

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

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

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

ผลที่ได้จากการศึกษาทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตร และประสิทธิภาพของสื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่ใช้ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตรต่อไป

สรุปผลการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 53.2 เพศชายร้อยละ 46.8 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 35.0 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดร้อยละ 58.3 และส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 59.0 มีรายได้เฉลี่ย มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 37.5

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ต, สื่อสิ่งพิมพ์, สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อบุคคล ในระดับต่ำ

สื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก จดหมายฉลิใบ มากที่สุด แต่ยังเปิดรับในระดับต่ำ รองลงมา คือ เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับ/ใบปลิว โดยเปิดรับในระดับต่ำ เช่นกัน ในขณะที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง น้อยที่สุด โดยเปิดรับในระดับต่ำมาก

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากรายการ "ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร" ทางช่อง 9 มากที่สุด แต่ยังเปิดรับในระดับต่ำ รองลงมา คือ เปิดรับข้อมูลข่าวสาร จาก วิทยุทัศน์ โดยเปิดรับในระดับต่ำมาก ในขณะที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากรายการ "ร่วมแรงร่วมใจ" ทางสถานีวิทยุ มก.AM 1107 KHZ น้อยที่สุด โดยเปิดรับในระดับต่ำมากเช่นกัน

สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก เว็บไซต์ www.doa.go.th มากที่สุด แต่ยังเปิดรับในระดับต่ำ รองลงมา คือ เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์อื่นๆ โดยเปิดรับในระดับต่ำ

สื่อบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตร มากที่สุด แต่ยังเปิดรับในระดับต่ำ รองลงมา คือ เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากการจัดประชุม/สัมมนา/นิทรรศการ โดยเปิดรับในระดับต่ำ ในขณะที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมวิชาการเกษตร น้อยที่สุด โดยเปิดรับในระดับต่ำเช่นกัน

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตรโดยรวมผ่านสื่อองค์กรทั้ง 4 ประเภทในระดับต่ำที่ค่าเฉลี่ย 1.91 โดยสามารถนำค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- | | | |
|-----------------------|-------------|------|
| 1. อินเทอร์เน็ต | มีค่าเฉลี่ย | 2.08 |
| 2. สื่อสิ่งพิมพ์ | มีค่าเฉลี่ย | 1.89 |
| 3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | มีค่าเฉลี่ย | 1.88 |
| 4. สื่อบุคคล | มีค่าเฉลี่ย | 1.87 |

3. การรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตรโดยรวมอยู่ในระดับดีโดยรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ดีที่สุด โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับดีในด้านคุณภาพของผลงาน ในขณะที่รับรู้ภาพลักษณ์ ในด้านผู้บริหารองค์กรดีน้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

ภาพลักษณ์ด้านองค์กรและการบริหาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ ในระดับที่ดี โดยภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าดีกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่กรมวิชาการเกษตรเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในแหล่งข้อมูลทางวิชาการด้านการเกษตร โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือ กรมวิชาการเกษตรมีส่วนช่วยพัฒนาประเทศได้มาก โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่กรมวิชาการเกษตรเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ ในระดับปานกลาง โดยภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าดีกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่กรมวิชาการเกษตรมีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือ ผู้บริหารของกรมวิชาการเกษตรมีความน่าเชื่อถือ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่ผู้บริหารของกรมวิชาการเกษตรมีความสามารถสื่อสารผ่านสื่อมวลชน โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี โดยพบว่า ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าดีกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่กรมวิชาการเกษตรมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือ บุคลากรของกรมวิชาการเกษตรเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี ในขณะที่ ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงาน โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับดี

ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของผลงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ ในระดับที่ดี โดยภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นดีกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ ผลงานทางวิชาการโดยรวมมีความน่าเชื่อถือ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือ ผลงานสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการเกษตรได้มาก โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ ความพอใจในผลงานที่ผ่านมาของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

ภาพลักษณ์ด้านการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ ในระดับปานกลาง โดยภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นดีกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ สถานที่ติดต่อราชการมีความ สะดวกสบาย โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ มีความเหมาะสม โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี ในขณะที่ ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยกว่า ภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ ความมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์โดยรวมเชิงบวกต่อกรมวิชาการเกษตรในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตรอยู่ในระดับ 3.47 และสามารถนำค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- | | |
|------------------------------------|----------------------|
| 1. ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร | มีค่าเฉลี่ย คือ 3.57 |
| 2. ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของผลงาน | มีค่าเฉลี่ย คือ 3.55 |
| 3. ภาพลักษณ์ด้านองค์กรและการบริหาร | มีค่าเฉลี่ย คือ 3.52 |
| 4. ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารองค์กร | มีค่าเฉลี่ย คือ 3.35 |
| 5. ภาพลักษณ์ด้านการบริการ | มีค่าเฉลี่ย คือ 3.39 |

อภิปรายผลการศึกษา

จากการสรุปผลการศึกษาที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาขออภิปรายผลเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้นซึ่งมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารุ่นนี้มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นเมื่อเกิดกระบวนการรับรู้ในสิ่งเร้าเดียวกันจึงทำให้มีการรับรู้ที่คล้ายคลึงกัน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตร จากการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ www.doa.go.th มากที่สุด โดยมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรในด้านต่างๆ ในทิศทางเดียวกัน คือ ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี / ภาพลักษณ์เชิงบวก

จากการที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จึงเลือกเปิดรับสื่อตามความสนใจและความสะดวกของตน ดังที่ พรทิพย์ วรภิจโกศาทร (2529, น. 290) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้ไม่ยากและเลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม รวมทั้งสอดคล้องกับตน เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เนื่องจากสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ในขณะที่ประชาชนในกลุ่มวัยทำงานและวัยรุ่นมักนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อที่ทันสมัยและได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากมีความสะดวกต่อการใช้งานและเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและมีการใช้งานอย่างแพร่หลายในทุกองค์กร ด้วยคุณสมบัติของสื่อที่ทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น และมีข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ตามความสนใจ โดยไม่จำกัดเวลา และระยะทาง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของภารณี สกุลศรีเศรษฐี (2549, น. 187) ในการศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการข้อมูลและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือและมีความสะดวกต่อการเปิดรับข้อมูล รวมทั้งยังสอดคล้องกับการ

ศึกษาวิจัยของรวีวรรณ เลียดทอง (2550, น. 104) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของสำนักงานจากสื่ออินเทอร์เน็ตของสำนักงานมากที่สุด

ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับรองลงมา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานและมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์จึงนิยมเลือกเปิดรับสิ่งพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวสารมากกว่าบันเทิง เพราะข่าวสารมีประโยชน์และสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารของพรทิพย์ วรภิจโกศาทร (2529, น. 291) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารกับข่าวสารว่าผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญและมีความสอดคล้องกับตน เช่น นิสิต นักศึกษา และนักวิชาการมักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่นๆ เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

ส่วนการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารของกรมวิชาการเกษตรอยู่ในระดับน้อยมาก เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมวิชาการเกษตรส่วนใหญ่จะนำเสนอข่าวสารที่เน้นเรื่อง การเกษตรเป็นหลัก และเป็นเรื่องที่เข้าใจยากและประชาชนส่วนใหญ่รู้สึกว่าเป็นเรื่องไกลตัว ข่าวสารจึงไม่ค่อยได้รับความสนใจจากประชาชนเท่าที่ควร นอกจากนี้อีกสาเหตุหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมวิชาการเกษตรในระดับต่ำมาก เนื่องจากกรมวิชาการเกษตรเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ น้อยด้วยเช่นกัน และการจัดทำสื่อเผยแพร่ที่มีจำนวนน้อยทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของदनัยกิติ์ สุขสว่าง (2546, น. 89) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในสายตาผู้เข้าในเขตกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กรอยู่ในระดับน้อย ดังนั้นสำนักงานจึงควรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เพิ่มขึ้น

การรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตร

การรับรู้ภาพลักษณ์โดยรวมของกรมวิชาการเกษตร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตรโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ดีที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของตริงตรา ทรัพย์ส่องแสง (2542, น. 125) เรื่อง

ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ากรมประชาสัมพันธ์มีภาพลักษณ์โดยรวมในด้านต่างๆ อยู่ในระดับดี และผลการศึกษาวิจัยของอนิรุจน์ เขี่ยมกิจการ (2539, น. 108) เรื่อง ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กฟผ. ในภาพรวม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของรวิวรรณ เลียดทอง (2550, น. 112) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านของภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรและด้านการบริการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง และผู้วิจัยได้เสนอแนะว่าสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานผ่านสื่อต่างๆ ไปสู่ประชาชนให้มากขึ้น

การรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตร ด้านผู้บริหารองค์กร พบว่า ประชาชนรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง โดยพบว่า ภาพลักษณ์ที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เห็นว่าดีกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่กรมวิชาการเกษตรมีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี รองลงมา คือ ผู้บริหารของกรมวิชาการเกษตรมีความน่าเชื่อถือ โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับที่ดี ในขณะที่ ภาพลักษณ์ที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เห็นว่าด้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นๆ คือ การที่ผู้บริหารของกรมวิชาการเกษตรมีความสามารถสื่อสารผ่านสื่อมวลชน โดยรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

สำหรับภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านความรู้ความสามารถนั้นสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของรวิวรรณ เลียดทอง (2550, น. 110) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าบุคลากรของสำนักงานเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ อาจเนื่องจากทั้งกรมวิชาการเกษตรและสำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นหน่วยงานรัฐที่ปฏิบัติภารกิจและหน้าที่คล้ายกัน คือเป็นหน่วยงานทางด้านวิชาการ และบุคลากรของทั้ง 2 หน่วยงานส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมีความรู้ความสามารถอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก

นอกจากนี้จากผลการศึกษาที่พบว่าแม้ภาพลักษณ์โดยรวมของกรมวิชาการเกษตรจากการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในระดับดีแต่หากแยกพิจารณาในแต่ละด้านแล้วจะพบว่าภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารองค์กรและการบริการอยู่ในระดับปานกลาง จึงควรที่จะมีการพัฒนาภาพลักษณ์ทั้ง 2 ด้านนี้ให้อยู่ในระดับดีต่อไป ดังที่เสรี วงษ์มณฑา (2541, น. 19) ได้กล่าวไว้ว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรนั้นต้องใส่ใจทุกองค์ประกอบ องค์กรจึงจะได้รับความชื่นชม มีภาพลักษณ์ชื่อเสียงที่ดี สามารถทำงานอยู่ภายใต้บรรยากาศอันเป็นบวกที่เอื้ออำนวยต่อความรุ่งเรืองขององค์กรได้ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กรดังที่พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537, น. 128) ได้กล่าวไว้ว่าองค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร และภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไรนั้นผู้บริหารระดับสูงจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดภาพลักษณ์ส่วนรวมขององค์กร เพราะผู้บริหารระดับสูงเป็นที่รู้จักในวงสังคมมากกว่า บุคลิกภาพและการกระทำใดๆ จึงเป็นที่สนใจในฐานะที่เป็นตัวแทนองค์กร

จากผลการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นทำให้พบภาพลักษณ์ของกรมวิชาการเกษตรจากการแบ่งประเภทภาพลักษณ์ของพรทิพย์ พิมลสินธุ์มีลักษณะเป็นภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ที่ค้นพบว่ากรมวิชาการเกษตรมีภาพลักษณ์โดยรวมจากการรับรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านคุณภาพของผลงานที่อยู่ในระดับดีสูงกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่งตามที่ อำนวย วีรวรรณ (2537, น. 89) ได้กล่าวไว้ว่าภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง เช่น กรมวิชาการเกษตรเป็นองค์กรที่ก่อตั้งมานานถึง 35 ปี โดยได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรตามความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ทำให้กรมวิชาการเกษตรมีทั้งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และภาพลักษณ์ที่มีการปรุงแต่งขึ้น โดยภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาตินั้นส่วนใหญ่จะเป็นภาพลักษณ์ด้านองค์กร ส่วนภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารองค์กร บุคลากร คุณภาพของผลงาน การบริการ และการประชาสัมพันธ์เป็นภาพลักษณ์ที่สามารถปรุงแต่งขึ้นได้ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นภาพลักษณ์ที่สามารถปรุงแต่งได้มากที่สุด เพราะเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ด้านการประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตรจากสื่อองค์กรของกรมวิชาการเกษตรทุกประเภทอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นจึงควรพัฒนาและปรับปรุงสื่อขององค์กรแต่ละประเภทให้มีความน่าสนใจและผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และควรทำการวิจัยเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อแต่ละประเภทขององค์กรเพื่อพิจารณาว่าสื่อใดที่องค์กรควรส่งเสริมให้มีการจัดทำต่อไป

2. จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสารของกรมวิชาการเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสำคัญมากขึ้น เพราะเป็นสื่อที่พัฒนาจนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย และจัดเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นจึงควรที่จะพัฒนารูปแบบและข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกรมวิชาการเกษตรในสื่ออินเทอร์เน็ตให้มีความทันสมัยและมีข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กรต่อไป โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรไปต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา ตลอดจนพนักงานบริษัทที่ปัจจุบันนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ

3. จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าแม้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์โดยรวมเชิงบวกต่อกรมวิชาการเกษตรในระดับมาก แต่หากแยกพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละด้านจะพบว่าภาพลักษณ์บางด้าน เช่น ผู้บริหารองค์กร และการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควรทำให้ภาพลักษณ์ทุกด้านเป็นภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับดีให้มากที่สุด และควรทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ในด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับดีให้ดียิ่งขึ้นและคงอยู่ตลอดไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์องค์กรในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น อาทิ ภาพลักษณ์ด้านการเป็นองค์กรของสังคม และภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยศึกษาเจาะลึกลงไปในแต่ละองค์ประกอบของภาพลักษณ์โดยตรง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรในภาพรวมต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรที่จะเก็บข้อมูลการวิจัยให้กว้างขึ้นโดยเก็บข้อมูลจากประชาชนในต่างจังหวัดด้วย โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น และแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงความต้องการมากที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ของกรมวิชาการเกษตรต่อไป

3. ควรมีการนำวิธีวิจัยแบบผสมผสานมาใช้เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร โดยถ้ามีการศึกษาในเชิงคุณภาพอาจศึกษาเจาะลึกกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องหรือใช้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมวิชาการเกษตรบ่อยๆ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรไปต่างประเทศ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และนักศึกษา เป็นต้น หรือศึกษานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ของกรมวิชาการเกษตรในช่วงเวลานั้นๆ ว่าเป็นอย่างไร และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลาเดียวกันกับการวิจัยเชิงคุณภาพว่ากลุ่มเป้าหมายมีภาพลักษณ์ต่อกรมวิชาการเกษตรอย่างไรบ้าง เพื่อนำผลการวิจัยทั้ง 2 แบบมาเปรียบเทียบกันและนำข้อมูลที่ได้มาสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพราะจะทำให้ทราบว่าแผนการประชาสัมพันธ์นั้นประสบความสำเร็จตามที่ต้องการหรือไม่ ซึ่งการศึกษาวิจัยที่ครบวงจร คือ วิจัยทั้งในด้านผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องสูง และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

4. นอกจากการทำการศึกษากายนอกองค์กรแล้ว ควรมีการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ภายในกรมวิชาการเกษตรด้วย เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่ตนเองมองกับภาพลักษณ์ที่คนอื่นมอง และทำให้ทราบว่าข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ภายในกรมวิชาการเกษตรมีภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของกรมวิชาการเกษตรอย่างไร เนื่องจากบุคลากรในองค์กรถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากเช่นกัน เพราะหากบุคลากรภายในองค์กรมีภาพลักษณ์เชิงบวกต่อองค์กรจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาองค์กรให้มีความก้าวหน้า รวมทั้งบุคลากรภายในองค์กรจะเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้แก่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ จึงควรที่จะทำการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของบุคลากรภายในองค์กรด้วย เพื่อให้การศึกษาครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กรตามหลักของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

และนำผลการศึกษาที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อไป

5. ควรมีการศึกษาว่าผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือข้อมูลที่ได้รับมากน้อยเพียงใดเพียงพอต่อการรับรู้หรือไม่

ข้อจำกัดในการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้พบว่าการศึกษาค้างนี้มีข้อจำกัดดังนี้

1. กลุ่มประชาชนที่ศึกษาในครั้งนี้คือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีใช้กลุ่มเป้าหมายโดยตรงของหัวข้อสารนิพนธ์ฉบับนี้จึงทำให้ในการวัดผลการรับรู้ภาพลักษณ์ในบางด้านไม่ชัดเจน เช่นภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร และภาพลักษณ์ด้านบริการ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถตอบคำถามที่ตรงประเด็นได้

2. ในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาได้ศึกษาเฉพาะสื่อที่องค์กรผลิตเท่านั้น ซึ่งเป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม และยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายจึงอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้รับมีผลการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตรจากสื่อองค์กรทุกประเภทอยู่ในระดับต่ำ