

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ” เป็นการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (The One-Shot Case Study) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของพนักงานเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ พนักงานและลูกจ้างของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 340 คน โดยจำแนกตามส่วนงานที่สังกัดภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ประกอบด้วย ส่วนงานกลาง (สก.) ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี (ศจ.) ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ศช.) ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (ศว.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ศอ.) และศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (ศน.) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้เป็นสัดส่วนกับขนาดประชากรของแต่ละส่วนงาน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขนาดตัวอย่างที่ระบุไว้ในแต่ละกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) และแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน 2550 เท่านั้น

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยแบ่งการประเมินผลออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำหรับส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์

ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมุติฐานต่างๆ ซึ่งได้แก่ การทดสอบค่า t (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way analysis of variance: ANOVA) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพบความแตกต่างจะใช้สถิติ LSD ทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่

สรุปผลการศึกษา

ในการสรุปผลการศึกษา ผู้วิจัยจะแยกสรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของพนักงานและลูกจ้างของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 340 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 64.7 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 35.3

อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.5 กลุ่มอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.1 และกลุ่มอายุ 46 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.1 ทั้งนี้ไม่พบกลุ่มอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาคือกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 36.8 กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.1 ส่วนกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอกเป็นกลุ่มที่พบน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 2.9

รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.6 กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.8 และกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 60,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.3 ทั้งนี้ไม่พบกลุ่มที่มีรายได้ 50,001 – 60,000 บาท

ระยะเวลาในการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงาน 3 – 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงาน 1 – 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.6 กลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงาน 5 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.4 กลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.2 กลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงาน 7 – 8

ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0 และระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงาน 9 – 10 ปี พบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.6

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อต่างๆ พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 1.621 โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนพนักงานมากที่สุด อยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ย 2.476 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารจากหัวหน้างานในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.771 และมีการเปิดรับข่าวสารจากผู้บริหารน้อยที่สุด อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.129

2. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย (Mean) 1.198 โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากบอร์ดประชาสัมพันธ์มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.603 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารจากโปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 1.574 และมีการเปิดรับข่าวสารจากข่าวสารจากรายงานประจำปี (Annual Report) น้อยที่สุด อยู่ในระดับไม่เคยเปิดรับเลย มีค่าเฉลี่ย 0.674

3. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์โดยรวม อยู่ในระดับไม่เคยเปิดรับเลย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 0.633 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสไลด์มัลติวิชั่น วิดีโอ และเครื่องโทรสารในระดับไม่เคยเปิดรับเลย มีค่าเฉลี่ย 0.694, 0.632 และ 0.574 ตามลำดับ

4. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ย 2.908 โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากอินทราเน็ต (Intranet) มากที่สุด รองลงมาคือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากทั้งสามสื่อในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ย 3.185, 3.082 และ 2.456 ตามลำดับ

5. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 1.580 โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ติดอยู่ด้านหน้าประตูลิฟท์มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.338 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ติดบนกระจกตามทางเดินระหว่างอาคารต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.938 และมีการเปิดรับข่าวสารจากป้ายผ้า (Banner) น้อยที่สุด อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.003

6. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อกิจกรรม ได้แก่ การประชุม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 1.456

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติจากสื่อต่างๆ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 1.520 โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.908 รองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม และสื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.621, 1.580, 1.456 และ 1.198 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เลย มีค่าเฉลี่ย 0.633

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมการประชุมนิเทศพนักงานใหม่ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 และไม่เคยเข้าร่วมการประชุมนิเทศพนักงานใหม่ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมงานแสดงความยินดีนักวิจัยที่ได้รับรางวัล จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 และเคยเข้าร่วมงานแสดงความยินดีนักวิจัยที่ได้รับรางวัล จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6

และกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 0.906 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day จำนวน 1 ครั้งต่อปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือ ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day เลย จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และเคยเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day จำนวน 2 ครั้งต่อปี พบน้อยที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1

3. ผลการวิเคราะห์การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

จากการศึกษาการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบชื่อเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ (logo) ใหม่ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 และทราบชื่อเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ (logo) ใหม่ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบสีประจำตราสัญลักษณ์ของส่วนงานภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 77.06 และไม่ทราบสีประจำตราสัญลักษณ์ของส่วนงานภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำขวัญ (Slogan) ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 และทราบคำขวัญ (Slogan) ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาตินั้น สรุปได้ดังนี้

ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านตราสัญลักษณ์ใหม่โดยรวมอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย (Mean) 3.673 และเมื่อหาค่าเฉลี่ยการรับรู้จากข้อความแสดงความคิดเห็นทั้งหมด 6 ข้อ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านตราสัญลักษณ์ใหม่ อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มี 5 ข้อความ ดังนี้

1. ตราสัญลักษณ์ใหม่มีความทันสมัยมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.921
 2. ตราสัญลักษณ์ใหม่ดูโดดเด่น และจดจำง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.759
 3. ตราสัญลักษณ์สื่อให้ถึงความเป็นองค์กรที่มีความมุ่งมั่นในการที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด มีค่าเฉลี่ย 3.697
 4. ตราสัญลักษณ์ใหม่สะท้อนความเป็น สวทช. ได้มากกว่าตราสัญลักษณ์เดิม มีค่าเฉลี่ย 3.691
 5. ตราสัญลักษณ์ของส่วนงานต่างๆ ภายใต้งัด สวทช. แสดงให้เห็นถึงการทำงานตามพันธกิจเดียวกัน ความร่วมมือ และมีเป้าหมายและทิศทางเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.600
- และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าตราสัญลักษณ์ใหม่สามารถสะท้อนให้ถึงความเป็น สวทช. ได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง/ภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.368

ด้านอุดมการณ์ขององค์กร

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านอุดมการณ์ขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย (Mean) 3.771 และเมื่อหาค่าเฉลี่ยการรับรู้จากข้อความแสดงความคิดเห็นทั้งหมด 11 ข้อ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กรของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติทั้ง 11 ข้อความ อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยข้อความที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูง 3 ลำดับแรก ได้แก่

1. เป็นองค์กรที่มุ่งสร้างเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของประเทศ ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 4.044

2. เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการดำเนินงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม สังคม และชาติเป็นหลัก ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 4.006

3. เป็นองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมด้านถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาบุคลากร และการเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิผลสูงสุด ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.976

ส่วนข้อความที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ในลำดับสุดท้าย ได้แก่ เป็นองค์กรที่ดำเนินงานตามคำขวัญขององค์กรอย่างแท้จริง ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.488

ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย (Mean) 3.662 และเมื่อหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นจากข้อความทั้งหมด 12 ข้อ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติทั้ง 12 ข้อความ อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยข้อความที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูง 3 ลำดับแรก ได้แก่

1. การใช้ระบบ IT เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการภายใต้โครงการ SMART NSTDA ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.918

2. การส่งเสริมความสามารถของบุคลากรในองค์กรในทุกระดับ ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.759

3. การมีกลไกการติดตามและประเมินผลทั้งระดับโครงการ ระดับโปรแกรมและระดับองค์กร (NSTDA Monitoring System) ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.706

ส่วนข้อความที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ในลำดับสุดท้าย ได้แก่ การดำเนินโครงการ SPRING เพื่อให้เกิด Productivity Improvement ทั่วทั้งองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.465

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมพบว่า ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.705 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.771 รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.673 และลำดับสุดท้าย คือ ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.662

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ โดยจำแนกตามส่วนงานที่สังกัด ผลการวิจัยพบว่า

ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดอยู่ทุกส่วนงาน มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านตราสัญลักษณ์ใหม่อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลาง (สก.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (Mean) 3.960 รองลงมา คือ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ศช.) มีค่าเฉลี่ย 3.784 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ศอ.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.491

ด้านอุดมการณ์ขององค์กร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดอยู่ทุกส่วนงาน มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านอุดมการณ์ขององค์กรอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลาง (สก.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.990 รองลงมา คือ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ศช.) มีค่าเฉลี่ย 3.874 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สว.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กรน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.643

ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดอยู่ทุกส่วนงาน มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลาง (สก.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.839 รองลงมา คือ ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (ศน.) มีค่าเฉลี่ย 3.731 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ศอ.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.612

สำหรับภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลาง (สก.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.922 รองลงมา คือ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ศช.) ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (ศน.) ศูนย์

บริหารจัดการเทคโนโลยี (ศจ.) และศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (ศว.) มีค่าเฉลี่ย 3.756, 3.754, 3.703 และ 3.647 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ศอ.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.620

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ผลดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ ระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันจะมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงาน 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงใกล้เคียงกัน

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษา

จากการสรุปผลจากการวิจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาขออภิปรายผลเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.3 กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจในครั้งนี้มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาคือกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 36.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.6 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงาน 3 – 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการทำงาน 1 – 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.6 จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่แตกต่างกันมากเท่าใดนัก ดังนั้นเมื่อเกิดกระบวนการรับรู้ในสิ่งเร้าเดียวกันและสภาพแวดล้อมเดียวกัน จึงทำให้มีการรับรู้ที่คล้ายคลึงกัน โดยมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติในด้านต่างๆ ในทิศทางเดียวกัน คือ ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการรับรู้ดังที่ คิมเบิล และ การ์เมอซี (Kimble and Garnezy)¹ ได้จำแนกกระบวนการรับรู้ออกเป็น 5 ประการ คือ สิ่งเร้าหรือสถานการณ์ (Stimulus or Situation) จะส่งผลให้เกิดกระบวนการรับรู้ในขั้นต่อไป จากนั้นบุคคลจะมีการบันทึกปรากฏการณ์ (Registration) สิ่งเร้าหรือสถานการณ์ภายนอกที่สัมผัสได้ และมีการตีความหมาย (Interprets) ซึ่งก่อให้เกิดผลเป็นสิ่งที่ได้รับรู้สิ่งเร้าที่มากระทบนั้นๆ ว่ามีความหมายอย่างไร และมีความรู้สึกอย่างไรจากความหมายนั้น จากนั้นอาจมีการเพิ่มคำนิยามบางอย่างเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น และเมื่อเกิดปฏิกิริยาตอบกลับ (Reaction or Response) ก็ถือได้ว่าสิ้นสุดกระบวนการรับรู้

¹Gregory A. Kimble and Norman Garnezy, Principles of General Psychology, 2nd edition (New York: Ronald Press Co.,1963), p. 328, อ้างถึงใน วุฒิชัย จ่านอง, แนวคิดเรื่องพฤติกรรมองค์การ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รวมสาส์น, 2523), น. 213 – 214.

สำหรับกรณีในกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้แตกต่างกัน แม้ว่าจะได้รับสิ่งเร้าเดียวกันหรือในสถานการณ์เดียวกันก็ตาม อาจเป็นผลมาจากอิทธิพลของตัวกรองบางอย่าง อาทิ แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ ประสบการณ์เดิม กรอบอ้างอิง สภาพแวดล้อม และสภาวะทางจิตใจและอารมณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดจากประสบการณ์และการส่งสมทางสังคมดังที่พัชนี เชยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์² ได้กล่าวไว้ในแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

กระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นได้นั้นต้องผ่านกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร (Selective Process) โดย โจเซฟ ที แคปเปอร์ (Joseph T. Klapper)³ ได้อธิบายกระบวนการเลือกสรรไว้ ดังนี้

1. การเลือกรับ (Selective Exposure) โดยผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและตามความต้องการ
2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) เมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับสารแล้ว ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็นและความสนใจของตน

²พัชนี เชยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 72-73, อ้างถึงใน จิตดาพร ปานสกุล, “การรับรู้ของผู้โดยสารถาชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ใหม่ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน),” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 34-35.

³Joseph T. Klapper, The Effect of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), อ้างถึงใน เอื้อบังอร นันทมนตรี, “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์ในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา: เครือเคมิกภัณฑ์ซีเมนต์ไทย,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 14-15.

3. การเลือกรับรู้หรือตีความหมาย (Selective Perception or Interpretation) ซึ่งหลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทศนคติของตนเอง และจะลืมจดจำเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับ

ดังนั้นก่อนที่กลุ่มตัวอย่างจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติได้นั้น จะต้องมีการเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติจากสื่อต่างๆ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 1.520 โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.908 รองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม และสื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.621, 1.580, 1.456 และ 1.198 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่อโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ย 0.633 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมารีชา เมฆสุวรรณ⁴ ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์เครือข่ายธุรกิจและกิจการเพื่อสังคมของเครือข่ายธุรกิจและกิจการเพื่อสังคมจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อาทิ อินทราเน็ต (Intranet) ในสัดส่วนที่สูงกว่าสื่ออื่นๆ

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ซึ่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความสะดวกในการใช้งานมากที่สุด โดยในปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและมีการใช้งานอย่างแพร่หลายในทั่วทุกองค์กร ด้วยคุณสมบัติของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นและมีข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้รับสารได้เลือกเปิดรับตามความสนใจ

⁴มารีชา เมฆสุวรรณ, "ภาพลักษณ์เครือข่ายธุรกิจและกิจการเพื่อสังคมในสายตาของพนักงาน," (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 96.

ซึ่งสอดคล้องกับที่ พรทิพย์ วรภิโกศาทร⁵ ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสาร ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา และความอยากรู้อยากเห็น

และมีความสอดคล้องกับคำกล่าวของ Wilbur Schramm⁶ ซึ่งกล่าวไว้ว่า ผู้รับข่าวสารจะมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับข่าวสารแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไปเหตุผลในการเลือกรับข่าวสารของบุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) โดยการใช้ความพยายามน้อยที่สุด

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ในระดับปานกลาง รองลงจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยสื่อบุคคลที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ เพื่อนพนักงาน ซึ่งเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างมาก มีทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน และถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน

ส่วนสื่อเฉพาะกิจแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจในระดับน้อยก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า สื่อเฉพาะกิจที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ สื่อที่ติดอยู่ด้านหน้าประตูลิฟท์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย (Mean) 2.338 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ติดบนกระดานตามทางเดินระหว่างอาคารต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.938 แสดงให้เห็นว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ถือเป็นสิ่งเร้าที่มีลักษณะเด่น มีจุดสนใจเรียกร้องให้มีการรับรู้ได้ดีกว่าสิ่งปกติธรรมดา และส่งผลให้มีการเปิดรับ

⁵พรทิพย์ วรภิโกศาทร, “ผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอบชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 290-291.

⁶Wilbur Schramm, How Communication Work. Chapter in The Process and Effect of Mass How Communication (Urban: University of Illinois Press, 1954), p. 122 , อ้างถึงใน ปิยะรัตน์ หลิวจันทร์พัฒนา, “การสื่อสารในองค์กร: บริษัท เอ็กซีไบต์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 31- 32.

ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับที่ ฉลอง ภิมณรัตน์⁷ ได้กล่าวว่า การรับรู้หรือการวินิจฉัยต่อสิ่งเร้าขึ้นอยู่กับลักษณะเด่นหรือคุณค่าของสิ่งเร้าด้วย

สำหรับสื่อเอกสารและสิ่งพิมพ์นั้น มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากรายงานประจำปี (Annual Report) น้อยที่สุด อยู่ในระดับไม่เคยเปิดรับเลย ทั้งๆ ที่รายงานประจำปีนับได้ว่าสิ่งพิมพ์รวบรวมรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในแต่ละปี ซึ่งเป็นข้อมูลที่พนักงานควรรับรู้ในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน ดังนั้นจึงควรมีการเผยแพร่ให้พนักงานได้รับรู้ข้อมูลดังกล่าวด้วย โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน อาทิ ระบบ Intranet

ส่วนผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับไม่เคยเปิดรับเลยนั้น หากพิจารณาตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารในด้านตัวสื่อแล้วอาจกล่าวได้ว่า สไลด์มัลติวิชชั่น วิดีโอ และเครื่องโทรสารนั้นไม่มีความสอดคล้องกับการใช้งาน ตลอดจนมีโอกาสในการเปิดรับข่าวสารน้อยและอาจมีเนื้อหาที่ไม่หลากหลายให้ผู้รับสารได้เลือกสรรตามการใช้ประโยชน์ของแต่ละคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านเครื่องโทรสารนั้นส่วนใหญ่แล้วจะเน้นการสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกมากกว่าที่จะนิยมใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในสำนักงาน

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ในสัดส่วนที่สูงกว่าไม่เคยเข้าร่วมการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ซึ่งโดยหลักการ สวทช. มีนโยบายในการจัดกิจกรรมนี้เป็นประจำอยู่แล้ว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมงานแสดงความยินดีนักวิจัยที่ได้รับรางวัลในสัดส่วนที่สูงกว่าเคยเข้าร่วมงานแสดงความยินดีนักวิจัยที่ได้รับรางวัล อาจเพราะกิจกรรมดังกล่าวจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจเฉพาะกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมนี้เท่านั้น สำหรับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวมิได้จำกัดเฉพาะกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น แต่มีการประชาสัมพันธ์ทั่วทั้งองค์กร ทั้งนี้อาจจะมีการบันทึกภาพบรรยากาศของงานหรือประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบว่านักวิจัยได้รับรางวัลในสาขาใดบ้างโดยบรรจุไว้ในระบบ Intranet เพื่อให้พนักงานที่มีความสนใจสามารถเข้าไปหาข้อมูลเพิ่มเติมได้

⁷ฉลอง ภิมณรัตน์, จิตวิทยาสังคม (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

และพบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (Mean) 0.906 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day จำนวน 1 ครั้งต่อปี จำนวน 226 คน รองลงมาคือ ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day เลย จำนวน 73 คน และเคยเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day จำนวน 2 ครั้งต่อปี พบน้อยที่สุด จำนวน 41 คน จากการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากฝ่ายสื่อสารองค์กร⁸ ทำให้ทราบว่า การจัดกิจกรรม NSTDA Day จำนวน 2 ครั้งที่ผ่านมา มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 800 คน/ครั้ง ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และได้มีการสำรวจความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งอยู่ในระดับดี ดังนั้นในการพิจารณาว่าพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมมากน้อยเพียงใดนั้น ควรมีการเปรียบเทียบกับข้อมูลอื่นๆ ในการจัดงานด้วย เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

การรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบชื่อเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ (logo) ใหม่ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำขวัญ (Slogan) ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่าการประชาสัมพันธ์ในการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ใหม่และคำขวัญของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติยังไม่เป็นที่รับรู้ในกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้เท่าที่ควร โดยเมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ดังที่ ฉลอง ภิรมย์รัตน์⁹ ได้กล่าวไว้ในจิตวิทยาสังคมว่า ความแตกต่างในเรื่องภาษา บุคคลย่อมไม่เข้าใจความหมายของภาษาอื่น หรือจำนวนการพูดที่แตกต่าง ทำให้ไม่เข้าใจความหมาย การรับรู้ในเรื่องนั้นจึงไม่เกิดขึ้น แต่ถ้าเป็นภาษาเดียวกันที่ใช้อยู่ย่อมจะมีการรับรู้ได้ดีกว่า ดังนั้นการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบชื่อเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ใหม่และคำขวัญของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ นั้นอาจเป็นผลมาจากชื่อเรียกเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ใหม่ว่า “Fast Forward” และคำขวัญว่า “A Driving Force National Science and Technology Capability”

⁸สัมภาษณ์ พินทิพย์ เอี่ยมนิรรัตน์, ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 9 พฤษภาคม 2550.

⁹ฉลอง ภิรมย์รัตน์, จิตวิทยาสังคม, น. 84 - 85.

เป็นคำมาจากภาษาอังกฤษ จึงมีความแตกต่างในเรื่องภาษา โดยพนักงานส่วนใหญ่นิยมใช้ภาษาไทยเป็นหลัก ทั้งนี้หากองค์กรมีการกำหนดชื่อเรียกตราสัญลักษณ์ (logo) ใหม่และคำขวัญ (Slogan) เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ย่อมจะส่งผลให้พนักงานมีการรับรู้ในเรื่องดังกล่าวได้มากขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตาม หากองค์กรมิได้จัดทำชื่อเรียกเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ใหม่เป็นภาษาไทย ก็อาจจะจัดกิจกรรมในการสื่อสารกับพนักงานเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “Fast Forward” โดยกำหนดให้คำว่า “Fast Forward” เป็น Theme ของงาน

นอกจากนี้ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบสีประจำตราสัญลักษณ์ของส่วนงานภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94 แม้ว่าจะเป็นจำนวนไม่มากนัก เมื่อพิจารณาตามกระบวนการเลือกสรร อันประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกสนใจ การเลือกตีความ และการเลือกจดจำ จึงสามารถอธิบายผลการศึกษาได้ว่า ตามกระบวนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเมื่อองค์กรมีการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ของส่วนงานภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กลุ่มตัวอย่างจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสารตามความสนใจและความต้องการของตน โดยหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกของตน ส่งผลให้มีการเลือกจดจำเฉพาะข่าวสารบางอย่างที่มีลักษณะเด่นเฉพาะทำให้จดจำได้ หรือข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและความต้องการเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างอาจจะจำเฉพาะสีประจำตราสัญลักษณ์ของส่วนงานที่ตนสังกัด หรือสีที่ตนชื่นชอบก็เป็นได้ และเมื่อพิจารณาข้อมูลในเชิงลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้สีประจำตราสัญลักษณ์ของ สวทช. ได้มากที่สุด รองลงมาคือ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ศช.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ศอ.) ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี (ศจ.) ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สว.) และ ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (ศน.) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ตั้งข้อสังเกตว่า ตราประจำสัญลักษณ์ของศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สว.) และ ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (ศน.) มี 2 สีอยู่ภายในตราสัญลักษณ์ซึ่งแตกต่างจากตราสัญลักษณ์ของศูนย์ฯ อื่นที่มีเพียงสีเดียว ดังนั้นจึงอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความสับสน

สำหรับการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาตินั้น มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กรมากที่สุด อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย (Mean) 3.771 รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.673 และภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

มีค่าเฉลี่ย 3.662 ตามลำดับ ดังนั้นเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.705 ซึ่งสามารถแยกละเอียดได้ดังนี้

ภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยมีความเห็นว่าตราสัญลักษณ์ใหม่มีความทันสมัยมากขึ้น ดูโดดเด่น จดจำง่าย และสื่อให้ถึงความเป็นองค์กรที่มีความมุ่งมั่นในการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด โดยตราสัญลักษณ์ใหม่สะท้อนให้ถึงความเป็น สวทช. ได้มากกว่าตราสัญลักษณ์เดิม ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการทำงานตามพันธกิจเดียวกัน ความร่วมมือ และมีเป้าหมายและทิศทางเดียวกันของส่วนงานต่างๆ ภายใต้งัด สวทช. ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่เป็นไปตามภาพลักษณ์ที่องค์กรพึงปรารถนา

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า “ตราสัญลักษณ์ใหม่สามารถสะท้อนให้ถึงความเป็น สวทช. ได้อย่างชัดเจน” มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลางนั้น อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำขวัญขององค์กร จึงไม่สามารถเชื่อมโยงข้อความดังกล่าวกับคำขวัญได้ดีเท่าควร ส่งผลให้ระดับของการรับรู้ในข้อนี้แตกต่างจากข้ออื่นๆ

ภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กร

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านอุดมการณ์ขององค์กรมากที่สุด มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และค่านิยมองค์กร (Core Values) เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์ตามพันธกิจขององค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด จึงอาจกล่าวได้ว่าพนักงานส่วนใหญ่เห็นถึงการดำเนินงานของ สวทช. ที่มุ่งสร้างเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของประเทศ และดำเนินกิจกรรมด้านถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาบุคลากร และการเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ภาพลักษณ์ตามวิสัยทัศน์ขององค์กรก็อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวกเช่นเดียวกัน

สำหรับค่านิยมองค์กร (Core Values) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า สวทช. สามารถสะท้อนภาพลักษณ์การดำเนินงานตามหลัก Nation First ได้มากที่สุด รองลงมาคือ S&T Excellence, Deliverability, Accountability และ Teamwork ตามลำดับ

และในส่วนของคำขวัญ (Slogan) ขององค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์น้อยที่สุด มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าคำขวัญขององค์กรคืออะไร จึงไม่สามารถเชื่อมโยงการดำเนินงานขององค์กรกับคำขวัญได้

ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ระบบ IT เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการภายใต้โครงการ SMART NSTDA มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหารที่ต้องการให้นำระบบ IT มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สำหรับในส่วนของการดำเนินโครงการ SPRING เพื่อให้เกิด Productivity Improvement ทัวทั้งองค์กรนั้น พบว่า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากในปัจจุบันโครงการ SPRING ยังมิได้มีการดำเนินการทัวทั้งองค์กร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างบางส่วนอาจจะยังไม่รู้จัก หรือไม่เข้าใจว่าโครงการ SPRING คืออะไร จึงส่งผลให้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แต่ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก

นอกจากนี้จากการศึกษาการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม จำแนกตามส่วนงานที่กลุ่มตัวอย่างสังกัด พบว่า ค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมของทุกส่วนงานอยู่ในระดับดี/ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลาง (สก.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.922 รองลงมา คือ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ศช.) ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (ศน.) ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี (ศจ.) และศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (ศว.) มีค่าเฉลี่ย 3.756, 3.754, 3.703 และ 3.647 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ศอ.) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.620 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลางมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมสูงและโดดเด่นกว่ากลุ่มอื่น โดยอีก 5 กลุ่มจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดส่วนงานกลางมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ถูกต้อง และมีการสื่อสารภายในหน่วยงานเป็นอย่างดี จึงเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีในใจของพนักงาน

จากการศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (Corporate Image) ในส่วนของภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) นั้นพบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านอุดมการณ์ขององค์กร ที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านตราสัญลักษณ์ใหม่ และภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ มีภาพลักษณ์ในระดับดีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของอรรถพล เจริญประเสริฐ¹⁰ ที่ทำการศึกษารื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน) ในความคิดเห็นของพนักงาน” โดยผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์โดยรวมของบริษัทอยู่ในระดับดี

ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์องค์กรจะอยู่ในระดับดีอยู่แล้วก็ตาม องค์กรก็ต้องตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาภาพลักษณ์เช่นนี้ให้คงอยู่ต่อไป เนื่องจากภาพลักษณ์นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา หากพนักงานได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่เกี่ยวกับองค์กร หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่เลย โดยพิจารณาจากกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ในปัจจุบันบุคคล ตามที่ พงษ์เทพ วรภิโกศาทร¹¹ ได้อธิบายไว้ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง

การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ผลดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน และเนื้อหาของข่าวสารที่มีการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นข้อมูลชุดเดียวกัน จึงทำให้ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงานไม่ผลต่อ

¹⁰อรรถพล เจริญประเสริฐ, “ภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของพนักงาน,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

¹¹ พงษ์เทพ วรภิโกศาทร, “ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์,” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. 129-131.

พฤติกรรมพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

สมมติฐานที่ 2: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ ระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันจะมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาในการทำงาน 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์สูงใกล้เคียงกัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไม่แตกต่างกัน โดยสามารถอธิบายได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี และ 1 – 2 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการทำงาน 3 – 4 ปี, 5 – 6 ปี, 7 – 8 ปี, 9 – 10 ปี และมากกว่า 10 ปีนั้น อาจสืบเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี และ 1 – 2 ปี ได้ผ่านประสบการณ์ในการปฏิบัติงานใหม่มาในระยะเวลาไม่นานมากนัก จึงทำให้มีการรับรู้และยังสามารถจดจำเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับองค์กรยังคงอยู่ จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี และ 1 – 2 ปี สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

สำหรับผลการศึกษาที่ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไม่แตกต่างกันนั้น ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของदनัยกิติ์ สุขสว่าง¹² ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในสายตาผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร” แล้วพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง อาทิ อายุ อาชีพ รายได้ และรูปแบบการเช่าที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีภาพลักษณ์ด้านองค์กรของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่แตกต่างกันด้วย

¹²दनัยกิติ์ สุขสว่าง, “ภาพลักษณ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในสายตาผู้เช่าในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงประเด็นที่น่าสนใจ ทั้งในส่วนที่เป็นจุดแข็งและประเด็นที่เป็นปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติให้โดดเด่นยิ่งขึ้นต่อไป ดังนี้

1. ผลการศึกษาด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบของเนื้อหา วิธีการสื่อสาร ตลอดจนการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและนำไปสู่การรับรู้ เกิดความเข้าใจ ตลอดจนมีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรมากขึ้น

2. การเปิดรับข่าวสารสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาถึงสื่อหลักที่ใช้ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงควรใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรในทุกๆ ด้าน นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากรายงานประจำปี (Annual Report) เลย ซึ่งรายงานประจำปีถือเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาและรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติที่พนักงานควรรู้เป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงควรวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้มีการเปิดรับรายงานประจำปีมากขึ้น สะดวกและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น นอกเหนือจากการให้บริการยืม-คืนที่ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAIC) อาทิ จัดทำรายงานประจำปีในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือนำรายงานประจำปีบรรจุอยู่ในระบบ Intranet

3. จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างยังขาดการรับรู้อยู่มากในเรื่องชื่อเครื่องหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ (logo) ใหม่และคำขวัญ (Slogan) ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ดังนั้นหากมีการจัดทำชื่อเครื่องหมาย Fast Forward และคำขวัญในรูปแบบภาษาไทย อาจส่งผลให้พนักงานมีรับรู้ในเรื่องดังกล่าวมากขึ้น

4. จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรม NSTDA Day ในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจาก กิจกรรม NSTDA Day เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่ง โดยผู้บริหารระดับสูงส่วน

ใหญ่จะมาสื่อสารกับพนักงาน ดังนั้นควรมีบันทึกภาพบรรยากาศของงานในรูปแบบวิดีโอ เพื่อสามารถนำมาฉายให้พนักงานได้ดูในโอกาสต่อไป หรืออาจจัดทำเป็นคลิปวิดีโอให้พนักงานสามารถเข้าไปดาวน์โหลดในระบบอินเทอร์เน็ตได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ควรจะมีการศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น อาทิ ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารระดับสูง ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ภาพลักษณ์ด้านแรงจูงใจและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ และภาพลักษณ์ด้านการเป็นองค์กรเพื่อสังคม โดยศึกษาเจาะลึกไปในแต่ละองค์ประกอบของภาพลักษณ์โดยตรง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรในภาพรวมต่อไป

2. ควรมีการนำวิธีการวิจัยแบบผสมผสานมาใช้ โดยควรจะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่ภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติในด้านต่างๆ และใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร และสำรวจภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติของประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรกำหนดข้อคำถามในการวิจัยเกี่ยวกับประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับหน่วยงานและแยกประเภทคำถามให้ชัดเจน ซึ่งไม่มีในการศึกษาครั้งนี้

5. ควรมีการศึกษาพนักงานจำแนกตามตำแหน่ง ดังนี้ กลุ่มบริหาร กลุ่มปฏิบัติการ และกลุ่มวิจัยและวิชาการ เพื่อให้ทราบการรับรู้ภาพลักษณ์ของแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรต่อไป