

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (The One-Shot Case Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีประชากรเป้าหมาย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 5,716,248 คน ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่ต้องการอย่างแท้จริง โดยผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกข้อมูลเองทั้งหมด

ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตร และการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของกรมวิชาการเกษตร

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ แต่เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแต่ละสื่อแล้วพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ www.doa.com รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์
3. การรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของกรมวิชาการเกษตรพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรโดยรวมอยู่ในระดับดีที่ค่าเฉลี่ยรวม 3.47 โดยมีภาพลักษณ์ด้านบุคลากรดีที่สุด โดยรับรู้ในระดับดีที่ค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาคือรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านคุณภาพของผลงานในระดับดีที่ค่าเฉลี่ย 3.55

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เสนอแนะว่า กรมวิชาการเกษตรควรมีการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรแต่ละประเภทให้มีความน่าสนใจและผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และควรทำการวิจัยสื่อแต่ละประเภทที่ใช้ด้านการรับรู้ภาพลักษณ์แม้ภาพลักษณ์โดยรวมจะอยู่ในระดับดี แต่ควรพัฒนาภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารองค์กรและการบริการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางให้อยู่ในระดับดีให้มากที่สุด และควรวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับดีให้คงอยู่ตลอดไป

นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรงของกรมวิชาการเกษตร รวมทั้งข้าราชการและพนักงานของกรมวิชาการเกษตรด้วย เนื่องจากบุคลากรในองค์กรเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร ตลอดจนควรนำการวิจัยแบบผสมผสาน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณมาใช้ควบคู่กันเพื่อผลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่น่ามาสนับสนุนซึ่งกันและกัน