค์กร (External Communications)
- 5) เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการปฏิบัติของพนักงาน (Employees) คู่ค้า (Suppliers) ผู้บริหารระดับสูง (Directors)

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบุคคลหรือประชาชนที่มีต่อองค์กรนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กร และการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์อย่างพอเพียง

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญมากทั้งในการดำเนินชีวิตประจำวัน ในการประกอบอาชีพและการดำเนินธุรกิจ มนุษย์ใช้ข้อมูลข่าวสารในการประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ และมนุษย์จะมีความต้องการข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ในสภาวะที่ข้อมูลข่าวสารมีจำนวน

มากและหลากหลาย เมื่อต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ บุคคลจะไม่รับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมามีทั้งหมด แต่จะเลือกรับข่าวสารเพียงบางส่วนที่มีประโยชน์ แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆ มีการเลือกรับสื่อที่นั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามที่สนใจและประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคมสภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางสังคม

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ในสังคมปัจจุบันข่าวสารนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข้อมูลข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จานง, 2523)

เลอเนอร์ (Lerner, 1958) ได้ให้คำจำกัดความ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนว่า หมายถึง อัตราส่วนของประชาชนที่มีวิทยุ จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และจำนวนผู้ที่นั่งดูภาพยนตร์ต่อประชาชน 1,000 คน

เลอเนอร์ (Lerner, 1958) เป็นคนแรกที่ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในประเทศตะวันตกกลาง ในปี ค.ศ. 1958 และพบว่า การขยายของชุมชนจนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้มีการพัฒนาด้านความรู้หนังสือและระดับการเรียนรู้ที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน และการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

โรเจอร์ และสเวนนิ่ง (Roger and Svenning, 1969) ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนให้กว้างออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชน ในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ

แอทกิน (Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้นมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

แมคคอมบส์ และเบ็คเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) กล่าวว่าบุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision)

โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตน ต่อสถานะหรือเหตุการณ์ต่างๆ ได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion)

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation)

เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆ ตัวซึ่งเป็นแรงผลักดันให้บุคคลเปิดรับข่าวสารต่างๆ

เบคเกอร์ (Becker, 1979) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับ คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูสื่อโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมาหรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูสื่อโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจเอาใจใส่ อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

จะเห็นได้ว่าเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องต้องกัน

Schram (1973) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการที่บุคคลมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไปว่ามีสาเหตุพื้นฐานที่สำคัญคือ บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสรีระ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม ดังนี้

1. วัย วัยมีส่วนทำให้การรับข่าวสารแตกต่างกันไป ผู้ที่มีอายุมากมักจะชอบรับสารที่เป็นทางการมากกว่ารายการบันเทิง ในขณะที่วัยรุ่นจะชอบรายการประเภทนี้
2. เพศ หญิง และชาย จะมีความสนใจที่แตกต่างกัน จะเห็นได้จากหญิงมักจะให้ความสนใจหรือเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับรายการแม่บ้าน ความงาม ขณะที่ชายจะนิยมข่าวสารการบ้านการเมือง หรือกีฬา
3. การศึกษา จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาคดีมักจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ ในการเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้น
4. ศาสนา ผู้ที่นับถือศาสนาแตกต่างกัน จะมีความสนใจในบางสิ่งบางอย่างแตกต่างกันไป ดังนั้นในการสื่อสารจึงต้องใช้ความระมัดระวังในเรื่องนี้
5. ที่อยู่อาศัย บุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นที่แตกต่างกัน เช่น อยู่ในแต่ละภาค แต่ละประเทศย่อมมีความสนใจ ความเชื่อ และทัศนคติที่แตกต่างกันไป
6. เศรษฐกิจ ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มักจะให้ความสนใจกับการอ่านหนังสือ นิตยสาร หรือรับสื่อต่างๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเรื่องราวของการบ้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวิชาการ หรือสนใจที่จะรับสื่อที่มีความทันสมัย
7. ทัศนคติหรือประสบการณ์เดิม บุคคลอาจมีความเชื่อและแนวคิดต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแตกต่างกันไปตามพื้นฐานที่ตนเองมีอยู่

Robinson (1972) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคลโดยกลุ่มคนที่ระดับการศึกษาต่างกันจะใช้สื่อ และมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ก็ยังมียุคศึกษาเกี่ยวกับการเลือกรับสารของบุคคลโดย Sears และ Freedman (1967) พบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษาและระดับชั้นทางสังคมสามารถเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อได้ดีที่สุด

งานวิจัยของแม็คลอคและคณะ(Mcleod and other) กล่าวว่า ตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ (Mcleod ,1972)

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
 2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน
- โดย แม็คลอค กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Media) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์กับตัวแปร

อื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่เนื้อหาประเภทต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

โดยทั่วไปผู้รับข่าวสารจะมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน ได้แก่ ความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่างๆ โดยเฉพาะบุคคลจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่ได้ประโยชน์หรือผลตอบแทนดีที่สุด ซึ่งตรงกับที่ Schramm กล่าวว่าผู้รับสารโดยทั่วไปจะให้ความสำคัญกับการเลือกรับข่าวสารซึ่งมีการใช้ความพยายามน้อยที่สุด

นอกจากนี้ผู้รับข่าวสารมักจะเลือกแสวงหาข่าวสารที่มาสันนับสนุนทัศนคติ ความเชื่อที่ตนมีอยู่ก่อนแล้ว ข่าวสารที่แสวงหาจึงต้องไม่ใช่ข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนและมักจะปฏิเสธข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติหรือความเชื่อเดิมที่มีอยู่อีกด้วย

แชรम्म (Schramm, 1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจจะเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

ซึ่ง แชรम्म (Schramm, 1973) ได้อธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Atkin (1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้นมีภูมิตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นที่ยอมรับ ทันทเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ยิ่งกว่านั้น Atkin ยังได้กล่าวอีกว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนกับการลงทุนลงแรงและพันธะผูกพันที่ตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น และหากการเปิดรับข่าวสารนั้นจะทำให้เกิดพันธะผูกพันตามมา เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่แน่ใจ บุคคลก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น หรือในบางครั้งก็จำเป็นต้องรับข่าวสารนั้นๆ ทั้งที่ไม่เต็มใจ

Atkin ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ความต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิงที่อาจเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจในเหตุการณ์ สถานการณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่งของปัจเจกบุคคลสืบเนื่องมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

กล่าวโดยสรุป การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้นนอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เพิกเฉยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่จะใช้ และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

3.1 ความหมายของทัศนคติ

“ทัศนคติ” หมายถึง ระดับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพของพฤติกรรม หรือส่วนนำที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง คำว่า “ทัศนคติ” หรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า “Attitude”

(Webster, 1960) มาจากภาษาลาตินว่า “Aptus” แปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสม นำมาใช้ในความหมายของคำว่า “Attitude” หรือ “ทัศนคติ” หมายถึงท่าทีที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพจิตใจอันได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้มากมาย อาทิ

คาร์เตอร์ วี. กูด (Cater V.Good, 1973) กล่าวว่า “ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลหรือสิ่งใดๆ”

คุนเลอร์ (Kundler, 1974) ให้คำจำกัดความว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมรอบตัวหรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุน หรือต่อต้านแนวความคิด สถาบัน บุคคล หรือสถานการณ์บางอย่าง

กรอส และ นิแมน (Gross and Niman, 1953) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลสะท้อนที่แสดงออกโดยพฤติกรรม และความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในสังคม

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1954) ได้อธิบายว่าทัศนคติเป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉยๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด

โรเจอร์ส (Rogers, 1978) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนะนั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนะนั้นจึงเป็นมิตินของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

เทอร์สโตน (Turstone, 1969) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางการพูดเป็นความคิดเป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติ เราก็ทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ทัศนคติเป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรก็ได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ฯลฯ ของความรู้สึกเหล่านี้ ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

นอร์แมน แอล มุน (Nirman L.Mun, 1971) กล่าวว่า “ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคตินั้น”

จากคำจำกัดความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ทักษะคติหมายถึง ความรู้ภายในของแต่ละบุคคล ที่แสดงออกมาถึงความชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะเป็นการประเมินผลต่อสิ่งที่ได้พบ เราไม่สามารถรู้ถึงทัศนคติของบุคคลอื่นได้ นอกจากเขาจะพูดหรือแสดงพฤติกรรมออกมา

3.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

3.2.1 องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) คือ ส่วนที่ประกอบเป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมีก็จะมีความรู้ที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

3.2.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3.2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลที่มีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจมีความรู้สึกหรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้

3.3 การเกิดของทัศนคติ

ไลเคิร์ต (Likert, 1932) ได้ศึกษาถึงการเกิดทัศนคติของบุคคล โดยได้ข้อสรุปว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ (Learning) การรับรู้ (Perception) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และส่วนสำคัญที่สามารถทำให้คนเกิดทัศนคติมีดังนี้คือ

3.3.1 ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

3.3.2 การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นได้ เช่น เด็กได้รับการอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่ถึงการกระทำสิ่งต่างๆ ว่าดีหรือไม่ดี เด็กก็จะจดจำและมีทัศนคติต่อการกระทำนั้นๆ ตามที่ได้รับรู้รับฟังมา

3.3.3 สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ กล่าวคือการมองบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร แล้วเราก็จดจำเอามาปฏิบัติตาม เช่น เด็กมักจะมีการเลียนแบบพ่อแม่ เพื่อนฝูง นักร้อง นักแสดงที่ผ่านทางสื่อต่างๆ ได้

3.3.4 องค์ประกอบสถาบัน (Institutional Factors) ได้แก่ โรงเรียน วัด ครอบครัว หน่วยงาน สมาคมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือเกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตาม จึงอาจจะกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ

3.4 ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะของทัศนคติ มี 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคล
3. ทัศนคติมีความหมายอ้างอิงถึงบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งของ คือ ทัศนคติเกิดจากสิ่งที่อยู่หรือเกิดขึ้น สามารถอ้างอิงได้
4. ทัศนคติมีลักษณะมั่นคงถาวร ยากแก่การเปลี่ยนแปลงได้ ในระยะเวลาอันจำกัด ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ที่บุคคลสั่งสมมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจทำได้โดยอาศัยเวลาและกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง

3.5 ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

3.5.1 ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ เช่น เด็กวัยรุ่นอาจจะชื่นชมนักร้อง นักแสดง ก็จะมีการแสดงออกด้วยการติดตามผลงาน คอยตามข่าวคราวความเป็นไปของนักร้อง นักแสดงคนนั้นๆ อยู่ตลอดเวลา เป็นต้น

3.5.2 ทัศนคติทางลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสียเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือ ใ้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดๆ รวมไปถึงหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร

และอื่นๆ เช่น ผู้ใหญ่อาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักเรียนวัยรุ่นที่แต่งตัวไม่เหมาะสม ก็จะก่อให้เกิดอคติขึ้นและวิพากษ์วิจารณ์ไปในทางลบ

3.5.3 ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น ในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น บางคนซึ่งไม่ได้ติดตามคุณละครโทรทัศน์เลย เนื่องจากไม่มีความสนใจ ก็จะไม่ได้แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ถึงเนื้อหาของละครนั้นๆ เป็นต้น

บุคคลอาจมีทัศนคติเพียงประการเดียว หรือหลายประการรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคง ในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดหรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำหรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ”

3.6 การวัดทัศนคติ

ไลเคิร์ต (Likert, 1932) นักจิตวิทยาซึ่งได้ศึกษาถึงเรื่องการเกิดทัศนคติแล้วยังทำให้เกิดการศึกษาที่จะให้ทัศนคติเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยการหาเครื่องมือวัดทัศนคติ ซึ่งเรียกว่า Likert Scale ซึ่งได้อธิบายว่า ปกติแล้วทัศนคติของคนเรานั้นจะวัดได้ยาก จึงได้พยายามหาวิธี โดยถือหลักที่ว่าทัศนคติของคนเรานั้นจะสามารถจำแนกความแตกต่างได้เป็นทิศทางบวก (+) และลบ (-) เช่น เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย ชอบ-ไม่ชอบ รัก-เกลียด เป็นต้น และที่สำคัญในการวัดทัศนคตินี้ก็เป็นไปได้ว่าบุคคลนั้นอาจไม่ต้องการแสดงทัศนคติ หรือมีทัศนคติเป็นกลางหรือไม่มีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การวัดทัศนคติก็น่าที่จะต้องให้มี คำตอบ “กลางๆ” (0) ด้วย

เทอร์สโตน และเซฟ (Thurstone and Chave, 1992) ได้สรุปลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่ทำการวัดทัศนคติ ไว้ดังนี้

1. ทัศนคติ เป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตาม เราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อน และมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม
2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึก ความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่นๆ ต่อเรื่องนั้นๆ
3. เราสามารถวัดทัศนคติได้ โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่า การกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้น อาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้น จึงยังใช้ความคิดเห็น หรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อชี้บ่งชี้ถึงทัศนคติ

4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ในการวัดความคิดเห็นหรือการกระทำที่เราใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่าง “เครื่องบ่งชี้” และความจริงถือว่าเป็น “สากล” (Universal)

5. ทัศนคติของคนคนหนึ่ง ไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนคนนั้น ได้ถูกต้องเสมอไป

6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ อาจเกิดจากการผิดพลาดในการวัด ดังนั้นจึงมีแนวความคิด ที่จะใช้ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัดจากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง

7. ไม่สามารถใช้คำ “มาก” หรือ “น้อย” อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ อย่างไรก็ตามความคิดที่จะวัดทัศนคตินี้ เป็นความพยายามที่จะวัดทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement) โรเซนเบิร์กและโฮฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สังเกตเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้ เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสาร เปลี่ยนแปลงความรู้ หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจ

3.7 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจที่ดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงและเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งสามอย่างนี้ให้เชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่มีการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใด ต้องพยายามให้ความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติเสียก่อน

โรเจอร์ส (Rogers, 1986) อธิบายว่า ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้น ไม่ได้สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติ อาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติเกิดขึ้นแล้ว และมีแนวโน้มว่าจะปฏิบัติตามทัศนคตินั้นๆ ก็ตาม แต่พฤติกรรมอาจจะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะบางกรณีอาจเกิด KAP-Gap (ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ) ขึ้นได้ กล่าวคือ โดยทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไรจะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่ นั่นคือ K (Knowledge), A (Attitude), P

(Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นในทุกกรณีไป ซึ่งในการเปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ

โรเจอร์ส ได้เสนอวิธีแก้ไขไว้ 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการ หรือโครงการให้มากขึ้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่อยู่นั้น
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ โดยการใช้สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ที่รับผิดชอบในการเผยแพร่กิจกรรมนั้นๆ ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับการปฏิบัติในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจแก่บุคคลอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ ซึ่งอาจรวมทั้งการใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วยทำหน้าที่ ในการเผยแพร่ข่าวสารนี้ออกไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยใช้สื่อบุคคลหรือผู้นำความคิด เข้าไปเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายและเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาภาพลักษณ์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546: 7) กล่าวว่า ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไปว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและภาคธุรกิจ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน โดยใช้ความพยายามในการโน้มน้าวชักจูงใจให้เกิดการรู้จัก และการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดความน่าเชื่อถือและสนับสนุนหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์จึงมีเป้าหมายสำคัญเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายทราบและโน้มน้าวใจให้เกิดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของหน่วยงานดำเนินไปอย่างราบรื่น และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

4.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations โดย Public หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชนส่วน Relations หมายถึง การสัมพันธ์

ดังนั้นถ้าแปลความหมายแล้ว การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสัมพันธ์กับคนหมู่มาก

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ในทัศนะที่แตกต่างกันไป ดังนี้

สก็อต เอ็ม คัทลิป และแอลเลน เอช เซ็นเตอร์ (Scott M. Cutlip and Allen H. Center, 1978 : 4) นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้การยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบัน และเป็นการสื่อสารสองทาง

จอห์น อี มาร์สตัน (John E. Marston, 1979: 3) ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประเทศที่สำคัญ

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอร์เนย์ (Edward L. Bernays, 1952: 3) ได้ให้ความหมายว่าการประชาสัมพันธ์ควรมีความหมาย 3 ประการ คือ

1. เป็นการเผยแพร่ ซึ่งแจ้งให้ประชาชนทราบและเข้าใจ
2. เป็นการชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. เป็นการผสมผสานความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 13) สมาคมนักประชาสัมพันธ์นานาชาติจากทั่วโลก ได้ให้ทัศนะและแนวความคิดของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดีมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และดำรงรักษาความเข้าใจอันดี มีความเห็นอกเห็นใจและให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์การเกี่ยวข้องอยู่ โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประสิทธิผล แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540: 33) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ คือ การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอัน

ถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

สะอาด ตัณสุภผล (ม.ป.ป.: 1) ได้กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประหมัดเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล (ม.ป.ป.: 1) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างสถาบัน องค์กรกับประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีและถูกต้อง เพื่อสร้างความเชื่อถือศรัทธา และจำเป็นต้องมีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันเพื่อนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการยอมรับและให้ความร่วมมือสนับสนุนในที่สุด

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำทั้งสิ้นที่ปวงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดีที่จะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงาน และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันอย่างดี

จากความหมายของนักวิชาการต่างๆดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการจัดทำแผนและกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องอันเป็นการสร้างความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุวัตถุประสงค์

4.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

4.2.1 ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถาบัน องค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงาน และกลุ่มประชาชนภายนอก

4.2.2 เป็นกลไกในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ชื่อเสียง ศรัทธาในเกิดแก่สถาบัน องค์กร หรือหน่วยงาน

4.2.3 ช่วยผลักดันให้การดำเนินงานของสถาบัน องค์กร เป็นไปได้ด้วยดี

4.2.4 เป็นกลไกในการชักจูง โน้มน้าวใจ ให้เกิดการยอมรับ สนับสนุน และเกิดการปฏิบัติตาม

4.2.5 เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในองค์กร สถาบันที่เป็นหน่วยงานธุรกิจ นำมาใช้ในการสื่อสารสินค้า หรือบริการไปยังผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

4.2.6 เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาวิกฤตต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับสถาบัน องค์กร

4.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Process)

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่มีกระบวนการที่ต้องทำต่อเนื่องกัน 4 ขั้นตอน คือ

1. การศึกษาข้อมูล (Research-Listening) เป็นการหยั่งความคิด ทักษะคิด และ ปฏิกริยา ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำและนโยบายของสถาบัน และประเมินค่า เป็นการหา ความจริงเกี่ยวกับว่า “อะไรคือปัญหาของเรา”

2. การวางแผน (Planning-Decision Making) เกี่ยวข้องกับการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็น ความคิด และปฏิกริยาต่างๆ มาพิจารณาวางนโยบายของสถาบันจะได้แผนงานที่ได้ ประโยชน์ทุกฝ่าย เป็นขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่า “จะสามารถทำอะไรได้บ้าง”

3. การปฏิบัติงาน – การสื่อสาร (Communications – Action) เกี่ยวข้องกับการ อธิบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบ หรือผู้ที่เราต้องการสนับสนุน เป็นการบอกว่า “เราทำสิ่งต่างๆ เหล่านี้ไปทำไม”

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลดูว่าแผนงานที่เราวางไว้และ เทคนิคที่เราทำได้ผลเพียง “เราทำงานได้ผลอะไรบ้าง”

4.4 การประชาสัมพันธ์กับความสำเร็จองค์กร

วิรัช ลภีรัตนกุล (2549: 18) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ช่วยให้สังคมที่ ซับซ้อนและมีลักษณะพหุภาค (pluralistic society) เฉกเช่นปัจจุบัน สามารถบรรลุถึงการตัดสินใจ และทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการสร้างสรรค์ความเข้าใจร่วมกันระหว่างกลุ่มประชาชน ต่างๆ กับองค์กรสถาบัน (mutual understanding among groups and institutions) รวมทั้งช่วยให้นโยบายองค์กร (เอกชน) และนโยบายสาธารณะผสมผสานกันได้อย่างกลมกลืน (private and public policies into harmony)

แนวคิดขั้นพื้นฐาน (fundamental concept) ของการประชาสัมพันธ์ตามหลัก วิชาการนั้นถือว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (interactive process) ระหว่างองค์กรหรือบุคคลกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบ สองทาง (two-way communication) เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดี (favorable image) แก่สาธารณชน ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือสนับสนุนจากสาธารณชน โดย ชำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน (mutually beneficial relationships)

การประชาสัมพันธ์จึงช่วยให้องค์กรสถาบันต่างๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลายในสังคม เช่น องค์กรธุรกิจ องค์กรของรัฐ องค์กรสาธารณกุศล สมาคม มูลนิธิ โรงพยาบาล สถาบันทาง

การศึกษาและสถาบันทางศาสนา (educational & institutions) สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และพัฒนาความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายของตนอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สมาชิก (members) พนักงาน (employees) มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (stake) ลูกค้า (customers) ชุมชน (communities) และสถาบันอื่นๆ ตลอดจนประชาชนทั่วไปในสังคม

ศาสตราจารย์คาร์ล เนสส์แมนน์ (Karl Nessmann, 1995) นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์แห่ง University of Klagenfurt ประเทศออสเตรีย ระบุว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้

1. เสริมสร้างความไว้วางใจ (trust) ความเข้าใจ (comprehension) และความเห็นอกเห็นใจ (sympathy) แก่ประชาชน
2. กระตุ้นความสนใจ (arousing attention) และความต้องการของประชาชน
3. สร้างสรรค์และธำรงรักษาการสื่อสารและความสัมพันธ์ที่ดี (relationships) กับประชาชน
4. สร้างสรรค์ความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) และการเจรจาตกลงร่วมกัน
5. เสริมสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual benefits)
6. แก้ไขความขัดแย้ง (resolving conflicts) และส่งเสริมความร่วมมือกัน
7. เสริมสร้างความสามัคคีร่วมกัน และความเห็นพ้องต้องกัน (consensus)
8. ชักจูงโน้มน้าวประชามติ (influencing public opinion)

จะนั้นจะเห็นได้ว่า กิจกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นล้วนแล้วแต่เป็นการเสริมสร้างความเข้าใจ และความสามัคคีร่วมกันระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ด้วยการสร้างสรรค์ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากสาธารณชน อันจะนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จในที่สุด

5. ข้อมูลเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

5.1 ความเป็นมาของกรมโยธาธิการและผังเมือง

กรมโยธาธิการและผังเมือง ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2545 จากการรวมกรมโยธาธิการและกรมการผังเมืองเข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นผลจากการปฏิรูประบบราชการตามนโยบายของรัฐบาลในสมัยนั้น โดยบูรณาการงานที่เกี่ยวข้องกันของทั้งสองกรมเข้าด้วยกัน และมุ่งหวังให้เกิด

การพัฒนาเมืองที่สัมฤทธิ์ผล ตามวัตถุประสงค์ของการผังเมืองอย่างแท้จริง อันจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนอย่างยั่งยืน

5.2 วิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

เป็นองค์กรแกนนำของประเทศ ในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง และการอาคาร ให้มีความน่าอยู่ ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์

5.3 พันธกิจของกรมโยธาธิการและผังเมือง

5.3.1 สนับสนุน กำหนด กำกับ และพัฒนาปรับปรุงให้งาน ผังเมือง และโยธาธิการ มีมาตรฐานวิชาการที่สามารถสนองต่อความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

5.3.2 สร้างการมีส่วนร่วมกับภาครัฐและประชาชนในการวางแผนการดำเนินการพัฒนาเมืองท้องถิ่นและชุมชน

5.3.3 พัฒนาปรับปรุง ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย การใช้ประโยชน์ที่ดิน การผังเมืองและโยธาธิการ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน

5.4 อำนาจหน้าที่กรมโยธาธิการและผังเมืองตามกฎหมาย

กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย มีภารกิจเกี่ยวกับงานด้านการผังเมืองระดับต่างๆ ของประเทศ การโยธาธิการ การออกแบบก่อสร้างและควบคุมการก่อสร้างอาคาร ดำเนินการและสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการพัฒนาเมือง พื้นที่ และชนบท โดยการกำหนดและกำกับดูแลนโยบายการใช้ประโยชน์ที่ดิน ระบบการตั้งถิ่นฐานและโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการกำหนดคุณภาพ และมาตรฐานการก่อสร้าง ด้านสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และการผังเมือง เพื่อให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี เกิดมาตรฐานความปลอดภัยแห่งสาธารณชน ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง และสิ่งปลูกสร้างตามระบบการผังเมืองที่ดี อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการผังเมือง กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร กฎหมายว่าด้วยการขุดดินและถมดิน กฎหมายว่าด้วยการควบคุมกิจการค้าขายอันกระทบถึงความปลอดภัยหรือความผาสุกแห่งสาธารณชนและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. วางและจัดทำผังเมืองประเภทอื่นๆ ตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย หรือตามที่ส่วนราชการอื่นร้องขอ และดำเนินการให้เป็นไปตามผังเมืองนั้นๆ

3. ดำเนินการจัดรูปที่ดินเพื่อพัฒนาพื้นที่

4. ดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางผัง วิจัย การติดตาม ประเมินผล และพัฒนามาตรฐานด้านการผังเมืองและโยธาธิการ รวมทั้งการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน และคู่มือด้านการผังเมืองและโยธาธิการ

5. ดำเนินการเกี่ยวกับการวางผัง ออกแบบ ควบคุมการก่อสร้าง บูรณะเมืองหรือ อาคาร และสิ่งก่อสร้างของหน่วยงานของรัฐ

6. ให้บริการและคำปรึกษาเกี่ยวกับงานออกแบบ งานก่อสร้าง และงานที่อยู่ใน อำนาจหน้าที่ของกรมแก่หน่วยงานต่างๆ

7. ดำเนินการเกี่ยวกับการออกแบบ การก่อสร้างและควบคุมอาคารก่อสร้าง อาคารและโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการบูรณะและบำรุงรักษา

8. ดำเนินการประสาน กำกับดูแล สนับสนุนและพัฒนาให้เป็นไปตามผังเมือง รวมทั้งกำกับตรวจสอบการใช้อำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการผังเมืองของเจ้าพนักงานท้องถิ่น

9. ดำเนินการพัฒนาระบบและบริหารข้อมูลการผังเมืองและโยธาธิการ

10. ดำเนินการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของกรม องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น รวมทั้งหน่วยงานอื่นด้านการผังเมืองและโยธาธิการ

11. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือ ตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2545 ได้แบ่งส่วนราชการบริหารส่วนกลางออกเป็น 8 กอง 9 สำนัก ซึ่ง มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 9 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป ได้แก่

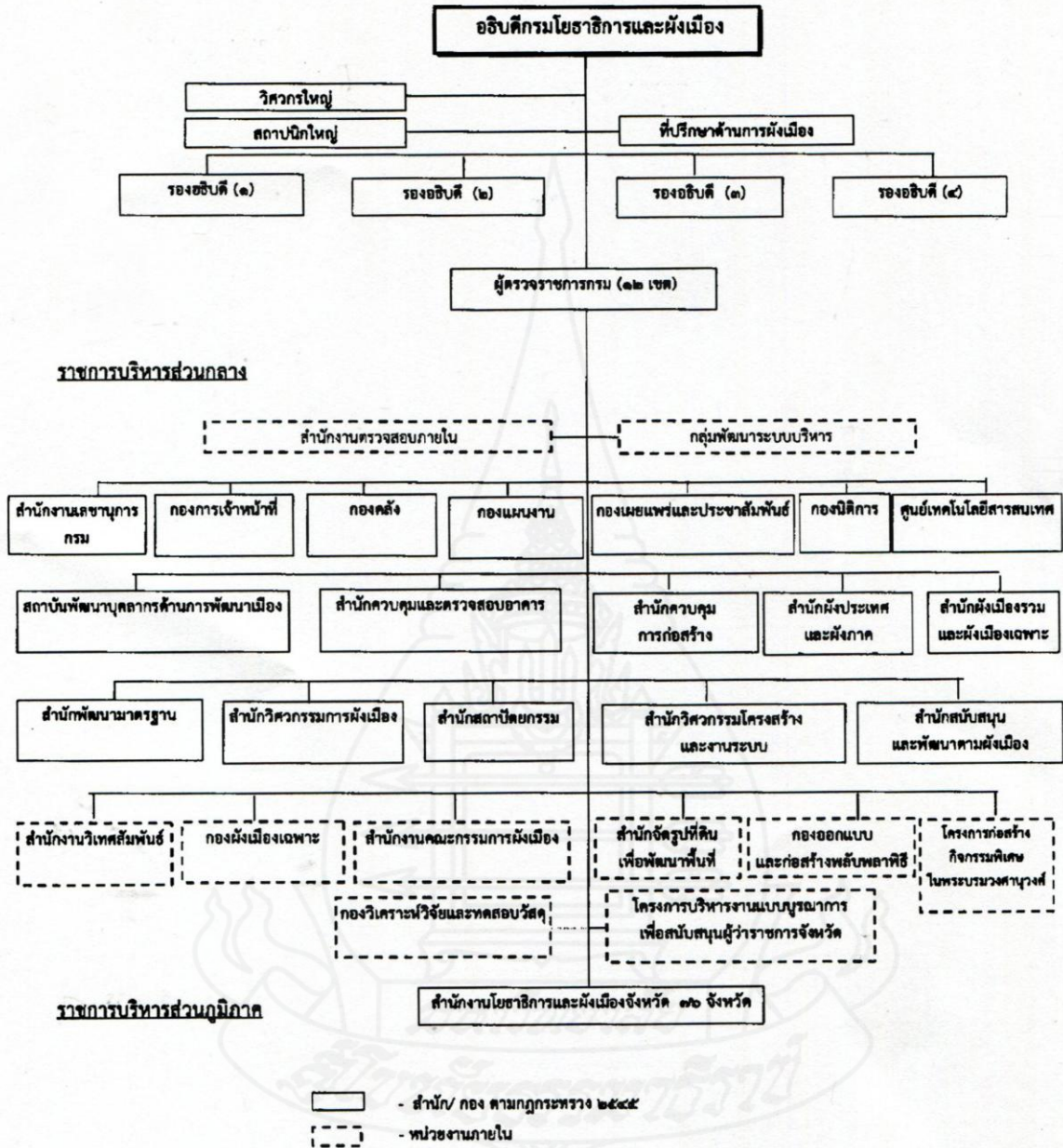
ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

1. สำนักงานเลขานุการกรม
2. กองการเจ้าหน้าที่
3. กองคลัง
4. กองแผนงาน
5. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
6. กองนิติการ
7. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ
8. สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการพัฒนาเมือง
9. สำนักควบคุมการก่อสร้าง
10. สำนักควบคุมและตรวจสอบอาคาร

11. สำนักผังประเทศและผังภาค
12. สำนักผังเมืองรวมและผังเมืองเฉพาะ
13. สำนักพัฒนามาตรฐาน
14. สำนักวิศวกรรมผังเมือง
15. สำนักวิศวกรรมโครงสร้างและงานระบบ
16. สำนักสถาปัตยกรรม
17. สำนักสนับสนุนและพัฒนาตามผังเมือง



โครงสร้างองค์การ



ที่มา : กลุ่มงานอัตรากำลังและพัฒนาระบบงาน กองการเจ้าหน้าที่
 :O/จากกลุ่มงานอัตรากำลัง/ฐานข้อมูลโครงสร้างแม่แบบ
 ปรับปรุง ณ วันที่ ๑๔ มกราคม ๕๔

ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง

เพื่อให้การบริหารราชการของกรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 จึงให้ปรับปรุงโครงสร้างของกรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นการภายใน (เฉพาะราชการบริหารส่วนกลาง) ประกอบด้วยส่วนราชการ ดังนี้

1. กองผังเมืองเฉพาะ
2. สำนักงานจัดรูปที่ดินเพื่อการพัฒนาพื้นที่
3. สำนักงานคณะกรรมการผังเมือง
4. กองออกแบบและก่อสร้างพลับพลาพิธี
5. สำนักงานวิเทศสัมพันธ์

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการสนับสนุน ให้คำปรึกษา และบริการทางวิชาการเกี่ยวกับการผังเมืองและโยธาธิการที่อยู่ในขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรมแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือที่ได้รับมอบหมาย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สติมา ศรีนคร (2552) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มากที่สุด รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์ สำหรับความถี่ในการเปิดรับสื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อเว็บไซต์กระทรวงเกษตรฯ กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์โดยรวมต่อกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในระดับปานกลาง และมีภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ข้อมูลที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้องเชื่อถือได้

สำหรับภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ควรเป็นองค์กรที่สามารถดูแลเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงและผาสุก ผู้บริหารควรเป็นบุคคลที่มีความโปร่งใสและเป็นธรรม บุคลากรควรปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของเกษตรกรมากกว่าตัวเอง

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเพียงพอต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งที่แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน ส่วน เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงาน และด้านการบริการ

พนารัตน์ เสรีทวีกุล (2551) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ แต่เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแต่ละสื่อแล้วพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ www.doa.com รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์

2. การรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของกรมวิชาการเกษตรพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีภาพลักษณ์ด้านบุคลากรดีที่สุด รองลงมาคือรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านคุณภาพของผลงาน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เสนอแนะว่า กรมวิชาการเกษตรควรมีการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรแต่ละประเภทให้มีความน่าสนใจและผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และควรทำการวิจัยสื่อแต่ละประเภทที่ใช้ด้านการรับรู้ภาพลักษณ์แม้ภาพลักษณ์โดยรวมจะอยู่ในระดับต่ำ แต่ควรพัฒนาภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร องค์กรและการบริการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางให้อยู่ในระดับดีให้มากที่สุด และควรวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับดีให้คงอยู่ตลอดไป

ปณิดา พุทชนวรัตน์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติในทัศนะของประชาชนผู้ใช้บริการ” พบว่า

1. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในทรรศนะผู้บริหาร ได้แก่ นโยบายการบริหาร งานมีความชัดเจน มีความโปร่งใสและมีระบบประเมินผล ผู้บริหารได้รับการยอมรับจากสังคม บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีจิตสำนึกทุ่มเทให้กับองค์กร ให้การสนับสนุนชุมชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงาน

2. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในทัศนคติของเจ้าหน้าที่ได้แก่ เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายในการพัฒนาระบบประกันสุขภาพ การบริหารงานมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ มีอิสระไม่ถูกแทรกแซง นโยบายมีความชัดเจน มีการติดตามผลการใช้งบประมาณ มีระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีความสำนึกในหน้าที่และให้โอกาสประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

3. ประชาชนมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติอยู่ในระดับดี ในประเด็นของการบริหารจัดการและบุคลากรเป็นที่ยอมรับ เป็นที่พึงของประชาชน ยามเจ็บป่วย ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและได้รับข่าวสารเป็นประจำทางโทรทัศน์

จิริรัตน์ รณรงค์นุรักษ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก
3. การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครจากสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. สื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์ได้มากที่สุดได้แก่สื่อมวลชน
 ธานี รอดเสียงกล้า (2549) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)” พบว่า

1. บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีภาพลักษณ์ที่ดีโดยอยู่ในระดับมาก
2. ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังที่จะให้บริษัทฯ มีภาพลักษณ์ด้านการบริการอยู่ในระดับมาก
3. การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับบริษัทฯ จากสื่อภายในสถานีและสื่อภายนอกสถานีอยู่ในระดับมาก

4. ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับบริษัทฯ ด้านการบริการอยู่ในระดับมาก
5. เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ
6. สื่อภายในสถานีและสื่อภายนอกสถานีมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ
7. ความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ

ชชพล กัมพลาศิริ (2548) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์การไฟฟ้านครหลวง (ก.ฟ.น.)” พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทั่วไปทุกวันเรียงตามลำดับคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุและอินเทอร์เน็ต
2. ส่วนใหญ่ทราบหน่วยงานที่ให้บริการไฟฟ้าแก่พวกเขาในปัจจุบันคือการไฟฟ้านครหลวง (ก.ฟ.น.) และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการไฟฟ้านครหลวงจากสื่อโทรทัศน์
3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์การไฟฟ้านครหลวงในระดับดีในฐานะที่เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง เชื่อถือได้ การเป็นองค์กรชั้นนำทางด้านธุรกิจไฟฟ้าของประเทศ และถ้าเป็นทัศนคติในระดับปานกลาง คือการเป็นองค์กรที่บริหารงานอย่างโปร่งใส ไม่มีข่าวคราวเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านบุคลากร
4. ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์พบว่า การไฟฟ้านครหลวงควรเร่งปรับปรุงและพัฒนา งานประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้มากขึ้นทั้งในกลุ่มประชาชนเป้าหมายและในพนักงาน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน พัฒนาการบริหารงานที่โปร่งใส บุคลากรที่มีคุณภาพ บริการที่ดีและมีคุณภาพ ตลอดจนภาพลักษณ์ของผู้บริหาร

นุกูล เพชรชนะ (2546) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสถานีอนามัยสู่ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของผู้รับและผู้ให้บริการ” พบว่า ภาพลักษณ์สถานีอนามัยที่พึงประสงค์ของผู้รับและผู้ให้บริการ คือ เป็นสถานีอนามัยที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขมีจิตใจดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน โดยประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน มาร่วมกันกระตุ้นให้ประชาชนสำนึกในการสร้างเสริมสุขภาพอนามัยของตนเองและครอบครัว สามารถจัดบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ให้บริการทุกคนเหมือนญาติมิตร สามารถจัดภูมิทัศน์ สถานีอนามัยให้สะอาด ร่มรื่นสวยงาม เอื้อผลประโยชน์ทางด้านสุขภาพแก่ประชาชนทุกกลุ่มทุกวัย ผู้รับบริการมีความประทับใจ ผู้ให้บริการมีความสุขใจ

ศักดิ์ชัย อายุโย (2546) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจในทัศนะของข้าราชการตำรวจ กองบังคับการตำรวจนครบาล 1” พบว่า ภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจในทัศนะของข้าราชการตำรวจ กองบังคับการตำรวจนครบาล 1 อยู่ในระดับปานกลาง ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานจเรตำรวจ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจ ส่วนอายุราชการ สถาบันที่จบ สาขาวิชาที่จบ สถานภาพการสมรส ชั้นยศ สายงานที่รับผิดชอบ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสำนักงานจเรตำรวจ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจ

อนิรุจน์ เอี่ยมกิจการ (2539) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครได้ให้ความเชื่อถือในข่าวสารที่เกี่ยวกับ กฟผ. ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชน
2. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครมีทัศนคติว่า การดำเนินงานของ กฟผ. มีประสิทธิภาพสูง
3. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครมีทัศนคติว่า กิจการ กฟผ. ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่กลับมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. ในประเด็นสิ่งแวดล้อมนี้
4. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครมีทัศนคติว่า กิจการ กฟผ. ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคม แต่กลับมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. ในประเด็นผลกระทบต่อสังคม
5. ผู้ที่มีการเปิดรับข่าวสาร กฟผ. สูง มีทัศนคติต่อ กฟผ. สูงกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสาร กฟผ. ต่ำ
6. ผู้ที่มีระดับการศึกษา ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ.
7. ประชากรชาวกรุงเทพมหานครมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กฟผ. ในภาพรวม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเกี่ยวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากร ได้แก่ ข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองในสังกัดราชการบริหารส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังนี้ (ข้อมูลจาก กองการเจ้าหน้าที่ ณ วันที่ 12 มกราคม 2554)

1.1.1 ข้าราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลาง	968 คน
1.1.2 พนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลาง	382 คน
1.1.3 ข้าราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนภูมิภาค (สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด 75 จังหวัด)	1,043 คน
1.1.4 พนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนภูมิภาค	450 คน
รวมประชากร ทั้งสิ้น	2,843 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมือง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลจำนวนประชากรข้างต้น เป็นฐานในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น ตามสูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ดังนี้

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

เมื่อ n = คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = คือ ขนาดของประชากร

e = คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

เมื่อประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวน 2,843 หน่วยประชากร และกำหนดความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{2,843}{1 + 2,843 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{2,843}{8.107}$$

$$= 350.685$$

ดังนั้น ตามสูตรดังกล่าวข้างต้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา 350 คน สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำมากขึ้น

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการจัดชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำนวน 400 คน จากประชากร 2,843 ซึ่งเป็นข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังนี้

1. กำหนดให้หน่วยงานในสังกัดส่วนกลาง 17 หน่วยงาน และหน่วยงานส่วนภูมิภาคทั้งหมดเป็นชั้นภูมิในการสุ่มตัวอย่าง
2. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิอย่างได้สัดส่วน
3. ทำการสุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิโดยผ่านหัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป กระจายแบบสอบถาม ในแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

หน่วยงาน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. สำนักงานเลขานุการกรม (รวม สนง.ผู้ตรวจราชการกรม)	43	5
2. กองการเจ้าหน้าที่ (รวม กพร.)	43	5
3. กองคลัง (รวมสำนักงานผู้ตรวจสอบภายใน)	108	15
4. กองแผนงาน	37	5
5. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	20	2
6. กองนิติการ	28	3
7. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ	25	3
8. สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการพัฒนาเมือง	33	4
9. สำนักควบคุมการก่อสร้าง (รวม กอพ.)	330	45
10. สำนักควบคุมและตรวจสอบอาคาร	61	8
11. สำนักผังประเทศและผังภาค	74	10
12. สำนักผังเมืองรวมและผังเมืองเฉพาะ	145	19
13. สำนักพัฒนามาตรฐาน	70	9
14. สำนักวิศวกรรมผังเมือง	134	17
15. สำนักวิศวกรรมโครงสร้างและงานระบบ	97	12
16. สำนักสถาปัตยกรรม	92	12
17. สำนักสนับสนุนและพัฒนาตามผังเมือง	154	20
18. ส่วนภูมิภาค (สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด)	1493	207*
รวมทั้งสิ้น	2,843	400

* ทั้งนี้ ในส่วนภูมิภาค ได้แก่สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด 75 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยจังหวัดละ 3 คน โดยกำหนดจาก กลุ่มงานวิชาการผังเมือง 1 คน และกลุ่มงานวิชาการโยธาธิการ 1 คน และจากฝ่ายปฏิบัติการหรือจากฝ่ายบริหารงานทั่วไปอีก 1 คน เพื่อการกระจายตัวของข้อมูลในแบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้แก่แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อเป็นการศึกษา ภาพลักษณ์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง ในทัศนะของข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง ประกอบไปด้วยคำถามปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด โดยแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของลักษณะงาน ระดับเงินเดือน และระยะเวลาการทำงานในกรมโยธาธิการและผังเมือง รวมจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อต่างๆ มากน้อยเพียงใดต่อระยะเวลา 1 เดือน จำนวน 11 ข้อ และปริมาณเนื้อหาข่าวสารในด้านต่างๆที่ได้รับมากน้อยเพียงใด จำนวน 9 ข้อ เพื่อให้ทราบว่าสื่อชนิดใดที่เข้าถึงกลุ่มประชากรได้ดีที่สุด และข่าวสารประเภทใดที่กลุ่มประชากรได้รับมากที่สุด รวมคำถามในตอนที่ 2 ทั้งหมด 20 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามการรับรู้ของข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ในประเด็น ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริการ และในด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ว่าทราบ ไม่ทราบ หรือไม่แน่ใจ รวมจำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพลักษณ์ในปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง ในด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านการประชาสัมพันธ์ มากน้อยเพียงใด รวมจำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง ในสิ่งที่นึกถึงเป็นอันดับแรก จุดเด่นขององค์กรที่ต้องการ เพื่อต้องการทราบว่ากลุ่มประชากรมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรในด้านต่างๆอย่างไร เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ 2 ข้อ และคำถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำนวน 3 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1) การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี หลักการและวิธีการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กร เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไข

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอต่อหัวหน้าฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมโยธาธิการและผังเมือง เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของเนื้อหา ตรวจสอบภาษาที่ใช้ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pre-test) โดยทดลองกับประชากรในกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำคำตอบในแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบแอลฟา ตามวิธีของ (Cronbach) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผล ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

แสดงว่าแบบสอบถามนี้ใช้วัดการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง วัดการรับรู้ของข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง วัดทัศนคติและความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองได้ เพราะมีค่าความเชื่อมั่นใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ดี

นำแบบสอบถามมาปรับปรุงข้อบกพร่องอีกครั้ง ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล

3.1.1 จัดเก็บและรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมือง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในส่วนราชการตามสัดส่วนที่กำหนด โดยส่งผ่านระบบการส่งเอกสาร ไปยังหัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไปของแต่ละสำนัก/กองต่างๆ สังกัดกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลาง ถนนพระรามที่ 6 และถนนพระราม 9 พร้อมโทรศัพท์แจ้งวัตถุประสงค์และประสานงานในการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

3.1.2 ในส่วนภูมิภาคจะส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยแนบหนังสือแจ้งวัตถุประสงค์การทำวิจัยในครั้งนี้ ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม กำหนดระยะเวลาในการส่งแบบสอบถามกลับ พร้อมส่งซองเปล่าติดแสตมป์เขียนชื่อที่อยู่เพื่อให้ส่งแบบสอบถามกลับภายใน 1 สัปดาห์

3.1.3 ตรวจสอบแบบสอบถามที่ส่งกลับมามีจำนวนครบถ้วนหรือไม่ หากหน่วยงานใดยังไม่ส่ง จะประสานทางโทรศัพท์ติดตามขอรับแบบสอบถามคืน และตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคืน หากไม่สมบูรณ์หรือพบปัญหา จะทำการประสานไปยังหน่วยงานนั้นเพื่อแก้ไขอุปสรรคที่เกิดขึ้น

3.2 หลักเกณฑ์การวัดและแปลผล

เกณฑ์การวัดและแปลผลการให้คะแนนคำตอบและการแปลความหมายเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อต่างๆ และปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ได้รับ การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง แบ่งตามระดับการให้คะแนน ดังนี้

3.2.1 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง
มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ	ค่าคะแนน
มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน	4
4-6 ครั้ง ต่อเดือน	3
1-3 ครั้ง ต่อเดือน	2
น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน	1
ไม่เคยเลย	0
เนื้อหาข่าวสารประเภทต่างๆที่ได้รับ	ค่าคะแนน
มากที่สุด	4
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่เคยเลย	0

3.2.2 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

วัดการรับรู้การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ใช้คำถามจำนวน 16 ข้อ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

กรณีตอบว่า ทราบ	ให้ 1 คะแนน
กรณีตอบว่า ไม่ทราบ ไม่แน่ใจ	ให้ 0 คะแนน

จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจะแบ่งระดับการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง เป็น 3 ระดับ ดังนี้

การรับรู้มาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00
การรับรู้ปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.50 - 0.79
การรับรู้น้อย	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.00 - 0.49

3.2.3 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

วัดจากทัศนคติของข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับทัศนคติ	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยแบ่งระดับของทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง เป็น 5 ระดับ (Best : 1987) ดังนี้

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์มากที่สุด	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21- 5.00
ทัศนคติต่อภาพลักษณ์มาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41 - 4.20
ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61 - 3.40
ทัศนคติต่อภาพลักษณ์น้อย	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81 - 2.60
ทัศนคติต่อภาพลักษณ์น้อยที่สุด	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 - 1.80

3.2.4 เกณฑ์การวัดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

การวิเคราะห์บุคลิกลักษณะเชิงเปรียบเทียบกับบุคคล มีเกณฑ์การให้คะแนน โดยพิจารณาจากความถี่ของการตอบคำถาม และเรียงลำดับความถี่จากมากที่สุดลงมา

3.2.5 เกณฑ์การวัดและการแปลผลความสัมพันธ์ของตัวแปร

การแปลความหมายค่าความสัมพันธ์ การทดสอบไคสแควร์

ค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.67 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
 ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.33-0.66 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 ค่าความสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.33 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) แล้วนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งเป็นโปรแกรมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้การบรรยายข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง ระดับเงินเดือน และระยะเวลาการทำงาน

4.1.2 ข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

4.1.3 ข้อมูลด้านการรับรู้ เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง

4.1.4 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

4.1.5 คำถามปลายเปิด จะรวบรวมจัดกลุ่มคำตอบสรุปตีความ

4.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ค่าสถิติอ้างอิงไคสแควร์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

4.2.1 เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

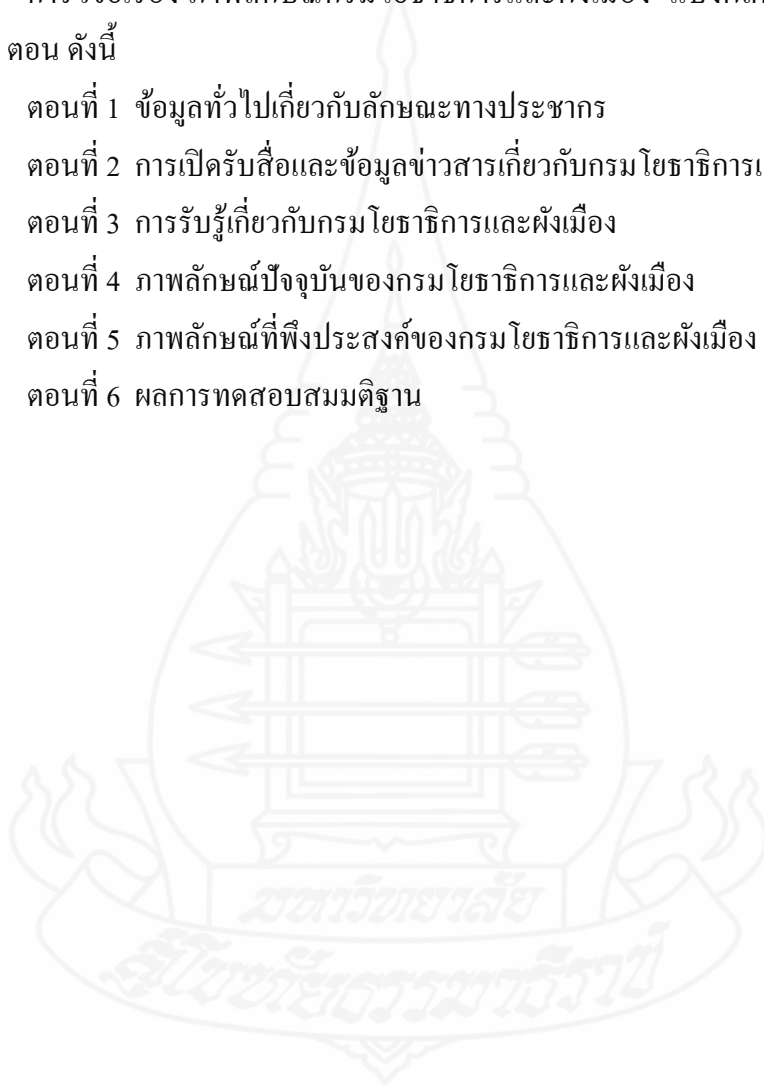
4.2.2 ระยะเวลาทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง
- ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง
- ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง
- ตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง
- ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	172	43.00
หญิง	228	57.00
รวม	400	100.00
อายุ		
20 – 30 ปี	61	15.25
31 – 40 ปี	143	35.75
41 – 50 ปี	128	32.00
51 – 60 ปี	68	17.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ปวช./ปวศ./อนุปริญญา	69	17.25
ปริญญาตรี	247	61.75
ปริญญาโท	82	20.50
ปริญญาเอก	2	0.50
รวม	400	100.00
ประเภทของลักษณะงาน		
พนักงานราชการ	101	25.25
ข้าราชการประเภททั่วไป	165	41.25
ข้าราชการประเภทวิชาการ	125	31.25
ข้าราชการประเภทอำนวยการ/บริหาร	9	2.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับเงินเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	14.50
10,000 – 20,000 บาท	181	45.25
20,001 – 30,000 บาท	90	22.50
30,001 – 40,000 บาท	56	14.00
40,001 บาทขึ้นไป	15	3.75
รวม	400	100.00
ระยะเวลาทำงาน		
1 – 5 ปี	100	25.00
6 – 10 ปี	77	19.25
11 – 15 ปี	57	14.25
16 – 20 ปี	165	41.25
20 ปีขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีลักษณะทางประชากร ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.00 และเพศชาย ร้อยละ 43.00

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมา มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 32.00 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี ร้อยละ 17.00 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 15.25

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 20.50 ระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 17.25 และปริญญาเอก ร้อยละ 0.50

ประเภทของลักษณะงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งข้าราชการประเภททั่วไป คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาดำรงตำแหน่งข้าราชการประเภทวิชาการ ร้อยละ

31.25 ดำรงตำแหน่งพนักงานราชการ ร้อยละ 25.25 และดำรงตำแหน่งข้าราชการประเภท
อำนวยการ/บริหาร ร้อยละ 2.25

ระดับเงินเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท
คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมามีเงินเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 22.50 มีเงินเดือน
ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 14.50 มีเงินเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 14.00 และมี
เงินเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.75

ระยะเวลาการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานระหว่าง
16 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมามีระยะเวลาการทำงานระหว่าง 1 – 5 ปี ร้อยละ 25.00
ระยะเวลาการทำงานระหว่าง 6 – 10 ปี ร้อยละ 19.25 ระยะเวลาการทำงานระหว่าง 11 – 15 ปี
ร้อยละ 14.25 และระยะเวลาการทำงาน 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.25



ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อและข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ประเภทของสื่อ		ระดับการเปิดรับข่าวสาร					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
		มากกว่า 6 ครั้ง	เดือนละ 4-6 ครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	น้อยกว่า 1 ครั้ง	ไม่เคย			
		ต่อเดือน	ต่อเดือน	ต่อเดือน	ต่อเดือน	เลย			
วิทยุกระจายเสียง	จำนวน	59	26	57	79	179	2.27	1.45	ต่ำ
	ร้อยละ	(14.75)	(6.50)	(14.25)	(19.75)	(44.75)			
โทรทัศน์	จำนวน	111	24	65	101	99	2.87	1.54	ปานกลาง
	ร้อยละ	(27.75)	(6.00)	(16.25)	(25.25)	(24.75)			
หนังสือพิมพ์รายวันรายสัปดาห์	จำนวน	94	60	91	80	75	3.04	1.42	ปานกลาง
	ร้อยละ	(23.50)	(15.00)	(22.75)	(20.00)	(18.75)			
หนังสือวิชาการผังเมือง/โยธาธิการ	จำนวน	32	66	174	82	46	2.89	1.06	ปานกลาง
	ร้อยละ	(8.75)	(16.50)	(43.50)	(20.50)	(11.50)			
วารสารกรม/ข่าวสารกรมฯ	จำนวน	41	58	205	88	8	3.09	0.92	ปานกลาง
	ร้อยละ	(10.25)	(14.50)	(51.25)	(22.00)	(2.00)			
แผ่นพับ/แผ่นปลิว/ข่าวแจก	จำนวน	27	63	170	116	24	2.88	0.97	ปานกลาง
	ร้อยละ	(6.75)	(15.75)	(42.50)	(29.00)	(6.00)			
โปรเตอร์/ภาพข่าว/ป้ายผ้า	จำนวน	35	58	165	119	23	2.91	1.00	ปานกลาง
	ร้อยละ	(8.75)	(14.50)	(41.25)	(29.75)	(5.75)			
บอร์ดประชาสัมพันธ์/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือเวียน	จำนวน	106	99	134	52	9	3.60	1.08	มาก
	ร้อยละ	(26.50)	(24.75)	(33.50)	(13.00)	(2.25)			
การจัดแสดงนิทรรศการ	จำนวน	16	39	113	167	65	2.44	1.00	ต่ำ
	ร้อยละ	(4.0)	(9.75)	(28.25)	(41.25)	(16.25)			
สื่อบุคคล	จำนวน	72	84	147	62	35	3.24	1.17	ปานกลาง
	ร้อยละ	(18.00)	(21.00)	(36.75)	(15.50)	(8.75)			
อินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต	จำนวน	232	66	85	8	9	4.26	1.00	มากที่สุด
	ร้อยละ	(58.00)	(16.50)	(21.25)	(2.00)	(2.25)			
อื่น ๆ	จำนวน	2	2	4	3	389	1.06	0.41	ต่ำที่สุด
	ร้อยละ	(0.50)	(0.50)	(1.00)	(0.75)	(97.25)			
รวม							2.87	0.70	ปานกลาง

*หมายเหตุ สื่อแต่ละประเภทมีระยะเวลาในการเผยแพร่แตกต่างกันตามคุณลักษณะเฉพาะของสื่อ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง โดยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$ $SD = 0.70$) โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้

วิทยุกระจายเสียง พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากวิทยุกระจายเสียงอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X} = 2.27$ $SD = 1.45$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ได้เปิดรับเลย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 19.75 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.75 เปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.25 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

โทรทัศน์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$ $SD = 1.54$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.25 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 24.75 เปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 16.25 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

หนังสือพิมพ์รายวัน/รายสัปดาห์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากหนังสือพิมพ์รายวัน/รายสัปดาห์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$ $SD = 1.42$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.75 เปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 20.00 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 18.75 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ เปิดรับ 4-6 ครั้ง ต่อเดือน ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

หนังสือวิชาการผังเมือง/โยธาธิการ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากหนังสือวิชาการผังเมือง/โยธาธิการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$ $SD = 1.06$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาเปิดรับ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 20.50 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 16.50 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 11.50 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

วารสารกรมฯ/ข่าวสารกรมฯ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากวารสารกรมฯ/ข่าวสารกรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$ $SD = 0.92$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.00 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.50 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 10.25 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

แผ่นพับ/แผ่นปลิว/ข่าวแจก พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจาก แผ่นพับ/แผ่นปลิว/ข่าวแจก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$ $SD = 0.97$) ทั้งนี้กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 29.00 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 15.75 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 6.75 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ ไม่เคยเปิดรับเลย จำนวน 24 คน ร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

โปสเตอร์/ภาพข่าว/ป้ายผ้า พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากโปสเตอร์/ภาพข่าว/ป้ายผ้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.91$ $SD = 1.00$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 29.75 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.50 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 8.75 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

บอร์ดประชาสัมพันธ์/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือเวียน พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากบอร์ดประชาสัมพันธ์/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือเวียนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$ $SD = 1.08$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 26.50 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24.75 เปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 13.00 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

การจัดแสดงนิทรรศการ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากการจัดนิทรรศการอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X} = 2.44$ $SD = 1.00$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 28.25 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 16.25 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 9.75 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

สื่อบุคคล (เช่น หัวหน้า เพื่อนร่วมงาน) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากสื่อบุคคล (เช่น หัวหน้า เพื่อนร่วมงาน) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$ $SD = 1.17$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 21.00 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 18.00 เปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 15.50 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

อินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากอินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$ $SD = 1.00$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้ง

ต่อเดือน จำนวน ร้อยละ 21.25 เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 16.50 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 2.25 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

สื่ออื่น ๆ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากสื่ออื่น ๆ อยู่ในระดับต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.06$ $SD = 0.41$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าไม่เคยเปิดรับเลย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.25 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 1.00 เปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 0.75 และเปิดรับน้อยที่สุด คือ มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 0.50 และเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร		ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
		มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	เดือนละ 4-6 ครั้งต่อเดือน	เดือนละ 1-3 ครั้งต่อเดือน	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	ไม่เคยเลย			
1. นโยบายของรัฐบาลและนโยบายของกระทรวง มท.	จำนวน	22	92	205	74	7	3.12	0.83	ปานกลาง
	ร้อยละ	(5.50)	(23.00)	(51.25)	(18.50)	(1.75)			
2. นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ	จำนวน	53	142	174	29	2	3.54	0.83	มาก
	ร้อยละ	(13.25)	(35.50)	(43.50)	(7.25)	(0.50)			
3. ข่าวสารการดำเนินงานของกรมในเชิงสร้างสรรค์	จำนวน	19	123	194	62	2	3.24	0.78	ปานกลาง
	ร้อยละ	(4.75)	(30.75)	(48.50)	(15.50)	(0.50)			
4. ข่าวสารเกี่ยวข้องกักรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทางลบ	จำนวน	15	32	183	147	23	2.67	0.85	ปานกลาง
	ร้อยละ	(3.75)	(8.00)	(45.75)	(36.75)	(5.75)			
5. ข่าวการจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น อบรม/สัมมนา	จำนวน	38	126	191	43	2	3.39	0.82	ปานกลาง
	ร้อยละ	(9.50)	(31.50)	(47.75)	(10.75)	(0.50)			
6. ข่าวสารการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ภายนอกองค์กร	จำนวน	20	62	212	95	11	2.96	0.83	ปานกลาง
	ร้อยละ	(5.00)	(15.50)	(53.00)	(23.75)	(2.75)			
7. ความรู้ทางวิชาการด้านการผังเมืองและโยธาธิการ	จำนวน	21	103	217	52	7	3.20	0.79	ปานกลาง
	ร้อยละ	(5.25)	(25.75)	(54.25)	(13.00)	(1.75)			
8. ข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์เป็นที่สนใจในสังคม	จำนวน	19	100	199	78	4	3.13	0.81	ปานกลาง
	ร้อยละ	(4.75)	(25.00)	(49.75)	(19.50)	(1.00)			
9. ข่าวความเคลื่อนไหวภายในองค์กร เช่น แต่งตั้ง/ย้าย	จำนวน	26	58	208	104	4	3.00	0.84	ปานกลาง
	ร้อยละ	(6.50)	(14.50)	(52.00)	(26.00)	(1.00)			
รวม							3.13	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากสื่อต่าง ๆ ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$ $SD = 0.57$) โดยแต่ละประเภทของข่าวสารมีดังนี้

นโยบายของรัฐบาลและนโยบายของกระทรวงมหาดไทย พบว่า มีการเปิดรับนโยบายของรัฐบาลและนโยบายกระทรวงมหาดไทย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$ $SD = 0.83$) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ

23.00 เปิดรับน้อย ร้อยละ 18.50 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 5.50 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ พบว่า มีการเปิดรับนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.54$ SD = 0.83) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง จำนวน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ 35.50 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 13.25 เปิดรับน้อย ร้อยละ 7.25 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ข่าวสารการดำเนินงานของกรมฯในเชิงสร้างสรรค์ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารการดำเนินงานของกรมฯ ในเชิงสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$ SD = 0.78) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ 30.75 เปิดรับน้อย ร้อยละ 15.50 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 4.75 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ข่าวสารเกี่ยวข้องกับกรมฯที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวข้องกับกรมฯที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.67$ SD = 0.85) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาเปิดรับน้อย ร้อยละ 36.75 เปิดรับมาก ร้อยละ 8.00 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 3.75 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ข่าวการจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น อบรม/สัมมนา พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น อบรม/สัมมนาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$ SD = 0.82) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับปานกลาง จำนวน คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ 31.50 เปิดรับน้อย ร้อยละ 10.75 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 9.50 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

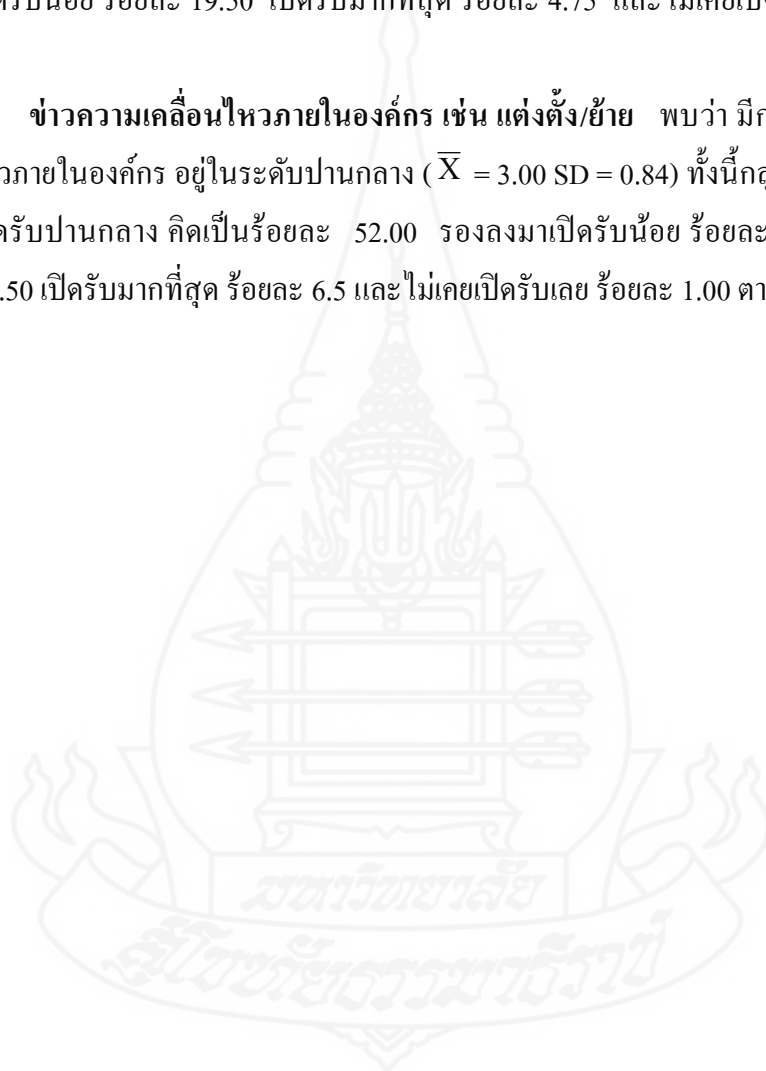
ข่าวสารการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ภายนอกองค์กร พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ภายนอกองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$ SD = 0.83) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ 23.75 เปิดรับน้อย ร้อยละ 15.50 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 5.00 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ความรู้ทางวิชาการด้านการผังเมืองและโยธาธิการ พบว่า มีการเปิดรับความรู้ทางวิชาการด้านการผังเมืองและโยธาธิการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$ SD = 0.79) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ 25.75

เปิดรับน้อย ร้อยละ 13.00 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 5.25 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์/เป็นที่น่าสนใจในสังคม พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์/เป็นที่น่าสนใจในสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$ $SD = 0.81$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง ร้อยละ 49.75 รองลงมาเปิดรับมาก ร้อยละ 25.00 เปิดรับน้อย ร้อยละ 19.50 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 4.75 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ข่าวความเคลื่อนไหวภายในองค์กร เช่น แต่งตั้ง/ย้าย พบว่า มีการเปิดรับข่าวความเคลื่อนไหวภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$ $SD = 0.84$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาเปิดรับน้อย ร้อยละ 26.00 เปิดรับมาก ร้อยละ 14.50 เปิดรับมากที่สุด ร้อยละ 6.5 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ



ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

การรับรู้เกี่ยวกับ กรมโยธาธิการและผังเมือง	ทราบ		ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ		ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการ รับรู้
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ							
- กรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร ให้มีความน่าอยู่ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์	374	93.50	26	6.50	0.93	0.24	มาก
- มีพันธกิจเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงให้งานผังเมืองและโยธาธิการและผังเมืองมีมาตรฐาน สร้างการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ/ประชาชน ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายผังเมืองและโยธาธิการ	354	88.50	46	11.50	0.89	0.31	มาก
- ค่านิยม คือ มีจิตสาธารณะ กล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง ไม่เลือกปฏิบัติ ซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ โปร่งใสและมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน	345	86.25	55	13.75	0.86	0.34	มาก
- นโยบายปี 2554 กำหนดดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1. การผังเมือง 2. การพัฒนาเมือง 3. การอาคาร และ 4. การบริการด้านช่าง	367	91.75	33	8.25	0.92	0.27	มาก
การรับรู้ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ โดยรวม		90.00		10.00	0.90	0.22	มาก
ด้านการบริหารจัดการ							
- ดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลและนโยบายกระทรวงมหาดไทย เช่น กระตุ้นเศรษฐกิจ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตฯ	280	70.00	120	30.00	0.70	0.45	ปานกลาง
- กำหนดเป้าประสงค์(2553-2560) ประชาชนได้รับประโยชน์และคุณค่าของการผังเมืองและการควบคุมอาคารเมืองและชุมชนมีการพัฒนาที่ได้มาตรฐานเหมาะสมกับพื้นที่ มีสภาพแวดล้อมที่ดี	268	67.00	132	33.00	0.67	0.47	ปานกลาง
- มีการกำหนดมาตรฐาน (มยผ.) ด้านการผังเมืองเป็นคู่มือในการดำเนินงาน และมยผ. ด้านโยธาธิการเป็นข้อกำหนดการก่อสร้าง	270	67.50	130	32.50	0.68	0.46	ปานกลาง
- ผลการดำเนินการที่คาดหวังตาม เป้าประสงค์ คือ เมืองต้นแบบที่ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของเมือง	250	62.50	150	37.50	0.63	0.48	ปานกลาง
การรับรู้ด้านการบริหารจัดการ โดยรวม		66.75		33.25	0.66	0.36	ปานกลาง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

การรับรู้เกี่ยวกับ กรมโยธาธิการและผังเมือง	ทราบ		ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ		ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการ รับรู้
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ด้านการบริการ							
- มีงานหลักการให้บริการประชาชนและหน่วยงาน ภาครัฐ/เอกชน 13 งานบริการมีการกำหนดขั้นตอน การขอรับบริการอย่างชัดเจน	314	78.50	86	21.50	0.78	0.41	ปานกลาง
- มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และศูนย์ดำรงธรรม ของกรมฯรับข้อร้องเรียน เรื่องราวร้องทุกข์ ให้ คำปรึกษาทางโทรศัพท์และให้คำแนะนำแก่ผู้มา ติดต่อราชการที่กรมฯ ถ.พระรามที่ 6	308	77.00	92	23.00	0.77	0.42	ปานกลาง
- มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารและห้องสมุดฯให้บริการตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารฯเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าทาง วิชาการ และความรู้ทั่วไป	313	78.25	87	21.75	0.78	0.41	ปานกลาง
- มีห้องแห่งการเรียนรู้ จัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ เช่น ตำรา งานวิจัย และจัดบรรยายพิเศษ/สาธิตกิจกรรมฯ ให้แก่บุคลากรภายในองค์กร	283	70.75	117	29.25	0.71	0.45	ปานกลาง
การรับรู้ด้านการบริการ โดยรวม		76.12		23.88	0.77	0.28	ปานกลาง
ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม							
- ส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ออกแบบก่อสร้าง สวนสาธารณะ กิจกรรมปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ/ ปลูกป่าชายเลน/ปลูกต้นไม้ฯ	340	85.00	60	15.00	0.85	0.35	มาก
- สนับสนุนด้านการศึกษา เช่น จัดประกวดวาดภาพ/ เรียงความมอบทุนการศึกษาให้เด็กนักเรียนในงาน พิธี และในโอกาสต่าง ๆ	326	81.50	74	18.50	0.82	0.38	มาก
- ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและศาสนา เช่น พิธีถวายผ้า พระกฐินพระราชทาน ร่วมทำบุญในวันสำคัญทาง ศาสนา และในโอกาสต่าง ๆ	352	88.00	48	12.00	0.88	0.32	มาก
- กิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัย เช่น ร่วมบริจาคเงิน และสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยนี้ท่วม มอบ ผ้าห่มให้ผู้ประสบภัยหนาว บริจาคเงินและสิ่งของให้ ผู้อยู่อาศัยตามแนวชายแดน ไทย-กัมพูชา	332	83.00	68	17.00	0.83	0.37	มาก
การรับรู้ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมโดยรวม		84		16	0.85	0.28	มาก
การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวม					0.79	0.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 0.79$ SD = 0.33) โดยมีการรับรู้ในด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ ($\bar{X} = 0.90$ SD = 0.22) ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ($\bar{X} = 0.85$ SD = 0.28) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการรับรู้ในด้านการบริการ ($\bar{X} = 0.77$ SD = 0.28) และด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 0.66$ SD = 0.36) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ โดยมีการรับรู้ว่า “ทราบ” “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง จำแนกในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 0.90$ S.D. = 0.22) โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ที่ “ทราบ” คิดเป็นร้อยละ 90.00 และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ร้อยละ 10.00

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุด ในประเด็น กรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร ให้มีความน่าอยู่ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 93.50 ($\bar{X} = 0.93$ S.D. = 0.24) รองลงมาในประเด็นนโยบายปี 2554 กำหนดดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1. การผังเมือง 2. การพัฒนาเมือง 3. การอาคาร และ 4. การบริการด้านช่าง ร้อยละ 91.75 ($\bar{X} = 0.92$ S.D. = 0.27) และมีการรับรู้ที่น้อยที่สุดในประเด็นคำนิยาม คือ มีจิตสาธารณะกล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง ไม่เลือกปฏิบัติซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ โปร่งใสและมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ร้อยละ 86.25 ($\bar{X} = 0.86$ S.D. = 0.34)

ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ที่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็น คำนิยาม คือ มีจิตสาธารณะกล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง ไม่เลือกปฏิบัติ ซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ โปร่งใสและมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ($\bar{X} = 0.86$ S.D. = 0.34) รองลงมาในประเด็นมีพันธกิจเกี่ยวกับการพัฒนา ปรับปรุงให้งานผังเมืองและโยธาธิการมีมาตรฐาน สร้างการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ/ประชาชน ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายผังเมืองและโยธาธิการ ร้อยละ 11.50 ($\bar{X} = 0.89$ S.D. = 0.31) และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นกรมมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคารให้มีความน่าอยู่ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์ ร้อยละ 6.50 ($\bar{X} = 0.93$ S.D. = 0.24)

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 0.66$ S.D. = 0.36) โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ที่ “ทราบ” คิดเป็นร้อยละ 66.75 และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ร้อยละ 33.25

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ในประเด็น ดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลและนโยบายกระทรวงมหาดไทย 9 ข้อ เช่น กระตุ้นเศรษฐกิจ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตฯ ร้อยละ 70.00 ($\bar{X} = 0.70$ S.D. = 0.45) รองลงมาในประเด็นมีการกำหนดมาตรฐาน (มยพ.) ด้านการผังเมืองเป็นคู่มือในการดำเนินงาน และ มยพ. ด้านโยธาธิการ เป็นข้อกำหนดการก่อสร้าง ร้อยละ 67.50 ($\bar{X} = 0.68$ S.D. = 0.46) และมีการรับรู้น้อยที่สุดในประเด็นผลการดำเนินการที่คาดหวัง ปี 2554 คือ เมืองต้นแบบที่ได้มาตรฐานและ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของเมือง ร้อยละ 62.50 ($\bar{X} = 0.63$ S.D. = 0.48)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็น ผลการ ดำเนินการที่คาดหวังปี 2554 คือ เมืองต้นแบบที่ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของ เมือง คิดเป็นร้อยละ 37.50 ($\bar{X} = 0.63$ S.D. = 0.48) รองลงมาในประเด็น ดำเนินงานตามนโยบาย ของรัฐบาล และนโยบายกระทรวงมหาดไทย 9 ข้อ เช่น กระตุ้นเศรษฐกิจ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตฯ ร้อยละ 33.00 ($\bar{X} = 0.67$ S.D. = 0.47) และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่ แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็น มีงานหลักการให้บริการประชาชนและหน่วยงานของรัฐ/เอกชน 13 งานบริการ มีการกำหนดขั้นตอนการขอรับบริการอย่างชัดเจน ร้อยละ 30.00 ($\bar{X} = 0.70$ S.D. = 0.45)

ด้านการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านการบริการ โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 0.77$ S.D. = 0.28) โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่า “ทราบ” คิดเป็นร้อยละ 76.12 และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ร้อยละ 23.88

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุด ใน ประเด็นมีงานหลักการให้บริการประชาชนและหน่วยงานของรัฐ/เอกชน 13 งานบริการ มีการ กำหนดขั้นตอนการขอรับบริการอย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 78.50 ($\bar{X} = 0.78$ S.D. = 0.41) รองลงมาในประเด็น มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารและห้องสมุดกรมฯ เป็นแหล่งให้บริการการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลด้านการผังเมือง ด้านโยธาธิการ และความรู้ทั่วไป ร้อยละ 78.25 ($\bar{X} = 0.78$ S.D. = 0.41) และมีการรับรู้น้อยที่สุดในประเด็น มีห้องแห่งการเรียนรู้ จัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ เช่น ตำรา งานวิจัย และจัดบรรยายพิเศษให้แก่บุคลากรภายในองค์กร ร้อยละ 70.75 ($\bar{X} = 0.71$ S.D. = 0.45)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็น มีห้องแห่งการ เรียนรู้ จัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ เช่น ตำรา งานวิจัยและจัดบรรยายพิเศษให้แก่บุคลากรภายใน องค์กร คิดเป็นร้อยละ 29.25 ($\bar{X} = 0.71$ S.D. = 0.45) รองลงมาในประเด็น มีศูนย์ประสานงาน ล่วงหน้าให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์และให้คำแนะนำแก่ผู้มาติดต่อราชการที่กรมฯ ถนนพระรามที่ 6 ร้อยละ 23.00 ($\bar{X} = 0.77$ S.D. = 0.42) และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็น มีงาน

หลักการให้บริการประชาชนและหน่วยงานของรัฐ/เอกชน 13 งานบริการ มีการกำหนดขั้นตอนการ
ขอรับบริการอย่างชัดเจน ร้อยละ 21.50 ($\bar{X} = 0.78$ S.D. = 0.41)

ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านการ
ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 0.85$ S.D. = 0.28) โดยส่วนใหญ่มีการ
รับรู้ “ทราบ” คิดเป็นร้อยละ 84.00 และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ร้อยละ 16.00

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุดใ
ประเด็นส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและศาสนา เช่น พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทานร่วมทำบุญในวัน
สำคัญทางศาสนา และในโอกาสต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 88.00 ($\bar{X} = 0.88$ S.D. = 0.32) รองลงมา
ในประเด็น ส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ออกแบบก่อสร้างสวนสาธารณะ กิจกรรมปลูกป่า
เฉลิมพระเกียรติ/ปลูกป่าชายเลน/ปลูกต้นไม้ ร้อยละ 85.00 ($\bar{X} = 0.85$ S.D. = 0.35) และมีการ
รับรู้ น้อยที่สุด ในประเด็นสนับสนุนด้านการศึกษา เช่น จัดประกวดวาดภาพ/เรียงความมอบ
ทุนการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนในงานพิธี และในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 81.50 ($\bar{X} = 0.82$ S.D. =
0.38)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” มากที่สุด ในประเด็นสนับสนุนด้าน
การศึกษา เช่น จัดประกวดวาดภาพ/เรียงความมอบทุนการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนในงานพิธี และ
ในโอกาสต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 18.50 ($\bar{X} = 0.82$ S.D. = 0.38) รองลงมาในประเด็นกิจกรรม
ช่วยเหลือผู้ประสบภัย เช่น ร่วมบริจาคเงินและสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมมอบผ้าห่มให้
ผู้ประสบภัยหนาว บริจาคเงินและสิ่งของให้ผู้อยู่อาศัยตามแนวชายแดน ไทย-กัมพูชา ร้อยละ 17.00
($\bar{X} = 0.83$ S.D. = 0.37) และ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นส่งเสริม
ศิลปวัฒนธรรมและศาสนา เช่น พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทานร่วมทำบุญในวันสำคัญทาง
ศาสนา และในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 12.00 ($\bar{X} = 0.88$ S.D. = 0.32)

ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับ
กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวม

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของกรมโยธาธิการและผังเมือง		ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านองค์กร									
- เป็นองค์กรแกนนำของ ประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง	จำนวน	100	184	104	11	1	3.93	0.80	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(25.00)	(46.00)	(26.00)	(2.75)	(0.25)			
- มีบทบาทภารกิจทางด้านการ ผังเมืองการโยธาธิการ การ ควบคุมและการกำกับ มาตรฐานการก่อสร้างของ หน่วยงานภาครัฐและ ภาคเอกชน	จำนวน	84	193	103	19	1	3.95	2.11	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(21.00)	(48.25)	(25.75)	(4.75)	(0.25)			
- มีการสร้างและรวบรวมองค์ ความรู้ที่ทันสมัยด้านการ พัฒนาเมืองการผังเมือง และ การอาคารของประเทศ	จำนวน	72	164	138	23	3	3.70	0.85	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(18.00)	(41.00)	(34.50)	(5.75)	(0.75)			
- ส่งเสริมและอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม เช่น วางผังพื้นที่ เฉพาะ อ.กัลยาณิวัฒนา/ โครงการพัฒนาเมืองเพื่อการ ท่องเที่ยวมรดกโลกกลุ่มน้ำ ทะเลสาบสงขลา	จำนวน	47	177	146	28	2	3.60	0.80	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(11.75)	(44.25)	(36.50)	(7.00)	(0.50)			
- เป็นองค์กรที่สร้างความ ปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินในภาวะเสี่ยงภัยเช่น สร้างระบบป้องกันน้ำท่วม ชุมชนสร้างเขื่อนป้องกันคลัง ฯ/อาคารปลอดภัยประชาชน ใจ	จำนวน	72	181	120	18	9	3.72	0.88	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(18.00)	(45.25)	(30.00)	(4.50)	(2.25)			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของกรมโยธาธิการและผังเมือง		ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
- มีขีดสมรรถนะสูงในการ ดำเนินงาน และทันต่อการ เปลี่ยนแปลงของโลกยุค ปัจจุบัน	จำนวน	42	144	149	51	14	3.37	0.95	เป็นกลาง
	ร้อยละ	(36.00)	(37.25)	(37.25)	(12.75)	(3.25)			
- เป็นองค์กรต้นแบบที่มุ่งสู่ ความเป็นเลิศในอนาคตที่จะมี ความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียวไม่ เหมือนใคร	จำนวน	53	120	158	55	14	3.36	0.99	เป็นกลาง
	ร้อยละ	(13.25)	(30.00)	(39.50)	(13.75)	(3.50)			
ด้านองค์กรโดยรวม							3.66	0.75	เชิงบวกมาก
ด้านการบริหารจัดการ									
- เป็นมืออาชีพในด้านการผัง เมือง การพัฒนาเมือง การ อาคาร และการบริการด้านช่าง	จำนวน	80	182	116	15	7	3.78	0.86	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(20.00)	(45.50)	(29.00)	(3.75)	(1.75)			
- บริหารจัดการการด้าน เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น สื่อสารทางไกล/วางผังเมือง ด้วยGPS/ e-สารบรรณ	จำนวน	60	166	129	40	5	3.59	0.90	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(15.00)	(41.50)	(32.25)	(10.00)	(1.25)			
- มีการบริหารงาน โดยอิสระไม่ ถูก ครอบงำ หรือแทรกแซง โดยอิทธิพลใดๆ โปร่งใสและ เป็นธรรม	จำนวน	46	111	140	58	45	3.14	1.14	เป็นกลาง
	ร้อยละ	(11.50)	(27.75)	(35.00)	(14.50)	(11.25)			
- มีการบูรณาการการบริหาร จัดการร่วมกันทั้งองค์กรทั้งใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	จำนวน	59	133	136	49	23	3.39	1.06	เป็นกลาง
	ร้อยละ	(14.75)	(33.25)	(34.00)	(12.25)	(5.75)			
ด้านการบริหารจัดการโดยรวม							3.47	0.86	เชิงบวกมาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของ กรมโยธาธิการและผังเมือง		ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ทัศนคติ ภาพลักษณ์ ของกรมฯ
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านบุคลากร									
- บุคลากรเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ ในวิชาชีพด้านช่างทางด้านโยธา ธิการ การผังเมือง และการอาคาร	จำนวน ร้อยละ	105 (26.25)	195 (48.75)	92 (23.00)	6 (1.50)	2 (40.25)	3.99	0.77	เชิงบวกมาก
- บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพตามที่ได้รับ มอบหมาย	จำนวน ร้อยละ	59 (14.75)	222 (55.50)	106 (26.50)	10 (2.50)	3 (0.75)	3.81	0.73	เชิงบวกมาก
- บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม และจริยธรรมในการทำงาน	จำนวน ร้อยละ	56 (14.00)	163 (40.75)	147 (36.75)	27 (6.75)	7 (1.75)	3.59	0.87	เชิงบวกมาก
- บุคลากรมีหัวใจในการ ให้บริการประชาชนและท้องถิ่น อย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามหลัก วิชาการและกฎหมาย	จำนวน ร้อยละ	57 (14.25)	170 (42.5)	152 (38.00)	15 (3.75)	6 (1.50)	3.64	0.82	เชิงบวกมาก
ด้านบุคลากรโดยรวม							3.75	0.68	เชิงบวกมาก
ด้านคุณภาพของผลงาน									
- ภายผลงานในฐานะสถาปนิก หลวงช่างของแผ่นดินด้วย คุณภาพและมาตรฐานสูงสุด งดงามสมพระเกียรติ	จำนวน ร้อยละ	118 (29.50)	188 (47.00)	84 (21.00)	8 (2.00)	2 (0.50)	4.03	0.79	เชิงบวกมาก
- ผลงานมีมาตรฐานสูงตาม มาตรฐานของวิชาชีพด้านช่าง สนองความต้องการของ ประชาชนและท้องถิ่น e-สาร บรรณ	จำนวน ร้อยละ	83 (20.75)	186 (46.50)	119 (29.75)	10 (2.50)	2 (0.50)	3.85	0.79	เชิงบวกมาก
- ผลงานมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การพัฒนาเมืองพร้อมรับ ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง	จำนวน ร้อยละ	60 (15.00)	152 (38.00)	161 (40.25)	20 (5.00)	7 (1.75)	3.60	0.86	เชิงบวกมาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของกรมโยธาธิการและผังเมือง		ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
- การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผลตาม เกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็นที่พอใจ ของประชาชนและของทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	50	188	140	18	4	3.65	0.79	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(12.50)	(47.00)	(35.00)	(4.50)	(1.00)			
ด้านคุณภาพของผลงานโดยรวม							3.78	0.70	เชิงบวกมาก
ด้านการมีส่วนร่วมของ ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง									
- เป็นองค์กรที่เปิดโอกาส ประชาชนได้ร่วมแสดงความ คิดเห็น ร้องเรียน ปัญหาที่เกิด จากการดำเนินงาน	จำนวน	60	200	119	15	6	3.73	0.81	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(15.00)	(50.00)	(29.75)	(3.75)	(1.50)			
- มีช่องทางในการรับฟังความ คิดเห็น และเสียงสะท้อนจาก กลุ่มต่างๆหลากหลายช่องทาง	จำนวน	59	168	140	25	8	3.61	0.88	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(14.75)	(42.00)	(35.00)	(6.25)	(2.00)			
- มีขั้นตอนการรับฟังความ คิดเห็นของประชาชนและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการ ดำเนินงาน โครงการที่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อประชาชนและ สภาพแวดล้อม	จำนวน	66	173	134	18	9	3.67	0.88	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(16.5)	(43.25)	(33.50)	(4.50)	(2.25)			
- มีการนำความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ไปปรับปรุงแก้ไข การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตาม หลักวิชาการ	จำนวน	62	163	137	21	17	3.58	0.95	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(15.50)	(40.75)	(34.25)	(5.25)	(4.25)			
ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องโดยรวม							3.64	0.81	เชิงบวกมาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของกรมโยธาธิการและผังเมือง		ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร									
- บุคลากรมีส่วนร่วมในการร่วม คิด ร่วมกำหนดทิศทางและ ยุทธศาสตร์ขององค์กรและ ภารกิจที่มุ่งเน้น	จำนวน	42	157	161	36	4	3.49	0.83	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(10.50)	(39.25)	(40.25)	(9.00)	(1.00)			
- บุคลากรมีส่วนร่วมในเสนอ ความคิดเห็นในการวางแผน ปฏิบัติการ หรือร่วมกำหนด กิจกรรมโครงการ	จำนวน	40	157	167	30	6	3.49	0.83	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(10.00)	(39.25)	(41.75)	(7.50)	(1.25)			
- บุคลากรมีส่วนร่วมในการ ปฏิบัติงานหรือร่วมกิจกรรมใน การดำเนิน โครงการต่างๆ ที่ กรมฯ จัดทำขึ้น	จำนวน	42	167	159	27	5	3.54	0.81	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(10.50)	(41.75)	(39.75)	(6.75)	(1.25)			
ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรโดยรวม							3.50	0.77	เชิงบวกมาก
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม									
- อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เช่น ป้องกันมลพิษในแม่น้ำระหว่าง ประเทศ/ริมอ่าวชายทะเล	จำนวน	65	209	94	26	6	3.75	0.85	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(16.25)	(52.25)	(23.50)	(6.50)	(1.50)			
- ลดความเสี่ยงภัยพิบัติ เช่น ระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชน การตรวจสอบอาคาร 9 ประเภท การควบคุมอาคาร ป้องกันอัคคีภัยในชุมชน จัดตั้ง ศูนย์ทดสอบวัสดุ	จำนวน	78	193	104	19	6	3.80	0.86	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(19.50)	(48.25)	(26.00)	(4.75)	(1.50)			
- พัฒนาเมืองเพื่อพร้อมรับ สภาวะภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง โดยออกแบบเมืองป้องกัน ผลกระทบสภาวะโลกร้อน	จำนวน	58	149	148	36	9	3.53	0.92	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(14.50)	(37.25)	(37.00)	(9.00)	(2.25)			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของกรมโยธาธิการและผังเมือง		ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
- อนุรักษ์พลังงาน โดยอาคาร อนุรักษ์พลังงานและ สิ่งแวดล้อม/โครงการอาคาร เขียวรณรงค์เปิด เครื่องปรับอากาศ 25 องศา ปิดน้ำ-ไฟเมื่อไม่ใช้งาน	จำนวน	62	142	148	40	8	3.52	0.93	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(15.50)	(35.50)	(37.00)	(10.00)	(2.00)			
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมโดยรวม							3.65	0.79	เชิงบวกมาก
ด้านการประชาสัมพันธ์									
- มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอต่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	45	163	151	27	14	3.49	0.90	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(11.25)	(40.75)	(37.75)	(6.75)	(3.50)			
- สื่อประชาสัมพันธ์มีความ หลากหลายเหมาะสมเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ง่าย	จำนวน	38	145	165	42	10	3.40	0.89	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(9.50)	(36.25)	(41.25)	(10.50)	(2.50)			
- รูปแบบเนื้อหาที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย	จำนวน	39	138	182	27	14	3.40	0.88	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(9.8)	(34.5)	(45.5)	(6.8)	(3.5)			
- ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง เที่ยงตรงเชื่อถือได้ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค	จำนวน	46	188	142	19	5	3.63	0.79	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(11.50)	(47.00)	(35.50)	(4.75)	(1.25)			
- มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ	จำนวน	42	148	155	41	14	3.41	0.93	เชิงบวกมาก
	ร้อยละ	(10.50)	(37.00)	(38.75)	(10.25)	(3.25)			
ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวม							3.46	0.80	เชิงบวกมาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดังนี้

ด้านองค์กร โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เป็นกลาง ($\bar{X} = 3.66$ $SD = 0.75$) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การเป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคารและการบริการด้านช่าง ($\bar{X} = 3.93$ $SD = 0.79$) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ

46.0 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 26.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 25.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 2.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

- การมีบทบาทภารกิจทางด้านการผังเมือง การโยธาธิการ การควบคุม และการกำกับมาตรฐานการก่อสร้างของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ($\bar{X} = 3.95$ $SD = 2.11$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 48.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 25.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 21.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 4.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

- มีการสร้างและรวบรวมองค์ความรู้ที่ทันสมัยด้านการพัฒนาเมือง การผังเมือง และการอาคารของประเทศ ($\bar{X} = 3.70$ $SD = 0.85$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 41.00 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 34.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 18.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 5.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

- การส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วางผังพื้นที่เฉพาะ เช่น ผังอำเภอถวัลยวิวัฒนา/ ผังพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ($\bar{X} = 3.60$ $SD = 0.80$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 44.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 36.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 11.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 7.00 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

- การเป็นองค์กรที่สร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในภาวะเสี่ยงภัย เช่น สร้างระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชน สร้างเขื่อนป้องกันตลิ่ง/อาคารปลอดภัยประชาชน ($\bar{X} = 3.72$ $SD = 0.88$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 45.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 30.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 18.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 4.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

- การมีขีดสมรรถนะสูงในการดำเนินงานทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.37$ $SD = 0.95$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 37.25 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 36.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 12.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 10.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

- การเป็นองค์กรต้นแบบที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในอนาคตที่จะมีความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียวไม่เหมือนใคร ($\bar{X} = 3.36$ $SD = 0.99$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 39.50 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 30.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 13.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 13.25 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการ โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$ $SD = 0.86$) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การเป็นมืออาชีพในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง ($\bar{X} = 3.78$ SD = 0.86) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 45.50 รองลงมาเห็นด้วย ปานกลาง ร้อยละ 29.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 20.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 3.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

- บริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การสื่อสารทางไกล/วางผังเมืองด้วย GPS/ e-สารบรรณ ($\bar{X} = 3.59$ SD = 0.90) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 41.50 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 32.25 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 15.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 10.00 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

- มีการบริหารงานโดยอิสระ ไม่ถูกรอปรงหรือแทรกแซงโดยอิทธิพลใด ๆ ไปรงใส และเป็นธรรม ($\bar{X} = 3.14$ SD = 1.14) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 35.00 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 27.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 14.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 11.50 และไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

- มีบูรณาการ การบริหารจัดการร่วมกันทั้งองค์กรทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ($\bar{X} = 3.39$ SD = 1.06) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 34.00 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 33.3 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 14.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 12.25 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$ SD = 0.68) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- บุคลากรเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพด้านช่าง ทางด้านโยธาธิการ การผังเมือง และการอาคาร ($\bar{X} = 3.99$ SD = 0.77) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 48.75 รองลงมาเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 26.25 เห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 23.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 1.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

- บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{X} = 3.81$ SD = 0.73) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 55.50 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 26.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 14.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 2.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

- บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม และจริยธรรมในการทำงาน ($\bar{X} = 3.59$ SD = 0.87) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 40.75 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 36.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 14.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 6.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

- บุคลากรมีหัวใจในการให้บริการประชาชนและท้องถิ่นอย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามหลักวิชาการและกฎหมาย ($\bar{X} = 3.64$ SD = 0.82) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 42.50 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 38.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 14.25 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 3.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ด้านคุณภาพของผลงาน โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$ SD = 0.70) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- ถวายผลงานสนองพระราชดำริในฐานะสถาปนิกหลวง ช่างของแผ่นดิน ด้วยคุณภาพและมาตรฐานสูงสุดดงาม สมพระเกียรติ ตามขนบธรรมเนียมราชประเพณี ($\bar{X} = 4.03$ SD = 0.79) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 47.00 รองลงมาเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 29.50 เห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 21.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 2.00 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

- ผลงานมีมาตรฐานสูงตามมาตรฐานของวิชาชีพด้านช่างตอบสนองความต้องการของประชาชนและท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.85$ SD = 0.79) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 46.50 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 29.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 20.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 2.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

- ผลงานมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การพัฒนาเมืองพร้อมรับมืออากาศเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.60$ SD = 0.86) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 40.25 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 38.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 15.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 5.00 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

- การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผลตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็นที่พอใจของประชาชนและของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.65$ SD = 0.79) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 47.00 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 35.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 12.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 4.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.64$ SD = 0.81) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- เป็นองค์กรที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.73$ SD = 0.81) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 50.00 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 29.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 15.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 3.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

- มีช่องทางในการรับฟังความคิดเห็น และเสียงสะท้อนจากกลุ่มต่าง ๆ หลากหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.61$ SD = 0.88) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 42.0 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 35.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 14.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 6.25 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

- มีขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชน และสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 3.67$ SD = 0.88) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 43.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 33.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 16.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 4.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

- มีความคิดเห็น ข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามหลักวิชาการ ($\bar{X} = 3.58$ SD = 0.95) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 40.75 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 34.25 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 15.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 5.25 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$ SD = 0.77) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- บุคลากรมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ขององค์กร และภารกิจที่มุ่งเน้น ($\bar{X} = 3.49$ SD = 0.83) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 40.25 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 39.25 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 10.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 9.00 และไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

- บุคลากรมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในการวางแผนปฏิบัติการ หรือร่วมกำหนดกิจกรรมโครงการ ($\bar{X} = 3.49$ SD = 0.83) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 41.75 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 39.25 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 10.00 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 7.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

- บุคลากรมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานหรือร่วมกิจกรรมในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่กรมฯ จัดทำขึ้น ($\bar{X} = 3.54$ SD = 0.81) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยในระดับมาก ร้อยละ 41.75 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 39.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 10.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 6.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$ SD = 0.79) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น เขื่อนป้องกันตลิ่งริมแม่น้ำระหว่างประเทศ/ริมอ่าวชายทะเล ($\bar{X} = 3.75$ SD = 0.85) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 52.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 23.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 16.25 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 6.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

- การลดความเสี่ยงภัยพิบัติ เช่น ระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชน การตรวจสอบอาคาร 9 ประเภท การควบคุมอาคาร การป้องกันอัคคีภัยในอาคาร จัดตั้งศูนย์ทดสอบวัสดุ ($\bar{X} = 3.80$ SD = 0.86) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 48.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 26.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 19.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 4.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

- พัฒนาเมืองเพื่อพร้อมรับสภาวะภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงโดยออกแบบเมืองป้องกันผลกระทบสภาวะโลกร้อน ($\bar{X} = 3.65$ SD = 0.79) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 37.25 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 37.00 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 14.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 9.00 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

- การอนุรักษ์พลังงาน โดยออกแบบอาคารอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม/โครงการอาคารเขียว รมรงค์เปิดเครื่องปรับอากาศ 25 องศา ปิดน้ำ-ไฟเมื่อไม่ใช้งาน ($\bar{X} = 3.52$ SD = 0.93) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 37.00 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 35.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 15.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 10.00 และไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$ SD = 0.80) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.49$ SD = 0.90) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 40.75 รองลงมาเห็นด้วย ปานกลาง ร้อยละ 37.75 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 11.25 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 6.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

- สื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เหมาะสมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ($\bar{X} = 3.40$ SD = 0.89) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 41.25 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 36.25 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 10.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 10.50 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

- รูปแบบและเนื้อหาที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.40$ SD = 0.88) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ

45.50 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 34.25 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 9.75 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 6.75 และไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

- ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง ตรงตรง เชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.63$ $SD = 0.79$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยมาก ร้อยละ 47.00 รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 35.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 11.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 4.75 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

- มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.41$ $SD = 0.93$) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 38.75 รองลงมาเห็นด้วยมาก ร้อยละ 35.50 เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 10.50 เห็นด้วยน้อย ร้อยละ 10.25 และเห็นด้วยน้อยที่สุด ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของภาพลักษณ์กรมโยธาธิการ และผังเมืองโดยรวม

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ กรมโยธาธิการและผังเมือง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับของ ภาพลักษณ์
	\bar{X}	SD	
ด้านองค์กร	3.66	0.75	เชิงบวกมาก
ด้านการบริหารจัดการ	3.47	0.86	เชิงบวกมาก
ด้านบุคลากร	3.75	0.68	เชิงบวกมาก
ด้านคุณภาพของผลงาน	3.78	0.70	เชิงบวกมาก
ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.64	0.81	เชิงบวกมาก
ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร	3.50	0.77	เชิงบวกมาก
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม	3.65	0.79	เชิงบวกมาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.46	0.80	เชิงบวกมาก
ทัศนคติต่อภาพลักษณ์โดยรวม	3.61	0.65	เชิงบวกมาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.61$ $SD = 0.65$) โดยมีทัศนคติภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

ด้านคุณภาพของผลงานอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.78$ SD = 0.70) รองลงมาด้านบุคลากรของกรมโยธาธิการและผังเมืองอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.75$ SD = 0.68) ด้านองค์กรอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.66$ SD = 0.75) ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.65$ SD = 0.79) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.64$ SD = 0.81) ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.50$ SD = 0.77) ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.47$ SD = 0.86) และด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับเชิงบวกมาก ($\bar{X} = 3.46$ SD = 0.80)

ตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองที่นึกถึงอันดับแรก	จำนวน	ร้อยละ
1. งานโยธาธิการและงานด้านการผังเมือง	178	44.50
2. งานด้านการก่อสร้างและงานวางผังเมือง	130	32.50
3. องค์กรความรู้ในงานผังเมืองและการอาคาร	37	9.25
4. การพัฒนาเมืองและการควบคุมอาคาร	50	12.50
5. อื่น ๆ ได้แก่ การก่อสร้างเขื่อนป้องกันตลิ่ง ฯลฯ	5	1.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นอันดับแรก ในเรื่องของงานโยธาธิการและงานด้านการผังเมือง คิดเป็นร้อยละ 44.50 อันดับสอง งานด้านการก่อสร้างและงานวางผังเมือง ร้อยละ 32.50 และอันดับสาม การพัฒนาเมืองและควบคุมอาคาร ร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีจุดเด่น
เป็นอันดับแรก

จุดเด่นกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ต้องการให้เกิดขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นองค์กรจัดรูปแบบของเมืองให้มีระบบ เป็นระเบียบ เรียบร้อยสวยงาม	170	42.50
2. เป็นองค์กรควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานทาง วิศวกรรม	80	20.00
3. เป็นเลิศในการให้บริการด้านช่างแก่ประชาชน และ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	54	13.50
4. พัฒนาเมืองและชนบทโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม อย่างมีอัตลักษณ์	88	22.00
5. ไม่ตอบ	8	2.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง มีความคิดเห็นที่ต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีจุดเด่น เป็นอันดับแรกต่อการ เป็นองค์กรจัดรูปแบบของเมืองให้มีระบบ เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 42.50 อันดับสอง พัฒนาเมืองและชนบทโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างมีอัตลักษณ์ ร้อยละ 22.00 และอันดับสาม เป็นองค์กรควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานทางวิศวกรรม ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละบุคลิกลักษณะของกรมโยธาธิการและผังเมือง

(n=400)

บุคลิกลักษณะของกรมโยธาธิการและผังเมือง	จำนวน	ร้อยละ
1. แข็งแรง	175	43.75
2. สง่างาม	314	78.50
3. มีคุณภาพ	138	34.05
4. น่าเชื่อถือ	85	21.25
5. เป็นผู้ใหญ่	125	31.25
6. รวดเร็ว	83	20.75
7. มีชีวิตชีวา	181	45.25
8. ทันสมัย	127	31.75
9. กระตือรือร้น	100	25.00
10. รักความก้าวหน้า	101	25.25
11. เปิดเผย	113	28.25
12. ฉลาด	53	13.25
13. แจ่มใส	66	16.50
14. ยืดหยุ่น	102	25.50
15. เอื้ออาทร	139	34.75
16. มีความสุข	172	43.00

ตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีความคิดเห็นในเรื่องบุคลิกลักษณะของกรมโยธาธิการและผังเมืองอันดับแรก คือกรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นองค์กรที่มีความสง่างาม คิดเป็นร้อยละ 78.50 อันดับสอง เป็นองค์กรที่มีชีวิตชีวา ร้อยละ 45.25 และอันดับสามเป็นองค์กรที่มีความแข็งแรง ร้อยละ 43.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการต่อกรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านต่าง ๆ

(n=400)

ความต้องการต่อกรมโยธาธิการและผังเมือง	จำนวน	ร้อยละ
ด้านองค์กร		
- แคนนำงานด้านช่างและด้านผังเมือง	117	29.25
ด้านการบริหารจัดการ		
- ชัดเจน รวดเร็ว มีการบริการและการจัดการที่ดี	108	27.00
ด้านบุคลากร		
- มีคุณภาพและประสิทธิภาพ พัฒนาความรู้ใหม่ๆ	122	30.50
ด้านคุณภาพผลงาน		
- เป็นที่ยอมรับของสังคมและมีมาตรฐานสากล	111	27.75
ด้านการมีส่วนร่วม		
- ต้องมีจิตสาธารณะและความสามัคคี	105	26.25
ด้านการประชาสัมพันธ์		
- มีการประชาสัมพันธ์ภารกิจของกรมฯอย่างทั่วถึง	106	26.50

ตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีความต้องการต่อกรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านต่าง ๆ คือ ด้านบุคลากร ต้องการให้ มีคุณภาพและประสิทธิภาพ พัฒนาความรู้ใหม่ๆ มากที่สุด ร้อยละ 30.50 รองลงมาคือ ด้านองค์กร ต้องการให้ เป็นแกนนำด้านช่างและด้านผังเมือง คิดเป็นร้อยละ 29.25 ด้านคุณภาพผลงานต้องการให้ เป็นที่ยอมรับของสังคมและมีมาตรฐานสากล ร้อยละ 27.75 ด้านการบริหารจัดการต้องการให้ มีความชัดเจน รวดเร็ว มีการบริการและการจัดการที่ดี ร้อยละ 27.00 ด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องการให้ มีการประชาสัมพันธ์ภารกิจของกรมฯอย่างทั่วถึง ร้อยละ 26.50 ด้านการมีส่วนร่วม ต้องการให้ มีจิตสาธารณะและความสามัคคี ร้อยละ 26.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีภาพลักษณ์
ในภาพรวม

(n=400)

ความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมือง มีภาพลักษณ์ในภาพรวม	จำนวน	ร้อยละ
1. ตามวิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง	319	79.75
2. โปร่งใส มีเอกลักษณ์ใส่ใจผู้ปฏิบัติงาน	1	0.25
3. มีความน่าเชื่อถือในงานด้านวิศวกรรมและวางผังเมือง	4	1.00
4. ทำงานอย่างมีความสุขกายสุขใจ	4	1.00
5. บริการรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ	4	1.00
6. มีคุณธรรม และนำประโยชน์สุขเพื่อประชาชน	4	1.00
7. ไม่ตอบ	0	16.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีภาพลักษณ์ในภาพรวม คือ ต้องการให้มีภาพลักษณ์อันดับแรก ตามวิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง คิดเป็นร้อยละ 79.75 อันดับสอง มีความน่าเชื่อถือในงานด้านวิศวกรรมและวางผังเมือง ทำงานอย่างมีความสุขกายสุขใจ บริการรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรม และนำประโยชน์สุขเพื่อประชาชน ร้อยละ 1.00 เท่ากัน และอันดับสุดท้าย ต้องการให้มีภาพลักษณ์ด้านความโปร่งใส มีเอกลักษณ์ใส่ใจผู้ปฏิบัติงาน ร้อยละ 0.25

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

1. เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความสัมพันธ์ของเพศกับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง	\bar{X}	SD	Chi Square	df	Sig.	Contingency Coefficient
ด้านองค์กร			38.74*	26	0.052	0.297
- ชาย	3.61	.71				
- หญิง	3.67	.69				
ด้านการบริหารจัดการ			22.59	16	0.125	0.231
- ชาย	3.43	.85				
- หญิง	3.51	.86				
ด้านบุคลากร			21.84	15	0.112	0.228
- ชาย	3.77	.67				
- หญิง	3.73	.70				
ด้านคุณภาพของผลงาน			26.53*	16	0.047	0.249
- ชาย	3.81	.67				
- หญิง	3.74	.73				
ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง			30.61*	16	0.015	0.267
- ชาย	3.60	.85				
- หญิง	3.68	.77				
ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร			22.64*	12	0.031	0.231
- ชาย	3.45	.75				
- หญิง	3.54	.78				

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง	\bar{X}	SD	Chi Square	df	Sig.	Contingency Coefficient
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม			25.94*	16	0.055	0.247
- ชาย	3.57	.83				
- หญิง	3.71	.75				
ด้านการประชาสัมพันธ์			35.14*	20	0.019	0.284
- ชาย	3.41	.75				
- หญิง	3.50	.84				
ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง โดยรวม			48.29*	24	0.002	0.328

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ในด้านองค์กร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.328)

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านองค์กรในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.297) เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านคุณภาพของผลงานอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.249) เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.267) เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.231) เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการมีส่วนร่วมในสังคมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.247) เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.284)

อย่างไรก็ตาม เพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากร

2. ระยะเวลาทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความสัมพันธ์ของระยะเวลาทำงานกับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง	\bar{X}	SD	Chi Square	df	Sig.	Contingency Coefficient
ด้านองค์กร			232.48*	104	0.000	0.606
- 1-5 ปี	3.50	.69				
- 6-10 ปี	3.72	.71				
- 11-15 ปี	3.56	.63				
- 16-20 ปี	3.71	.71				
- 20 ปีขึ้นไป	4.85	.00				
ด้านการบริหารจัดการ			157.31*	64	0.000	0.531
- 1-5 ปี	3.30	.86				
- 6-10 ปี	3.67	.84				
- 11-15 ปี	3.42	.84				
- 16-20 ปี	3.48	.85				
- 20 ปีขึ้นไป	4.50	.00				
ด้านบุคลากร			138.19*	60	0.000	0.507
- 1-5 ปี	3.66	.63				
- 6-10 ปี	3.76	.85				
- 11-15 ปี	3.72	.57				
- 16-20 ปี	3.81	.67				
- 20 ปีขึ้นไป	4.25	.00				
ด้านคุณภาพของผลงาน			112.39*	64	0.000	0.468
- 1-5 ปี	3.56	.71				
- 6-10 ปี	3.82	.72				
- 11-15 ปี	3.76	.58				
- 16-20 ปี	3.88	.72				
- 20 ปีขึ้นไป	4.50	.00				

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง	\bar{X}	SD	Chi Square	df	Sig.	Contingency Coefficient
ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง			116.55*	64	0.000	0.475
- 1-5 ปี	3.55	.86				
- 6-10 ปี	3.66	.86				
- 11-15 ปี	3.49	.77				
- 16-20 ปี	3.76	.75				
- 20 ปีขึ้นไป	4.25	.00				
ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร			46.61	48	0.530	0.323
- 1-5 ปี	3.41	.80				
- 6-10 ปี	3.62	.79				
- 11-15 ปี	3.45	.66				
- 16-20 ปี	3.51	.78				
- 20 ปีขึ้นไป	4.00	.00				
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม			104.27*	64	0.001	0.455
- 1-5 ปี	3.66	.73				
- 6-10 ปี	3.73	.70				
- 11-15 ปี	3.43	.81				
- 16-20 ปี	3.68	.83				
- 20 ปีขึ้นไป	4.50	.00				
ด้านการประชาสัมพันธ์			81.88	80	0.420	0.412
- 1-5 ปี	3.42	.89				
- 6-10 ปี	3.60	.74				
- 11-15 ปี	3.30	.71				
- 16-20 ปี	3.49	.80				
- 20 ปีขึ้นไป	4.00	.00				
ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง โดยรวม			163.35*	96	0.000	0.538

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.538)

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.606) ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรม ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.531) ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.507) ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมฯ ด้านคุณภาพของผลงานอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.468) ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.475) ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรม ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.455)

ส่วนระยะเวลาการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร และด้านการประชาสัมพันธ์



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง” ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.1.2 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.1.3 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.1.4 เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองของบุคลากรกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.1.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

1.2.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบการวัดครั้งเดียว (One Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูล

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมือง จำนวน 400 คน กำหนดขนาดตามสูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการจัดชั้นภูมิแบบได้สัดส่วน จากหน่วยงานในสังกัดส่วนกลาง 17

หน่วยงาน และหน่วยงานส่วนภูมิภาค เป็นชั้นภูมิในการสุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากประชากร 2,843 ซึ่งเป็นข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมืองใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค*

* ทั้งนี้ ในส่วนภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด 75 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยจังหวัดละ 3 คน โดยกำหนดจาก กลุ่มงานวิชาการผังเมือง 1 คน และกลุ่มงานวิชาการโยธาธิการ 1 คน และจากฝ่ายปฏิบัติการหรือจากฝ่ายบริหารงานทั่วไป 1 คน เพื่อการกระจายตัวของข้อมูล

1.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อภาพลักษณ์ในปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.2.4 การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังข้าราชการและพนักงานราชการของกรมโยธาธิการและผังเมือง สังกัดกรมโยธาธิการและผังเมืองในส่วนกลาง ถนนพระรามที่ 6 และถนนพระราม 9 และในส่วนภูมิภาคได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เดือนมีนาคม 2554 ได้รับแบบสอบถามคืนสมบูรณ์ทั้งหมด จำนวน 400 ชุด

1.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งเป็นโปรแกรมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (*Descriptive Analysis*) โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (*Inferential Analysis*) ใช้ค่าสถิติอ้างอิงไคสแควร์ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 43.00 มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 35.75 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.75 ตำแหน่งข้าราชการประเภททั่วไป ร้อยละ 41.25 มีเงินเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 45.25 มีระยะเวลาการทำงานระหว่าง 16 – 20 ปี ร้อยละ 41.25

1.3.2 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ผลการวิจัยพบว่าในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองทางสื่อต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87) โดยจำแนกเป็นสื่อแต่ละประเภท ดังนี้

1) **วิทยุกระจายเสียง** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากวิทยุกระจายเสียงอยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.27) ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ได้เปิดรับเลยมากที่สุด ร้อยละ 44.75 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 19.75 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

2) **โทรทัศน์** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87) โดยส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 27.75 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.25 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 24.75 ตามลำดับ

3) **หนังสือพิมพ์รายวัน/รายสัปดาห์** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากหนังสือพิมพ์รายวัน/รายสัปดาห์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 23.50 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.75 และเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

4) **หนังสือวิชาการผังเมือง/โยธาธิการ** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากหนังสือวิชาการผังเมือง/โยธาธิการ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.89) ส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 43.50 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 20.50 และเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

5) **วารสารกรมฯ/ข่าวสารกรมฯ** พบว่า พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากวารสารกรมฯ/ข่าวสารกรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 51.25 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.00 และ เปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

6) *แผ่นพับ/แผ่นปลิว/ข่าวแจก* พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจาก แผ่นพับ/แผ่นปลิว/ข่าวแจก อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) ส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 42.50 รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

7) *โปสเตอร์/ภาพข่าว/ป้ายผ้า* พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากโปสเตอร์/ภาพข่าว/ป้ายผ้า อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) ส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด รองลงมาเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 29.00 และเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

8) *บอร์ดประชาสัมพันธ์/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือเวียน* พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากบอร์ดประชาสัมพันธ์/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือเวียน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 33.50 รองลงมาเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 26.50 และเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24.75 ตามลำดับ

9) *การจัดแสดงนิทรรศการ* พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากการจัดนิทรรศการอยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.44) ส่วนใหญ่ระบุว่าเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 41.75 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 28.25 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

10) *สื่อบุคคล* (เช่น หัวหน้าเพื่อนร่วมงาน) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ส่วนใหญ่เปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 36.75 รองลงมาเปิดรับ 4-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 21.00 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

11) *อินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต* พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง จากอินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยส่วนใหญ่เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 58.00 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 21.25 และไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

12) *สื่ออื่น ๆ* พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากสื่ออื่น ๆ อยู่ในระดับต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.06) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับเลย มากที่สุด ร้อยละ 97.25 รองลงมาเปิดรับ 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 1.00 และเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

1.3.3 ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองจากสื่อต่าง ๆ ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยแต่ละประเภทของข่าวสารมีดังนี้

- 1) นโยบายของรัฐบาลและนโยบายของกระทรวงมหาดไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับนโยบายของรัฐบาลและนโยบายกระทรวงมหาดไทย อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12)
- 2) นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)
- 3) ข่าวสารการดำเนินงานของกรมฯ ในเชิงสร้างสรรค์ พบว่า โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24)
- 4) ข่าวสารเกี่ยวข้องกับกรมฯ ที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67)
- 5) ข่าวการจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น อบรม/สัมมนา พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39)
- 6) ข่าวสารการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ภายนอกองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารฯ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96)
- 7) ความรู้ทางวิชาการด้านการผังเมืองและโยธาธิการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)
- 8) ข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์/เป็นที่น่าสนใจในสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารฯ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13)
- 9) ข่าวความเคลื่อนไหวภายในองค์กร เช่น แต่งตั้ง/ย้าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับ ข่าวความเคลื่อนไหวภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00)

1.3.4 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ ว่า “ทราบ” “ไม่ทราบ” และ “ไม่แน่ใจ” เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง โดยจำแนกแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ

พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุดในระดับ ธรรมดา กรมมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคารให้มีความน่าอยู่ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์ ร้อยละ 93.50 รองลงมา ในประเด็น

นโยบาย ปี 2554 และยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1. การผังเมือง 2. การพัฒนาเมือง 3. การอาคาร
4. การบริการด้านช่าง ร้อยละ 91.8

และพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ใน
ประเด็น ค่านิยม คือ มีจิตสาธารณะกล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง ไม่เลือกปฏิบัติเชื้อสาย มีความรับผิดชอบ
โปร่งใสและมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ร้อยละ 13.75 รองลงมา “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ใน
ประเด็นมีพันธกิจเกี่ยวกับการพัฒนา ปรับปรุงให้งานผังเมืองและโยธาธิการมีมาตรฐาน สร้างการมี
ส่วนร่วมกับภาครัฐ/ประชาชน ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายผังเมือง
และโยธาธิการ ร้อยละ 11.50

2) ด้านการบริหารจัดการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุด ในประเด็นดำเนินงานตามนโยบาย
ของรัฐบาลและนโยบายกระทรวงมหาดไทย 9 ข้อ เช่น กระตุ้นเศรษฐกิจพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตฯ ร้อยละ 70.00 รองลงมา รับรู้ในประเด็นมีการกำหนดมาตรฐาน (มยผ.)
ด้านการผังเมืองเป็นคู่มือในการดำเนินงาน และ มยผ. ด้านโยธาธิการ เป็นข้อกำหนดการก่อสร้าง
ร้อยละ 67.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ในประเด็น ผลการ
ดำเนินการที่คาดหวังปี 2554 คือ เมืองต้นแบบที่ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของ
เมือง ร้อยละ 37.60 รองลงมาในประเด็น ดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาล และนโยบาย
กระทรวงมหาดไทย 9 ข้อ เช่น กระตุ้นเศรษฐกิจ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต
ฯ ร้อยละ 33.00

3) ด้านการบริการ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุดในประเด็น มีงาน
หลักการให้บริการประชาชนและหน่วยงานของรัฐ/เอกชน 13 งานบริการ มีการกำหนดขั้นตอนการ
ขอรับบริการอย่างชัดเจน ร้อยละ 78.50 รองลงมา รองลงมาในประเด็น มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารและ
ห้องสมุดกรมฯ เป็นแหล่งให้บริการการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านการผังเมือง ด้านโยธาธิการและ
ความรู้ทั่วไป ร้อยละ 78.25

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ในประเด็นมีห้อง
แห่งการเรียนรู้ จัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ เช่น ตำรา งานวิจัย และจัดบรรยายพิเศษให้แก่บุคลากร
ภายในองค์กร ร้อยละ 29.25 รองลงมาในประเด็นมีศูนย์ประสานงานล่วงหน้าให้คำปรึกษาทาง
โทรศัพท์ และให้คำแนะนำแก่ผู้มาติดต่อราชการที่กรมโยธาธิการและผังเมือง ถนนพระรามที่ 6
ร้อยละ 23.10

4) ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม

พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับรู้มากที่สุด ในประเด็นส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และศาสนา เช่น พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทานร่วมทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา และในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 88.00 รองลงมา รับรู้ในประเด็น ส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ออกแบบก่อสร้างสวนสาธารณะ กิจกรรมปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ/ปลูกป่าชายเลน/ปลูกต้นไม้ ร้อยละ 85.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ในประเด็น การสนับสนุนด้านการศึกษา เช่น จัดประกวดวาดภาพ/เรียงความ มอบทุนการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนในงานพิธี และในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 18.50 รองลงมาในประเด็นกิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัย เช่น ร่วมบริจาคเงินและสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มอบผ้าห่มให้ผู้ประสบภัยหนาว บริจาคเงินและสิ่งของให้ผู้สูงอายุตามแนวชายแดน ไทย-กัมพูชา ร้อยละ 17.10

5) การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 0.79) โดยมีการรับรู้ในระดับมากในด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ (ค่าเฉลี่ย 0.90) ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 0.85) มีการรับรู้ในระดับปานกลาง ในด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 0.77) และด้านการบริหารจัดการ (ค่าเฉลี่ย 0.66) ตามลำดับ

1.3.5 ทศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

กลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดังนี้

1) ด้านองค์กร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมในระดับเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบทบาทภารกิจทางด้านการผังเมือง การโยธาธิการ การควบคุม และการกำกับมาตรฐานการก่อสร้างของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา ได้แก่ เป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง (ค่าเฉลี่ย 3.93)

2) ด้านการบริหารจัดการ

พบว่า ทัศนคติ ต่อภาพลักษณ์โดยรวม อยู่ในระดับเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นมืออาชีพในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา ได้แก่ บริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การสื่อสารทางไกล/วางผังเมืองด้วย GPS/ e-สารบรรณ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

3) ด้านบุคลากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพด้านช่าง ทางด้านโยธาธิการ การผังเมือง และการอาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาได้แก่บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่ได้รับมอบหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.81)

4) ด้านคุณภาพของผลงาน

พบว่า มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์เชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การถวายผลงานสนองพระราชดำริในฐานะสถาปนิกหลวง ช่างของแผ่นดิน ด้วยคุณภาพ และมาตรฐานสูงสุดดงาม สมพระเกียรติ ตามขนบธรรมเนียมราชประเพณี (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาได้แก่ ผลงานมีมาตรฐานสูงตามมาตรฐานของวิชาชีพด้านช่างตอบสนองความต้องการของประชาชนและท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

5) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

พบว่า ทัศนคติต่อภาพลักษณ์โดยรวมเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นองค์กรที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร้องเรียนปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาได้แก่ มีขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนและสภาพแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

6) ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โดยรวมเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ขององค์กร และภารกิจที่มุ่งเน้น (ค่าเฉลี่ย 3.49) และในหัวข้อ บุคลากรมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในการวางแผนปฏิบัติการ หรือร่วมกำหนดกิจกรรมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

7) ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

พบว่า ทัศนคติโดยรวมต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลดความเสี่ยงภัยพิบัติ เช่น ระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชน การตรวจสอบอาคาร 9 ประเภท การควบคุมอาคาร การป้องกันอัคคีภัยในอาคาร จัดตั้งศูนย์ทดสอบวัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาได้แก่ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น เขื่อนป้องกันตลิ่งริมแม่น้ำระหว่างประเทศ/ริมอ่าวชายทะเล (ค่าเฉลี่ย 3.75)

8) ด้านการประชาสัมพันธ์

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติโดยรวมต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับเชิงบวกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง ตรงตรง เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา ได้แก่ หัวข้อมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.49)

1.3.6 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงตามลำดับ มีดังนี้

- 1) งานโยธาธิการและงานด้านการผังเมือง ร้อยละ 44.50
- 2) งานด้านการก่อสร้างและงานวางผังเมือง ร้อยละ 32.50
- 3) การพัฒนาเมืองและการควบคุมอาคาร ร้อยละ 12.50
- 4) องค์กรความรู้ในงานผังเมืองและการอาคาร ร้อยละ 9.25
- 5) อื่นๆ เช่น การสร้างเขื่อนป้องกันตลิ่ง ฯ ร้อยละ 5.00

จุดเด่นกรมโยธาธิการและผังเมืองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เกิดขึ้น ดังนี้

ลำดับแรกต้องการให้เป็นองค์กรจัดรูปแบบของเมืองให้มีระบบ เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ร้อยละ 42.50 รองลงมาต้องการให้พัฒนาเมืองและชนบทโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างมีอัตลักษณ์ ร้อยละ 22.00 และเป็นองค์กรควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานทางวิศวกรรม ร้อยละ 20.00 และต้องการให้องค์กรเป็นเลิศในการให้บริการด้านช่างแก่ประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง พบว่า ทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกมาก เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆอยู่เสมอ ตรงกับผลการวิจัยที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อภายในขององค์กรคือทางอินเทอร์เน็ต บอร์ดประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก เป็นการรับรู้อย่างต่อเนื่องจึงเกิดทัศนคติที่ดี

กลุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ด้านคุณภาพของผลงานอยู่ในระดับเชิงบวกมาก มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลากรของกรมโยธาธิการและผังเมือง ซึ่งอยู่ในระดับเชิงบวกมากเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการกิจต่างๆ ซึ่งเป็นการรับรู้จากประสบการณ์ตรง สอดคล้องกับผลการวิจัยความต้องการในด้านต่างๆ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้บุคลากรของกรมโยธาธิการและผังเมือง มีคุณภาพและประสิทธิภาพ พัฒนาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ

นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข่าวสารทางด้าน นโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจของกรมมากที่สุด จึงเกิดทัศนคติในเชิงบวก สอดคล้องกับผลการวิจัยความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีภาพลักษณ์ ในภาพรวม คือ เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ในส่วนของทัศนคติต่อภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะอยู่ในระดับเชิงบวกมาก แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองทั้ง 8 ด้าน เนื่องจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการกิจหลายด้านรวมทั้งการดำเนินงานโครงการที่มีผลกระทบต่อประชาชนผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ได้กระทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การวางและจัดทำผังเมืองรวม จะประชาสัมพันธ์เน้นหนักในขั้นตอนตามที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น กล่าวคือ พ.ร.บ.การผังเมือง พ.ศ. 2518 มาตรา 19 กำหนดว่า ในการวางและจัดทำผังเมืองรวมต้องจัดให้มีการโฆษณาให้ประชาชนทราบและจัดให้มีการรับฟังข้อคิดเห็นของประชาชนไม่น้อยกว่า 1 ครั้งในพื้นที่ที่วางและจัดทำผังเมืองรวมนั้น โดยมีหลักเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น กล่าวคือ วิทยุกระจายเสียงที่สามารถรับฟังได้ในท้องถิ่น และโดยทางหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวันที่มีจำหน่ายในท้องถิ่นติดต่อกันไม่น้อยกว่า 7 วัน เพื่อให้ประชาชนทราบ และในขั้นตอนที่ให้นำผังเมืองรวมที่คณะกรรมการผังเมืองให้ความเห็นชอบแล้วไปปิดประกาศไว้ในที่เปิดเผย ไม่น้อยกว่า 90 วัน เพื่อให้ประชาชนผู้มีส่วนได้เสียไปตรวจดูแผนผังและข้อกำหนดยื่นคำร้องขอแก้ไขเปลี่ยนแปลง จากการศึกษารายงานการประชุม/สัมมนา ในการดำเนินงานที่ผ่านมาและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ยังทำได้ไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ประชาชนไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการผังเมืองมาตั้งแต่เริ่มต้น การประชุมรับฟังข้อคิดเห็นมีประชาชนเข้าร่วมน้อยเมื่อเทียบกับประชากรผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่วางผังเมืองรวม จึงมีข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ดังนั้น กรมโยธาธิการและผังเมืองต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งภายนอกและภายในองค์กร โดยวางแผนการบูรณาการกลยุทธ์ทุกรูปแบบไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีและความสำเร็จขององค์กร ตามแนวคิดของ วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ช่วยให้องค์กรสถาบันต่างๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลายในสังคม เช่น องค์กรธุรกิจ องค์กรของรัฐ

สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และพัฒนาความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายของตนอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สมาชิก (members) พนักงาน (employees) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ลูกค้า (customers) ชุมชน (communities) และสถาบันอื่นๆ ตลอดจนประชาชนทั่วไปในสังคม โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และควรพิจารณาสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในทุกพื้นที่ ด้วย เช่น วิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าว เป็นต้น และในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรคมนาคมมีการใช้กันแพร่หลายมากขึ้น จึงสามารถนำมาใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ซึ่งเสรี วงษ์มณฑา (2540: 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดีที่จะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงาน และสาธารณชนที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

จากข้อสรุปผลการวิจัยที่พบว่า ทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง โดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกมากทั้ง 8 ด้าน และข้อเสนอแนะให้ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น จึงต้องต่อยอดภาพลักษณ์ในด้านที่ดีต่างๆอย่างต่อเนื่อง เสริมสร้างให้ภาพลักษณ์ทุกด้านให้อยู่ในระดับดีที่สุดและคงอยู่ตลอดไป โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1. กำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรให้มีทิศทางชัดเจน สอดคล้องกับนโยบายและแผนงานหลักขององค์กร และปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
2. จัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในทุกพื้นที่ โดยอาจแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มย่อยหรือกลุ่มเฉพาะแล้วทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึก เพื่อทำการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มต่างๆ เหล่านั้น เช่น การปลูกฝังความรู้พื้นฐานด้านโยธาธิการและการผังเมืองให้แก่เด็กและเยาวชน การจัดทำโครงการคลินิกโยธา-ผังเมืองเคลื่อนที่ ให้ความรู้แก่ประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายโอนภารกิจงานวางและจัดทำผังเมือง
3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เน้นข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ มีประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ก่อนที่จะดำเนินโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดการยอมรับสนับสนุนการดำเนินงาน
4. พัฒนานุเคราะห์ทุกส่วนราชการในองค์กรให้มีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์ โดยจัดฝึกอบรมให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับองค์กรและทักษะในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เทคนิค

การเป็นวิทยากร ให้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องและน่าสนใจ และเป็นการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร

5. วางแผนการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้บริหารมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์องค์กรต่อสื่อมวลชน เช่น การจัดแถลงข่าว ให้สัมภาษณ์ทางสื่อมวลชน เป็นวิทยากรบรรยายพิเศษในงานระดับประเทศ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในฐานะผู้นำที่มีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ดังเช่น ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัยของ พนารัตน์ เสรีทวีกุล (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยให้พัฒนาการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางให้อยู่ในระดับดีให้มากที่สุด และวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับดีให้คงอยู่ตลอดไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรรัตน์ รมรงค์นุรักษ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” ที่เสนอว่า กรมประชาสัมพันธ์ควรปรับภาพลักษณ์ให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยกำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรให้มีทิศทางชัดเจน จัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว ให้ครอบคลุมเครือข่ายขององค์กรในทุกพื้นที่

นอกจากนี้ ในด้านการประชาสัมพันธ์ มีข้อเสนอแนะในงานวิจัยของ ธชพล กัมพลาศิริ (2548) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์การไฟฟ้านครหลวง (ก.ฟ.น.)” สรุปว่าการไฟฟ้านครหลวงควรเร่งปรับปรุงและพัฒนางานประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้มากขึ้นทั้งในกลุ่มประชาชนเป้าหมายและในพนักงาน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน พัฒนาการบริหารงานที่โปร่งใส บุคลากรที่มีคุณภาพ บริการที่ดีและมีคุณภาพ ตลอดจนภาพลักษณ์ของผู้บริหาร ที่ดี และข้อเสนอแนะในงานวิจัยของ ปณิดา พุทธรัตน์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติในทัศนะของประชาชนผู้ใช้บริการ” เสนอว่า ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรให้สามารถเป็นตัวแทนขององค์กรในบทบาทนักประชาสัมพันธ์ได้ โดยพัฒนาให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับองค์กรและทักษะในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และผู้บริหารขององค์กรต้องเป็นที่รู้จักของประชาชน มีความรู้ความสามารถและวิสัยทัศน์เป็นที่ยอมรับเชื่อถือศรัทธา โดยให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำขององค์กร และผู้นำด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

2.2 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง พบว่า ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองนึกถึงเป็นลำดับแรก ได้แก่ เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานโยธาธิการและงานด้านการผังเมือง รองลงมาได้แก่ เป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านการก่อสร้างและงานวางผังเมือง และเป็นองค์กรพัฒนาเมืองและการควบคุมอาคารตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมือง

มีจุดเด่นเป็นอันดับแรก คือ เป็นองค์กรจัดรูปแบบของเมืองให้มีระบบ เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม รองลงมาต้องการให้พัฒนาเมืองและชนบทโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างมีอัตลักษณ์ และเป็นองค์กรควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานทางวิศวกรรม ตามลำดับ

ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า เป็นไปตามพันธกิจของกรมโยธาธิการและผังเมืองที่ถูกเน้นย้ำทางสื่อต่างๆ อยู่ทั่วไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ได้แก่ การสนับสนุน กำหนด กำกับ และพัฒนาปรับปรุงให้งาน ผังเมืองและโยธาธิการมีมาตรฐานวิชาการที่สามารถสนองต่อความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งนโยบายรัฐบาลในการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น เช่น การถ่ายโอนภารกิจด้านการผังเมืองให้ท้องถิ่น แต่กรมยังเป็นหน่วยงานหลักในการเป็นที่ปรึกษาสนับสนุนท้องถิ่นในการพัฒนาเมือง และปัจจุบันปัญหาของเมืองและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นทุกวัน เช่น มลพิษ ขยะ การจราจร ความแออัดของอาคารบ้านเรือน ซึ่งกรมฯสามารถวางแผนงาน/โครงการพัฒนาท้องถิ่นให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ โดยใช้ข้อเท็จจริงด้านช่างและด้านการผังเมือง

ในส่วนของ การควบคุมอาคารก็เช่นกัน ปัจจุบันปรากฏการณ์โลกร้อนและแผ่นดินไหวเกิดขึ้นบ่อยครั้งส่งผลกระทบต่ออาคาร จึงต้องมีการตรวจสอบอาคาร และการทดสอบวัสดุ อาคารสูง โรงมหรสพ โรงแรม โรงงาน ป้าย สะพาน ฯลฯ ต้องตรวจสอบความแข็งแรงอย่างต่อเนื่อง และแนวโน้มในอนาคตที่โครงสร้างทางสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมที่มีผู้สูงวัยมากขึ้นการออกแบบอาคารจะต้องสอดคล้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น ซึ่งกรมมีกฎหมายหลายฉบับรองรับการปฏิบัติงาน เช่น พ.ร.บ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 เป็นต้น อีกทั้งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 กำหนดให้รัฐมีการวางผังเมือง พัฒนาและดำเนินการตามผังเมือง ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงดังกล่าวจึงสอดคล้องกับบุคลิกลักษณะของกรมโยธาธิการและผังเมืองกลุ่มตัวอย่างนึกถึงมากที่สุด ได้แก่ ความสง่างาม รองลงมา ได้แก่ มีชีวิตชีวา และมีความแข็งแรง ตามลำดับ

สำหรับความต้องการให้กรมมีภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้บุคลากรของกรมโยธาธิการและผังเมือง มีคุณภาพและประสิทธิภาพ พัฒนาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอมากที่สุด รองลงมาต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมือง เป็นองค์กรแกนนำด้านช่างและด้านผังเมือง และในด้านคุณภาพของผลงานต้องการให้ เป็นที่ยอมรับของสังคมและมีมาตรฐานสากลตามลำดับ

แสดงว่า เป็นไปตามสภาวะการณ์ปัจจุบันที่แนวคิดในการพัฒนาองค์กรยุคใหม่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว บุคลากรจึงต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ตามที่กรมฯได้นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น เทคโนโลยี

สารสนเทศภูมิศาสตร์ GPS หากค่าพิกัดดาวเทียมในการจัดทำแผนที่การจัดทำผังเมือง ปักหลักหมุด GPS ตามแนวถนนโครงการฯ รวมทั้งการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบอาคาร และงานทางด้านวิศวกรรม เป็นต้น เพื่อความถูกต้องทันสมัยในการเป็นองค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ

ในส่วนของคุณภาพของผลงานเป็นที่ยอมรับในสังคม เนื่องจากกรมฯมีการจัดทำมาตรฐานด้านโยธาธิการเพื่อเป็นข้อกำหนดของการก่อสร้างของส่วนราชการและประชาชน เพื่อให้ผลงานมีมาตรฐานสากล ซึ่งกรมฯเป็นแหล่งรวมความรู้ด้านช่าง งานอาคาร และวิชาการผังเมืองที่ได้รับการยอมรับ และปัจจุบันกระแส CSR (Corporate Social Responsibility) องค์กรชั้นนำหลายแห่งใช้เป็นเครื่องมือดำเนินกิจกรรมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่เฉพาะแต่เพียงองค์กรเอกชนเท่านั้น คุณภาพของผลงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนที่หน่วยงานภาครัฐดำเนินการ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จะทำให้เป็นที่ยอมรับ ส่วนโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุกดังกล่าว

ส่วนความต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีภาพลักษณ์ ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง คือ เป็นองค์กรแกนนำของประเทศ ในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมืองและการอาคาร ให้มีความน่าอยู่ ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือในงานด้านวิศวกรรมและวางผังเมือง ทำงานอย่างมีความสุขกายสุขใจ บริการรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรม และนำประโยชน์สุข เพื่อประชาชน อันดับสุดท้าย ต้องการให้มีภาพลักษณ์ด้านความโปร่งใส มีเอกลักษณ์ และใส่ใจผู้ปฏิบัติงาน

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีภาพลักษณ์ ในภาพรวม เป็นไปตามวิสัยทัศน์ขององค์กร ส่วนหนึ่งอาจเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และจากการดำเนินงานขององค์กรที่รับรู้ได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรมตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไปซึ่งผลการวิจัยระบุว่า มีทัศนคติเชิงบวกมาก เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวจะรับทราบดีถึงโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ที่กรมฯเคยรับผิดชอบ เช่น การก่อสร้างสะพานพระรามที่ 8 ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา โครงการก่อสร้างถนนโยธาธิการในชนบททั่วประเทศ เป็นต้น และในปัจจุบันโครงการที่มองเห็นเป็นรูปธรรมที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น การก่อสร้างเขื่อนป้องกันตลิ่งริมแม่น้ำกั้นเขตแดนระหว่างประเทศ โครงการก่อสร้างระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชน รวมทั้งการจัดทำผังเมืองในพื้นที่ทั่วประเทศ นอกจากนี้วิสัยทัศน์และพันธกิจของกรมยังถูกเน้นย้ำทางสื่อต่างๆอยู่ทั่วไป อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ รวมทั้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกิจกรรมการดำเนินงานของกรมได้จัดทำโปสเตอร์และภาพข่าวปิดประกาศ และเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของกรมให้ทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา การดำเนินกิจกรรมต่างๆจึงเป็นที่รับทราบโดยทั่วกัน

ในส่วนความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้บุคลากรของกรมโยธาธิการ และผังเมือง มีคุณภาพและประสิทธิภาพ พัฒนาความรู้ใหม่ ๆ และมีความน่าเชื่อถือในงานด้าน วิศวกรรมและวางผังเมือง ให้บริการรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรม และนำประโยชน์สุข เพื่อประชาสังคม และต้องการให้กรมมีภาพลักษณ์ด้านความโปร่งใส มีเอกลักษณ์ และใส่ใจ ผู้ปฏิบัติงาน นั้น สอดคล้องกับประกาศนโยบายการกำกับดูแลองค์การที่ดี กรมโยธาธิการและผัง เมือง ประจำปีงบประมาณ 2554 ตามเจตนารมณ์ของพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และ วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 มุ่งเน้นการบริหารภาครัฐให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และเป็นธรรม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้ประชาชนเลื่อมใสศรัทธา ไว้วางใจ และเป็นไปตามพันธกิจขององค์กรที่ปลูกฝังเผยแพร่ตามสื่อต่างๆอยู่ตลอดเวลา ได้แก่ การพัฒนา ปรับปรุง ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย การใช้ ประโยชน์ที่ดิน การผังเมืองและโยธาธิการ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน

มีข้อสังเกตว่า นอกจากกลุ่มตัวอย่างจะต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมี ภาพลักษณ์ในภาพรวมเป็นไปตามวิสัยทัศน์ขององค์กร และเป็นไปตามเหตุปัจจัยภายนอกดังกล่าว แล้ว ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับยุทธศาสตร์ขององค์กร ประจำปีงบประมาณ 2554 ที่เน้นย้ำ เผยแพร่ทางสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง คือ ยุทธศาสตร์ด้าน การผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง โดย กำหนดภารกิจที่มุ่งเน้น (AGENDA) ในด้านต่างๆ เช่น การอนุรักษ์ พลังงานและสิ่งแวดล้อม การตรวจสอบอาคาร การพัฒนาเมืองเพื่อพร้อมรับมืออากาศเปลี่ยนแปลง การบูรณาการทั่วทั้งองค์กร การพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะ สูง เป็นต้น กล่าวโดยสรุปสอดคล้องกับแนวคิดของ วิมลพรรณ อาภาเวท (2546) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้จากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ตามที่สถาบันหรือองค์กร ต้องการจะให้ เป็น ด้วยให้ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น กรมโยธาธิการและผังเมืองจึงควรจัดโครงการฝึกอบรม ฝึกปฏิบัติเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานและเพื่อเป็นการ พัฒนาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ พร้อมทั้งต้องเน้นย้ำการ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่ กลุ่มเป้าหมายต้องการ ดังข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติของ จีรัตน์ รมรงค์นุรักษ์ (2549) ที่ศึกษา เรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” ที่เสนอว่า เมื่อ ผลการวิจัยพบว่าสื่อบุคคล ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์จึง ต้องพัฒนาสื่อบุคคล อบรมเจ้าหน้าที่ทุกระดับปลูกจิตสำนึกให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ พร้อมกับ เพิ่มการผลิตสื่อเฉพาะกิจ เช่น วารสาร จุลสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ โปสเตอร์/ป้ายประชา สัมพันธ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เป็นช่องทางที่สำคัญ ตลอดจนสร้าง

กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วย ให้เป็นไปตามที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ คือ มีภาพลักษณ์เป็นองค์กรควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานทางวิศวกรรม และมีบุคลิกลักษณะของความสง่างาม มีชีวิตชีวา มั่นคงแข็งแรง ตามที่วิรัช ลภีรัตนกุล, (2544) กล่าวไว้ว่าภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร และการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (interactive process) ระหว่างองค์กรหรือบุคคลกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดี (favorable image) แก่สาธารณชน และวิมลพรรณ อาภาเวท (2546: 18) กล่าวว่าภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะคือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และเกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ตามที่สถาบันหรือองค์กร ต้องการจะให้เป็น และภาพลักษณ์เกิดขึ้นมาจากข้อเท็จจริงและการประเมินส่วนตัวของแต่ละบุคคลข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่บุคคลได้รับนั้นต้องชัดเจน มีจำนวนมากพอและต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอจนทำให้เกิดการรับรู้ได้ ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลายาวนานเพียงพอโดยทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ที่กำหนด จึงจะเป็นไปตามที่กลุ่มเป้าหมาย ต้องการคือ ให้องค์กรมีภาพลักษณ์ด้านความโปร่งใส มีเอกลักษณ์ และใส่ใจผู้ปฏิบัติงาน

2.3 การเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

2.3.1 ประเภทของสื่อและการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมืองมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง โดยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 0.79) โดยมีการเปิดรับดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารและข้อมูลจากสื่อ อินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ตอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่วนใหญ่เป็นมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 31 – 40 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งอยู่ในวัยทำงาน จึงนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ทันสมัยและรับความนิยมในปัจจุบัน มีความสะดวกต่อการใช้งานและเป็นสื่อที่มีประจำในทุกองค์กรและเกือบทุกคน มีคุณสมบัติที่ใช้ติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว มีข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายให้ผู้รับสารได้เลือกเปิดรับได้ตามความสนใจ โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาและระยะทาง ดังที่ Schramm (1973) กล่าวว่า ผู้รับสารโดยทั่วไปจะให้ความสำคัญกับการเลือกรับข่าวสารซึ่งมีการใช้ความพยายามน้อยที่สุดได้ประโยชน์หรือผลตอบแทนดีที่สุด และพรทิพย์ วรกิจโกชาธร (2529) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ไม่ยาก และเลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ การศึกษาของ สติมา ศรีนคร (2552)

เรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุเฉลี่ยระหว่าง 31 – 35 ปี เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยให้ความเห็นว่าข่าวสารมีความถูกต้องน่าเชื่อถือและสะดวกรวดเร็วในการเปิดรับ

ในส่วนของบอร์ดประชาสัมพันธ์/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือเวียน กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับรองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากเป็นสื่อที่ใกล้ชิดและสะดวกในการรับรู้ข่าวสารที่มีประโยชน์นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ได้รับสาระความรู้ทางวิชาการที่สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแมคคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ที่กล่าวว่าบุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) และเพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation)

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากจากสื่อบุคคล (หัวหน้า เพื่อนร่วมงาน) อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าสื่อบุคคลยังคงมีความสำคัญและเป็นสื่อที่เป็นการสื่อสาร 2 ทาง รับทราบผลสะท้อนของการสื่อสารได้รวดเร็ว จึงควรมานำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ควบคู่ไปกับการสื่อสารทางช่องทางอื่นๆ ด้วย

สำหรับวิทยุกระจายเสียง ผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากกรมโยธาธิการ และผังเมืองจัดทำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ทางสื่อวิทยุน้อยมาก มีเพียงสปอติวิทยุและรายการที่อยู่ในส่วนหนึ่งของรายการวิทยุกระทรวงมหาดไทยเพียงสถานีเดียว และเฉลี่ยเดือนละครั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในส่วนภูมิภาคจะเป็นรายการข่าวที่เกี่ยวข้อง และการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงตามขั้นตอนกฎหมายในการวางและจัดทำผังเมืองรวม และทางวิทยุชุมชนในกรณีที่มีการดำเนินงานของกรมเกิดผลกระทบ ดังนั้น กรมโยธาธิการและผังเมืองจึงควรที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางวิทยุให้มากขึ้นเพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่าย

2.3.2 ประเภทของข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ประเภทของข่าวสาร มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ อยู่ในระดับมาก มากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมืองที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้กรมมีภาพลักษณ์ในภาพรวม เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง รองลงมา คือ ข่าวการจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น อบรม/สัมมนา ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และข่าวสารการดำเนินงานของกรมฯ

ในเชิงสร้างสรรค์ เปิดรับในระดับปานกลางตามลำดับ ซึ่ง และสอดคล้องกับแนวคิดของ เบคเคอร์ (Becker, 1779) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารว่า บุคคลจะแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น บุคคลจะเปิดรับสื่อ (Information Receptivity) เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ และบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อเป็นการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) หรือเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.4 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ อยู่ในระดับมาก รับรู้ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน มีการรับรู้ในด้านการบริการ และด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ทั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่า “ทราบ” “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองแต่ละด้าน ดังนี้

2.4.1 การรับรู้ถูกต้องมากที่สุด พบว่า เป็นการรับรู้ ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ ในประเด็น กรมมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคารให้มีความน่าอยู่ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์ ร้อยละ 93.50 ประเด็นนโยบาย ปี 2554 และยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1. การผังเมือง 2. การพัฒนาเมือง 3. การอาคาร 4. การบริการด้านช่าง ร้อยละ 91.8 และในประเด็น มีพันธกิจเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงให้งานผังเมืองและโยธาธิการและผังเมืองมีมาตรฐาน สร้างการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ/ประชาชน ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายผังเมืองและโยธาธิการ ร้อยละ 88.50 ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ อยู่ในระดับมาก และข่าวสารด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ มีการเผยแพร่ทางสื่อต่างๆทุกสื่ออย่างต่อเนื่อง และข้อมูลมีประเด็นที่เห็นได้ชัดเจน ตามภารกิจของกรมที่กลุ่มตัวอย่างได้มีส่วนร่วมปฏิบัติ จึงเป็นที่รับรู้โดยทั่วไป และสอดคล้องกับผลการวิจัยภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เป็น

2.4.2 การรับรู้ไม่ถูกต้องมากที่สุด พบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในด้านการบริหารจัดการ โดย “ไม่ทราบ” หรือ “ไม่แน่ใจ” ในประเด็น ผลการดำเนินการที่คาดหวังปี 2554 คือ เมืองต้นแบบที่ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของเมือง ร้อยละ 37.50 รองลงมาในประเด็น การกำหนดเป้าประสงค์ (2553-2560) ประชาชนได้รับประโยชน์และคุณค่าของการผังเมืองและการควบคุมอาคารเมืองและชุมชนมีการพัฒนาที่ได้มาตรฐานเหมาะสมกับพื้นที่ มีสภาพแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 33.00 และในประเด็นมีการกำหนดมาตรฐาน (มยผ.) ด้านการผังเมืองเป็นคู่มือในการดำเนินงาน และ มยผ. ด้านโยธาธิการ เป็นข้อกำหนดการก่อสร้าง ร้อยละ 32.50 ตามลำดับ

ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า ข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริหารจัดการของกรมฯ ในด้านการกำหนดเป้าประสงค์ (2553-2560) ในด้านผลการดำเนินการที่คาดหวังปี 2554 และการกำหนดมาตรฐาน (มยผ.) มีการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของกรม และทางเอกสารเป็นหนังสือเวียนเท่านั้น ซึ่งโอกาสที่จะรับรู้โดยทั่วกันจึงมีน้อย และยังมีการปรับเปลี่ยนไปตามปีงบประมาณ โอกาสที่จะรับรู้จดจำได้ยิ่งน้อยลงไปอีก กรมโยธาธิการและผังเมืองต้องเผยแพร่เน้นย้ำทางสื่อต่างๆ ทุกสื่อ เพื่อให้บุคลากรของกรมได้รับทราบเข้าถึงข้อมูลโดยง่ายอย่างทั่วถึง เช่น ทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ หนังสือข่าวสาร วารสาร และจดหมายข่าว เป็นต้น

2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

2.5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับภาพลักษณ์องค์กร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านองค์กร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการบริหารจัดการและด้านบุคลากร

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีทัศนคติอยู่ในระดับสูงกว่าเพศชายเพียงเล็กน้อย ในด้านองค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะงานที่ปฏิบัติในความรับผิดชอบมีความแตกต่างกัน โดยเพศหญิงส่วนใหญ่จะรับผิดชอบในงานที่มีลักษณะเป็นงานสนับสนุนภารกิจหลักขององค์กร เป็นงานช่วยอำนวยความสะดวก ทางด้านการเงินและบัญชี งานสารบรรณ งานเอกสารการประชุมสัมมนา และการจัดทำแผนงาน โครงการ งานด้านการวิเคราะห์วิจัย เป็นต้น จึงมีทัศนคติในด้านดังกล่าวสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย

ส่วนในด้านคุณภาพของผลงาน เพศชายมี ค่าความสัมพันธ์สูงกว่า เนื่องจากส่วนใหญ่ เป็นผู้ปฏิบัติงานในภารกิจหลักขององค์กรในภาคสนาม และการก่อสร้าง ทางด้านวิศวกรรม งานช่างสำรวจ งานช่างโยธา จึงมีภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของผลงานสูงกว่า

ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าเป็นทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์ตรงในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่งตามทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ Schram (1973) ได้ให้แนวคิดว่า บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสรีระ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม โดยเพศหญิงและชายจะมีความสนใจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงมีภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ที่แตกต่างกันไป

สอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช อภิรัตน์กุล (2544) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์ คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจได้มาจากทั้ง ประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง สรุปได้ว่าเป็นการประเมินส่วนตัว จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์การ และการเกิดภาพลักษณ์ ซึ่ง วิมลพรรณ อาภาเวท (2546) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัว ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัว เกิดเป็นภาพลักษณ์ขึ้น ซึ่งบุคคลเมื่อได้รับรู้ถึงพฤติกรรม หรือสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือ องค์การแล้วก็จะกลายเป็น ภาพของสถาบัน หรือองค์การนั้นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธานี รอดเสียงล้ำ (2549) ที่ศึกษา เรื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)” พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ

ทั้งนี้ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากร นั้น เป็นเพราะการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นอาจ ได้มาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลดังกล่าว ซึ่ง มานิต รัตนสุวรรณ (2527) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์การใด องค์การหนึ่งจะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้ โดยไม่มีเรื่องเพศไปเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สติมา ศรีนคร (2552) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศที่แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

2.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาทำงานกับภาพลักษณ์องค์กร ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า พบว่า ระยะเวลาทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยระยะเวลาทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง และด้านการมีส่วนร่วมในสังคมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร และด้านการประชาสัมพันธ์

ข้อสังเกตจากผลการทดสอบสมมุติฐานดังกล่าวที่พบว่า ระยะเวลาทำงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านองค์กรด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม โดยผู้ที่ทำงานมานานกว่าจะมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์สูงกว่าในทุกด้าน เนื่องจากแต่ละบุคคลได้รับและสะสมประสบการณ์มาไม่เหมือนกัน ซึ่งผู้ที่มีระยะเวลาการทำงาน

มายาวนานก็จะได้รับประสบการณ์ต่างๆ มาก เป็นผลทำให้เกิดทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรแตกต่างจากผู้ที่มีระยะเวลาการทำงานในองค์กรน้อย หรือเพิ่งเริ่มต้นเข้ามาทำงานในองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ วิมลพรรณ อาภาเวท (2546) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลายาวนานเพียงพอโดยทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เกิดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรในทางที่ดีหรือไม่ดี ขึ้นอยู่กับทัศนคติของบุคคล

ส่วนระยะเวลาทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร และด้านการประชาสัมพันธ์ นั้น เนื่องจากเป็นทัศนคติที่เกิดจากการรับรู้การดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน ซึ่งไม่ต้องอาศัยระยะเวลาในการทำงานมากหรือน้อยกว่ากัน สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่วนใหญ่เป็นมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 31- 40 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทัศนคติจึงไม่แตกต่างกันมาก

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) จากผลการวิจัยที่พบว่า ทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับเชิงบวกมาก ทั้ง 8 ด้าน โดยด้านคุณภาพของผลงานอยู่ในระดับเชิงบวกมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนทัศนคติต่อภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับเชิงบวกมาก แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในจำนวนทัศนคติระดับเชิงบวกทั้ง 8 ด้าน จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง อาทิ แนวคิดทฤษฎีด้านการประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ รวมทั้งจากการศึกษาจากผลงานวิจัย ดังที่กล่าวมา กรมโยธาธิการและผังเมืองจึงควรดำเนินการ ดังนี้

(1) กำหนดนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีทิศทางชัดเจน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก โดยสอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์กร

(2) จัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาว โดยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประกอบด้วยโครงการย่อยที่ครอบคลุมทุกเครือข่ายของกรมโยธาธิการและผังเมือง

(3) วางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ บริหารจัดการให้เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง เน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่

(4) ปรับปรุงโครงสร้างกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร แผนประชาสัมพันธ์ชาติ และแผนประชาสัมพันธ์ของกระทรวงมหาดไทย ให้มีอำนาจหน้าที่ที่ขอบข่ายความรับผิดชอบที่สูงขึ้น ครอบคลุมทุกภารกิจขององค์กร

2) จากผลการวิจัยที่พบว่าภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเป็นลำดับแรกได้แก่ เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานโยธาธิการและงานด้านการผังเมือง และต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีจุดเด่น คือ เป็นองค์กรจัดรูปแบบของเมืองให้มีระบบ เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ในส่วนของภาพลักษณ์ ในภาพรวมต้องการให้ปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ดังนั้น กรมโยธาธิการและผังเมือง จึงควรสร้างภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้วยข้อมูลที่ต้องชัดเจน รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ มีประเด็นการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมที่ก่อประโยชน์ต่อสังคม มีทิศทางชัดเจนสอดคล้องแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร

ในส่วนบุคลิกลักษณะของกรมที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงมากที่สุด ได้แก่ ความสง่างาม ความมีชีวิตชีวา และความแข็งแรง กรมโยธาธิการและผังเมืองจึงควรสร้างจิตสำนึกร่วมให้สอดคล้องกับบุคลิกที่ต้องการ เช่น สร้างคำขวัญ ค่านิยมองค์กร สร้างอัตลักษณ์ขององค์กร เช่น กำหนดเครื่องแบบให้สื่อความหมายถึงภารกิจที่น่าภาคภูมิใจ กำหนดคิสัญลักษณ์ประจำกรม สนับสนุนส่งเสริมสุขภาพและการกีฬา โดยจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมสุขภาพและการกีฬา จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งดำเนินกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เพื่อสังคม ปลูกฝังความภาคภูมิใจในการเป็นสถาปนิกหลวง ช่างของแผ่นดิน และนักผังเมืองของประชาชน

3.1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มเป้าหมาย เปิดรับสื่อต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก โดยเปิดรับข่าวสารจากสื่อ อินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ตมากที่สุด ประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง การเปิดรับโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ อยู่ในระดับมาก มีการรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีการรับรู้ไม่ถูกต้องในด้านการบริหารจัดการโดยรวม ถึงร้อยละ 33.25 จึงควรดำเนินการ ดังนี้

1) พัฒนาและปรับปรุงสื่อขององค์กรแต่ละประเภทให้มีความน่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย โดยการสำรวจความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

2) จากการที่กลุ่มเป้าหมาย เปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ และเนื่องจากเป็นสื่อที่สำคัญมากในปัจจุบัน จึงควรพัฒนารูปแบบและ ข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันสมัย สวยงามดึงดูดใจ และมีความสะดวกในการเปิดรับ

3) จากผลการศึกษาที่พบว่า สื่อบุคคลยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร ดังนั้น จึงต้องพัฒนาสื่อบุคคลโดยอบรมเจ้าหน้าที่ทุกระดับให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ และปรับปรุงบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้มีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย เป็นประโยชน์ มีความสวยงามน่าอ่าน พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงในทุกพื้นที่ เปิดรับได้ง่ายได้สะดวกรวดเร็ว

4) ควรดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง กรมโยธาธิการและผังเมืองกับผู้มีส่วนได้เสีย สร้างความประทับใจให้เกิดขึ้น และเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารโดยเร่งด่วนผ่านสื่อที่เข้าถึง เช่น แผ่นปลิว รถแห่ ในกรณีที่มีการดำเนินงานที่เกิดผลกระทบ เช่น การก่อสร้างเขื่อนป้องกันตลิ่ง การวางและจัดทำผังเมืองรวม เป็นต้น

5) ควรมีการประเมินภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง เพื่อวิเคราะห์ทิศทางความต้องการ และรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง ภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่นด้านการเป็นองค์กรของประชาสังคม ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ภาพลักษณ์ ของผู้บริหารองค์กร เจาะลึกในแต่ละองค์ประกอบ โดยตรงเพื่อประโยชน์สูงสุดของการ ประชาสัมพันธ์องค์กรในภาพรวมต่อไป

3.2.2 นอกจากศึกษาภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง ในทัศนของบุคลากร ภายในองค์กรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายภายในแล้ว ควรศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผัง เมือง ในทัศนของกลุ่มเป้าหมายภายนอกด้วย เพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกๆ กลุ่มเป้าหมาย เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ต่อไป

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ (2547) *สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* กรุงเทพมหานคร
เลิฟ แอนด์ ลิฟ
- กรมโยธาธิการและผังเมือง (2553) *อำนาจหน้าที่กรมโยธาธิการและผังเมือง นครปฐม*
กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- _____ . (2553) *จะวันวานจะวันไหนจะภูมิใจ กรมโยธาธิการและผังเมือง*
กรุงเทพมหานคร วิทอินดีไซน์
- _____ . (2553) *DPT ANNUAL REPORT '52* กรุงเทพมหานคร กองแผนงาน
- _____ . (2552) *คู่มือการวางแผนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์* นครปฐม กองแผนงาน
- _____ . (2552) *แผนปฏิบัติการ 2553 ACTION PLAN 2553* นครปฐม กองแผนงาน
- _____ . (2551) *บทบาทและภารกิจกรมโยธาธิการและผังเมืองในทศวรรษหน้า*
นครปฐม กองแผนงาน
- _____ . (2548) *กลยุทธ์การวางผังเมืองสู่ท้องถิ่นเพื่อประชาชน* กรุงเทพมหานคร
สำนักผังเมืองรวมและผังเมืองเฉพาะ
- _____ . (2551) *เอกสารประกอบโครงการสัมมนาผู้บริหารกรมโยธาธิการและผังเมือง และ*
โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดทุกจังหวัด ดำเนินการ โดย สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการ
พัฒนาเมือง และสำนักงานเลขานุการกรม (21 พฤศจิกายน 2551)
- กรรณิการ์ อัครดรเดชา (2544) *สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 5* กรุงเทพมหานคร
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จิริรัตน์ ธรรงค์นุรักษ์ (2549) “*ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชน*
กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- จันจิรา จารุศุกวัฒน์ (2553) “*พิพาทชายแดน-ปัญหาความมั่นคงจังหวัดจระเข้ชายแดนไทย-พม่า*
ระลำ” *กรุงเทพธุรกิจ* (22 กันยายน 2553) หน้า 14
- จิตราภา คุณทลบุตร (2550) *การวิจัยสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่* กรุงเทพมหานคร สหธรรมิก
- ฉัตรสุด พลฤทธิบุญ (2553) *หลักการวิจัยทางสังคม* กรุงเทพมหานคร เจริญดีมั่นคงการพิมพ์
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536) *การสื่อสารประชาสัมพันธ์*
กรุงเทพมหานคร อินท์ม็เทรด

- ชชพล กัมพลาศิริ (2548) “ภาพลักษณ์การไฟฟ้านครหลวง (ก.ฟ.น.)” วิทยานิพนธ์ปริญญา
 นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช
- ธานี รอดเสียงล้ำ (2549) “ภาพลักษณ์ของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- นคร สังขรัตน์ (2553) “เมื่อวิกฤติไล่ล่าเรา น้ำท่วมหาค่าใหญ่ภัยธรรมชาติป้องกันได้จริงหรือ”
 โปสต์ทูเดย์ (11 พฤศจิกายน 2553) หน้า B10
- นภาพรณ์ อัจฉริยกุล เทคนิคการประชาสัมพันธ์: แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 กรุงเทพมหานคร นำถึงการพิมพ์, มปป
- นุกูล เพชรชนะ (2546) “การศึกษาและพัฒนาสถานีอนามัยสู่ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของผู้รับ
 และผู้ให้บริการ” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อ
 การพัฒนา สถาบันราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- บุญชม ศรีสะอาด (2538) วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย กรุงเทพมหานคร สุวีริยาสาสน์
- บุษบา สุธีธร (2548) “ทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลและระหว่างบุคคล” ใน *ประมวลสาระ
 ชุมวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 7 หน้า 366-371 นนทบุรี
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์
- ปณิตา พุทธนวรรตน์ (2550) “ภาพลักษณ์ของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติในทัศนะของ
 ประชาชนผู้ใช้บริการ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
 นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ประมะ สตะเวทิน (2540) *หลักนิเทศศาสตร์* กรุงเทพมหานคร ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์
- ประจวบ อินอ้อด (2532) “หลักการบริหารงานประชาสัมพันธ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการ
 บริหารงานประชาสัมพันธ์* หน่วยที่ 2 หน้า 47-112 นนทบุรี
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์
- พัชรี เขจรธยา เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2538) *แนวคิดหลัก
 นิเทศศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร เขตโล่การพิมพ์ (1988)
- พนารัตน์ เสรีทวีกุล (2551) “การรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขต
 กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
 จัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
 ธรรมศาสตร์

- พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2551) *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพมหานคร
โพธิ์พรีนติ้ง
- พรทิพย์ วรกิจโกคาธร (2537) *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพจน์*
พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- “พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518” กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (2550)
กรุงเทพมหานคร
- “พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522” สำนักควบคุมและตรวจสอบอาคาร (2551)
กรุงเทพมหานคร
- พีระ จิระโสภณ (2547) “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎี*
การสื่อสาร หน่วยที่ 11 หน้า 636-640 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สาขาวิชานิติศาสตร์
- มานิต รัตนสุวรรณ (2527) *โลกของการประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิรัช ลภีรัตนกุล (2544) *การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 9) กรุงเทพมหานคร
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____ (2549) *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ และการบริหารภาวะวิกฤติ*
กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรนนท์ สุริยกุล ณ อุษยา (2548) “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของข้าราชการกองทัพเรือ
ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพเรือ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิติศาสตร-
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- รวีมล ชัยรัต (2550) “ผังเมืองเป็นเรื่องของทุกคนอย่างละเอียดจะเสียสิทธิ์” *เชียงใหม่ปริทัศน์*
8, 90 (กันยายน) : 4-9
- วิมลพรรณ อาภาเวท (2546) *การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์* กรุงเทพมหานคร
บุ๊คพ้อยท์
- วุฒิชัย จำนงค์ (2523) *พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจ* กรุงเทพมหานคร โอเดียนสโตร์
- ศักดิ์ชัย आयโย (2546) “ภาพลักษณ์สำนักงานจเรตำรวจในทัศนะของข้าราชการตำรวจ กองบังคับ
การตำรวจนครบาล 1” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์)
สาขาวิชารัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- สติมา ศรีนคร (2552) "ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการ
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์" วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2553) *การจัดทำยุทธศาสตร์
กรมโยธาธิการและผังเมือง* กรุงเทพมหานคร บพิธการพิมพ์
- สมควร กวียะ (2547) *การประชาสัมพันธ์ใหม่* กรุงเทพมหานคร โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์
- สุพิน ปัญญาภัก (2533) *ภาพลักษณ์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์*
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เสวี วงษ์มณฑา (2540) *การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติการ* กรุงเทพมหานคร เอเอ็นการพิมพ์
- อนิรุจน์ เอี่ยมกิจการ (2539) “ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของ
ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อำนาจ วีรวรรณ (2533) *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Atkin, Charles (1973). *Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking*
New York : Free Press.
- Becker, L.Samuel. (1979). *Discovering Mass Communication Theory*. New York : Prentice Hall.
- Bernaays, Edward L.(1961). *Your Future in Public Relations*. New York : Richard Rosen Press,
Inc.
- _____. (1952). *Public Relations*. Norman : University of Oklahoma Press.
- Best. John W. (1987) *Research in Education. Englewood Cliffs*, New Jersey : Prentice Hall,
Excellence (New York : McGraw-Hill Inc.,1995)
- Cronbach, Lee J. (1960). *Essential of Psychological Testing*. New York : Harper and
Brothers Publisher.
- Cutlip, Scott M., and Center, Allen H. (1978). *Effective Public Relations* 5th ed. Englewood Cliff,
N.J. : Prentice-Hall.
- Jefkins, Frank. (1983). “Public relations” 2nd. Estover, Plymouth : Macdonald & Evans.
- Good,Cater V. (1973). *Dictionary of education*. New York :Mc Graw-Hill Book.

- Likert Rensis . (1932). "*A Technique for Measurement of Attitude*" Archives of psychology 5,1:1:55.
- L.L. Thurstone and E.J. Chave (1992). "The measurement of attitude : a psychophysical method And some experiments with a scale for measuring attitude toward the church"
Chicago : the University of Chicago Press.
- Marston. John E. (1979). *Modern Public Relations*. New York : Mc Graw- Hill Book Company Clifts, New Jersey : Prentice-Hall.
- McComb, Maxwell E. and Becker Lee B. (1979). *Using mass Communication Theory*. Englewood Clifts, New Jersey : Prentice-Hall.
- Robinson, John P. (1972) "*Mass Communication and Information Diffusion*." In Kline and Tichenor, Cerrent Perspective in Mass Communication Research, London:Sage Publications.
- Roger, Everett M. (1986). "*Communication technology : the new media in society*"
New York : Free Press; London : Collier Macmillan.
- Schramm Wibur (1973). "*Channels and Audiences*." In *Handbook of Communication*.
Chicago : Rand McNally College Publishing Company.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics : an introduction analysis*. New York : Harper&Row.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

หนังสือแจ้งขออนุญาตจัดเก็บข้อมูล



หนังสือที่ส่งดำเนินการ



กรมโยธาธิการและผังเมือง
เลขรับ..... 2907
วันที่ 18 มี.ค. 2554
เวลา.....

ศธ 0522.24/ 214

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

2 มีนาคม 2554

กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
เลขรับ..... 905ค
วันที่ 21 มี.ค. 2554
เวลา..... 09.00 น.

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน อธิบดีกรมโยธาธิการและผังเมือง

เนื่องด้วย นายรังสรรค์ ศรีหนู นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของข้าราชการและพนักงาน กรมโยธาธิการและผังเมือง”

โดยนักศึกษาจำเป็นต้องเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในหัวข้อดังกล่าวจากข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง ในสังกัดส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ในการนี้ สาขาวิชานิติศาสตร์ จึงขออนุญาตให้นักศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรในองค์กรของท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุญาตให้นักศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย สาขาวิชานิติศาสตร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ นายรังสรรค์ ศรีหนู (หมายเลขโทรศัพท์ 087-802 6895) จะได้ประสานวัน เวลาในการเก็บข้อมูลกับท่านต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออร์สา ปานขาว)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิติศาสตร์

- เรียน ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
 ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
 ฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์
 ฝ่ายบริการข้อมูลเอกสาร
 อื่น ๆ.....

สาขาวิชานิติศาสตร์ โทร. 0-2504-8400, 503-3579

โทรสาร. 0-2503-3580



วันที่	7/18
วันที่	-8 ส.ค. 2554
เวลา	08:30

ที่ มท 0705/ว

กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
กรมโยธาธิการและผังเมือง
218/1 ถนนพระรามที่ 6 แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

1 มีนาคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม เรื่อง ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของ
ข้าราชการและพนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง

เรียน โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองฯ จำนวน 3 ชุด

ด้วยกระผม นายรังสรรค์ ศรีหนู สังกัดกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมโยธาธิการ
และผังเมือง กำลังศึกษาวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในทัศนะของข้าราชการและ
พนักงานกรมโยธาธิการและผังเมือง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ดังนั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากบุคลากรในหน่วยงานของท่าน ตอบแบบสอบถาม
ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย และโปรดส่งคืนตามชื่อที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่ที่อยู่

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

- ๖๗.๖๖๖๖๖๖๖๖๖๖

ขอแสดงความนับถือ

8 มีนาคม

(นายรังสรรค์ ศรีหนู)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

โทร. 0 2299 4469 - 72

โทรสาร 0 2299 4486

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามงานวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมือง

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยในระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกรมโยธาธิการและผัง
เมือง ในทัศนะของข้าราชการและพนักงานราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน ตอบแบบสอบถามตามความ
คิดเห็นที่แท้จริง เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและการประชาสัมพันธ์ต่อไป

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 4 ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ในปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง

- | | | |
|--------------------|--|--|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1.ชาย | <input type="checkbox"/> 2.หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. 20-30 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 31-40 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 3. 41-50 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 51-60 ปี |
| 3. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> 1.ปวช./ปวส./อนุปริญญา | <input type="checkbox"/> 2.ปริญญาตรี |
| | <input type="checkbox"/> 3.ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> 4.ปริญญาเอก |
| 4. ประเภทของสายงาน | <input type="checkbox"/> 1. พนักงานราชการ | <input type="checkbox"/> 2.ข้าราชการประเภททั่วไป |
| | <input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการประเภทวิชาการ | <input type="checkbox"/> 4.ข้าราชการประเภทอำนวยการ |
| 5. ระดับเงินเดือน | <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,000 - 20,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 3. 20,001-30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 30,001- 40,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 5. 40,001 บาทขึ้นไป | |

6. ระยะเวลาทำงาน 1. 1-5 ปี 2. 6-10 ปี
 (ในกรม ข.ศ.) 3. 11-15 ปี 4. 16-20 ปี
 4. 20 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

2.1 ท่านเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมฯ ทางสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความถี่ในการเปิดรับของท่าน

ประเภทของสื่อ	ระดับความถี่ในการเปิดรับ				
	มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	4-6 ครั้งต่อเดือน	1-3 ครั้งต่อเดือน	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	ไม่เคยเลย
1. วิทยุกระจายเสียง					
2. โทรทัศน์ (หรือเคเบิล / ทีวีดาวเทียม)					
3. หนังสือพิมพ์รายวัน/รายสัปดาห์					
4. หนังสือวิชาการผังเมือง/โยธาธิการ					
5. วารสารกรมฯ/ข่าวสารกรมฯ					
6. แผ่นพับ / แผ่นปลิว/ข่าวแจก					
7. โปสเตอร์/ภาพข่าว/ป้ายผ้า					
8. บอร์ดประชาสัมพันธ์ / ประกาศ / คำสั่ง / หนังสือเวียน					
9. การจัดแสดงนิทรรศการ					
10. สื่อบุคคล (เช่นหัวหน้า/เพื่อนร่วมงาน)					
11. อินเทอร์เน็ต / อินทราเน็ต					
12. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

2.2 ท่านได้รับข่าวสารในเนื้อหาต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับเนื้อหาข่าวสารที่ท่านได้รับ

ประเภทของเนื้อหาข่าวสาร	ปริมาณเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
1. นโยบายของรัฐบาล และนโยบายของกระทรวง มท.					
2. นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของกรมฯ					
3. ข่าวสารการดำเนินงานของกรมในเชิงสร้างสรรค์					
4. ข่าวสารเกี่ยวข้องกับกรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ					
5. ข่าวการจัดกิจกรรมภายในองค์กร เช่น อบรม/สัมมนา					
6. ข่าวสารการจัดกิจกรรมโครงการต่างๆภายนอกองค์กร					
7. ความรู้ทางวิชาการ ด้านการผังเมืองและโยธาธิการ					
8. ข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์ / เป็นที่สนใจในสังคม					
9. ข่าวความเคลื่อนไหวภายในองค์กร เช่น แต่งตั้ง/ย้าย					

ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมโยธาธิการและผังเมือง

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับการรับรู้ของท่านมากที่สุด

ประเด็นการรับรู้	ทราบ	ไม่ทราบ	ไม่แน่ใจ
3.1 ด้านนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจ			
1. กรมมีวิสัยทัศน์ที่จะ เป็นองค์กรแกนนำของประเทศในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร ให้มีความน่าอยู่ ปลอดภัย รักษาสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีอัตลักษณ์			
2. มีพันธกิจเกี่ยวกับการพัฒนา ปรับปรุงให้งานผังเมืองและโยธาธิการ มีมาตรฐาน สร้างการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ/ประชาชน ส่งเสริมธรรมาภิบาลและประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายผังเมืองและโยธาธิการ			

ประเด็นการรับรู้	ทราบ	ไม่ทราบ	ไม่แน่ใจ
3. คำนิยาม คือ มีจิตสาธารณะ กล่าวทำในสิ่งที่ถูกต้อง ไม่เลือกปฏิบัติ สื่อสัถย์มีความรับผิดชอบ โปร่งใสและมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน			
4. นโยบาย ปี 2554 กำหนดดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1.การผังเมือง 2.การพัฒนาเมือง 3.การอาคาร 4.การบริการด้านช่าง			
3.2 ด้านการบริหารจัดการ			
1. ดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลและนโยบายกระทรวงมหาดไทย เช่น กระตุ้นเศรษฐกิจ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ฯ			
2. กำหนดเป้าประสงค์(2553-2560) ประชาชนได้รับรู้ถึงประโยชน์ และคุณค่าของการผังเมืองและการควบคุมอาคาร เมืองและชุมชน มีการพัฒนาที่ได้มาตรฐานเหมาะสมกับพื้นที่ มีสภาพแวดล้อมที่ดี			
3. มีการกำหนดมาตรฐาน (มยผ.) ด้านการผังเมืองเป็นคู่มือในการดำเนินงาน และ มยผ. ด้านโยธาธิการ เป็นข้อกำหนดการก่อสร้าง			
4. ผลการดำเนินการที่คาดหวังตามเป้าประสงค์ คือ เมืองต้นแบบที่ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของเมือง			
3.3 ด้านการบริการ			
1. มีงานหลัก การให้บริการประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ / เอกชน 13 งานบริการ มีการกำหนดขั้นตอนการขอรับบริการอย่างชัดเจน			
2. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ส่วนหน้า และศูนย์ดำรงธรรมของกรมฯ รับข้อร้องเรียน เรื่องราวร้องทุกข์ ให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ และให้คำแนะนำแก่ผู้มาติดต่อราชการ ที่กรมฯ ถ.พระรามที่ 6			
3. มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารและห้องสมุดฯ ให้บริการตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารฯ เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ และความรู้ทั่วไป			
4. มีห้องแห่งการเรียนรู้ จัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ เช่น ตำรา งานวิจัย และจัดบรรยายพิเศษ/สาธิตกิจกรรมฯ ให้แก่บุคลากรภายในองค์กร			

ประเด็นการรับรู้	ทราบ	ไม่ทราบ	ไม่แน่ใจ
3.4 การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม			
1. ส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ออกแบบก่อสร้างสวนสาธารณะ กิจกรรมปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ / ปลูกป่าชายเลน / ปลูกต้นไม้ฯ			
2. สนับสนุนด้านการศึกษา เช่น จัดประกวดวาดภาพ / เรียงความ มอบทุนการศึกษาให้เด็กนักเรียนในงานพิธี และในโอกาสต่างๆ			
3. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและศาสนา เช่น พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน ร่วมทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา และในโอกาสต่างๆ			
4. กิจกรรมช่วยเหลือผู้ประสบภัย เช่น ร่วมบริจาคเงินและสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยน้ำท่วม มอบผ้าห่มให้ผู้ประสบภัยหนาว บริจาคเงินและสิ่งของให้ผู้อยู่อาศัยตามแนวชายแดน ไทย-กัมพูชา			

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อภาพลักษณ์ปัจจุบันของกรมโยธาธิการและผังเมือง
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับทัศนะของท่าน

ภาพลักษณ์	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1 ด้านองค์กร					
1. เป็นองค์กรแกนนำของประเทศ ในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง					
2. มีบทบาทภารกิจทางด้านการผังเมือง การโยธาธิการ การควบคุม และการกำกับมาตรฐานการก่อสร้างของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน					
3. มีการสร้างและรวบรวมองค์ความรู้ที่ทันสมัย ด้านการพัฒนาเมือง การผังเมือง และการอาคารของประเทศ					

ภาพลักษณ์	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น วางผังพื้นที่เฉพาะ อ.กัลยาณิวัฒนา / โครงการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวระโนดมรดกกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา					
5. เป็นองค์กรที่สร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในภาวะเสี่ยงภัย เช่น สร้างระบบป้องกันน้ำท่วมชุมชนสร้างเขื่อนป้องกันตลิ่งฯ / อาคารปลอดภัยประชาชนอุ่นใจ					
6. มีขีดสมรรถนะสูงในการดำเนินงาน และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน					
7. เป็นองค์กรต้นแบบที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในอนาคตที่จะมีความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียวไม่เหมือนใคร					
4.2 ด้านการบริหารจัดการ					
1. เป็นมืออาชีพ ในด้านการผังเมือง การพัฒนาเมือง การอาคาร และการบริการด้านช่าง					
2. บริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเช่น การสื่อสารทางไกล / วางผังเมืองด้วย GPS / e-สารบรรณ					
3. มีการบริหารงานโดยอิสระ ไม่ถูกครอบงำหรือแทรกแซงโดยอิทธิพลใดๆ โปร่งใสและเป็นธรรม					
4. มีการบูรณาการ การบริหารจัดการร่วมกันทั้งองค์กรทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค					
4.3 ด้านบุคลากร					
1. บุคลากรเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพด้านช่างทางด้านโยธาธิการ การผังเมือง และการอาคาร					
2. บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่ได้รับมอบหมาย					
3. บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม และจริยธรรมในการทำงาน					

ภาพลักษณ์	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. บุคลากรมีหัวใจในการให้บริการประชาชนและ ท้องถิ่นอย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามหลักวิชาการและ กฎหมาย					
4.4 ด้านคุณภาพของผลงาน					
1. ถวายผลงานสนองพระราชดำริ ในฐานะสถาปนิก หลวงช่างของแผ่นดิน ด้วยคุณภาพ และมาตรฐาน สูงสุด งดงาม สมพระเกียรติ ตามขนบธรรมเนียมราช ประเพณี					
2. ผลงานมีมาตรฐานสูงตามมาตรฐานของวิชาชีพด้าน ช่าง ตอบสนองความต้องการของประชาชนและ ท้องถิ่น					
3. ผลงานมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสถานการณ์ ปัจจุบัน เช่น การพัฒนาเมืองพร้อมรับภูมิอากาศ เปลี่ยนแปลง					
4. การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผลตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เป็นที่พอใจของประชาชนและของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง					
4.5 ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง					
1. เป็นองค์กรที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมแสดง ความคิดเห็น ร้องเรียน ปัญหาที่เกิดจากการ ดำเนินงาน					
2. มีช่องทางในการรับฟังความคิดเห็น และเสียง สะท้อนจากกลุ่มต่างๆ หลากหลายช่องทาง					
3. มีขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนิน โครงการที่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อประชาชนและสภาพแวดล้อม					
4. มีการนำความคิดเห็น ข้อเสนอแนะไปปรับปรุง แก้ไขการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามหลักวิชาการ					

ภาพลักษณ์	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.6 ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร					
1. บุคลากรมีส่วนร่วมในการ ร่วมคิด ร่วมกำหนด ทิศทาง และยุทธศาสตร์ขององค์กร และภารกิจที่ มุ่งเน้น					
2. บุคลากรมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในการ วางแผนปฏิบัติการ หรือร่วมกำหนดกิจกรรมโครงการ					
3. บุคลากรมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานหรือร่วม กิจกรรมในการดำเนิน โครงการต่างๆ ที่กรมฯ จัดทำ ขึ้น					
4.7 ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม					
1. อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น เชื้อนป้องกันคลื่นริมแม่น้ำระหว่างประเทศ ริมอ่าว ชายทะเล					
2. ลดความเสี่ยงภัยพิบัติ เช่น ระบบป้องกันน้ำท่วม ชุมชน การตรวจสอบอาคาร 9 ประเภท การควบคุม อาคาร การป้องกันอัคคีภัยในอาคาร จัดตั้งศูนย์ ทดสอบวัสดุ					
3. พัฒนาเมืองเพื่อพร้อมรับสภาวะภูมิอากาศ เปลี่ยนแปลง โดยออกแบบเมืองป้องกันผลกระทบ สภาวะโลกร้อน					
4. อนุรักษ์พลังงาน โดย ออกแบบอาคารอนุรักษ์ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม / โครงการอาคารเขียว รณรงค์ เปิดเครื่องปรับอากาศ 25 องศา ปิดน้ำ-ไฟ เมื่อไม่ใช้งาน					

ภาพลักษณ์	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.8 ด้านการประชาสัมพันธ์					
1. มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร					
2. สื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เหมาะสมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย					
3. รูปแบบและเนื้อหา ที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย					
4. ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้					
5. มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ					

ตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของกรมโยธาธิการและผังเมือง

5.1 เมื่อกล่าวถึงกรมโยธาธิการและผังเมืองท่านนึกถึงสิ่งใดเป็นลำดับแรก (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓)

- 1.งาน โยธาธิการและงานด้านการผังเมือง 2.งานด้านการก่อสร้างและงานวางผังเมือง
 3. องค์ความรู้ในงานผังเมืองและการอาคาร 4. การพัฒนาเมืองและการควบคุมอาคาร
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5.2 ท่านต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองมีจุดเด่นในเรื่องใด (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ เพียง 1 ข้อ)

1. เป็นองค์กรจัดรูปแบบของเมืองให้มีระบบ เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม
 2. เป็นองค์กรควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานทางวิศวกรรม
 3. เป็นเลิศในการให้บริการด้านช่างแก่ประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 4. พัฒนาเมืองและชนบท โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม อย่างมีอัตลักษณ์
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5.3 ถ้าเปรียบเทียบโยธาธิการและผังเมืองเป็นบุคคล ท่านต้องการให้เป็นบุคคลแบบใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | |
|---------------------------------------|--|--------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> แข็งแรง | <input type="checkbox"/> สว่างาม | <input type="checkbox"/> มีคุณภาพ | <input type="checkbox"/> นายก้อยง |
| <input type="checkbox"/> เป็นผู้ใหญ่ | <input type="checkbox"/> รวดเร็ว | <input type="checkbox"/> มีชีวิตชีวา | <input type="checkbox"/> ทันสมัย |
| <input type="checkbox"/> กระตือรือร้น | <input type="checkbox"/> รักความก้าวหน้า | <input type="checkbox"/> เปิดเผย | <input type="checkbox"/> ฉลาด |
| <input type="checkbox"/> แจ่มใส | <input type="checkbox"/> ยืดหยุ่น | <input type="checkbox"/> เอื้ออาทร | <input type="checkbox"/> มีความสุข |

5.4 ท่านต้องการให้กรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นอย่างไร ในด้านต่างๆต่อไปนี้

- 2.1 ด้านองค์กร.....
- 2.2 ด้านการบริหารจัดการ.....
- 2.3 ด้านบุคลากร.....
- 2.4 ด้านคุณภาพของผลงาน.....
- 2.5 ด้านการมีส่วนร่วม.....
- 2.6 ด้านการประชาสัมพันธ์.....
- 2.7 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5.5 ท่านต้องการให้ภาพลักษณ์กรมโยธาธิการและผังเมืองในภาพรวมเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามนี้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายรังสรรค์ ศรีหนู
วัน เดือน ปีเกิด	25 มิถุนายน 2500
สถานที่เกิด	บางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต (ภาพยนตร์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ปี พ.ศ. 2534 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ไทยคดีศึกษา) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ปี พ.ศ. 2548
สถานที่ทำงาน	กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

