

การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ
ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการ
ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาววาสนา พฤทธิพงษ์ศิริ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษามหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-0919-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MEDIA EXPOSURE, IMAGE, EXPECTATION AND SATISFACTION
AMONG BANGKOK RESIDENTS ON COMMUNICATION AND SERVICES OF
BANGKOK DISTRICT OFFICES



Miss Wassana Phrutthipongsit

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-0919-4

วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ : การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. (MEDIA EXPOSURE, IMAGE, EXPECTATION AND SATISFACTION AMONG BANGKOK RESIDENTS ON COMMUNICATION AND SERVICES OF BANGKOK DISTRICT OFFICES) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ พัทธี เศษจรรยา, 236 หน้า. ISBN 974-03-0919-4.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 431 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยวิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิธีการทางสถิติ T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของ Scheffe และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

ผลการศึกษาระดับการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ มีภาพลักษณ์โดยรวมในระดับเป็นกลาง มีความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารในระดับสูง และมีความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่มีต่อการให้บริการในระดับปานกลาง สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

- 1) การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการ แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบกับความคาดหวัง ที่มีต่อการให้บริการ ในขณะที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความคาดหวัง และความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) ความคาดหวังมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตจากสื่อต่างๆ แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตจากสื่อต่างๆ ไม่แตกต่างกัน
- 5) ประชาชนที่มีระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศและอายุที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน
- 6) ประชาชนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวัง ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวัง ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน
- 7) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขตแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ อายุและอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน
- 8) ประชาชนที่มีอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต.....
 สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
 ปีการศึกษา..... 2544..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4385128128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : MEDIA EXPOSURE / IMAGE / EXPECTATION / SATISFACTION / COMMUNICATION / SERVICES / BANGKOK DISTRICT OFFICES

WASSANA PHRUTTHIPONGSIT : MEDIA EXPOSURE, IMAGE, EXPECTATION AND SATISFACTION AMONG BANGKOK RESIDENTS ON COMMUNICATION AND SERVICES OF BANGKOK DISTRICT OFFICES. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA, 236 pp. ISBN 974-03-0919-4.

The purpose of this research with to study media exposure, image, expectation and satisfaction among Bangkok residents on communication and service of Bangkok District Offices also to compare the relationship and compare different in media exposure, image, expectation and satisfaction among Bangkok residents of difference people on communication and service of Bangkok District Offices.The samples were 431 people in Bangkok.Questionnaires were used for data collection.Percentage, Mean, Standard Deviation, T-Test, One – way Analysis of Variance, Multiple Comparison of Scheffe Method, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were used for the analysis of the data

The results of the study are as follows :

- 1) Information exposure is positively correlated with image and satisfaction on communication and services.But there is negatively correlated with expectation on services while there is not correlated with expectation on communication of Bangkok District Offices.
- 2) Image is positively correlated with expectation and satisfaction on communication and services of Bangkok District Offices.
- 3) Expectation is positively correlated with satisfaction on communication and services of Bangkok District Offices.
- 4) People with different education are different in exposure to various media of information related to Bangkok District Offices.But People with different sex, age, occupation and income are not different in exposure to various media of information related to Bangkok District Offices.
- 5) People with different education, occupation and income are different in image of Bangkok District Offices. But People with different sex and age are not different in image of Bangkok District Offices.
- 6) People with different age are different in expectation on communication and services of Bangkok District Offices. But People with different sex, education, occupation and income are not different in expectation on communication and services of Bangkok District Offices.
- 7) People with different education and income are different in satisfaction on communication of Bangkok District Offices. But People with different sex, age and occupation are not different in satisfaction on communication of Bangkok District Offices.
- 8) People with different age and education are different in satisfaction on services of Bangkok District Offices. But People with different sex, occupation and income are not different in satisfaction on services of Bangkok District Offices.

Department.....Public Relations.....Student's signature.....

Field of study.....Development Communication.....Advisor's signature

Academic year.....2001.....Co- advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา ผู้ซึ่งมีพระคุณสูงสุดในชีวิต ที่ได้ให้ความรัก ความเมตตา ดูแลช่วยเหลือบุตรคนนี้ในทุกเรื่อง และทุกช่วงของชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการศึกษา และขอกราบขอบพระคุณมารดา ผู้ให้กำเนิด และเลี้ยงดูบุตรจนเติบโตใหญ่

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์พัชนี เชนจรรยา ผู้ให้ความกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และได้สละเวลาให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเมตตาอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาทางสถิติที่เกิดขึ้นในงานวิจัยนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกๆ ท่านที่ได้เคยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอนผู้วิจัยมาตั้งแต่เด็กจนจนถึงปัจจุบัน พระคุณของทุกๆ ท่านจะยังคงอยู่ในใจของผู้วิจัยเสมอ

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตทั้ง 12 เขต เจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร และเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานครทุกท่าน ที่เอื้อเฟื้อข้อมูล และความช่วยเหลือต่างๆ แก่ผู้วิจัย รวมทั้งขอขอบคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้

ขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆ ที่น่ารักทุกคน ทั้งเพื่อนเก่าจากโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา เพื่อนๆ ลานเปตอง (เดิม) รัฐศาสตร์ จุฬาฯ ตลอดจนเพื่อนร่วมรุ่นนิเทศศาสตร์พัฒนาการ (ภาคปกติ) รุ่นที่ 22 ทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงด้วยดี ขอขอบคุณเจน โอ้ และแอน ลูกศิษย์ในอาจารย์ที่ปรึกษาฯ ท่านเดียวกัน ที่ได้ให้กำลังใจ และคอยไต่ถามถึงความคืบหน้าของงานวิจัยอยู่เสมอ โดยเฉพาะแอน ที่มอบ"น้ำใจ"มากมายให้แก่เพื่อนคนนี้เสมอมา

สุดท้ายนี้ขออุทิศความดี และประโยชน์ใดใดที่พึงจะมีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ แก่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่านที่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ รวมทั้งบุคคลท่านอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวถึงได้ ทั้งหมดที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนชีวิตทางการศึกษาของผู้วิจัย จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นได้ในอีกระดับหนึ่ง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....ง
 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....จ
 กิตติกรรมประกาศ.....ฉ
 สารบัญ.....ช
 สารบัญตาราง.....ญ

บทที่ 1 : บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....1
 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....6
 สมมติฐานของการวิจัย.....6
 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....7
 ขอบเขตในการวิจัย.....9
 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....10

บทที่ 2 : ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและกระบวนการติดต่อสื่อสาร.....12
 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....14
 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร ผู้รับสาร ลักษณะทางประชากร และทฤษฎีกลุ่ม
 สังคม.....17
 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ.....28
 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....40
 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....53
 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....56
 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....63
 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....66

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

| | |
|--|-----|
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 70 |
| บทที่ 3 : ระเบียบวิธีวิจัย | |
| ประชากร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... | 86 |
| ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย..... | 87 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 90 |
| การวัดค่าของตัวแปร หลักเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ย..... | 90 |
| การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ..... | 95 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 96 |
| การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ..... | 96 |
| บทที่ 4 : ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | |
| ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง..... | 100 |
| การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต..... | 105 |
| ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง..... | 108 |
| ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ..... | 112 |
| ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ..... | 119 |
| การทดสอบสมมติฐาน..... | 126 |
| บทที่ 5 : สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ | |
| สรุปผลการวิจัย..... | 165 |
| อภิปรายผล..... | 172 |
| ข้อเสนอแนะทั่วไป..... | 208 |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป..... | 209 |

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

รายการอ้างอิง.....210

ภาคผนวก228

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....236



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ..... | 100 |
| 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... | 101 |
| 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา..... | 102 |
| 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก..... | 103 |
| 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... | 104 |
| 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ..... | 105 |
| 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจาก สำนักงานเขตจากสื่อทุกประเภท..... | 107 |
| 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต..... | 108 |
| 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขต..... | 111 |
| 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร..... | 112 |
| 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร..... | 115 |
| 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ..... | 116 |
| 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ... | 118 |
| 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร..... | 119 |
| 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร..... | 122 |
| 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ..... | 123 |
| 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจที่มีต่อ การให้บริการ..... | 125 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 18 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตกับ ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต.....126 |
| 19 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตกับ ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารและการให้บริการ.....127 |
| 20 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตกับ ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารและการให้บริการ.....128 |
| 21 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกับ ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารและการให้บริการ.....130 |
| 22 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกับ ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารและการให้บริการ.....132 |
| 23 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ ที่มีต่อข่าวสารและการให้บริการ.....133 |
| 24 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต จำแนกตามเพศ.....134 |
| 25 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....135 |
| 26 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....136 |
| 27 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพหลักต่างกัน.....137 |
| 28 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....138 |
| 29 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จำแนกตามเพศ.....139 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จำแนกตามอายุ..... | 140 |
| 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 141 |
| 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จำแนกตามอาชีพหลัก..... | 142 |
| 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... | 143 |
| 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามเพศ..... | 144 |
| 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามเพศ..... | 145 |
| 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามอายุ..... | 146 |
| 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามอายุ..... | 147 |
| 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 148 |
| 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 149 |
| 40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามอาชีพหลัก..... | 150 |
| 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามอาชีพหลัก..... | 151 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 42 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....152 |
| 43 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....153 |
| 44 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามเพศ.....154 |
| 45 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามเพศ.....155 |
| 46 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามอายุ.....156 |
| 47 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามอายุ.....157 |
| 48 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามระดับการศึกษา.....158 |
| 49 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....159 |
| 50 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามอาชีพหลัก.....160 |
| 51 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามอาชีพหลัก.....161 |
| 52 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....162 |
| 53 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....163 |

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครได้แบ่งพื้นที่เขตออกเป็น 50 สำนักงานเขต เพื่อให้ประชาชนได้รับการบริการจากกรุงเทพมหานครอย่างทั่วถึง สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถดูแลความเดือดร้อนของราษฎรในทุกพื้นที่ได้อย่างละเอียดและเป็นไปตามหลักปรัชญาศาสตร์ของการกระจายอำนาจ ผังเมืองและการเจริญเติบโตของเมือง และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อรองรับการย้ายถิ่นฐานของประชาชนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีรายชื่อเขตทั้ง 50 เขต ดังต่อไปนี้คือ เขตคลองเตย เขตคลองสาน เขตคลองสามวา เขตคันนายาว เขตจตุจักร เขตจอมทอง เขตดอนเมือง เขตดินแดง เขตดุสิต เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ เขตธนบุรี เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกะปิ เขตบางขุนเทียน เขตบางเขน เขตบางคอแหลม เขตบางแค เขตบางซื่อ เขตบางนา เขตบางบอน เขตบางพลัด เขตบางรัก เขตบึงกุ่ม เขตปทุมวัน เขตประเวศ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพญาไท เขตพระโขนง เขตพระนคร เขตภาษีเจริญ เขตมีนบุรี เขตยานนาวา เขตราชเทวี เขตราชบุรีบูรณะ เขตลาดกระบัง เขตลาดพร้าว เขตวังทองหลาง เขตวัฒนา เขตสวนหลวง เขตสะพานสูง เขตสัมพันธวงศ์ เขตสาทร เขตสายไหม เขตหนองแขม เขตหนองจอก เขตหลักสี่และเขตห้วยขวาง

โดยสำนักงานเขตมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับงานปกครองท้องถิ่น อาทิเช่น การพัฒนาชุมชน การส่งเสริมอาชีพ การทะเบียน การโยธา การรักษาที่สาธารณะ การพัฒนาผังเมืองเขต การระบายน้ำ การสาธารณสุข การจัดเก็บรายได้ การรักษาความสะอาด การดูแลบำรุงรักษาต้นไม้ การดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษา การควบคุมดูแลโรงเรียนประถมศึกษา การดูแลและรักษาการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครหรือที่กฎหมายอื่นกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร โดยหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละสำนักงานเขตแบ่งออกเป็น 10 ฝ่าย ดังต่อไปนี้คือ

1. ฝ่ายปกครอง มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไป การปกครองท้องถิ่น การเงินและพัสดุ การบริหารงานบุคคล การเลือกตั้ง การประชาสัมพันธ์ การรับแจ้งเรื่องราวร้องทุกข์ อุบัติภัยและการป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน การจัดทำแผนพัฒนาเขต งานด้านสารสนเทศ การรับส่งวิทยุของเขต การดูแลรักษาสถานที่และยานพาหนะส่วนกลางและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

2. ฝ่ายทะเบียน มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการให้บริการประชาชนในเรื่องการทะเบียนราษฎร ทะเบียนบัตรประจำตัวประชาชน ทะเบียนทั่วไป ได้แก่ ครอบครัวและพินัยกรรม ทะเบียนชื่อตัวชื่อสกุล ทะเบียนมูลนิธิ การทะเบียนมัสยิดอิสลามและทะเบียนศาลเจ้า การจัดทำบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ตลอดจนการดำเนินการแก่ผู้กระทำผิดพระราชบัญญัติทะเบียนราษฎรและพระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชนและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

3. ฝ่ายโยธา มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการก่อสร้าง ซ่อมแซมและปรับปรุงโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครและสิ่งสาธารณูปโภคประเภทยาต่างๆ ให้เป็นไปตามงบประมาณประจำปี การสำรวจเพื่อวางแผนการก่อสร้าง การปรับปรุงระบบระบายน้ำ การบำรุงรักษาคูคลองและท่อระบายน้ำ การป้องกันน้ำท่วม การควบคุมบังคับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ดูแลรักษาที่สาธารณะ ดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาเมือง วางผังปรับปรุงบริเวณเฉพาะแห่งหรือบริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ตรวจสอบและควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินให้เป็นไปตามมาตรฐานผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร รวมทั้งวางแผนด้านงบประมาณและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

4. ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสุขภาพอาหาร การสุขภาพสถานที่ประกอบกิจการที่เป็นอันตรายแก่สุขภาพ การสุขภาพตลาด การสุขภาพสิ่งแวดล้อมและการสุขภาพทั่วไปให้ได้มาตรฐานทางสุขภาพและถูกสุขลักษณะ การจัดระเบียบหาบเร่ – แผงลอยตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข การพัฒนา ควบคุมและรักษาสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายว่าด้วยการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การเผยแพร่ อบรมประชาสัมพันธ์ด้านการสุขภาพและการสาธารณสุข การกำจัด ห้ามและระงับเหตุรำคาญในที่สาธารณะหรือที่เอกชน การอนุญาตให้ใช้เครื่องขยายเสียงและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

5. ฝ่ายรายได้ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการจัดเก็บรายได้ของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีป้ายและค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมเก็บขนมูลฝอย ค่าอากรสัตว์ ค่าธรรมเนียมโรงฆ่าสัตว์ ค่าเช่าทรัพย์สินและอื่นๆ รับแบบแจ้งรายการเพื่อชำระค่าภาษี ตรวจสอบขนาดและประโยชน์การใช้สอยของโรงเรือนและที่ดิน ตรวจสอบขนาดและประเภทของป้ายเพื่อการประเมินภาษี ติดตามเร่งรัดผู้รับการประเมินภาษีที่ไม่ยื่นแบบตามกำหนดและดำเนินคดีแก่ผู้ค้างชำระภาษี โดยรวบรวมเอกสารส่ง

กองกฎหมายและคดี รวบรวมและจัดทำสถิติการจัดเก็บภาษีและค่าธรรมเนียม ตลอดจนการรายงานการจัดเก็บภาษี จัดทำบัญชีแยกประเภททะเบียนผลประโยชน์และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

6. ฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย การลดมลพิษและรักษาสิ่งแวดล้อม การบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล การดูแลบำรุงรักษาต้นไม้ให้สวยงามพร้อมรื้อตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

7. ฝ่ายการศึกษา มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไป การเงิน บัญชีและพัสดุ การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติประถมศึกษา พ.ศ. 2523 ได้แก่ การสำรวจเด็กเพื่อการเกณฑ์เด็กเข้าเรียน ผ่อนผันยกเว้นเด็กเข้าเรียนตามเกณฑ์ ควบคุมเด็กในเกณฑ์ บังคับ ติดตามเด็กขาดเรียน จำหน่ายเด็ก จัดตั้ง ยุบเลิก รวมและเปลี่ยนแปลงโรงเรียน งานกิจกรรมนักเรียนในสถานศึกษา ได้แก่ การจัดตั้งกลุ่ม กองลูกเสือ เนตรนารีและยุวกาชาด แต่งตั้งผู้บังคับบัญชาลูกเสือ ยุวกาชาด การทะเบียนลูกเสือ ยุวกาชาด ตรวจเยี่ยมโรงเรียน จัดพิธีการและกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน ดำเนินการเกี่ยวกับการเจ้าหน้าที่ของข้าราชการครู ลูกจ้างของโรงเรียนและข้าราชการในงานศึกษาธิการ การเลือกตั้ง อ.ก.ก. ข้าราชการครู การเลือกตั้งคณะกรรมการครูสภา การนิเทศ การศึกษา การดำเนินการเกี่ยวกับการส่งครูเข้ารับการศึกษา การประชุมสัมมนาครู การนิเทศและตรวจเยี่ยม งานสนับสนุนวิชาการ การวิจัย ประเมินผลโครงการและเผยแพร่การประสานงานวิชาการระหว่างโรงเรียน กลุ่มโรงเรียน ดำเนินงานศูนย์วิชาการเขตและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

8. ฝ่ายการคลัง มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงานและควบคุมเกี่ยวกับการรับเงินในสำนักงานด้วยเครื่องแคชรีจิสเตอร์ (Cash Register) และการรับเงินประเภทอื่นๆ การเบิกจ่ายเงิน การจัดทำบัญชี การจัดซื้อวัสดุครุภัณฑ์ของส่วนราชการต่างๆ การจัดทำงบประมาณประจำปีและควบคุมการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การจัดทำและตรวจสอบฎีกาเบิกจ่ายเงินและตรวจสอบหลักฐานให้ถูกต้องตามระเบียบ การปฏิบัติงานตามระบบคอมพิวเตอร์ของกรุงเทพมหานครรวม 6 ระบบงาน ได้แก่ ระบบการเงิน ระบบงานบัญชี ระบบงานงบประมาณ ระบบงานจัดซื้อ ระบบงานจัดจ้างและระบบงานบัญชีทรัพย์สินและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

9. ฝ่ายเทศกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมืองและบังคับการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครและกฎหมายอื่นที่

กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร การวางแผนปฏิบัติงาน การชี้แจงประชาสัมพันธ์ การประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคดีและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

10. ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการพัฒนาชุมชนทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม อนามัยและคุณภาพชีวิต ทั้งในชุมชนแออัด ชุมชนชานเมือง เคหะชุมชน หมู่บ้านจัดสรรและชุมชนเมืองที่กรุงเทพมหานครกำหนดขึ้น การจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามความจำเป็นขั้นพื้นฐาน การจัดให้มีองค์กรประชาชนในรูปแบบคณะกรรมการชุมชน การสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อประโยชน์แก่ชุมชนและทางราชการ การประสานงานกับภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เช่น สนับสนุนให้มีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนและการปรับปรุงชุมชนบูกูกู ชุมชนก่อสร้างในด้านการศึกษา การสาธารณสุขและการรักษาความสะอาด การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรื้อย้ายชุมชนและจัดหาที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ที่เหมาะสม ให้การสงเคราะห์แก่ผู้ที่ยากไร้และผู้ประสบภัย ส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อการพัฒนาจิตใจ การจัดอบรมให้คำปรึกษาแนะนำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและความคิดริเริ่มในการพัฒนาชุมชน การส่งเสริมอาชีพของประชาชน เช่น การจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้นและประสานงานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต การให้ข่าวสารด้านแรงงานแก่ผู้ว่างงานในชุมชน การให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตร สภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตรและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

จะเห็นได้ว่าอำนาจหน้าที่ของสำนักงานเขตทั้ง 10 ฝ่ายนั้น ล้วนแล้วแต่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประชาชนชาวกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก

และจากการที่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศและเป็นศูนย์กลางความเจริญในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการปกครอง การทหาร เศรษฐกิจ การคมนาคมขนส่ง การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม การแพทย์และสาธารณสุข จนมีลักษณะเป็นเอกนคร (Primate City) ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งสะสมของปัญหามากมาย ประกอบกับจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครที่เพิ่มขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากข้อมูลสถิติการเพิ่มขึ้นของประชากรในกรุงเทพมหานครตั้งแต่ปี 2538 ถึง 2542 ที่พบว่า

- ในปี 2538 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 5,570,743 คน
- ในปี 2539 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 5,584,963 คน
- ในปี 2540 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 5,604,772 คน

ในปี 2541 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 5,647,799 คน

ในปี 2542 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 5,662,499 คน

ได้ส่งผลให้ภาระหน้าที่ของกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ดังคำกล่าวของ นายวีระ ถนอมศักดิ์ ผู้แทนปลัดกรุงเทพมหานคร ในการสัมมนาปีแห่งการส่งเสริมการบริการ ประชาชนของรัฐ ปี 2539 ที่ว่า “กรุงเทพมหานครนั้นเป็นศูนย์กลางแห่งความเจริญและความรุ่งเรืองทั้งหลาย เพราะฉะนั้นการบริการในกรุงเทพมหานครนั้น เป็นภาระอย่างหนักยิ่ง”

ในฐานะที่สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานระดับหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อประสิทธิภาพการบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ในการทำหน้าที่เป็นหน่วยปฏิบัติการหรือหน่วยงานภาคสนาม (Line Function) ของกรุงเทพมหานคร ที่มีบทบาทในการนำเอาบทบัญญัติหน้าที่ของกรุงเทพมหานครมาปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรม ในการจัดการอำนวยความสะดวกและนำเอาบริการต่างๆ ของกรุงเทพมหานครไปสู่ประชาชนด้วยความรวดเร็วและทั่วถึง ซึ่งงานบริการในแต่ละด้านนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นงานที่ต้องมีความเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับประชาชนชาวกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

ประกอบกับจากการที่กรุงเทพมหานครเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบพิเศษที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนประชากรที่จะต้องรับผิดชอบอยู่เป็นจำนวนหลายล้านคน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปีนั้น จึงอาจทำให้เกิดปัญหาในการอำนวยความสะดวกและการให้บริการแก่ประชาชนเพิ่มมากขึ้นได้ ดังภาพสะท้อนที่ทุกฝ่ายได้มองว่าคุณภาพในการบริการของข้าราชการนั้นเป็นไปในทางลบ อาทิเช่น เรื่องของกฎหมาย ระเบียบและระบบงานที่ไม่ทันต่อยุคสมัย ขาดความคล่องตัว ทำให้ประชาชนเสียประโยชน์, การที่ข้าราชการขาดความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ รวมทั้งขาดทัศนคติที่จะปฏิบัติงานเพื่อประชาชน, การปฏิบัติงานตามความเคยชิน เชื้อยชาทำงานได้ไม่ทันตามความต้องการของประชาชนที่มาติดต่อ, และการไม่บริการประชาชนด้วยความสุภาพ ยึดติดอยู่กับบทบาทการอยู่เหนือประชาชน เป็นต้น

ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาว่า ในปัจจุบันภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร ตลอดจนประชาชนชาวกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังให้สำนักงานเขตมีการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการต่อตนเองอย่างไร รวมทั้งในปัจจุบันนี้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตหรือไม่ อย่างไร ในฐานะที่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครนั้น เป็นผู้ที่ต้องใกล้ชิดกับสำนักงานจากการติดต่อขอรับบริการอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้เพื่อนำเอาผลการวิจัยในเรื่องดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางใน

การพัฒนา, แก้ไขภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ตลอดจนปรับปรุงการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ปฏิบัติการของหน่วยงานภาคสนามที่ทำหน้าที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน อันเป็นหน่วยการปกครองที่มีหน้าที่สำคัญที่สุดหน่วยงานหนึ่งของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สำนักงานเขตสามารถปฏิบัติงานได้ตามความคาดหวังของประชาชนและทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
3. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

สมมติฐานของการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
2. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
3. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
4. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

5. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

6. ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กัน

7. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

8. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

9. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวัง ต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

10. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 10 ฝ่าย และข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต จากสื่อประเภทต่างๆ อันประกอบด้วย

1. สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเขต
2. สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์
3. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กทม.สาร , หนังสือพิมพ์กทม.สาร (ฉบับกลุ่มเขต) , หนังสือพิมพ์สภามหานครสาร , เอกสารข่าวกทม. , แผ่นพับ / แผ่นปลิว , จดหมาย , หนังสือ , และแผ่นป้ายผ้า / แผ่นโปสเตอร์ / ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล ซึ่งภาพในใจนี้เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม บวกกับความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือภาพในใจที่บุคคลรับรู้ต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ สถาบันและสถานที่ต่างๆ

ในที่นี้คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น ภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขต(องค์กร) และภาพลักษณ์ที่มีต่อเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต

ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร หมายถึง ประชาชนชาวไทยทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีภูมิลำเนาและมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต

สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร

การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การที่สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ได้แจ้งข้อมูลข่าวสาร แก่ประชาชนในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบในการติดต่อกับฝ่ายต่างๆ เช่น การแจ้งให้ทราบถึงขั้นตอน และระยะเวลาที่ใช้ในการขอรับบริการ หรือเอกสารที่ต้องนำไปด้วยในการติดต่อขอรับบริการ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เป็นต้น
2. ข่าวสารเกี่ยวกับบริเวณที่จะมีการก่อสร้าง, ซ่อมแซม หรือปรับปรุงสิ่งสาธารณประโยชน์ต่างๆ เช่น การบำรุงรักษาคลอง และท่อระบายน้ำ ระบบระบายน้ำ และการป้องกันน้ำท่วม เป็นต้น
3. ข่าวสารเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร, ตลาด และสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน และถูกสุขลักษณะ
4. ข่าวสารเกี่ยวกับการเสียภาษี และค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ภาษีบำรุงท้องที่, ภาษีป้าย และค่าธรรมเนียมเก็บขนมูลฝอย เป็นต้น
5. ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การลดมลพิษ การรักษาสีสิ่งแวดล้อม และการบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล เป็นต้น
6. ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตต่างๆ เช่น การจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้น และการประสานงานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต การให้ข่าวสารด้านแรงงานแก่ผู้ว่างงาน การให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตร และสภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร เป็นต้น

การให้บริการ หมายถึง การที่สำนักงานเขตอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร โดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การแสดงความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ในการให้บริการ
2. การแสดงความเป็นมิตร และมีอัธยาศัยในการให้บริการ
3. ความรวดเร็วในการให้บริการ
4. ความเสมอภาคในการให้บริการ
5. ความซื่อสัตย์สุจริตในการให้บริการ
6. มารยาทในขณะให้บริการ

ความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร หมายถึง ความมุ่งหวัง หรือความต้องการให้เป็นไป ที่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร มีต่อข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ หมายถึง ความมุ่งหวัง หรือความต้องการให้เป็นไป ที่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร หมายถึง ความรู้สึกในทางที่ดีของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกในทางที่ดีของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับการบริการจากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำกัดขอบเขตของการวิจัยไว้ที่ประชาชนชาวไทยทั้งชายและหญิง ที่มีภูมิลำเนา และมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต และมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากวัย 15 ปี เป็นวัยที่ประชาชนชาวไทยทุกคนได้มีประสบการณ์โดยตรงในการรับบริการจากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครด้วยตนเอง โดยการขอมีบัตรประจำตัวประชาชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารที่เหมาะสมกับประชาชนผู้รับสาร เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครอย่างทั่วถึงและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อนำผลการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ไปใช้เป็นแนวทางในปรับปรุงและวางแผนการสื่อสาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

3. เพื่อนำผลการวิจัยเรื่องความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการข่าวสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ไปใช้ในการปรับปรุงการแจ้งข่าวสาร และการให้บริการในด้านต่างๆ ของสำนักงานเขต เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดีในการตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชน เพื่อยังผลให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานครนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและกระบวนการติดต่อสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร ผู้รับสาร ลักษณะทางประชากรและทฤษฎีกลุ่มสังคม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
8. ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
9. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและกระบวนการติดต่อสื่อสาร

Wilbur Schramm(1974) ได้ให้ความหมายของคำว่า การสื่อสารไว้ว่า หมายถึง การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

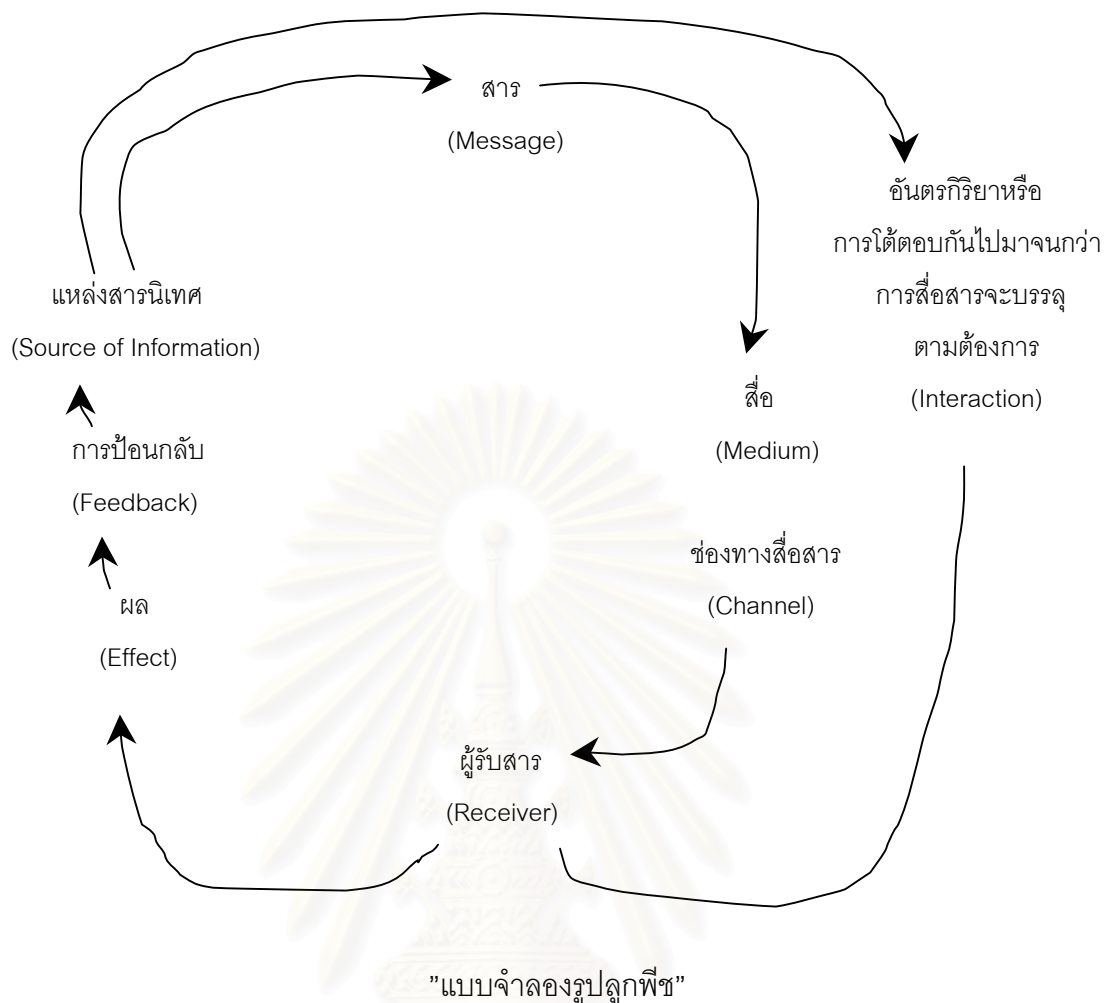
Everett M.Rogers and F.Floyd Shoemaker(1971) กล่าวว่าไว้ว่าการสื่อสารคือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

wilmot(1987) กล่าวว่า การสื่อสารมีลักษณะที่เป็นกระบวนการ กล่าวคือ การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยที่องค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้อกัน เช่น ถ้าไม่มีผู้ส่งสารก็ไม่มีผู้รับสาร ถ้าไม่มีผู้รับสาร ก็ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับและเมื่อองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง ก็จะส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย

ปรมะ สตะเวทิน(2540) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

เกศินี จุฑาวิจิตร(2542) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

และสมควร กวียะ(2532)ได้กล่าวไว้ว่าการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือสารนิเทศระหว่างสองฝ่าย เพื่อนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันหรือทัศนคติที่โน้มเอียงไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งตรงกับความหมายในรากศัพท์ของคำว่า "Communication" ซึ่งแปลว่า Make Common หรือ Commonness - Making Process ฉะนั้นการสื่อสารที่สมบูรณ์หรือสัมฤทธิ์ผลสูงสุดจะต้องมีการโต้ตอบซักถามกันไปมา จนกว่าทั้งสองฝ่ายจะบรรลุ "จุดร่วม" ของความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติ การโต้ตอบกันเช่นนี้เรียกว่า อันตรกิริยา หรือ Interaction ซึ่งจะทำให้กระบวนการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลมหรือวงวน (Circular or Spiral Models) มากกว่าที่จะเป็นแบบจำลองเส้นตรง สามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยม ดังที่นักทฤษฎีรุ่นแรกนิยมเขียนกัน โดยเรียกว่า "แบบจำลองรูปลูกพีช"



นอกจากนี้สมพงษ์ เกษมสิน (2521 อ้างใน บุศรินทร์ หนูนักดี, 2534) ยังได้กล่าวไว้ว่าการสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ในฐานะที่เป็นพื้นฐานของการติดต่อระหว่างกันของมนุษย์และเป็นเครื่องมือสำคัญของกระบวนการสังคม สังคมมนุษย์จะหยุดนิ่งถ้าขาดการติดต่อสื่อสาร ในความเป็นจริงของชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นในครอบครัวหรือในองค์กรต่างๆ ล้วนแต่มีลักษณะที่ซับซ้อน ทุกสิ่งดำเนินอยู่ได้ก็ด้วยการติดต่อสื่อสาร พฤติกรรมของมนุษย์ส่วนใหญ่ดำเนินไปได้ก็ด้วยอิทธิพลของการติดต่อสื่อสาร ถ้าขาดการติดต่อสื่อสาร การบริหารงานใดใดก็ไม่อาจดำเนินไปได้อย่างเด็ดขาด เพราะการติดต่อสื่อสารนั้นเป็นเสมือนสื่อที่จะนำความต้องการ ความนึกคิดสู่งกันและกัน

ในการที่สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การสื่อสารในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ตลอดจนให้บริการแก่ประชาชนนั้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารในฐานะที่ทำให้การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและการบริการต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสารประกอบด้วย

1. แหล่งสาร (Source) หรือผู้ส่งสาร แหล่งสารอาจเป็นใครๆ หนึ่งหรือหลายคนทำงานร่วมกัน เป็นองค์การ ที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลอื่นหรือองค์การอื่นทราบ มีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการด้วยกันในตัวของแหล่งสารที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของสังคมและวัฒนธรรม
2. สาร (Message) หมายถึง สิ่งเร้าที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร อาจนึกถึงสารโดยกล่าวถึงธรรมชาติของสาร เช่น หมึกที่พิมพ์ลงบนแผ่นกระดาษ คลื่นเสียงในอากาศหรืออาจกล่าวถึงสารในลักษณะของสัญญาณ (Signal) ที่ผู้รับสารสามารถแปลหรือเข้าใจได้ องค์ประกอบของสารได้แก่ สัญญาณหรือรหัส (Symbol or Code) เนื้อหาของสาร (Content) การปฏิบัติต่อสาร (Treatment) และโครงสร้างของสัญลักษณ์ของสาร (Structure)
3. ช่องสาร (Channel) อาจคิดถึงช่องสารในแง่ของคลื่นแสง คลื่นเสียงหรือสื่อในการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ หรือลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การลิ้มรสและการดมกลิ่น
4. ผู้รับสาร (Receiver) อาจเป็นใครๆ หนึ่ง คนกลุ่มหนึ่งหรือเป็นองค์การก็ได้ การที่ผู้รับสารจะได้รับสารดีแค่ไหน ขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร
5. ผลของการสื่อสาร (Effects) การสื่อสารอาจมีผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทักษะคิด หรือพฤติกรรมในตัวของผู้รับสารได้
6. กระบวนการในการส่งสาร (Action) การโต้ตอบสารที่ส่งมา (Reaction) และการโต้ตอบซึ่งกันและกัน (Interaction) ก็คือการตอบกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง

2. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งคือ ผลของการสื่อสารซึ่งเกิดภายหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง ซึ่งมักจะเกิดผลในเรื่องต่างๆ อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้รับสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตน แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของข่าวสารที่คิดว่ามีประโยชน์ ต่อตน บุคคลแต่ละคนมีขั้นตอนและกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป โดย ทฤษฎีทางการสื่อสารตามความรู้สึกและความต้องการ(selectivity process) มีขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกรับหรือเลือกใช้เลือกสนใจ(Selective Exposure)

เป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารของมนุษย์ ทักษะและความชำนาญในการรับรู้และ เข้าใจข่าวสารของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน บางคนถนัดที่จะเขียนมากกว่าพูดหรือบางคน ถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือใช้สื่อของมนุษย์

2.การเลือกให้ความสนใจ(Selective Attention)

ในเวลาหนึ่งๆ สมอของคนเราถูกกระตุ้นจากข่าวสารต่างๆ มากมาย ทั้งความคิด ของตนเองและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก สมอจะต้องคัดเลือกข่าวสารที่มากกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาว่า ข่าวสารใดที่ควรรับรู้และข่าวสารใดที่ไม่ควรรับรู้ ดังนั้นผู้รับสารจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าว สารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุน ทศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทศนคติเดิมที่มี อยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้นการจะลด หรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรร เฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

3.การเลือกรับรู้และตีความหมาย(Selective Perception and Interpretation)

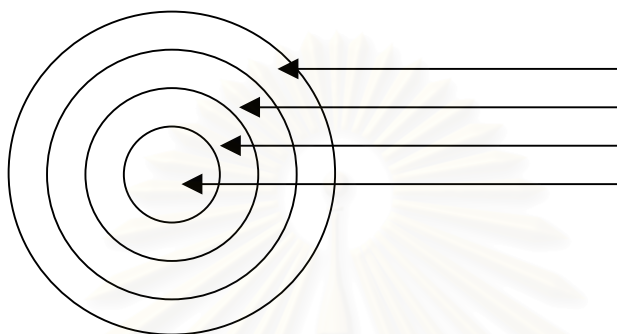
หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้ รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้อง กับทศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

4.การเลือกจดจำ(Selective Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเฉพาะข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทศนคติของตนเอง โดยจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความเห็น

ของตนได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

จากที่กล่าวมาในเรื่องของกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์(Selective Process) สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น Friedson Riley และ Flowerman มีความเห็นสอดคล้องกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคมเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ

พฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์อีก ได้แก่

1. ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันในการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถของสภาพร่างกายและจิตใจในการรับข่าวสาร ทำให้มีพฤติกรรมเลือกรับข่าวสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

8.ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

นอกจากนี้ พฤติกรรมที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารยังสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมปฏิบัติการ(Consummatory Behavior) และพฤติกรรมอุปกรณ์(Instrumental Behavior)

พฤติกรรมปฏิบัติการ(Consummatory Behavior) เป็นปฏิกริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสาร ในทันทีที่มีสิ่งเร้า(stimulus)หรือมีข่าวสาร(message)มากระตุ้น ผู้รับปฏิกริยานั้นอาจสังเกตได้ หรือสังเกตไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงในทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้น หรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร เช่น เมื่อผู้รับอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์หรือภาพยนตร์แล้วเกิดอารมณ์คล้อยตาม คิดสร้างภาพต่างๆ ตามไป แต่เมื่อเลิกอ่าน เลิกฟังหรือเลิกดูแล้ว อารมณ์หรือปฏิกริยาต่างๆ ก็หยุดลงเพียงนั้น ปฏิกริยาทำนองนี้จัดเป็นพฤติกรรมปฏิบัติการ

พฤติกรรมอุปกรณ์(Instrumental Behavior) เป็นปฏิกริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่ในกรณีของพฤติกรรมอุปกรณ์นั้น ปฏิกริยาที่เกิดขึ้น อาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและพฤติกรรมอย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารฟัง ดูหรืออ่านข้อความแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อ เล่าให้ผู้อื่นฟัง แนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตามหรือนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำตน เป็นต้น ปฏิกริยาเช่นนี้ถือว่าเป็นพฤติกรรมอุปกรณ์

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ผู้รับสาร ลักษณะทางประชากรและทฤษฎีกลุ่มสังคม

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์(2538,อ้างใน อัญชลี รัชชกุล,2541) ได้กล่าวไว้ว่าพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นเครื่องสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิดทัศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ เพื่อวัตถุประสงค์หลักคือ ความเข้าใจร่วมกัน

1.1 พฤติกรรมกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือการแสดงออกซึ่งการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์ในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่มีจุดเริ่มต้น และสิ้นสุด อีกทั้งไม่มีขอบเขตอย่างแน่ชัด ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ส่งสาร และผู้รับสารต่างสลับเปลี่ยนบทบาทสลับไปมาโดยอัตโนมัติ ต่างฝ่ายต่างแสดงปฏิกริยาโต้ตอบและตอบสนองระหว่างกันและกันจนกระทั่งเกิดความเข้าใจร่วมกันดังนั้นกระบวนการแห่งพฤติกรรมกรรมการสื่อสารจึงเกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นวงจรต่อเนื่องกันไปตลอดเวลา

จนบางครั้งเราอาจไม่รู้สึกรู้สีกตัวหรือตระหนักว่าตนเองกำลังทำกิจกรรมด้านการสื่อสารอยู่ วงจรของกระบวนการพฤติกรรมสื่อสารประกอบด้วยพฤติกรรมกรเข้ารหัส (encoding behavior) พฤติกรรมกรถ่ายทอดและการรับ (transmitting and receiving behavior) พฤติกรรมกรถอดรหัส (decoding behavior) และพฤติกรรมกรตีความหมาย (interpretive behavior)

1.2 พฤติกรรมกรสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคมและกระบวนการทางวัฒนธรรม การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งกิจกรรมด้านการติดต่อสัมพันธ์ของมนุษย์ จึงเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนยากแก่การคาดหมายและการวิเคราะห์ ปฏิสัมพันธ์ในการติดต่อระหว่างมนุษย์ มิได้เกิดจากพฤติกรรมกรตีความหมายเฉพาะเนื้อหาสาระของสารซึ่งเป็นตัวกระตุ้นเท่านั้น แต่ผู้ร่วมกระทำกรสื่อสารจะสร้างหรือกำหนดความหมายไปตามลักษณะปัจจัยด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความทรงจำ ความหวัง ทัศนคติ ความกลัว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแรงกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล อันได้แก่ กรอบแห่งการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งหมายถึง ปทัสถาน จารีต ประเพณี จรรยาบรรณ กฎหมาย วัฒนธรรม เป็นต้น ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกตัวบุคคล เหล่านี้ล้วนเป็นตัวกระตุ้น หรือแรงผลักดันให้การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมกรสื่อสารเป็นไปตามกรอบแห่งการเรียนรู้ การรับรู้ อารมณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ฯลฯ ทำให้ผลตอบสนองของพฤติกรรมกรสื่อสาร เป็นไปตามลักษณะเฉพาะตัวบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มสังคม ตัวอย่างเช่น บางคนหรือบางกลุ่มสังคมมีบุคลิกลักษณะพร้อมที่จะเปิดตัวในการติดต่อสื่อสาร ยอมรับข่าวสาร ความรู้ และแนวคิดใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งมีแนวโน้มที่พร้อมจะแพร่กระจายข่าวสาร และถ่ายทอดไปสู่บุคคลอื่น แต่ในทางตรงกันข้าม บางคน หรือบางกลุ่มสังคมอาจจะมีลักษณะเฉื่อยชาต่อการติดต่อสื่อสาร ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดใหม่ๆ ที่ขัดต่อความเชื่อหรือค่านิยมที่ยึดมั่นอยู่ดั้งเดิม บางครั้งพฤติกรรมกรสื่อสารจึงมีผลตอบสนองไปในทางที่ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้กระทำ การสื่อสารไม่มีกรอบแห่งการอ้างอิง และประสบการณ์ร่วมกัน

1.3 พฤติกรรมกรสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร หมายถึงว่า กระบวนการสื่อสารมิได้เกิดขึ้นในบรรยากาศที่ว่างเปล่าแต่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ หรือสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ ดังนั้นพฤติกรรมกรสื่อสารระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคล จะเกิดขึ้นหรือไม่ ด้วยสาเหตุประการใดและมีผลในลักษณะใดบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัย และความผันแปรของปัจจัยสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์นอกระบบการสื่อสารด้วยส่วนหนึ่ง

ปัจจัยดังกล่าวนั้นเช่น ด้านสรีระ เวลา โอกาส ระยะเวลา การเงิน ฯลฯ จึงมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมหรือ สะกัดกั้นต่อการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น เจ้าหน้าที่สำนักงานเขต อาจสามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ดีกว่า หากว่าไม่มีปัญหาการเงินหรือสุขภาพเกิดขึ้น หรือสำนักงานเขตอาจสามารถเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ประชาชนได้มากกว่าปัจจุบัน หากมีงบประมาณการเผยแพร่ข่าวสารเพิ่มขึ้น เป็นต้น

1.4 พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณและจากการเรียนรู้ทางสังคม กล่าวคือ คนเราทุกคนมีสัญชาตญาณที่ต้องการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมสื่อสารมาโดยกำเนิดตามธรรมชาติของมนุษยชาติ นับตั้งแต่วินาทีแรกที่ลืมตาดูโลก เด็กทารกส่งเสียงร้องเพื่อเป็นการบอกกล่าวอะไรบางอย่าง เช่น หิว ง่วงนอน ปวดท้อง เป็นต้น ครั้นเมื่อเติบโตขึ้นเด็กๆ จะเริ่มเรียนรู้และจดจำแบบอย่างการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมสื่อสารจากแม่แบบทางสังคมเริ่มตั้งแต่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิด เช่น บิดามารดา ครูอาจารย์ เพื่อนฝูง เป็นต้น อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าโครงสร้างและส่วนประกอบของระบบสังคม ต่างมีส่วนในการเตรียมและกำหนดรูปแบบแห่งพฤติกรรมสื่อสาร เพื่อให้สมาชิกในสังคมนั้นได้เรียนรู้และถือเป็นแนวทางปฏิบัติสืบทอดกันไป เช่น การพนมมือไหว้เพื่อแสดงความเคารพ ทักทาย หรือขอบคุณ เป็นต้น

ในที่นี้อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างสำนักงานเขตกับประชาชนประกอบด้วย ลักษณะทั้ง 4 ประการข้างต้น กล่าวคือ พฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้น คู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายต่างสลับบทบาทกันไปมาในการเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร, การตอบสนองของพฤติกรรมสื่อสารเป็นไปตามลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล เช่น ข้าราชการบางคนอาจมีความเชื่อว่าตนเองมีอำนาจเหนือประชาชน ซึ่งจะส่งผลให้มีพฤติกรรมสื่อสารที่ต่างไปจากข้าราชการที่มีความเชื่อว่าข้าราชการคือผู้รับใช้ประชาชน เป็นต้น, พฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสาร เช่น อากาศร้อนทำให้อารมณ์ไม่ดีซึ่งอาจส่งผลให้พฤติกรรมสื่อสารไม่ว่าจะเป็นของข้าราชการหรือประชาชนไม่ดีตามไปด้วย เป็นต้น, ประการสุดท้าย พฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างข้าราชการและประชาชนนั้น ต่างก็เกิดจากสัญชาตญาณและการเรียนรู้ทางสังคมด้วยกันทั้งสิ้น เช่น การกล่าวคำสวัสดิ์เมื่อข้าราชการและประชาชนพบกัน หรือการที่ประชาชนกล่าวคำขอบคุณเมื่อข้าราชการให้บริการแก่ตน ล้วนแล้วแต่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เป็นต้น

- รูปแบบของกระบวนการการเกิดพฤติกรรมสื่อสาร

การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคม เป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งจำแนกเป็น กระบวนการใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมการปกปิด (Covert behavior) หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการภายในตัวบุคคล เกี่ยวข้องกับระดับสติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ พฤติกรรมการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวนี้ จัดว่าเป็นพฤติกรรมภายใน ซึ่งมีได้แสดงออกมาอย่างเปิดเผยให้สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับโครงการใหม่ของบริษัท พนักงานผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนต่างนั่งฟังประธานอธิบายด้วยท่าที่ต้งอกตั้งใจ แต่ไม่มีใครสามารถทราบว่แต่ละคนกำลังคิดอะไรอยู่ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจให้ความร่วมมือ หรือตั้งใจจะขัดขวางโครงการ เป็นต้น

2. พฤติกรรมการเปิดเผย (Overt behavior) หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ เหตุการณ์ หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลที่ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารปรากฏออกมาในรูปแบบที่สามารถเห็นได้ เช่น พฤติกรรมการพูด การเขียน การหัวเราะ การแสดงสีหน้า และการแต่งกาย เป็นต้น

รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารใน 2 ลักษณะดังกล่าวนี้ แท้จริงเกิดจากกระบวนการที่มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งไม่มีหลักฐานที่บ่งอย่างชัดเจนว่าเป็นกระบวนการที่เป็นอิสระจากกัน บางครั้งพฤติกรรม 2 รูปแบบนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่สอดคล้องต้องกันแต่ในบางครั้งก็มีความขัดแย้งกันอยู่ในตัว ดังที่เราพบเห็นกันอยู่เป็นประจำในกรณีที่ปากกับใจของคนเราไม่ตรงกัน เช่น การพูดชมว่า “วันนี้เธอแต่งตัวสวยสดใสดีจริง” แต่ภายในใจของคนพูดนั้นไม่มีใครทราบว่าเขากำลังคิดอะไรอยู่ อาจจะคิดตรงกับคำชม หรืออาจจะคิดในใจว่า “คนอะไรแต่งตัวสีฉูดฉาดไม่เหมาะสมกับสีผิวของตนเองเลย”

รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสองลักษณะดังกล่าว เกิดขึ้นได้ในระหว่างการสื่อสารของสำนักงานเขตกับประชาชน กล่าวคือ ในขณะที่ข้าราชการสื่อสารกับประชาชนด้วยการพูดจา การแสดงสีหน้าและการแต่งกาย ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมการสื่อสารแบบเปิดเผยนั้น พฤติกรรมการสื่อสารแบบปกปิดก็ได้เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลด้วย อาทิเช่น ความคิด ความรู้สึกในขณะนั้นมีต่อคู่สื่อสารของตน อาทิเช่น ข้าราชการหรือประชาชนคนนี้พูดจาไพเราะดี เป็นต้น

- รูปแบบของบริบทแห่งพฤติกรรมสื่อสาร

พฤติกรรมสื่อสารของคนเราเกิดขึ้นภายใต้บริบท ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ที่มีระดับความซับซ้อนแตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกซึ่งกิจกรรมการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์มีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามบริบทได้ 3 ลักษณะใหญ่ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง พฤติกรรมสื่อสารกับตนเอง ภายใต้สภาพการณ์แห่งกระบวนการคิด การตีความ การจดจำ เกี่ยวกับปรากฏการณ์และสรรพสิ่งต่างๆ ที่แต่ละบุคคลรับรู้ แล้วนำไปเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมที่สะสมอยู่ในสมอง เกิดเป็นกรอบแห่งความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ในรูปแบบใหม่ หรือเป็นการย้ำสิ่งเดิมที่มีอยู่ในกรอบแห่งความคิดให้มั่นคงยิ่งขึ้น พฤติกรรมสื่อสารโดยทั่วไปจึงเริ่มต้นจากการจัดลำดับความคิดภายในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อทำการเรียบเรียงออกมาเป็นถ้อยคำในภาษาพูด หรือข้อความในภาษาเขียน ซึ่งต้องผ่านกระบวนการเลือกสรรและการขจัดสิ่งที่ไม่ต้องการ ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนกำหนดให้พฤติกรรมสื่อสารภายในตัวบุคคลเกิดขึ้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งนั้น ก็คือ ปัจจัยในแง่สภาพการณ์และสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลในด้านระดับสติปัญญา บุคลิกภาพและจิตวิทยาบุคคล พฤติกรรมสื่อสารภายในตัวบุคคลที่พบเห็นเสมอ เช่น การคิดคำนึงกับตนเอง การพูดรำพึงต่างๆ กับตนเอง เป็นต้น

2. พฤติกรรมสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ปกติคนเรามีได้หยุดความคิดไว้กับตนเองเพียงลำพัง สภาพการณ์ทางสังคมมีส่วนผลักดันให้คนเราปรารถนาที่จะกระทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคนอื่นๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญญาณหรือสัญลักษณ์ เป็นรหัสในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในรูปแบบของภาษาพูด ภาษาเขียน ซึ่งจัดว่าเป็นวัจนสาร แต่ในบางครั้งคนเราอาจติดต่อกันด้วยอวัจนสาร เช่น สีหน้า ท่าทาง สีของเสื้อผ้า กลิ่นน้ำหอม ฯลฯ ควบคู่กันไปด้วย สภาพการณ์หรือสภาพแวดล้อมของการสื่อสารระหว่างบุคคลเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จนถึงกลุ่มบุคคล กลุ่มสาธารณชน องค์กรและสถาบัน ซึ่งปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปทั้งในรูปแบบของการสื่อสารเฉพาะหน้าและการสื่อสารโดยผ่านสื่อชั้นกลาง (ยกเว้นสื่อมวลชน) เช่น การเขียนจดหมายติดต่อกัน การโทรศัพท์ โทรเลข ฯลฯ ซึ่งในการสื่อสารระหว่างข้าราชการสำนักงานเขตกับประชาชน จะสามารถมองเห็นพฤติกรรมสื่อสารในลักษณะระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนี้ได้ชัดเจนที่สุด

3. พฤติกรรมกรรมการสื่อสารมวลชน เมื่อสังคมมีลักษณะขยายตัวประกอบกับความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาการและเทคโนโลยี ทำให้รูปแบบการสื่อสารพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป เพื่อความเหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะสภาพการณ์ทางสังคมใหม่ การสื่อสารได้ขยายขอบเขตไปสู่มวลชนจำนวนมากมาย ทั้งภายในและภายนอกสังคมนั้น โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็ว ซึ่งเรารู้จักกันดีในนามของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น สื่อมวลชนดังกล่าวนี้ สามารถนำสารไปสู่มวลชนทุกหนทุกแห่งได้พร้อมกันทันที หรือเกือบพร้อมกัน การแสดงออกซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่สามารถกระทำการโต้ตอบโดยตรงได้ทันที ส่วนใหญ่เป็นการโต้ตอบโดยผ่านสื่อกลาง

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร เพราะหากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ล้มเหลว ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อให้ทราบว่าผู้รับสารมีลักษณะอย่างไร มีความสนใจอะไร มีความรู้ขนาดไหน มีทัศนคติและค่านิยมอย่างไร ฯลฯ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อผลสำเร็จของการสื่อสาร(ปรมะ สตะเวทิน,2540)

สมร ทองดี(2532) ได้กล่าวไว้ว่าผู้รับสารอาจหมายถึง บุคคลเพียงคนเดียว เช่น การพูดคุยระหว่างสองคน หรืออาจหมายถึงกลุ่มบุคคลก็ได้ ในการติดต่อสื่อสารนั้น บุคคลที่เป็นผู้รับสารอาจเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารในเวลาอื่นได้ เช่น ในการพูดคุยกันผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสาร ผู้รับสารมีความสำคัญต่อการสื่อสาร โดยมีความสัมพันธ์ในฐานะเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการติดต่อสื่อสาร และผู้รับสารมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบอื่นของการสื่อสารอีกด้วย

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ(2534) ได้กล่าวว่าผู้รับสารคือ เป้าหมายของการสื่อสารแต่ละครั้ง การสื่อสารในแต่ละครั้งนั้น เราอาจวัดสัมฤทธิ์ผลของมันได้จากผู้รับสาร จึงนับได้ว่าองค์ประกอบส่วนนี้ แม้จะไม่ใช่ส่วนเดียวของกระบวนการสื่อสาร แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วนสมบูรณ์อย่างขาดมิได้ และมีส่วนทำให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบส่วนอื่นๆ

Burgoon, Hunsaker และ Dawson (อ้างใน อัญชลี รัชกุล,2541) ได้กล่าวไว้ว่าผู้รับสารมีความสำคัญพอๆ กับผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสาร ธรรมชาติของการตอบสนองต่อผู้ส่งสารและตัวสาร ผู้รับสารจะมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสาร ไม่เพียงแต่ช่วยกำหนดประเด็นและระดับของปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ว่าการติดต่อสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

สำหรับเรื่องของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยผู้รับสาร หรือคุณลักษณะของผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้รับการติดต่อสื่อสารโดยตรง ซึ่งกรีซ สืบสนธิ์(2525) ได้กล่าวไว้ว่าเมื่อใดก็ตามที่ผู้ส่งสารมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของตนเอง จงเตือนตนเองไว้เสมอว่าอาจจะประสบความสำเร็จล้มเหลวได้ ผู้ส่งสารที่มีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของตนเอง มักจะตัดสินใจจากการที่ตนได้ติดต่อสื่อสารไปตามรสนิยมความรู้สึก ทักษะ และตัดสินใจด้วยตนเองว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจ การที่จะบอกว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจเพียงใด น่าจะกำหนดโดยผู้รับสาร ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีภูมิหลังส่วนตัวที่แตกต่างกัน จึงมีจุดในการพิจารณาและตีความที่แตกต่างกันออกไปในขณะที่มีการส่งและรับสาร ดังนั้นการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการด้วยกันคือ(สุวิชา ทองสีมา,2539)

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะและค่านิยมของตน
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่ต่างกันหลาย ๆด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งในส่วนนี้จะได้กล่าวถึงในหัวข้อแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรต่อไป

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความต้องการจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่าเราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้นความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ในการพิจารณาถึงลักษณะของผู้รับสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้คือ

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (Audience Psychographics or Psychographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของผู้รับสาร เช่นนิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media Habits) ทักษะคิด ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือตนเอง รสนิยม ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมอื่นๆ เช่น นิสัยการซื้อ นิสัยการใช้เวลาว่าง เป็นต้น

2. ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Audience Demographics or Demographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนาและภูมิลาเนา เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ในทางปฏิบัติเมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตน ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางด้านจิตวิทยา และลักษณะทางด้านประชากรของผู้รับสารประกอบกัน ลักษณะทางด้านประชากรจะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าใด เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยานั้นจะบอกว่าใครนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยม และความต้องการอย่างไร วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสารนี้เรียกรวมกันว่า การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่าผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาค่อนข้างคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน โดยจัดแบ่งกลุ่มได้ดังนี้คือ

1. อายุ (Age)

การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีวิธีการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อมีอายุมากขึ้น

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม(Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน(Impatient) และมองโลกในแง่ดี(Optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก สำหรับคนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม(Conservative) ยึดถือการปฏิบัติ(Pracmatic) ระมัดระวัง(Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย(Pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากคนที่มีอายุมากมีประสบการณ์ชีวิตที่เคยผ่านยุคปัญหาต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย เช่น คนที่มีอายุมากกว่ามีทรัพย์สินสมบัติมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงมักจะไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน, สถานะทางสังคม และความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น

นอกจากนี้ อายุจะเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย โดยพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจ หรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนี้ คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนสูงอายุมักคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน, การรักษาพยาบาล ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจสนใจในเรื่องการศึกษาและความเสมอภาคในสังคม เป็นต้น

โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสารต่างๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกัน คนอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง เช่น ข่าวการเมือง การอภิปรายปัญหาสังคม รายการศาสนา ในขณะที่คนอายุต่ำกว่า 20 ปีมักจะสนใจข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง หรือการฟังดนตรีสมัยใหม่ เป็นต้น ดังนั้นอายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2. เพศ (Sex)

ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับ และส่งข่าวสารนั้นด้วย

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคมกำหนดบทบาทของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หยั่งถึงจิตใจคนได้ดีกว่า และถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และจะจดจำข่าวสารได้

มากกว่า ดังนั้นความแตกต่างทางเพศจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร และความต้องการในการรับข่าวสารแตกต่างกัน

3. การศึกษา (Education)

คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษา และสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ทั้งนี้จะพบได้ตั้งแต่การแปลความ การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารต่างกันไป ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนัก และระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการโดยเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมแก่ผู้รับสาร

คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง, มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน และเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ, โทรทัศน์ และภาพยนตร์

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social-Economic Status)

หมายความรวมทั้งภูมิหลังครอบครัว เชื้อชาติและชาติพันธุ์ อาชีพ รายได้ และความเป็นอยู่ สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสาร สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะค่านิยมและเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล และถือว่าครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล ดังนั้นคนที่มีพื้นฐานครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน

ในการทำงานเดียวกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน คนที่รับราชการมักจะทำนึ่งถึงเรื่องยศฐาบรรดาศักดิ์, ศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทอง ที่สามารถจะหาซื้อ หรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการ เพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็น และค่านิยม

ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น แพทย์, พยาบาล, ตำรวจ, อัยการ, ผู้พิพากษา ฯลฯ ล้วนแล้วแต่มีความคิด ทักษะคติ ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

นอกจากครอบครัว และอาชีพแล้ว รายได้ ตลอดจนเชื้อชาติ ก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ นอกจากนั้นคนที่มีฐานะดี หรือมีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนัก เช่น อ่านบทบรรณาธิการ, อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมือง, ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

คนต่างเชื้อชาติกัน ย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทักษะคติ ความคิด และพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติให้แตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจมีความคิดว่าการมีลูกมากๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากินหรือคิดว่าการมีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น จึงอาจกล่าวโดยสรุปว่าฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

ในการเรียนรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากรตามแนวคิดข้างต้นนั้น จะสามารถช่วยให้สำนักงานเขตได้ทราบ และตระหนักถึงความแตกต่างของประชาชนแต่ละบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของบุคคล เป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้การแปลความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งการเรียนรู้ในเรื่องดังกล่าวจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้การติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตมีประสิทธิภาพ และสร้างประสิทธิผลในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้นได้

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนนั้น มีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคติ ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้เกิดความสนใจและจดจำข่าวสารมีความแตกต่างกัน ไม่มีความสอดคล้องกัน หลักพื้นฐานของทฤษฎีมีดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างกันนี้มาจากลักษณะที่ต่างกันทางชีวภาพ หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่ความแตกต่างนี้เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ที่เติบโตมาจากสภาพการณ์ที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไปด้วย
4. การเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทักษะคติ ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning)ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กล่าวคือ ลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมีอิทธิพลต่อการสื่อของข่าวสาร

ทฤษฎีกลุ่มสังคม(Social Categories Theory)

De Fleur(1970)ได้กำหนดให้ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรแทรก ซึ่งกล่าวว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิฐานะ เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีความสนใจ หรือพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการรับข่าวสาร ก็เพื่อตอบสนองของความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน ซึ่งจะพิจารณาจากความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสาร บนพื้นฐานความต้องการ และคุณลักษณะทางประชากรของแต่ละบุคคลเป็นหลัก

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ

การสื่อสารระหว่างบุคคล

เกตินี จุฑาวิจิตร(2542) ได้กล่าวไว้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสอง หรือสามคนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และสร้างสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น การพูดคุยกันแบบเห็นหน้าค่าตา การใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น

Magaret L. Pluckhan(1978) กล่าวไว้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลคือ กระบวนการของมนุษย์ในการที่จะเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกัน หรือหมายถึง ศิลปะในการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความคิด ข่าวสารและอื่นๆ

ปรมะ สตะเวทิน(2540) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person -to-

person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) ในขณะหนึ่ง คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคนสองคน เช่น การพูดคุยกันระหว่างสองคน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น

โดยทั่วไปคนเรามีความต้องการพื้นฐานประการหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยสี่ นั่นคือ ความต้องการที่จะสื่อสารกับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ความจำเป็นในด้านการสื่อสาร เป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานที่จะต้องมิเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด ซึ่งแรงจูงใจที่จะก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างกันนี้ อาจเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการอย่างตั้งใจ หรือเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากจิตใต้สำนึกก็ได้

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างคนเรามี 4 ประการ คือ เพื่อการค้นพบ และเรียนรู้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ เพื่อโน้มน้าวใจ และเพื่อความเพลิดเพลิน นอกจากนี้ในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ซึ่งอาจจะเหมือน หรือแตกต่างกันไป รวมทั้งอาจมีวัตถุประสงค์มากกว่าหนึ่งประการในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ โดยสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้เป็น 4 ประเภท คือ เพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อให้การศึกษา เพื่อโน้มน้าวใจ และเพื่อความบันเทิง(เกศินี จุฑาวิจิตร,2542)

ในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล คำพูดเป็นพาหนะที่สำคัญที่สุด ในขณะที่การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้โดยอาศัยพาหนะนำสารประเภทอื่นก็ได้ เช่น การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทางการแสดงทางสีหน้า การสบสายตา การใช้เสียงที่ไม่ใช่การพูด อาการดั่งเล โกรธ ดีใจหรือเสียใจ การแสดงออกเหล่านี้รวมเรียกว่า การสื่อสารเชิงอวัจนะ(Non-verbal Communication) อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปพร้อมๆ กันระหว่างคู่กรณีในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร โดยผ่านช่องทางหลายช่องทางซึ่งอาจซ้ำซ้อนกันได้ ดังนั้นการสื่อสารเชิงอวัจนะ (verbal Communication) และเชิงอวัจนะ(Non-verbal Communication) จะถูกใช้ร่วมกันในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างแยกกันไม่ออก(นิธนา เมลืองนนท์,2534)

Richard Kimbleby & Graeme Burton(1985) ได้แบ่งประเภทของอวัจนภาษาออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.ภาษาท่าทาง (Body Language) จากภาษาท่าทางทำให้ผู้ทำการสื่อสารสามารถรับทราบความรู้สึก ทศนคติและความตั้งใจของคู่สื่อสารได้ เช่น การแสดงสีหน้า การวางท่า ระยะห่างและการสัมผัส

2. ปรวิภาษา (Paralanguage) เช่น การเน้นน้ำเสียง การเว้นระยะห่างของคำพูดหรือ แม้แต่การกระแอมขณะพูด

3. เครื่องแต่งกาย (Dress) หมายความว่ารวมทั้งที่เป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับและการ แต่งตัว

ดังที่ได้กล่าวข้างต้นว่า ขณะที่ทำการสื่อสารทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารจะใช้ทั้งวจน ภาษา และอวัจนภาษาควบคู่กันไปอย่างแยกกันไม่ออก จึงพอจะกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ภาษาทั้งสองได้ดังนี้(ปรมะ สตะเวทิน,2529)

1. ใช้อวัจนภาษาเพื่อย้ำความให้หนักแน่นหรือเน้นความ
2. ใช้อวัจนภาษาเพื่อขยายความ
3. ใช้อวัจนภาษาเพื่อควบคุมการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างการสื่อสาร
4. ใช้อวัจนภาษาแทนวัจนภาษา
5. จากอวัจนภาษาสามารถเชื่อมโยงเพื่อรับทราบการป้อนกลับของการสื่อสารได้
6. ใช้วัจนภาษาขัดแย้งกับอวัจนภาษา ซึ่งในลักษณะเช่นนี้ผู้รับสารมีแนวโน้มจะเชื่อ ถือสารที่เป็นอวัจนภาษามากกว่า
7. อวัจนภาษาแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติ และวัฒนธรรมของผู้สื่อสาร
8. อวัจนภาษาอาจเกิดจากความตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจ

Richard L.Weaver(1984) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีองค์ประกอบที่ สำคัญคือ บุคคล ข่าวสาร และผลที่เกิดขึ้น โดยมีลักษณะสำคัญคือ 1) เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป แต่ต้องเป็นกลุ่มคนที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก 2) มักจะมีปฏิกริยาตอบ กลับเข้ามาในกระบวนการสื่อสาร 3) ไม่จำเป็นต้องเป็นการสื่อสารที่อยู่ต่อหน้ากัน 4) ไม่จำเป็นต้องเป็นการสื่อสารแบบจงใจ 5) มักก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เนื่องจากโอกาสที่สารจะ ไปถึงผู้รับสารมีมากกว่า ตรงกว่า เปิดโอกาสให้เข้าใจได้มาก เพราะมีโอกาสในการตอบโต้ระหว่าง ผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ทำให้การสื่อสารสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว 6) มักถูกรบกวนโดยองค์ ประกอบแวดล้อม เช่น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทางจิตวิทยา สังคมและวัฒนธรรม

Schramm(1960,อ้างใน อัญชลี รัชนกุล,2541) ได้อธิบายถึงการสื่อสารระหว่าง บุคคลสองคน โดยกล่าวว่าในการสื่อสารระหว่างคนสองคนนั้น มีการสื่อสารโต้ตอบกันกลับไป กลับมา กระบวนการตอบกลับ(Return Process)นี้ เรียกว่า การสื่อสารกลับ (Feedback)

ในการสื่อสารนั้นจะต้องอาศัยสื่อ(Channel) ในการส่งสารเราสามารถใช้อุปกรณ์ในการสื่อสารได้พร้อมๆ กันหลายสื่อในเวลาเดียวกัน สารแต่ละสารที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อแต่ละสื่อในเวลาเดียวกัน สามารถให้ความหมายแก่ผู้รับสารได้ทั้งนั้น เช่น ในขณะที่เราพูด(คลื่นเสียงและอากาศเป็นสื่อ) เราแสดงกิริยาอาการ(แสงเป็นสื่อ) ประกอบการพูด สารที่ส่งผ่านสื่อทั้งสองชนิดนี้ มีความหมายสำหรับผู้ฟังทั้งสิ้น

โดยปกติแล้วการสื่อสารของมนุษย์นั้น มักจะมีลักษณะเป็นการโต้ตอบกัน กล่าวคือ เมื่อมีผู้พูดก็มีผู้ฟัง ผู้ฟังรู้สึกอย่างไร ก็มีปฏิกิริยาตอบกลับมา ประมะ สตะเวทิน(2540) ได้ให้นิยามของการสื่อสารกลับว่า หมายถึง ปฏิกิริยา(Reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองต่อสารของผู้ส่งสาร ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สองประการ คือ

1. ทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่ เพียงใด ผู้รับสารตีความหมายตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจหรือไม่
2. ควบคุมพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับ เพื่อปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระ และวิธีการในการสื่อสารของตน

Berlo(1960,อ้างใน อัญชลี รัตนกุล,2541) ได้ชี้ให้เห็นว่าปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อสารของผู้ส่งสารนั้น แบ่งออกเป็นสองชนิด ตามลักษณะของผลที่เกิดจากการสื่อสาร

1. การสื่อสารกลับเชิงบวก (Positive Feedback) คือ การสื่อสารกลับทำให้ผู้ส่งสารพอใจในผลของการสื่อสาร เช่น เราทำการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อมวลชนไปแล้ว ปรากฏว่ามีผู้ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น เป็นต้น
2. การสื่อสารกลับเชิงลบ (Negative Feedback) คือ การสื่อสารกลับทำให้ผู้ส่งสารไม่พอใจในผลของการสื่อสาร เช่น เราชวนคนบางคนคุยด้วย แต่เขาไม่ยอมที่จะคุยกับเรา เป็นต้น

Paul Lazarsfeld & Herbert Manzel(1963) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ว่า

- 1) เป็นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง และส่วนตัว ทำให้ผู้พูด และผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น
- 2) เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (Face –to-Face Communication) ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้

3) เป็นการสื่อสารที่ส่งผลให้เห็นได้ทันที ซึ่งมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สำหรับเรื่องของ**ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล**นั้น Rogers and Shoemaker(1971, อ้างใน รูปนี้ สุวรรณฉัตรชัย,2542) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้ในระยะเวลานวดเร็ว และผู้ส่งสารสามารถเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือปรับปรุงตัวสารที่ส่งออกไปให้ตรงกับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ทันที ในขณะที่ผู้รับสารเองก็สามารถจะโต้ถาม ตอบกลับเพื่อแสดงความเข้าใจในสารนั้นๆ ได้ ระดับปฏิริยาตอบสนองที่สูงจะช่วยลดอุปสรรคในการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับ และเลือกจำสารได้ นอกจากนี้สื่อบุคคลยังสามารถจูงใจบุคคลให้สร้าง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเทียบกับสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นเพียงแหล่งความคิด แต่กิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์มักจะเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

ประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้จะเกิดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับลักษณะของการสื่อสารที่บุคคลเป็นผู้ปฏิบัติ โดยทั่วไปแล้วผู้ที่ทำการสื่อสารมักจะหวังว่า การสื่อสารของตนต้องประสบผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ด้วย อาทิเช่น วิธีการสื่อสารอย่างหนึ่งซึ่งอาจใช้ได้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมหนึ่ง แต่อาจไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมอีกที่หนึ่ง เป็นต้น ดังนั้นจึงควรมีการพิจารณาให้รอบคอบในการเลือกใช้วิธีการสื่อสารในแต่ละลักษณะให้ถูกต้อง(บุษบา สุธีกร,2531)

- การพัฒนาองค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

บุษบา สุธีกร (2531)กล่าวไว้ว่าหากต้องการพัฒนาให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพสูงขึ้นแล้ว ต้องพัฒนาองค์ประกอบทั้งสี่ประการต่อไปนี้คือผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เนื้อหาของสารและช่องทางการสื่อสาร

1.องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร อันได้แก่

1.1 การเปิดเผย (Openness) คือ ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสารกัน รวมทั้งบุคคลที่ทำการสื่อสารควรมีการแสดงปฏิริยาตอบสนองต่อข้อมูลที่อีกฝ่ายกำลังเผยแพร่ด้วยความจริงใจ นอกจากนี้บุคคลที่ทำการสื่อสารกัน ควรมีความรับผิดชอบในข้อมูลต่างๆ ที่ตนได้นำเสนอไปด้วย เพราะในบางครั้งเมื่อข่าวสารนั้นก่อให้เกิดผลขึ้นมา บุคคลผู้ทำการถ่ายทอดข้อมูลนั้นๆ ต้องเป็นผู้แสดงความรับผิดชอบ

1.2 การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) คือ ความรู้สึกเห็นอกเห็นใจผู้อื่น สามารถรับรู้ถึงความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้อื่นในสถานการณ์ต่างๆ ได้ราวกับเป็นคนๆ นั้น ซึ่งความสามารถนี้จะช่วยให้คู่สื่อสาร สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการสื่อสารของตนให้เป็นที่พอใจของกันและกัน อันจะส่งผลให้การสื่อสารดำเนินไปอย่างราบรื่น และช่วยให้บุคคลเหล่านั้นมีความต้องการที่จะสื่อสารมากขึ้น แต่ก็ควรระวังมิให้การแสดงความรู้สึกพร้อมมีมากเกินไป เพราะจะทำให้ดูเหมือนเป็นการแสดงออกโดยปราศจากความจริงใจ

1.3 มีทัศนคติในทางบวก (Positiveness) ต่อคู่สื่อสารหรือต่อสาร ซึ่งเมื่อมีความรู้สึกที่ดีเกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสารกันทั้งสองฝ่ายแล้ว จะส่งผลให้การสื่อสารระหว่างกันมีมากขึ้น เนื่องจากต่างฝ่ายต่างก็มีความต้องการที่จะสื่อสารกันมากขึ้นตามไปด้วย

1.4 ความเท่าเทียมกัน (Equality) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึง คู่สื่อสารควรเป็นผู้พูดที่ดีพอๆ กับการเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะต่างฝ่ายต่างต้องทำหน้าที่ในการรับ และส่งข้อมูลข่าวสารของกันและกันอย่างเป็นสัดส่วน

1.5 การให้การสนับสนุนหรือคล้อยตาม (Supportiveness) คู่สื่อสารจะสื่อสารกันได้ดี ต่อเมื่อเกิดความรู้สึกว่าไม่ได้เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน หมายความว่า การสื่อสารจะล้มเหลว หากฝ่ายหนึ่งแสดงพฤติกรรมคัดค้าน และได้แย้งกับคู่สื่อสารตลอดเวลา การสื่อสารที่ดีจึงควรเปิดโอกาสให้คู่สื่อสารได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี และหลีกเลี่ยงการขัดแย้งโดยไม่จำเป็นหรือหากจำเป็นก็ควรใช้วิธีนุ่มนวลที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็คือ ความเหมือนกันทางด้านพื้นฐาน (Homophily) ซึ่งหมายถึงความเหมือนกันระหว่างคู่สื่อสารเกี่ยวกับลักษณะต่างๆ เช่น การสื่อสารด้วยภาษาที่เหมือนกันหรือภาษาเดียวกัน จะทำให้เกิดความเข้าใจกันได้มากกว่า เป็นต้น

2 องค์ประกอบเกี่ยวกับเนื้อหาและการนำเสนอสาร

เป้าหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลคือ ความเข้าใจสารที่ตรงกันของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สารที่ส่งออกไปนั้นจึงควรมีลักษณะดังนี้คือ

2.1 ใช้ภาษาพูด หรือภาษาเขียนให้ถูกต้องตามหลักภาษา หลักไวยากรณ์ ไม่ใช้ศัพท์เทคนิค หรือใช้ประโยคข้อความที่ซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ

2.2 ข้อความเนื้อหาของสารต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้

2.3 ถ้าเป็นการถ่ายทอดสารด้วยคำพูด ควรพยายามปรับปรุงทั้งด้านคุณภาพของเสียง และน้ำเสียงที่เหมาะสม กล่าวคือ เสียงทุ้ม นุ่มนวลไพเราะ ไม่แข็งกระด้าง หรือแหบแห้ง มีความเร็วช้าเหมาะสมกับผู้รับสารด้วย

2.4 อวัจนสารที่แสดงออกในการสื่อความหมาย ต้องไม่ขัดกับวัจนภาษาที่กล่าวออกไป เพราะคนเรามีแนวโน้มที่จะเชื่อในอวัจนสารมากกว่าวัจนสาร

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร

การสื่อสารระหว่างบุคคล มักต้องอาศัยการรับรู้ของคู่สื่อสารผ่านทางประสาทสัมผัส ซึ่งทำให้คู่สื่อสารมองเห็น และได้ยินซึ่งกันและกัน ประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคล จึงขึ้นอยู่กับ การเสริมสร้างความพร้อมสมบูรณ์ของร่างกาย และประสาทสัมผัสดังกล่าวของคู่สื่อสารด้วย

สำหรับการปรับตัวเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้มีประสิทธิภาพนั้น ต้องอาศัยปัจจัยมากมายหลายประการ เนื่องจากแต่ละบุคคลมีการรับรู้ และตีความหมายแตกต่างกัน ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญประการแรก คือ การวิเคราะห์ผู้รับสารในแง่ต่างๆ ดังนี้ (เมตตา กฤตวิทย์, 2532)

1. ลักษณะทางกายภาพ เช่น มีความสมบูรณ์ทางร่างกาย หรือสามารถรับรู้ผ่านประสาทการรับรู้ทั้ง 5 ได้หรือไม่
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ บทบาทและสถานภาพ
3. ลักษณะทางจิตวิทยา เช่น ความต้องการ ทศนคติ และอารมณ์
4. ลักษณะบุคลิกนิสัย เช่น เป็นคนมีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นคนใจกว้างยอมรับฟังความคิดของผู้อื่น เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญประการต่อมา คือ การตั้งใจฟัง และการสนใจปฏิริยาตอบสนองของกันและกัน การสนใจฟังให้ประโยชน์หลายประการ กล่าวคือ

1. สามารถเข้าถึงความรู้สึก และความต้องการของอีกฝ่ายได้
2. เป็นการสนับสนุนการเตรียมคำพูดใหม่ และข้อมูลที่จะได้ตอบ ซึ่งก่อให้เกิดความต่อเนื่อง
3. ทำให้ผู้ที่เราสื่อสารด้วยเกิดกำลังใจ และรู้สึกที่เราสนใจและให้เกียรติ

4. สามารถรับรู้ปฏิกิริยาตอบสนองของผู้อื่น ซึ่งช่วยให้เข้าใจการตีความหมาย และการรับรู้ของอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นการตรวจสอบหรือประเมินว่าเข้าใจตรงกันหรือไม่ มีช่องว่างของความเข้าใจผิดหรือไม่ หรือตอบสนองไปในทิศทางที่ต้องการหรือไม่

5. สามารถปรับตัวให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้สื่อสารจะต้องสนใจปฏิกิริยาตอบสนองของอีกฝ่ายหนึ่ง และสนใจฟัง เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันให้มากที่สุด นอกจากนี้การรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ยังช่วยให้เราเข้าใจถึงความคิดและความรู้สึกของผู้อื่น ซึ่งเป็นการปรับตัวเราเข้าหาผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะพิเศษกว่า การสื่อสารประเภทอื่นๆ ในประเด็นที่ว่ามีลักษณะเฉพาะตัว โดยการส่ง และรับสารกันอยู่ระหว่างบุคคลสองคน คนอื่นไม่ค่อยมีโอกาสอย่างเป็นทางการในการรับรู้ร่วมรู้ด้วย(แมนมาส ชาวลิต,2532 อ้างใน บุศรินทร์ หนุณภักดี,2534) สามารถสังเกตน้ำเสียง สีหน้าท่าทาง อากัปกริยาตอบสนองที่มีต่อกันได้ทันที รวมทั้งสามารถซักถามข้อสงสัยในเนื้อหาของเรื่องที่เจรจากัน พร้อมทั้งรับรู้ความรู้สึกของกันและกันได้ ทั้งนี้ Everett M.Rogers(1961,อ้างใน บุศรินทร์ หนุณภักดี,2534) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่ายนั้นจะสร้างความพึงพอใจระหว่างบุคคลให้เกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันดังนี้

1. มีการพบปะกัน
2. มีการพูดคุยกันต่อหน้า
3. มีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร และมีการรับรู้เรื่องราวซึ่งกันและกัน ตลอดจนมองกันในแง่ดี มีความจริงใจ และมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

ในงานวิจัยนี้ เรื่องของการพัฒนาองค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพดังกล่าว นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับสำนักงานเขต อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของประชาชนต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครที่มีมากยิ่งขึ้น

สื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียว หรือกลุ่มบุคคล สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว ตัวอย่างสื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อมวลชน

ในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ คือ(ปรมะ สตะเวทิน,2538)

1. กลุ่มรับสาร จะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จัก หรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio- Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

Roger and Shoemaker(1971) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนว่า หมายถึง สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

● คุณลักษณะของสื่อมวลชน

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก เป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี ไม่ได้อาศัยขีดความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจายกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน

2. สามารถสื่อสารกับคนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว ใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี เช่น การรายงานข่าวสดทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

3. บรรจุนี้อาหาหลากหลาย เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างทั้งในด้านลักษณะทางประชากร และสถานที่ สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการสนองผู้รับสารให้ได้พร้อมกัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งข่าวความรู้ และความคิดเห็น ความบันเทิง และโฆษณา

4. นำสารไปประสาทสัมผัสของผู้รับสารได้จำกัด ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสารซึ่งอยู่ห่างไกลกัน ผู้รับสารจะสามารถรับสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลได้เพียง 2 ทาง คือ การเห็น และการได้ยิน หากแบ่งสื่อมวลชนออกตามลักษณะการรับสารของผู้รับสาร อาจแบ่งได้เป็น

- 4.1 สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร
- 4.2 สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง
- 4.3 สื่อที่รับได้ด้วยการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์ และวิทยุโทรทัศน์
5. ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด แม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากความห่างไกล ผู้สื่อสารและผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่ง และรับสาร โอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับหรือทราบการสื่อสารกลับ (Feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่อย่างจำกัด กล่าวคือมีน้อยกว่าสื่อบุคคลและเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback)
6. เป็นการสื่อสารทางเดียว จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับจึงทำให้การสื่อสารมวลชนที่ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการสื่อสาร มีลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) มากกว่าลักษณะของการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้สื่อบุคคล ซึ่งการรับทราบการสื่อสารกลับเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีมาก
7. ความถูกต้องของสารมีมาก เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่ถูกบรรจุในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสาร จึงเป็นเนื้อหาเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใครและอยู่ที่ใด ดังนั้นความถูกต้องของสารจึงมีมาก
8. ไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน สื่อมวลชนจึงไม่สามารถที่จะเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ โดยเฉพาะ
9. ประสิทธิผลของการสื่อสารมีอยู่จำกัด เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกัน ผู้รับสารมีจำนวนมาก และการไม่สามารถเลือกรับสารได้ ดังนั้นการจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจ และถูกใจของผู้รับสารทุกคนจึงย่อมเป็นไปไม่ได้
10. การไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสาร ในการรับสารนั้นผู้รับสารจะทำการเลือกโดยการเลือกใช้สื่อ การเลือกให้ความสนใจในเนื้อหาของสื่อ การเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อ และการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อ ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อมวลชนก็ได้ ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้ และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนได้
11. ให้ข่าวสารและความรู้ มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร จากการที่ผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อมวลชนได้ และการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารก็เป็นการใช้ตามความต้องการ รสนิยม และทัศนคติเดิมของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริม

สนับสนุนทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร มากกว่าที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ถูกส่งใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะจึงเรียกว่าเป็นสื่อเฉพาะกิจ

สมควร กวียะ(2532) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า หมายถึง สื่อที่สร้างขึ้นหรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์การใดองค์การหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสาร หรือประชาสัมพันธ์ขององค์การนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อใช้ประโยชน์เป็นเรื่องๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไป จึงมีกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันเป็นประโยชน์เฉพาะแก่ประชาชนกลุ่มนั้นๆ นอกจากนี้การผลิตและการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นไปอย่างง่าย

- ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้ และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย(Target Audience)ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์(Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ และป้ายประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ การจัดนิทรรศการ การฝึกอบรม และการสาธิตก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมใหม่ๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ (Adams,1971)

De Fleur (1970) ได้รวบรวมแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในทฤษฎีสื่อสารมวลชน โดยการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรกซ้อนระหว่างสื่อ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นกับการตอบสนอง โดยแยกเป็นทฤษฎีต่างๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของเอกบุคคล(The Individual theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความแตกต่างของมนุษย์ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล การที่มนุษย์มีการเรียนรู้ต่างกัน มีสภาพแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกันเป็นผลให้เกิดรูปแบบของทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ประกอบกันเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ลักษณะโครงสร้างทางบุคลิกภาพเหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมการเรียนรู้ หรือ การเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารต่างๆ แตกต่างกัน

2. ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (The Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงสังคม ซึ่งประกอบด้วยบุคคลต่างๆ ที่รวมตัวกันเป็นกลุ่ม และมีความแตกต่างกัน โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการที่เหมือนกัน เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม มารวมบุคคลเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน โดยถือว่าตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และในทำนองเดียวกัน ตัวแปรเหล่านี้ก็จะเป็นตัวแปรแทรกซ้อนระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคล้ายๆ กันและขณะเดียวกันก็จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารคล้ายกันด้วย

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ มีบทบาทสำคัญต่อการกระทำของบุคคล

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม (The Culturel Norms Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าพฤติกรรมของบุคคลอาจเกิดโดยขึ้นอยู่กับบรรทัดฐาน และเหตุการณ์แวดล้อมในสังคม เพราะโดยปกติแล้ว บุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งสื่อมวลชนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมของบุคคล 3 ทาง คือ

4.1 เนื้อหาของสื่อมวลชน สามารถย้ำแบบอย่างต่อความเป็นอยู่ที่จะทำให้คนเชื่อว่าแบบอย่างต่างๆ ในสังคมจะถูกดำรงไว้ต่อไป หากบุคคลในสังคมส่งเสริมสนับสนุน

2.2 สื่อมวลชนสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในสังคม

4.3 สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำรงชีวิต และพฤติกรรมจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งได้ โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ แต่ต้องใช้ระยะเวลาเปลี่ยนแปลง

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์(Image) เดิมใช้คำว่า"จินตภาพ" หรือ "จินตนาภาพ" แต่ไม่ได้รับความนิยม จนกระทั่งเมื่อปีพ.ศ. 2519 พลตรีพระวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ จึงได้ประทานเสนอให้ใช้คำว่า "ภาพลักษณ์" แทน แต่ก็ยังได้รับความนิยมน้อย เพราะได้มีผู้ใช้คำว่า"ภาพพจน์" กันอย่างแพร่หลายในความหมายของคำว่า "Image" (ศศิพรรณ บิลมาโนช,2538) ทั้งที่แท้จริงแล้ว "ภาพพจน์" เป็นคำภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Figure of Speech" ซึ่งหมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหาร ทำให้นึกเห็นภาพ ดังนั้นตามความหมายที่ถูกต้องแล้ว ควรใช้คำว่า "ภาพลักษณ์" เพราะจะตรงกับความหมายของคำว่า "Image" ในภาษาอังกฤษมากกว่าคำว่า"ภาพพจน์" (ดวงพร คำบุญวัฒน์และวาสนา จันทร์สว่าง,2536) ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเลือกใช้คำว่า "ภาพลักษณ์" ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

สำหรับความหมายของคำว่า "ภาพลักษณ์" ได้มีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้มากมาย เช่น Claude Robinson and Water Barlow(1959) ให้คำจำกัดความว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล ที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน และภาพในใจนั้นๆ อาจจะได้มาจากประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์โดยอ้อม

Frank Jefkins(1982) มองว่าภาพลักษณ์นั้น เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งได้มาจากการได้มีความรู้ และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ

Patricia M.Anderson and Leonard G.Rubin(1986) ได้กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเหมือนคน ซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

มานิต รัตนสุวรรณ(2520) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

Philip Lesly (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล,2538) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ว่าเป็นความประทับใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากผลกระทบบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้นๆ

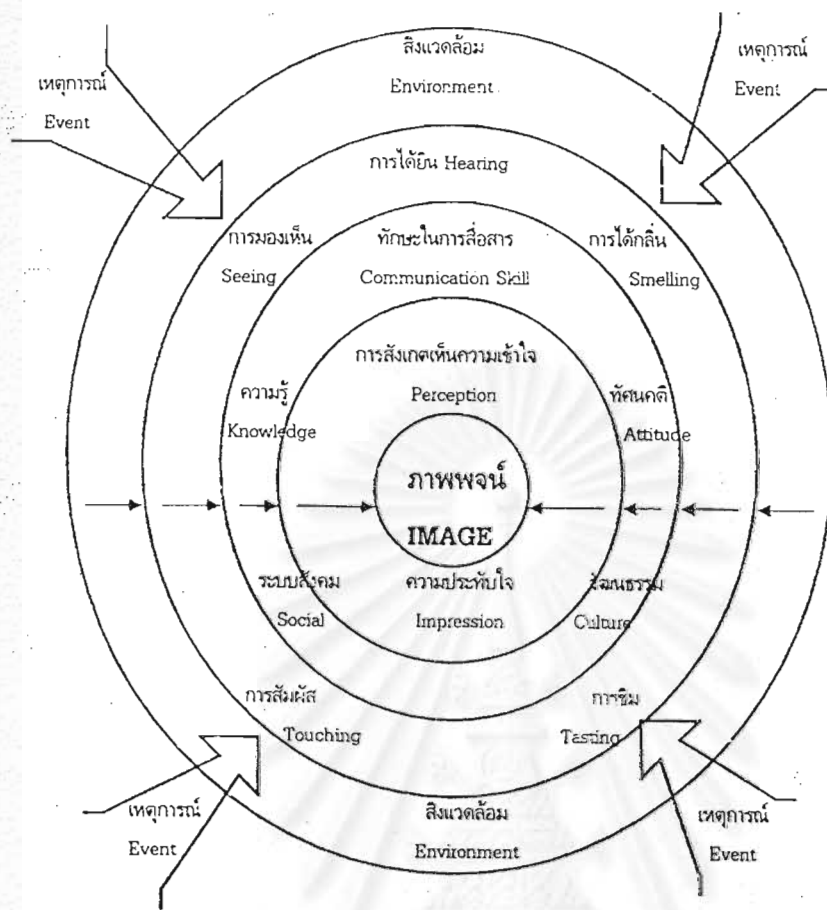
Kenneth E. Boulding(1975)ได้อธิบายเกี่ยวกับเรื่องของภาพลักษณ์ว่าเป็นกระบวนการของความคิดจิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราต่อสิ่งต่างๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งโดยตรงและอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้เชิงอัตวิสัย(Subjective Knowledge) ที่บุคคลนำมาใช้ช่วยในการตีความ และให้ความหมายแก่โลกรอบๆ ตัว ซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้ ถือเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้

ภาพลักษณ์ จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัว ซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยิน และได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่นๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ ต้องอาศัยการตีความ และให้ความหมายสำหรับตนเอง(Make Sense)ด้วย ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (Subjective Representation)หรือความประทับใจ ภาพปรากฏ(Appearance) ความคล้ายคลึง หรือเป็นการแทนความหมายของการรับรู้(Perception) ตีความกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร และให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ นี่คือกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมีความหมายสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

- กระบวนการเกิดภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค ในแง่ที่เป็นปัจจัยบุคคลสรุปองค์ประกอบและขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์ตามลำดับได้ดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร,2537)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพกระบวนการเกิดภาพลักษณ์

องค์ประกอบข้างต้นก่อให้เกิดภาพลักษณ์ซึ่งอาจผันแปรเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หากได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เพิ่มเติมอีก

โบลด์กล่าวว่าองค์ประกอบของภาพลักษณ์นั้นอาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงแล้วองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ได้อย่างเด็ดขาด ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่คุณคนจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่น่าสนใจไปสูการรับรู้(Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ในตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภทคุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับ หรือไม่ยอมรับ ชอบ หรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้ และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้ จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา ภาพลักษณ์ได้ถูกพัฒนา และก่อรูปขึ้นมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีตทั้งหมดของผู้ที่เป็นเจ้าของภาพลักษณ์นั้น ซึ่งแต่ละส่วนของภาพลักษณ์ ก็คือประวัติศาสตร์ของภาพลักษณ์

การเกิดของภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของ Boulding จึงมุ่งพิจารณาในสาระของลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์ หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่างๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรง หรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชน และสื่ออื่นๆ ในรูปต่างๆ จากข้อมูลที่ได้ หรือจากการสังเกตที่ผ่านเข้ามาโดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ที่มีการแยกแยะลักษณะ ประเภท และความแตกต่างของสิ่งต่างๆ นั้น เป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นจากการตีความ และให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ถูกสังเกต ความรู้ที่สร้างมาเองได้ไปเกี่ยวพันกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทักษะคิด ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้นๆ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับ หรือไม่ยอมรับ ชอบ หรือไม่ชอบ และความรู้สึกนี้อาจจะไม่แสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออก และเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย

เมื่อภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้ว ได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ อาจมีสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งใน 3 ประการต่อไปนี้จะเกิดขึ้นได้ คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิมไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม จะสามารถเรียกกร้องความสนใจ ทำให้เกิดการประเมินคุณค่า และอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีที่บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

โครงสร้างของความรู้ของแต่ละคน หรือภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วยข้อเท็จจริง (Fact) เท่านั้น แต่ยังประกอบด้วยจินตนาการอีกด้วย และหากสารนั้นเข้ากันได้ หรือเสริมกับภาพลักษณ์เดิมของปัจเจกบุคคล อาจจะทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยก็ได้ ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของข้อมูลใหม่ที่ผู้รับสารได้รับ

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้ว ภาพลักษณ์นี้ก็ย่อมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภค และสาธารณชนให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ อาจต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยาก แต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคล เพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเขานั้น ข้อมูลอาจจะถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวไปขัดแย้งกับความคิดเห็นตามความเชื่อเดิม ทศนคติ หรือค่านิยมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้นอาจจะถูกคิดว่าผิด หรือเป็นการบิดเบือนได้ ดังนั้นถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่การเปลี่ยนแปลงก็กระทำได้ยาก

อีกแนวคิดหนึ่งเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ Daniel J.Boorstin(1973) คือ แนวคิดที่ว่าภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุการณ์เทียม (Psuedo-Events) ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เป็นการสร้างจากองค์ประกอบต่างๆ ที่มองเห็นได้ชัด เข้าใจได้ง่าย และสามารถเข้าใจได้หลายความหมาย และมีความน่าเชื่อถือด้วย ภาพลักษณ์ตามแนวคิดของ Boorstin อาจกล่าวได้เป็น 6 ลักษณะคือ

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการวางแผนที่ประกอบกันขึ้น เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้ เช่น วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงเกิดจากการวางแผนประชาสัมพันธ์ การกำหนดกระบวนการ และกลยุทธ์ต่างๆ เป็นอย่างดี

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้(An image is believable) ในการสร้างภาพลักษณ์ สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ ความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ แม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นมา แต่ก็ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง (An image is passive) ภาพลักษณ์ต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์จะไม่ใช่ความเป็นจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน (An image is vivid and concrete) ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นเป็นรูปธรรมด้วยการสร้างสรรค์จากนามธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนอง ดึงดูดใจ และความรู้สึกทางอารมณ์

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่าย (An image is simplified) ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจนง่ายต่อการเข้าใจ และจดจำ มีความแตกต่าง แต่ก็สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามต้องการ

6. ภาพลักษณ์มีความหมายหลายแง่มุม (An image is ambiguous) ภาพลักษณ์ในบางครั้งอาจเป็นสิ่งที่ดูเหมือนกำกวม มีลักษณะที่กำกึ่งระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริงมาบรรจบกัน

จากการให้ความหมายข้างต้นจะพบว่า ภาพลักษณ์นั้นอาจเป็นภาพที่เกิดขึ้นด้วยความประทับใจ หรือการรับรู้ หรือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจจากการมีความรู้ในอดีต ซึ่งผันแปรไปตามมุมมองของนักวิชาการทั้งหลาย อย่างไรก็ตามถ้าจะมองให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ประจวบ อินฮ็อด (2537) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์คือ

1. พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม
2. เจตคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบัน หรือเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเป็นกรณีหรือบุคคลหรือสถาบันใดก็ได้
3. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณี หรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของคนที่มีอยู่
4. สิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณี หรือบุคคล หรือสถาบัน
5. คุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคล หรือกรณีเรื่องราวใดใด

กล่าวได้ว่า“ภาพลักษณ์” เป็นภาพประทับใจที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล องค์กร หรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้กับสถาบันทุก แห่ง เพียงแต่จะเลือนลาง หรือชัดเจน เป็นภาพที่ดีหรือเลวเท่านั้น(ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร,2537) ภาพลักษณ์ขององค์กรสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ จึงมีความจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร หรือ สถาบัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร เป็นที่ยอมรับ และสนับสนุนของประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป รวมทั้งส่งผลถึงความคงทนถาวรขององค์กรหรือสถาบันในอนาคต ด้วย

- ประเภทของภาพลักษณ์

พงษ์เทพ วรภิโฆศาทรได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่า บุคคลในสังคมนั้นมาจาก“ร้อยพ่อพันแม่” คือมาจากแหล่งต่างๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทาง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และอื่นๆที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้ และประสบการณ์ต่อองค์กร ต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่าสมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิ่งไปกว่านั้นในตัวบุคคลหนึ่งอาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวก(ต่อเรื่องหนึ่ง) และภาพลักษณ์ใน ทางลบ(อีกเรื่องหนึ่ง)ได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ในปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงใน ปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบ หรือบวกก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติ หรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการ ก็อาจนำไป พิจารณาตัดลบล้างต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) ก็เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจก เขาก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจมองว่าสวย สง่างามดี หรือตรงกับ ลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเขา ในกรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำสิ่ง ต่าง ๆดีแล้ว ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็น เช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารและ/หรือ พนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบ

ต่อสังคม เป็นองค์การที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น การกำหนดความปรารถนา เปรียบเสมือน การกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้นๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) หมายถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริง และการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชน และสื่อที่เราควบคุมได้ สภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุม และอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ดังนั้นภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตน และตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งมากเกินไปจนความเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) และ/หรือกระบวนการสื่อสาร และ/หรือการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่งเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นจะต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้ คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่จะต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) สินค้า หรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์การ สินค้า หรือบริการบางอย่างอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี เช่น บุหรี่ หรือสถานอาบอบนวด แต่สินค้า หรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม เช่น ยาสีฟัน หรือโรงพยาบาล เมื่อสินค้า/บริการที่องค์การมีไม่ว่าจะมีภาพลักษณ์เชิงลบหรือเชิงบวกหรือกลางๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ภาพลักษณ์ขององค์การจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์สินค้าก็มีความเกี่ยวพันอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่เป็นกรณีของ"ตราสินค้า" หรือ "Logo" หรือ "สัญลักษณ์" เช่น ตราสัญลักษณ์ดอกบัวคู่ เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์การ (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การใดองค์การหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์การ โดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหาร บริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ การมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์การข้างต้น เพียงแต่มองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคงเจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาดหรือตราสินค้าอะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาภาพลักษณ์โดยประยุกต์หลักขององค์การเข้ามา กล่าวคือ เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของ ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร

- การเกิดภาพลักษณ์

พรทิพย์ วรวิจิโกคาทร(2537) ได้กล่าวว่าเมื่อบุคคลได้รับเหตุการณ์จากภายนอก มายังตัวเองแล้วนั้น เหตุการณ์ยังไม่สามารถสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่กลับต้องมีขั้นตอนซึ่งพอ จัดแบ่งได้ดังนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Events and Environment)

คนเราเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมจะมีเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษาและอื่นๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์ หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าในด้านดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้น จากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์และอยู่โดยรอบตัวเรา กลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความ สมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel)

ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้ามาสู่เราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมีประสิทธิภาพทางด้านารรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุปได้ว่า ช่องทางการสื่อสาร จะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ"ข่าวสาร" และตัว"สื่อ" ย่อมมีความสำคัญที่สุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements)

เกี่ยวกับคุณภาพ และประสิทธิภาพของการสื่อสารโดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสาร นั้น Berlo ได้กล่าวว่าองค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคล คือ ทักษะการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร

จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบ หรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ ดังนั้นถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม จะมีความหมายอะไรหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบเหล่านี้

4. การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression)

ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันทีเมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อนโดย"การรับรู้" ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน "ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น" (หรือเรียกว่าเป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคลก็ได้) ส่วน"ความประทับใจ" มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่งโดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพ และปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก (ไม่ว่าจะบวกหรือลบ) ก็มีความทรงจำ จดจำได้มาก และนาน และเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณ์อะไรขึ้นได้แล้วจะเป็นภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

● การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง(2536) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ แม้จะอาศัยระยะเวลาที่ยาวนาน และต่อเนื่อง แต่ให้ผลที่คุ้มค่า ภาพลักษณ์นั้นจะปล่อยให้เกิดขึ้นตามธรรมชาติไม่ได้ เพราะจะไม่เป็นไปตามที่ต้องการ หรือผิดพลาดจากความเป็นจริง ฉะนั้นเราต้องสร้างกลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี คือ การประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่มีสาระเป็นความจริง และพัฒนาอยู่เสมอ ภาพลักษณ์ที่สร้างสรรค์ประกอบด้วย การสร้าง ,การส่งเสริมการป้องกัน ,และการแก้ไข ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ โดยวางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่จะสร้าง โดยสำรวจภาพลักษณ์เดิมว่ามีหรือไม่ อย่างไรก็ตามกลุ่มเป้าหมาย คำนึงจุดเด่นขององค์การเพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งต้องเป็นที่รับรู้ เข้าใจ และยอมรับของบุคลากรในองค์การ แล้วใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ผสมผสานกับวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การโฆษณาองค์การหรือสถาบัน) เพราะการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ถ้านำมารวมกันต่างก็จะมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การส่งเสริม ป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลาตามสภาพของเหตุการณ์ และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในสังคมที่มีเทคโนโลยีทางการสื่อสารก้าวหน้า ตลอดจนมีการสื่อสารมวลชนที่กว้างขวางครอบคลุมอย่างทั่วถึง ฉะนั้นการส่งเสริมป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งดำเนินการได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก หรือวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกัน

3. การแก้ไขภาพลักษณ์ หมายถึง การแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบในวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาด การนัดหยุดงาน ขาวลือ อุบัติเหตุ หรือการบ่อนทำลาย ซึ่งจะต้องดำเนินการแก้ไขด้วยการบริหาร และการประชาสัมพันธ์ยามวิกฤต โดยต้องวางแผนป้องกันและเตรียมพร้อมเสมอ เช่น ด้านบุคลากรภายใน จะต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานขององค์การ ให้ข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา อย่างต่อเนื่อง เพื่อทุกคนจะได้เป็นแกนนำในการให้ข้อเท็จจริง และสร้างความเข้าใจกับบุคคลภายนอก การแก้ไขปัญหาลักษณ์ในวิกฤตการณ์นี้ควรดำเนินการโดยเร่งด่วน ฉับพลัน ระดมทรัพยากรมาใช้ให้มากที่สุด ทั้งทรัพยากรบุคคลภายใน ภายนอก และการใช้สื่อต่างๆ

เมื่อภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์การ การศึกษาเพื่อวัด หรือประเมินภาพลักษณ์ขององค์การย่อมเป็นสิ่งจำเป็นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์ของผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์การต่างๆ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยรวมขององค์การ ซึ่งในที่นี้คือ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบว่าประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องภาพลักษณ์ดังกล่าวอย่างไร จะได้เป็นข้อมูลในการนำไปปรับปรุงแก้ไข หรือส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนั้นไว้ให้ยืนยาวต่อไป

- ภาพลักษณ์ขององค์การ

ภาพลักษณ์ที่บุคคล หรือประชาชนมีต่อองค์การจะเป็นเช่นไรนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับด้วย เพราะสิ่งเหล่านี้ย่อมก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจเป็นความประทับใจที่ดี หรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรม หรือการกระทำขององค์การ และนอกจากจะเป็นเรื่องของพฤติกรรม หรือการกระทำขององค์การแล้ว ยังต้องอาศัยการให้ข่าวสารความรู้ และประสบการณ์อย่างเพียงพอแก่ประชาชนด้วย(Irving Smith,1965) เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ คือ สามารถเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นไม่ดี หรือเปลี่ยนจากไม่ดีเป็นดี เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้

อำนาจ วีรวรรณ(2533) ให้ทัศนะว่าเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ก็คือ วิธีการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ที่ปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจทำให้ได้ภาพลักษณ์ที่ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นระบบ และอาจผิดพลาด ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงจำเป็นต้องมีการบริหาร ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ก็คือ การประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจอันเนื่องมาจากการประทับใจ และเกิดความทรงจำ(ทั้งบวกและ/หรือลบ)ในข่าวสาร โดยได้มีการสะสม และพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่พบเห็นหรือไปมีส่วนร่วม โดยภาพลักษณ์นี้สามารถเกิดได้ 2 วิธี (พงษ์เทพ วรภิภาคาทร,2537)

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติปราศจากการปรุงแต่ง ดังนั้นภาพขององค์กรหนึ่งจะเป็นเช่นไรก็ได้ตามที่บุคคลนั้นไปพบเห็นมา ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์ที่ดี หรือเลวก็ได้แล้วแต่ประสบการณ์
2. เกิดจากการปรุงแต่ง โดยที่มีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หรือถ้าเกิดเหตุการณ์อะไรไม่ดี ก็จะมีการสร้างเหตุการณ์บางอย่างมาลบล้างหรือเป็นการแก้ไขข้อเท็จจริง ปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์

แต่ไม่ว่าภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นจากการปรุงแต่งก็ตาม ภาพลักษณ์ขององค์กรแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ (อำนาจ วีรวรรณ,2533)

1. ส่วนที่เป็นกิจกรรม คือ ส่วนที่ไม่มีชีวิตจิตใจขององค์กร ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับการประกอบการต่างๆ ที่ไม่เกี่ยวกับบุคคล ยกตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ในลักษณะของความมั่นคงของกิจการ บริวาร และเทคโนโลยีสมัยใหม่ อันแสดงถึงความก้าวหน้าทันสมัยขององค์กร ในขณะที่ระบบการจัดการ เป็นต้นว่า การวางแผนงาน การตั้งเป้าหมาย และการประเมินผล ล้วนเป็นงานที่เสริมให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้น

2. ส่วนที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคล หมายถึงส่วนที่ทำให้องค์กรมีชีวิตจิตใจนั่นเอง ถ้าจะเปรียบกับคน ส่วนที่หนึ่งก็เปรียบเสมือนกับร่างกาย ซึ่งประกอบด้วยอวัยวะ 32 ประการ ส่วนที่สองคือส่วนที่เป็นจิตใจ ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมสั่งการให้ส่วนที่หนึ่งคือร่างกายแสดงพฤติกรรมออกมา

ส่วนที่เป็นกิจกรรม เป็นส่วนที่อาจมีภาพลักษณ์เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรืออาจปรุงแต่งให้ชัดเจนขึ้นได้ง่าย ขึ้นอยู่กับการบงการของส่วนที่สอง คือ คน ซึ่งเป็นผู้ปรุงแต่งหรือผู้กำกับ

น้ำหนักของความสำคัญที่จะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรออกมาเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับส่วนที่เป็นตัวบุคคล เพราะนอกจากคนจะเป็นตัวกำหนดบทบาทขององค์กรในส่วนที่เป็นกิจกรรมให้แสดงภาพลักษณ์ออกมาได้แล้ว ข้อเท็จจริงประการหนึ่งก็คือ บุคลิกของผู้บริหาร

ระดับสูงจะถูกมองว่าเป็นบุคลิก หรือภาพลักษณ์ขององค์การอีกด้วย โดยเฉพาะสำหรับองค์การขนาดใหญ่

ในเวลาเดียวกันไม่ได้หมายความว่า บุคลิกของพนักงานทุกคนในองค์การจะไม่ได้เป็นตัวแทนของภาพลักษณ์ด้วย แต่เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงเป็นที่รู้จักในวงสังคมมากกว่า และมีข่าวคราวออกไปมากกว่า สังคมจึงให้ความสนใจมากกว่าพนักงาน ดังนั้นการวางตัวของบุคคลจึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อภาพลักษณ์ขององค์การ ซึ่งในที่นี้หมายถึง การติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตที่มีต่อประชาชน อันเป็นภาพลักษณ์ของบุคคลนั้นย่อมมีผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตโดยรวมด้วย

- ความสำคัญของภาพลักษณ์

เป็นที่ยอมรับกันว่าการอยู่รอดของการดำเนินกิจการของหน่วยงานทุกหน่วย ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์มิใช่น้อย หากหน่วยงาน หรือองค์การ สถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความไว้วางใจ และให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้นๆ ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงาน และความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ มีชื่อเสียงเลื่อมเสีย ประชาชนก็จะไม่ไว้วางใจ ไม่เชื่อถือ เกิดความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังหน่วยงานนั้นไปในที่สุด ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ หน่วยงานหรือองค์การนั้นๆ ย่อมประสบอุปสรรคนานาชนิดในการปฏิบัติงาน และถ้าหากปล่อยทิ้งไว้ไม่มีการแก้ไข หน่วยงานนั้นๆ ก็จะไม่สามารถอยู่รอดได้ ต้องล้มเลิกกิจการไปในที่สุด

ดังนั้นหน่วยงาน หรือองค์การ สถาบันต่างๆ จึงพยายามแข่งขันกันในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานของตน Bernays(1961) กล่าวว่าหน่วยงาน หรือองค์การใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ที่เป็นในทางที่เลื่อมเสียแล้ว หน่วยงาน หรือองค์การนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชัง รวมทั้งไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน ในทางตรงกันข้ามหน่วยงาน หรือองค์การใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมสวยสดงดงาม เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ

ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์การ หรือสถาบันในสังคม ทั้งที่เป็นหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน ทางด้านช่วยเสริมสร้างความสำเร็จให้เกิดแก่กิจการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี หรืออาจจะดีกว่าที่เป็นอยู่เดิม เนื่องจากได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจ ปราศจากความเคลือบแคลงสงสัย รวมทั้งมีความประทับใจเกิดขึ้นในจิตใจของกลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ ที่ต้องปฏิบัติงานในการติดต่อสื่อสาร และให้บริการแก่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครโดยตรง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างเสริม และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เกิดขึ้นในสายตาของประชาชน

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Gordon W. Allport(1967) กล่าวถึงทัศนคติว่า หมายถึง สภาพความพร้อมทางจิต และประสาทที่ก่อตัวมาจากประสบการณ์ ซึ่งอาจแสดงผลออกมาโดยตรง หรือมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

Fishbein(1967) ได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า เป็นความโน้มเอียงซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ ที่แสดงตอบสนองใดสิ่งหนึ่งในทางสนับสนุน หรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนพฤติกรรม และเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคล

Norman L. Mun(1971) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดใด ในทางที่ยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

ทัศนคติ เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิด และรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคติมีรากฐานมาจากความเชื่อ ที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบ หรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

- องค์ประกอบของทัศนคติ

Zimbardo และ Absen (อ้างถึงในอัจฉรวมณี สามิภักดิ์,2539) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) คือส่วนที่ประกอบเป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่าการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้

- การเกิดทัศนคติ

Rensis Likert (1932) ได้ศึกษาถึงการเกิดทัศนคติของบุคคล โดยได้ข้อสรุปว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ (Learning) การรับรู้ (Perception) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และส่วนสำคัญที่สามารถทำให้คนเกิดทัศนคติมีดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดี หรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบุคคลอื่นได้ เช่น เด็กได้รับการอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่ถึงการกระทำสิ่งต่างๆ ว่าดี หรือไม่ดี เด็กก็จะจดจำ และมีทัศนคติต่อการกระทำนั้นๆ ตามที่ได้รับรู้รับฟังมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ กล่าวคือ การมองดูบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร แล้วก็จดจำเอามาปฏิบัติตาม เช่น เด็กมักจะเลียนแบบพ่อแม่ เพื่อนฝูง นักร้อง นักแสดงที่ผ่านทางสื่อต่างๆ

4. องค์ประกอบสถาบัน(Institutional Factors) ได้แก่ โรงเรียน วัด ครอบครัว หน่วยงาน สมาคมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มา และสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

โดยสรุปพัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคล เกิดจากประสบการณ์ต่างๆที่บุคคลนั้นได้รับการปรับตัวของบุคคล เพื่อให้เข้ากับสังคม การเลียนแบบในสังคม สิ่งเหล่านี้รวมตัวกันและสร้างสมกลายเป็นแบบแผนทัศนคติของแต่ละบุคคลขึ้นหรือกล่าวได้ว่าพัฒนาการของทัศนคติเกิดจากการติดต่อสัมพันธ์กันของบุคคล(Association) การถ่ายทอดแบบอย่างของบุคคลอื่นมาเป็นของตน(Transfer) และการพบสิ่งที่ตนต้องการ(Needs Satisfaction) การที่สภาพแวดล้อมต่างๆในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ย่อมมีผลทำให้ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงและหันเหตามสภาพการณ์ในสังคมได้บ้าง

- **ลักษณะของทัศนคติ**

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมของบุคคล
3. ทัศนคติมีความหมายอ้างอิงถึงบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งของ คือทัศนคติเกิดจากสิ่งที่มีอยู่ หรือเกิดขึ้น สามารถอ้างอิงได้
4. ทัศนคติมีลักษณะมั่นคงถาวร ยากแก่การเปลี่ยนแปลงได้ในระยะเวลาอันจำกัด ทั้งนี้เนื่องจาก ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ ที่บุคคลสั่งสมมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจทำได้โดยอาศัยเวลา และกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง

- **บทบาทของทัศนคติ**

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประการคือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งองค์การ หน่วยงาน สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ

2. ทัศนคติเชิงลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดใดรวมไปถึงหน่วยงานองค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ

3. ทศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์การ และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

- การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของมนุษย์มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับคือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชน และบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก เกิดจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นวิธีการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง หากความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบ ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร และช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น จากแนวคิดดังกล่าวจะทำให้เราทราบถึงการเกิด และการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ และทราบว่าทัศนคติสามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมได้

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ หรืออีกนัยหนึ่งคือการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อนี้ เป็นอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยสื่อมวลชน กล่าวคือ สมัยเริ่มแรกงานวิจัยทางสื่อมวลชน นิยมศึกษาเกี่ยวกับผล(Effects) ของสื่อที่มีต่อบุคคล แต่สำหรับการศึกษาในแนวนี้จะเป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิม คือไม่ได้ศึกษาหรือมีแนวคิดว่าคุณคนจะเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่จะพิจารณาหรือศึกษาไปในทางตรงกันข้ามว่าคุณคนเป็นผู้กระทำ(Active Person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อเพื่อใช้ประโยชน์และ/หรือสนองความพึงพอใจส่วนตัวมากกว่า

ความสนใจเกี่ยวกับวิธีการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อตอนกลางศตวรรษที่ 19 โดย Herzog ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุ ส่วน Suchman ศึกษาถึงข้อมูลเหตุจูงใจในการรับฟังดนตรีคลาสสิกทางวิทยุกระจายเสียง นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Berelson ที่เกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งเนื่องมาจากการนัดหยุดงานของพนักงานโรงพิมพ์ ทำให้ไม่มีหนังสือออกจำหน่ายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง(พีระ จิระโสภณ,2529) และในขณะเดียวกัน Lazarsfeld ก็ได้ศึกษาพบว่าอิทธิพลของสื่อที่เคยมีต่อผู้รับสารนั้นเริ่มลดน้อยลง

ในระยะต่อมา Katz ได้ให้ความสนใจ และศึกษาถึงเรื่องนี้อย่างจริงจัง และเป็นคนแรกที่มีความเห็นว่าควรให้ความสนใจงานวิจัยเกี่ยวกับ "ผล" หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อบุคคลให้น้อยลง และควรหันมาสนใจงานวิจัยเกี่ยวกับ "การใช้" สื่อของบุคคลให้มากขึ้น โดยชี้ให้เห็นว่าสื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และการเลือกใช้สื่อนั้นก็สืบเนื่องมาจากเหตุผล หรืออิทธิพลทางจิตวิทยา รวมทั้งความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลที่เป็นตัวกำหนดการเลือกใช้สื่อ(ยุบล เบญจรงค์กิจ,2528)

Davidson เป็นอีกผู้หนึ่งที่ให้การสนับสนุนแนวความคิดของ Katz โดยให้ข้อคิดว่าบุคคลทุกคนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคม และสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสารเพื่อสนองความพึงพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการของสังคม นอกจากนี้การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อข่าวสารนั้น เป็นเพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมในสังคม ที่สร้างความต้องการดังกล่าวนี้ให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน(พัชนี เขยจรรยาและคณะ,2530)

Murry & Kippax (1979 อ้างถึงในพัชนี เขยจรรยาและประทุม ฤกษ์กลาง,2540) ได้อธิบายว่า บุคคลจะสนใจ และจดจำข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนองความต้องการของตน ความต้องการต่างๆ ของบุคคลนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมของแต่ละบุคคล

Levy and Windahl ได้แบ่งประเภทของผู้รับสาร ตามวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อไว้ 3 ประเภท ดังนี้คือ

1. Preactivity ผู้รับสารกลุ่มนี้ เป็นผู้ที่เลือกสื่อเพื่อสนองความต้องการด้านข่าวสาร ข้อมูล และใช้ข่าวสารดังกล่าวในการพัฒนาความคิดของตน
2. Duractivity ผู้รับสารกลุ่มนี้ เลือกใช้สื่อเพื่อสร้างความต้องการทางด้านอารมณ์
3. Postactivity ผู้รับสารกลุ่มนี้ เลือกใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม มีการนำสารที่ได้รับไปใช้เพื่อสร้างค่านิยม และสร้างคุณค่าให้กับตนเอง และครอบครัว

Katz et al. ได้วางแบบแผน(Pattern) ของการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคม และจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อ และแหล่งที่มาของสาร ซึ่งการคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจตามที่กล่าวมา สรุปเป็นแบบจำลองได้คือ



แบบจำลองดังกล่าวนี้อาจอธิบายได้ดังนี้คือ สภาวะของสังคม และจิตใจที่ต่างต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่ต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันไปนี้ทำให้บุคคลละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะให้ความพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคล ที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะต่างกันไป โดยที่ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันด้วย(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ,2528)

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกงานหนึ่งในระยะต่อมาเป็นการศึกษาของ Mccombs and Becker(1979) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลทั่วไปนั้นจะใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการคือ

1. เพื่อต้องการที่จะทราบถึงเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์รอบๆ ตัว เพื่อที่จะได้ทราบว่าเกิดอะไรขึ้น ซึ่งทำให้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และยังสามารถเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง รวมทั้งช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) หมายถึง การสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) คือ ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
5. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) คือ นำเอาความรู้ที่ได้จากการเปิดรับสื่อไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ความเพลิดเพลินรวมทั้งความผ่อนคลายอารมณ์

จากแนวคิด หรือทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจตามที่ได้กล่าวมานั้น สามารถสรุปเป็นข้อตกลงเบื้องต้นได้บางประการคือ (วัชรียา อานามวัฒน์, 2533)

1. มนุษย์นั้นสนใจที่จะเสาะแสวงหาข่าวสารเอง ไม่ใช่เป็นผู้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือ ฟัง เพราะมนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบเลี่ยงข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. มนุษย์ใช้การสื่อสารโดยมีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าต่างๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการที่จะรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ในปี 1973 Katz et al. ได้พยายามสร้างเครื่องมือในการวัดตามทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตวิทยา และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการในด้านต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

Mode คือ แบบ หรือลักษณะของความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น ต้องการให้ลดน้อยลง และต้องการให้ได้มา

Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ในการติดต่อบุคคลต่อสื่อภายนอก ได้แก่ การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความพอใจ หรือประสบการณ์ทางอารมณ์ การติดต่อเพื่อความเชื่อมั่น มั่นใจ มั่นคง และสถานภาพ และการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

Referent คือ บุคคล หรือสื่อภายนอกของการสื่อสารไปสู่ตนเอง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนฝูง ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมโลก และสิ่งอ้างอิงภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ

Katz et al. (1973) ได้สร้างแบบจำลองขึ้น ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ สภาวะทางสังคม และจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกัน และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนมีการคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ท้ายที่สุดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อย่อมจะต่างกัน

● แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น Oskamp(1984,อ้างในธัญชลี รัตนกุล,2541) ได้สำรวจแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจพบว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ใน 3 นัยคือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลปรากฏจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตาม หรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

จากความหมายทั้ง 3 นัยดังกล่าว Oskamp เห็นว่าได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจ 3 ทฤษฎีสำคัญ คือ ตามความหมายแรก อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories) ตามความหมายที่สอง อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และตามความหมายที่สาม จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value Theories)

สมยศ นาวิการ(2527) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มา เปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น

วินเซนต์ โนแลนด(2533) กล่าวว่าไว้ว่า ในการติดต่อสื่อสารสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การสร้างอารมณ์ และความรู้สึกความพึงพอใจให้มีความสุข ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และส่งออกไปนั้นก็ จะไหลไปอย่างรวดเร็ว ในทางตรงกันข้าม ถ้าความสัมพันธ์ไม่ดีเพราะขาดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารก็จะหยุดชะงัก และถูกสะกັดกัน

ส่วน Davis พบว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นความพึงพอใจในข่าวสารต่าง ๆที่ได้รับ

ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นทัศนคติของแต่ละบุคคลที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร โดยผู้ที่รับสารจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสามารถสนองต่อความพึงพอใจของตนเองได้ ซึ่งเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร (Active Person) ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อ และรับสารที่สามารถสนองความต้องการ และความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือ ตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ,2528)

Wii and other พบว่าโดยทั่วไปคนส่วนใหญ่มักจะเชื่อว่า ปริมาณของข่าวสารที่มากขึ้นเท่าใด ผู้รับสารย่อมจะมีความพึงพอใจมากขึ้นเท่านั้น แต่จากการศึกษาในเรื่องของการติดต่อสื่อสารหลาย ๆเรื่อง ได้ชี้ให้เห็นว่าการได้รับปริมาณข่าวสารมากเกินไป จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เช่นเดียวกับการได้รับปริมาณข่าวสารน้อยเกินไป

Robert และ O'Reilly พบว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร โดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับปริมาณของการติดต่อสื่อสาร และความเพียงพอของข่าวสาร

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างของบุคคลกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารก่อนปี ค.ศ. 1978 พบว่าความแตกต่างของบุคคลไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร แต่จากการศึกษาในระยะหลังกลับได้ผลในทาง

ตรงกันข้าม ในการศึกษาของ Wiio and other พบว่าความแตกต่างของบุคคลในเรื่องเพศ อายุ มีความสำคัญมากสำหรับการติดต่อสื่อสารในองค์การธนาคาร บริษัทประกันภัย และโรงพยาบาล

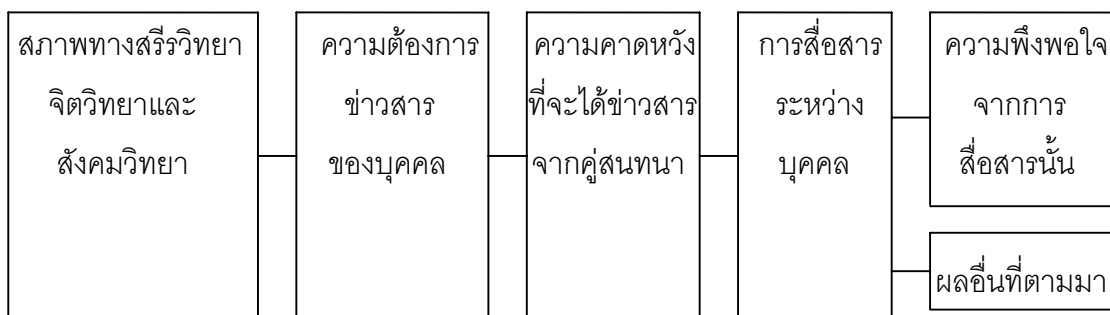
Michael Burgoon พบว่า คนที่มีการศึกษาจะได้เปรียบมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจข่าวสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ข่าวสารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ (สุวิชา ทองสีมา,2539)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของบุคคล เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น ข่าวสารที่บุคคลได้รับ ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารของการติดต่อสื่อสารของบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารนั้น ยังมีเรื่องของระดับของความพึงพอใจ และพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากความแตกต่างของบุคคลผู้รับสารอีกด้วย

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (Uses and Gratification Approach) ของ Elihu Katz และคณะ (สมควร กวียะ,2532) มาใช้อธิบายการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างประชาชนแต่ละคนที่ได้รับการติดต่อสื่อสาร และการบริการจากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 : แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของแพทย์



ภาพที่ 2 : แบบจำลองที่ปรับใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (เปรียบเทียบให้เห็นการปรับทฤษฎี)

ที่มา : สมควร กวียะ(2532)

ส่วนใหญ่มนุษย์จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งข่าวสาร ความต้องการข่าวสาร (Information Need) จากบุคคลอื่น จึงนำไปสู่ความคาดหวังที่จะได้ข่าวสาร และการเปิดรับสื่อมนุษย์(Human Media Exposure)ก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ให้ประโยชน์ ให้ความสมหวัง และให้ความพึงพอใจ เพราะฉะนั้นการสร้าง ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารให้เกิดขึ้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงความพอใจในเรื่องของข่าวสารที่ได้รับ ความเพียงพอของข่าวสาร และช่องทางการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงปัจจัยผู้รับสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับ ความแตกต่างของบุคคลด้วย ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของบุคคล เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน (วุฒิชัย จ๋านง,2520)

ทฤษฎีนี้จึงชี้ให้เห็นว่า ประโยชน์ของการสื่อสารยังมีความสำคัญที่ต้องคำนึงถึงอยู่เสมอ และผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารนั้นก็คือ ผู้ที่สามารถให้ข่าวสารที่ตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้รับสารได้ หรือกล่าวในอีกนัยหนึ่งได้ว่า การสร้างความพึงพอใจในการติดต่อ สื่อสารก็คือ การพยายามหยิบยก หรืออ้างอิงสิ่งที่ตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของ ผู้รับสารทางด้านสรีรวิทยา จิตวิทยาหรือสังคมวิทยา หรือสามารถทำให้ผู้รับสารได้ประโยชน์ไม่ โดยทางตรงก็โดยทางอ้อม ซึ่งในที่นี้หมายถึง การที่สำนักงานเขตกรุงเทพมหานครต้องทำให้ ประชาชนเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการนั่นเอง

8. ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

Rayburn and Palmgreen(1984) ได้อธิบายความหมายของคำว่า ความคาดหวังไว้ว่า หมายถึง ความน่าจะเป็นการรับรู้ว่ามีสิ่งบางสิ่ง (Object) มีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้ว่ามีพฤติกรรมบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา

Evans(1962) ได้ให้คำอธิบายว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ

แม้ว่าจะมีทฤษฎีความคาดหวังโดยนักทฤษฎีหลายท่าน ซึ่งในแต่ละท่านจะให้ความสนใจแตกต่างกันในบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีความคาดหวังของของ Tolman(1932) Rotter (1954) Atkinson(1957) Fishbein(1963) Vroom(1964) และทฤษฎีของ Fishbein และ Ajzen (1975) แต่นักทฤษฎีทุกท่านมีมุมมองที่เหมือนกันว่า พฤติกรรม หรือพฤติกรรมโดยเจตนา หรือทัศนคติที่นั้นเกิดจาก 1) ความคาดหวัง หรือความเชื่อ กล่าวคือ ความน่าจะเป็นที่สิ่ง ๆ หนึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะ หรือความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมหนึ่งจะมีเหตุการณ์เฉพาะต่อมา และ 2) การประเมิน หมายถึง ระดับของความชอบในทางบวก หรือลบต่อคุณสมบัติที่นั้นๆ หรือผลลัพธ์ของพฤติกรรม (Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn)

ในงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาว่าประชาชนชาวกรุงเทพมหานครมีความคาดหวัง ซึ่งเป็นความรู้สึกของบุคคลที่สะท้อนให้เห็นความต้องการที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานครว่าเป็นอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ปรับปรุงลักษณะการทำงานของสำนักงานเขตให้ตรงต่อความคาดหวังของประชาชนมากยิ่งขึ้นได้

ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ ความพึงพอใจและความคาดหวัง

Katz(1981) กล่าวไว้ว่า ในมุมมองของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ สมาชิกผู้รับสารเป็นผู้กระทำมากกว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำ ผู้รับสารมีเป้าหมายที่จะใช้ความพยายามที่จะสนองความพึงพอใจของตน โดยการสร้างความคาดหวังต่อสื่อ และเนื้อหาสื่อเพื่อจะสนองความพึงพอใจ และผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำเพื่อจะบรรลุความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างมากต่อการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ก็คือ การขาดความต่อเนื่องทางทฤษฎี ดังนั้นการใช้สื่อและความพึงพอใจจึงถูกมองว่าเป็นแนวทางมากกว่าที่จะเป็นทฤษฎี นอกจากนี้ สิ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างมากอีกเรื่องหนึ่งก็คือ ความล้มเหลวของนักวิจัยในการวัดความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้รับสารแสวงหากับสิ่งที่เขาได้รับจากการเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ในขณะที่นักวิจัยหลายท่านสังเกตว่า มีความแตกต่างเชิงประจักษ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับ

Philip Palmgreen และ J.D. Rayburn (1982) มองว่าอาจจะมีทฤษฎีมากมายที่ใช้ชุดกรอบแนวคิด และสมมติฐานเดียวกันกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ Palmgreen และคณะเชื่อว่า ความพยายามที่จะแยกความคาดหวังต่อสื่อหนึ่งๆ กับความพึงพอใจที่ได้รับตามมา เป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม Mcleod และคณะ ได้แนะนำว่ากรอบแนวคิดสองตัวนี้ (ความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับ) ในงานวิจัยหลายๆ ชิ้น ยังมีข้อจำกัดในด้านการออกแบบวิจัย และคำถามที่คลุมเครืออยู่ ดังนั้นถ้าหากว่าทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจได้ถูกนำไปใช้ในงานวิจัย ประเมินผลสื่ออย่างแพร่หลายแล้ว การใช้กลยุทธ์ในงานวิจัยที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญมาก และการวัดความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับ ก็มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาความเข้าใจทางด้านทฤษฎีของบทบาทของแรงจูงใจในเรื่องผลของสื่อ

เมื่อพิจารณาเรื่องการวัดผลของทั้งทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และทฤษฎีความคาดหวังแล้ว ทั้งสองทฤษฎีมีสมมติฐานว่าบุคคลมีความตระหนักในการที่จะสามารถบอกถึงความพึงพอใจ หรืออย่างน้อยที่สุดก็ต้องรู้ และสามารถบอกกล่าวในรูปแบบคำพูดที่คุ้นเคยได้ แต่สมมติฐานที่เพิ่มเข้ามาในทฤษฎีความคาดหวัง ซึ่งจะซับซ้อนมากกว่าทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจก็คือ ความคาดหวังเกี่ยวกับการกระทำเพื่อจะสนองความต้องการนั้น สามารถอธิบายออกมาได้หากได้รับการถามที่เหมาะสมที่ควร

การแยกความคาดหวัง และความพึงพอใจที่ได้รับออกจากกัน เป็นที่ยอมรับโดยนักทฤษฎีหลายท่านว่าเป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ร่วมกับทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม ซึ่งก็คือทฤษฎีความคาดหวัง

Galloway และ Meek(1981) กล่าวว่าในบางครั้ง ความคาดหวังสามารถเกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ซึ่งก่อให้เกิดผลต่อมาก็คือ ผู้รับสารเกิดความคาดหวังต่อสื่อหรือเนื้อหาของสื่อ เพื่อผลลัพธ์คือ ความพึงพอใจที่ได้รับเมื่อมีการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจที่ได้รับของบุคคลต่อสื่อหนึ่งๆ อาจมากกว่า หรือน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ก็ได้

นอกจากนั้น Palmgreenและคณะ ได้ชี้ว่าเหตุการณ์เชิงเหตุผลในเรื่องของความพึงพอใจ – พฤติกรรม และพฤติกรรม – ความพึงพอใจ มีความแตกต่างกันในสมาชิกผู้รับสารที่แตกต่างกัน และความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนอง และความคาดหวังมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

โดยสรุปก็คือ การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใดใดก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจหรือมีความคาดหวังต่อสื่อนั้นก่อน นั้นย่อมาหมายถึง ผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

9. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

Philip Kotler(1988) ได้อธิบายความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ถูกนำเสนอโดยฝ่ายหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีได้มีการเป็นเจ้าของ และกิจกรรมดังกล่าวอาจถูกเสนอพ่วงไปกับสินค้าที่จับต้องได้

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2538 ,อ้างใน อติมา วินัยโกศล,2542) ได้ให้ความหมายของการบริการว่าเป็น พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้ หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมาย และมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น หรือบริการ คือ สิ่งที่จับต้องสัมผัส แต่ต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

Christian Gronroos(1990) กล่าวไว้ว่าการบริการ คือ กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหา หรือความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ Gronroos ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่า คุณภาพของการบริการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ อาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วน (Two Basic Quality Dimensions) ได้แก่

1. ให้บริการอะไร (What-Functional Quality of the Process)
2. ให้บริการอย่างไร (How-Technical of the Outcome)

การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่า คุณภาพของการบริการดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้(Expected Quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (Experienced Quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (Total Perceived Service Quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยหลักการ 6 ประการดังนี้คือ

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ(Professionalism and Skill) ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะในงานบริการ สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ(Attitude and Behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และช่วยแก้ปัญหาในทันที
3. การเข้าพบง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งของสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงาน ตลอดจนระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่
4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness)ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ตกลงกันได้
5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ(Recover)เมื่อใดก็ตามที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ทันเวลาที่ กอบกู้สถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติด้วยวิธีการที่เหมาะสม
6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ลูกค้าจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาโดยตลอด

กล่าวโดยสรุปได้ว่าบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน เป็นเรื่องของความพอใจ เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านการบริการ (The Service Concept) ดังกล่าวข้างต้นเป็นลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอน และทำอะไรให้ประสบความสำเร็จ นั่นคือทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า(อติมา วินัยโกศล,2542)

- การบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐ

สำหรับความหมายของการบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐนั้น ปรัชญาเวสารัชช(2540) ได้ให้ความหมายไว้ว่าหมายถึง การบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐ เป็นการอำนวยความสะดวกที่หน่วยงานของรัฐจัดให้แก่ประชาชน ทั้งนี้หน่วยงานอาจกำหนดให้ประชาชนไปรับบริการที่หน่วยงานของรัฐ หรืออาจส่งเจ้าหน้าที่ออกไปให้บริการในจุดที่สะดวกสำหรับประชาชนก็ได้ โดยเป้าหมายที่ดีที่สุดของการบริการคือ การทำให้ประชาชนพึงพอใจ

โดยทั่วไปการบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐเป็นเรื่องที่มีลักษณะดังนี้ (ปรัชญา เวสารัชช์, 2540)

1. มีผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการในที่นี้เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ ข้าราชการ และลูกจ้างที่รับเงินเดือนประจำ โดยปัจจุบันมิได้มีค่าตอบแทนเป็นพิเศษจากการบริการ ในขณะที่ผู้รับบริการในที่นี้หมายถึง ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ในการบริการแต่ละเรื่องนั้น อาจมีกลุ่มประชาชนเฉพาะกลุ่ม เช่น กรณีการรับบริการด้านผ่านพิธีการศุลกากร ซึ่งมีกลุ่มผู้นำของออก หรือที่เรียกว่าชิปปิงเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญ ในขณะที่การบริการด้านบัตรประชาชน และทะเบียนราษฎร์ หรือการเก็บภาษีรายได้ส่วนบุคคลนั้น ผู้รับบริการได้แก่ ประชาชนทั่วไป

2. เป็นเรื่องที่รัฐกำหนดและมีลักษณะผูกขาด โดยบริการใดที่ประชาชนจะได้รับนั้น เป็นเรื่องที่รัฐกำหนด การบริการประชาชนจึงมีลักษณะผูกขาด กล่าวคือ หน่วยงานรัฐเป็นผู้กำหนดรายละเอียด และเป็นผู้ให้บริการโดยหน่วยงานของรัฐ ตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ขั้นตอนเงื่อนไขหรือรายละเอียดที่รัฐกำหนด ทั้งนี้ประชาชนจะต้องไปรับบริการ ณ จุดซึ่งหน่วยงานของรัฐกำหนดเท่านั้น เช่น หากอยู่ในเขตขนส่งทางบกใด ก็ต้องไปรับบริการ ณ เขตนั้น เป็นต้น

3. มีการกำหนดระยะเวลาและบทลงโทษผู้ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข โดยบริการที่รัฐกำหนดนั้น มักมีเงื่อนไขเวลาเกี่ยวข้องด้วย และหากประชาชนไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่รัฐกำหนดก็อาจมีบทลงโทษ เช่น การปรับ การเพิกถอนใบอนุญาต หรืออาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดี เป็นต้น

4. มีกฎระเบียบรองรับ โดยบริการของรัฐก็เช่นเดียวกับการดำเนินการอื่นๆ ของรัฐ คือเป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมาย ซึ่งอาจเป็นพระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ระเบียบ หรือคำสั่ง รวมทั้งมีการกำหนดขั้นตอนเงื่อนไขต่างๆ ไว้ค่อนข้างรัดกุม จนเป็นกรอบกำหนดการบริการ ซึ่งขณะเดียวกันก็เป็นข้อจำกัดของการบริการด้วยเช่นกัน

ศุภรัชต์ โชติคุณ (ปรัชญา เวสารัชช์, 2540) รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2539) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการประชาชนนั้นคือ หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของราชการภาครัฐ ต้องพยายามอย่างไม่มีที่สิ้นสุดในการปรับปรุงบริการที่ดี เพื่อมอบให้กับประชาชน เพื่อให้บรรลุตามหลักการในการให้บริการประชาชนของรัฐ 12 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. รัฐจะให้ความเสมอภาคในการบริการประชาชน
2. รัฐจะให้ความเป็นธรรมแก่ประชาชนที่มาใช้บริการ
3. รัฐจะให้ความพึงพอใจของประชาชนให้ดีขึ้น

4. รัฐจะเพิ่มความรวดเร็วในการบริการประชาชน
5. รัฐจะเพิ่มความสะดวกให้แก่ประชาชน
6. รัฐจะลดภาระของประชาชนในการมาติดต่อขอรับบริการ
7. รัฐจะเพิ่มรายได้หรือประหยัดค่าใช้จ่ายให้แก่ประชาชน
8. รัฐจะสร้างความพึงพอใจในการบริการประชาชน
9. รัฐจะเพิ่มลักษณะการเป็นที่พึงของประชาชนให้มากขึ้น
10. หน่วยงานของรัฐจะถูกตรวจสอบได้ตลอดเวลา
11. รัฐจะสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่ประชาชนให้มากขึ้น
12. ข้าราชการทุกระดับจะต้องแสดงความมีอุดมการณ์ในการรับใช้ประชาชน

การบริการประชาชนของรัฐ ได้มีการกำหนดไว้ในจรรยาบรรณของข้าราชการพลเรือน ซึ่งมี 4 หมวด อันประกอบด้วย จรรยาบรรณต่อตนเอง จรรยาบรรณต่อหน่วยงาน จรรยาบรรณต่อผู้บังคับบัญชา ผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงาน และจรรยาบรรณต่อประชาชนและสังคม ซึ่งในส่วนของจรรยาบรรณต่อประชาชนและสังคม ข้อที่ 13 ได้กำหนดไว้ว่า “ข้าราชการพลเรือนพึงให้บริการประชาชนอย่างเต็มกำลังความสามารถด้วยความเป็นธรรม เอื้อเฟื้อ มีน้ำใจและใช้กิริยาวาจาที่สุภาพอ่อนโยน เมื่อเห็นว่าเรื่องใดไม่สามารถปฏิบัติได้หรือไม่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของตนจะต้องปฏิบัติ ควรชี้แจงเหตุผล หรือแนะนำให้ติดต่อยังหน่วยงาน หรือบุคคลซึ่งตนทราบว่ามีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ ต่อไป” (ดำรงค์ ชลสุข,2542)

ดำรงค์ ชลสุข(2542) ได้กล่าวถึงหลักการให้บริการแก่ประชาชนไว้ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า หมายถึง การนำบริการของรัฐให้ถึงประชาชน หรือเข้าไปหาประชาชน เช่น อำนวยความสะดวก คือ ให้ข้าราชการทุกส่วนราชการพบประชาชนในท้องที่ต่างๆ โดยจัดบริการทำบัตรประชาชน จัดทะเบียนสมรสหรือแจ้งเกิด เป็นต้น
2. การสร้างศรัทธาหรือความเชื่อมั่นให้เกิดแก่ประชาชน หมายถึง การบริการของข้าราชการที่ให้แก่ประชาชน ถ้าทำให้ประชาชนเชื่อมั่นติดใจแล้ว ในครั้งต่อไปประชาชนก็จะไปใช้บริการอีก แต่ถ้าบริการไม่ดี ล่าช้า ประชาชนจะตำหนิหรือว่ากล่าวได้
3. ความสามารถของตัวข้าราชการ จะบริการด้านใดก็ตาม ข้าราชการต้องมีความสามารถในด้านนั้น กล่าวคือ ต้องเตรียมตัวศึกษากฎ ระเบียบหรือวิธีการในเรื่องนั้นๆ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถให้คำปรึกษาแก่ประชาชนได้ทุกกรณีและถูกต้องแม่นยำ
4. คุณภาพของสินค้า(บริการ) สินค้า หรือบริการที่ทางราชการผลิตออกไป ได้แก่ เอกสาร สิ่งพิมพ์ หนังสือ หลักฐานสำคัญต่างๆ เช่น โฉนด หนังสือสำคัญต่างๆ ใบรับรอง และ

อื่นๆ จะต้องคำนึงถึงคุณภาพมาตรฐาน และความถูกต้อง และที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพของจิตใจข้าราชการจะต้องเต็มไปด้วยจริยธรรม ประกอบด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และมีศีลธรรมอันดีอีกด้วย

นอกจากนี้ดำรงค์ ชลสุข(2542) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักให้บริการที่ดี (6 S)ไว้ดังนี้

1. Smart คือ มีบุคลิกสง่า น่ารัก รู้จักกาลเทศะ และมีความคิดที่กว้างไกล (Conceptual Skill)
2. Smile คือ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ร่าเริง กระตือรือร้น
3. Speak คือ พูดจาสุภาพ ไพเราะและน่าฟัง หรือที่เรียกว่าปิยวาจา
4. Seek คือ รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ หรือประชาชน
5. Service คือ มีจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Mind)
6. Satisfaction คือ ทำให้ประชาชนพอใจ หรือประทับใจ หรือชื่นใจ

สิ่งที่น่าจะเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ก็คือ ประชาชนจะได้รับการศึกษาสูงขึ้น เวลาของผู้คนที่ต้องดิ้นรนเพื่อการดำรงชีวิตมีความหมายมากขึ้น ภาคเอกชนเน้นการแข่งขันด้านบริการมากขึ้น มีการใช้เทคโนโลยีและวิธีการแปลกใหม่มากขึ้นในการแข่งขันด้านบริการ ปรากฏการณ์ทั้งหลายเหล่านี้ ได้สร้างความคาดหวังโดยประชาชนว่าจะต้องได้รับการที่ดีจากรัฐมากขึ้น ความคาดหวังเช่นนี้กำลังกลายเป็นสิ่งซึ่งประชาชน สื่อมวลชน และตัวแทนประชาชนผลักดันเพื่อให้เกิดผล และยอมกลายเป็นแรงกดดัน ซึ่งหน่วยบริการของรัฐและเจ้าหน้าที่บริการต้องตอบสนองให้มากขึ้นด้วย(ปรัชญา เวสารัชช,2540)

ในที่นี้การบริการ หมายถึง การให้บริการ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างข้าราชการสำนักงานเขตกับประชาชน โดยให้เป็นไปตามหลักการให้บริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐ อันมีลักษณะต่างๆ ดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร

1. **ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร(2543)** ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด

ย่อม (SMEs)” พบว่าผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ แตกต่างกัน

2. **นันทวัน กิจธนาเจริญ**(2541) ศึกษาเรื่อง”การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” พบว่าเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสารทุกด้าน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านการแสวงหาข่าวสารด้านบันเทิงและสันตนาการ

3. **ศลิลา ปิ่นเพชร** (2541) ศึกษาเรื่อง”การเปิดรับข่าวสารด้านการบริการ ลักษณะการสื่อสารด้านการบริการและความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการรถยนต์” พบว่าผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านการบริการของศูนย์บริการรถยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับข่าวสารด้านการบริการของว่าผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับข่าวสารด้านการบริการของว่าผู้ใช้บริการในบางช่องทางเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ด้านการบริการและวารสารประจำเดือน ความพึงพอใจในลักษณะการสื่อสารด้านการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการรถยนต์

4. **ดวงตา พิริยานนท์** (2540) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติของประชาชนกับการยอมรับการทิ้งมูลฝอยแยกประเภทในเขตทดลองโครงการรณรงค์การแยกประเภทมูลฝอย” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยต่างก็มี การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

5. **นิรันดร์ ทองหอม** (2540) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการใช้บริการจัดหางานของกรมการจัดหางานของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ 10 ชนิด คือ สมาชิกในครอบครัว ญาติ เพื่อน บุคคลรู้จัก เจ้าหน้าที่ของทางราชการ ป้ายประกาศหรือแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือนิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ พบว่าผู้หางานที่มีเพศต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเฉพาะจากสื่อวิทยุต่างกัน ไม่ต่างกัน

ในสื่ออื่น อายุที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกันเฉพาะในสื่อเจ้าหน้าที่และวิทยุ การศึกษาที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกันเฉพาะในสื่อวารสารและวิทยุ รายได้ที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกันเฉพาะในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ อาชีพที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกันเฉพาะในสื่อเจ้าหน้าที่ ป้ายประกาศหรือแผ่นพับ วิทยุและโทรทัศน์ ไม่ต่างกันในสื่ออื่น

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อสมาชิกในครอบครัว วิทยุและโทรทัศน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อสมาชิกในครอบครัว ญาติ บุคคลรู้จัก เจ้าหน้าที่ป้ายประกาศหรือแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือนิตยสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้บริการจัดหางาน ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้บริการ

6. ชิดชนก อุทัยกร(2539) ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวานิชชนนารต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)" พบว่าวานิชชนนารที่มีเพศและอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน

7. พรเพ็ญ พยัคฆาภรณ์(2539) ศึกษาเรื่อง"การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย" พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาและมีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับสื่อมวลชนต่างกัน

8. ไสภิตสุตา มงคลเกษม(2539) ศึกษาเรื่อง"พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการคาดเดาเชิงขั้วนีย์ของผู้ขับชื้อรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าผู้ขับชื้อรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทขายรถยนต์และสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ สติกเกอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการไม่แตกต่างกัน

9. รัตนา เคหะธนาชัยกุล(2539) ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

10. **พรรณีภา จิตต์ชอบธรรม(2537)** ศึกษาเรื่อง "ความทันสมัยของประชาชนในเขตหนองจอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร" พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน ในขณะที่ระดับการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

1. **รัตนา ปัญญาดี (2541)** ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน" พบว่าภาพลักษณ์รวมของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกภาพลักษณ์ด้านบทบาทและการปฏิบัติงานอยู่ในระดับไม่ดี ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรและบริการ และภาพลักษณ์ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ยังพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานอัยการสูงสุดไม่แตกต่างกัน ในขณะที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในด้านรายได้ จะมีภาพลักษณ์ต่อสำนักอัยการสูงสุดแตกต่างกัน

2. **สมัยศึก ถนัดสอน(2541)** ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541" พบว่าการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชียและธนาคารไทยท努 และยังพบว่าพบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟู

3. **อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์(2541)** ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาลกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลราชวิถี" พบว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาลกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลราชวิถีของผู้ป่วย มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระดับมาก

4. **สุนนา วรสูตร (2540)** ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540" พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ไทยจากสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในสายตาประชาชนผู้ใช้บริการ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลที่เป็นพนักงานธนาคาร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในสายตาสื่อมวลชน

5. อภิรดี สีตอกบวบ (2540) ศึกษาเรื่อง” ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยของเจ้าหน้าที่องค์กรรัฐและพนักงานองค์กรเอกชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่การทำอากาศยานกรุงเทพ” พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน และอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

6. สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธา(2539) ศึกษาเรื่อง”ภาพลักษณ์ขององค์กรการโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าอาชีพมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์แตกต่างกัน

7. ศุภกัญญา นานนิตธาดา(2538) ศึกษาเรื่อง”การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ อย. โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีทัศนคติในด้านวิชาการต่ออย. ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าขึ้นไป

8. อนิรุจน์ เอี่ยมกิจการ(2538) ศึกษาเรื่อง”ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร” พบว่าภาพลักษณ์ต่อการดำเนินงาน ของกฟผ. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ของกฟผ.

9. นัทลี ดารานันท์(2537) ศึกษาเรื่อง”ภาพพจน์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยในทรรศนะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ทำอากาศยานกรุงเทพ : ศึกษาเฉพาะกรณีทำอากาศยานกรุงเทพ” พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับทอท.ของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ของทอท. และยังพบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ของทอท.

● งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ

1. ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร(2543) ศึกษาเรื่อง”การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)” พบว่าผู้ประกอบการSMEs ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ ไม่แตกต่าง

กัน ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ แตกต่างกัน

2. **ธิติมา อุ้มเมตตาจิต(2541)** ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุตบอล ฟุตบอล ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” พบว่าเพศ อาชีพและการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อรายการ และพบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าความคาดหวังต่อรายการฟุตบอล ฟุตบอล ไฟ ๗ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการ

3. **นันทวัน กิจธนาเจริญ(2541)** ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ, อายุและอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในด้านความพึงพอใจต่อข่าวสารทุกด้าน ด้านเนื้อหาและรูปแบบ และด้านสาระประโยชน์ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความแตกต่างด้านความพึงพอใจจากข่าวสารด้านเนื้อหาและรูปแบบต่างกัน

4. **ศิริพร วุฒิทวี(2541)** ศึกษาเรื่อง “การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” พบว่าความถี่ในการรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ และยังพบว่าอายุและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ

5. **อิสราวดิ ชำนาญกิจ(2541)** ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่าความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการเมืองมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจต่อรายการ และพบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันจะมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์ จากรายการการเมืองโทรทัศน์ต่างกัน

6. **กฤษมา ภูใหญ่ (2540)** ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจและการยอมรับของชาวชุมชนมุสลิม ในเขตหนองจอก ต่อบทบาทในการพัฒนาชุมชนของอิหม่าม”

พบว่าชาวชุมชนที่มีลักษณะทางประชากรได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ความเป็นคนพื้นเพเดิมในชุมชน สถานภาพทางสังคมในชุมชนและคุณลักษณะที่ต่างกัน มีความคาดหวังในบทบาทของอิหม่ามแตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มที่มีเพศที่ต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน และชาวชุมชนที่มีลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพทางสังคมในชุมชนและคุณลักษณะที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบทบาทของอิหม่ามแตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มที่มีรายได้และความเป็นคนพื้นเพเดิมในชุมชนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบอีกว่าความพึงพอใจในบทบาทของอิหม่ามมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในบทบาทของอิหม่ามและการยอมรับในความเป็นผู้นำของอิหม่าม

7. **มณีวรรณ รัศมีเฟื่อง**(2540) ศึกษาเรื่อง "ความต้องการและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการร่างรัฐธรรมนูญ" พบว่าความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการร่างรัฐธรรมนูญ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

8. **รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา**(2540) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการ จากการเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านการให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และการให้บริการ ณ จุดรับบริการ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังสูง ก็จะมี ความพึงพอใจสูง ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่ำ ก็จะมี ความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน

9. **วิญลี สุทธิวิเศษ**(2540) ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจ ขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม" พบว่าเพศ อายุ และระยะเวลาในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร แต่ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

10. **สุวรรณ มาศเมฆ**(2540) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา" พบว่าความคาดหวังต่อประโยชน์

ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์
ในสถาบันอุดมศึกษา

11. **สุพรรณิ อัครศิริเลิศ(2540)** ศึกษาเรื่อง”ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของกสิกรไทย และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) นอกจากนี้ยังพบว่าเพศ, อาชีพหลักและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในขณะที่ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) โดยกลุ่มที่มีการศึกษาชั้นประถมศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาชั้นปริญญาตรี

12. **ชัชวาล ปัทอง(2539)** ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการด้านการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจสายตรวจ ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีตำรวจนครบาลบางเขน” พบว่าประชาชนมีความพึงพอใจค่อนข้างสูงกับการจัดสายตรวจ การตั้งด่านตรวจ การให้ความรู้ในการป้องกันอาชญากรรม และมีความพึงพอใจค่อนข้างต่ำกับความเหมาะสมของจุดตรวจและมีความเห็นว่าการบริการยังล่าช้า ไม่ทั่วถึง มีการเลือกปฏิบัติและเจ้าหน้าที่ไม่มีธรรมาภิบาลเท่าที่ควร

13. **ชิตชนก อุทัยกร(2539)** ศึกษาเรื่อง”การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชชานากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)” พบว่าการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทริส ผ่านวารสารข่าวเครดิตและโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทริส นอกจากนี้ยังพบว่าวาณิชชานากรที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทริสแตกต่างกัน

14. **ปัทมาวดี หล่อวิจิตร(2539)** ศึกษาเรื่อง”ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม” พบว่าเพศ, อายุและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ในขณะที่ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึง

พอใจของผู้ชมรายการ โดยเฉพาะผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจในรายการน้อยกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา

15. เมืองยศ จันทรมหา(2539) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” พบว่าคุณลักษณะทางประชากรด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ การศึกษารายได้ อาชีพ ลักษณะการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ ความถี่ในการรับชมรายการและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ ยกเว้นอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ

16. เรื่องศิลป์ แก้วดอนรี (2539) ศึกษาเรื่อง ”ความต้องการข่าวสาร ความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารเรื่องการประกันสังคมของผู้ประกันตนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ” พบว่าความต้องการข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังว่าจะได้รับข่าวสารเรื่องการประกันสังคม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสาร และความคาดหวังไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารเรื่องการประกันสังคม

17. สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง(2539) ศึกษาเรื่อง”การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อสถานีวิทยุจุฬา ฯ” พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับฟังสถานีวิทยุจุฬา ฯ

18. Millet(1954,อ้างใน ปิยะ อุทาโย,2539) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานของรัฐ เห็นว่าจะต้องยึดหลักการในการวัดความพอใจใน 5 ด้านดังต่อไปนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

19. **วิยดา เกียวกุล(2538)** ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่าการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมข่าวโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังพบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ในขณะที่ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์

20. **ศกุลตลา ลัคนจิตานนท์(2538)** ศึกษาเรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอบีซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าการเปิดรับรายการไอบีซีซี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกไอบีซีซี

21. **สุวิชา ทองสิมา(2538)** ศึกษาเรื่อง"การติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจของผู้รับบริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ระดับปริญญาโท จากสำนักงานกพ.และธนาคารกรุงเทพ" พบว่าผู้รับบริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศระดับปริญญาโทจากสำนักงานกพ. และธนาคารกรุงเทพ ที่มีลักษณะทางประชากร(เพศ) ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในข้อมูลและคำแนะนำที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่แนะแนวของสำนักงานกพ.และธนาคารกรุงเทพไม่แตกต่างกัน

22. **อรมณี ฝูงวรรณลักษณ์(2538)** ศึกษาเรื่อง"การเปิดรับ ความคาดหวัง ประโยชน์และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร" พบว่าความคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพุทธศาสนา

23. **พ.ต.ต.ธวัชชัย ยิงเจริญสุข(2537)** ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตลาดกระบัง" ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขตลาดกระบัง ในด้านสาธารณูปโภคร้อยละ 66.5 และหากแยกเป็นงานปรากฏว่า ประชาชนไม่พึงพอใจในงานโยธาร้อยละ 76.2 งานอนามัยร้อยละ 45.0 งานปกครองร้อยละ 32.2 มีเพียงงานรักษาความสะอาดเท่านั้นที่ประชาชนมีความพึงพอใจ

สำหรับความไม่พึงพอใจในด้านสาธารณูปโภค จำแนกตามสาเหตุนั้น ประชาชนมีความไม่พึงพอใจใน 3 ด้าน คือ ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ งานโยธาในประเด็น "ก่อสร้าง ซ่อมทางเท้า" ได้รับความไม่พึงพอใจสูงสุดในสาเหตุ "เสมอภาค เสมอหน้า" ร้อยละ92.3 งานอนามัยในประเด็น "งานตรวจสอบควบคุม

อนามัยและความสะอาดร้านค้า” ได้รับความไม่พึงพอใจมากที่สุดในสาเหตุ “เพียงพอ ทัวถึง” ร้อยละ 77.1 งานปกรองในประเด็น “การร้องทุกข์” ได้รับความไม่พึงพอใจมากที่สุดในสาเหตุ “สม่ำเสมอ ต่อเนื่อง” ร้อยละ 100 และสาเหตุ “เสมอภาค เสมอหน้า” ร้อยละ 90.0

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อกิจกรรมด้านสาธารณูปโภค จำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจ ปรากฏว่าประชาชนในเขตลาดกระบังที่มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับล่าง มีความไม่พึงพอใจมากกว่าผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับกลางเกือบทุกกลุ่มงาน ยกเว้นงานบริการด้านอนามัย และงานด้านปกรอง

24. ลีนา ลิ้มอภิชาติ(2537) ศึกษาเรื่อง”ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร” พบว่าความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

25. Prasuraman, V.A.Zeithanel and L.Barry(อ้างใน โสภณ พึ่งไชย,2537) กล่าวว่า บริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัตินี้คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย

1.1 ความสม่ำเสมอ

1.2 ความพึงพาได้

2.การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย

2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง

2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3.ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย

3.1 ความสามารถในการให้บริการ

3.2 ความสามารถในการสื่อสาร

3.3 ความสามารถในความรู้จักรที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย

4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป

4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย

4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการและอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย

5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ

5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม

5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย

6.1 มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะงานบริการ

6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คือ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง (Security) คือ ความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย

9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของบริการที่จะทำให้งานบริการประสบความสำเร็จนี้เป็นแนวทางหนึ่งที่ข้าราชการสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครพึงปฏิบัติต่อประชาชนด้วย

26. สุภาพวงศ์ วรรณทอง(2535) ศึกษาเรื่อง”การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติ ต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ไม่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน

27. กองฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัทการบินไทย จำกัด(นิธนา เมลืองนนท์,2534)ได้มีการศึกษาวิจัย เพื่อนำไปประกอบหลักสูตรการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โดยได้นำกระบวนการให้บริการมาเปรียบเทียบกับกระบวนการสื่อสารว่าเป็นไปในทำนองเดียวกัน ในบทความชื่อ “ผู้ให้บริการคือนักประชาสัมพันธ์” กล่าวคือ

| การสื่อสาร | การให้บริการ |
|-------------------|--|
| ผู้ส่งสาร | ผู้ให้บริการบริการ |
| สาร | การบริการ |
| ช่องทางการสื่อสาร | ประสาทสัมผัสทั้งห้า |
| ผู้รับสาร | ผู้โดยสาร |
| ผล | ความพอใจหรือไม่พอใจของผู้โดยสาร |
| การป้อนกลับ | ผู้โดยสารแสดงออกในทันทีหรือส่งเป็นจดหมายชมเชย หรือจดหมายร้องเรียนมายังบริษัท |

นอกจากทำหน้าที่เป็นผู้ให้แล้ว นักบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างบริษัทกับลูกค้า ยังทำหน้าที่อีกอย่างหนึ่งคือ การเป็นนักประชาสัมพันธ์ การติดต่อกับผู้มารับบริการในเชิงประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้ธุรกิจการบริการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

ในที่นี้ หากเปรียบเทียบข้าราชการสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานครเป็นผู้ส่งสาร และเปรียบประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการจากข้าราชการสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานครเป็นผู้รับสารแล้ว ผลที่เกิดขึ้นจากการส่งสารซึ่งหมายถึงการบริการ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ก็คือ ความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของข้าราชการสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานครนั่นเอง

28. **ชมภูนุช ปฎิมาประกร(2534)**ศึกษาเรื่อง”ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจูงใจกับความเข้าใจและความพึงพอใจในโฆษณาส่งเสริมทางวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

29. **บุศรินทร์ หนูนภักดี(2534)** ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ” ผลการวิจัยพบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้ข่าวสารต่างๆ ของพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน ประชาชนที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้ข่าวสารต่างๆ ของพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน

30. **จรัสศรี หาญสมวงศ์**(2533) ศึกษาเรื่อง"การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่นเอฟ. เอ็ม. เอส. ซี. เอ." พบว่าผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังและพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความคาดหวังแตกต่างกัน และพบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาและมีรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่างกัน

31. **วันทนิย์ แสนภักดี**(2533) ศึกษาเรื่อง"ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา" พบว่าความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความต้องการรับรู้ทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

32. **ศิริวรรณ อนันต์โท** (2529, อ้างใน อัญชลี รัชกุล,2541) ศึกษาเรื่อง "ภาพพจน์ของตำรวจตามความรู้สึกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าอายุ, ระดับการศึกษา, ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับตำรวจและประสบการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกต่อภาพพจน์ของตำรวจ

33. **ประหยัด ยะคะนอง** (2523, อ้างใน บุศรินทร์ หนูนภักดี,2534) ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะของหน่วยการปกครองท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา" พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความลำบากใจและไม่ได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็วเท่าที่ควรเมื่อไปติดต่อราชการที่เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา โดยให้เหตุผลว่า

1. พนักงานเทศบาลขาดความกระตือรือร้นและไม่ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่
2. พนักงานเทศบาลไม่อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารที่ดีพอ
3. พนักงานเทศบาลขาดการให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อสื่อสาร

นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ยังเห็นว่าพนักงานเทศบาลไม่สนใจประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของเทศบาลหรือชี้แจง แนะนำ ชักชวนให้ประชาชนเข้าใจในการทำงานของเทศบาลดีพอ และมีผู้เห็นด้วยอย่างยิ่งกับคำถามที่ว่า "สมรรถภาพและความตั้งใจของพนักงานเทศบาลในการปฏิบัติงานและการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนโดยทั่วไป" อยู่ในระดับต่ำ

34. **กมล เกาพิจิตร และคณะ** (2517) ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อข้าราชการ" พบว่าประชาชนร้อยละ 61.16 จะไปติดต่องานกับอำเภอและสถานที่ราชการอื่น ๆ นาน ๆ ครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ชอบที่จะไปติดต่องานกับอำเภอและสถานที่

ราชการ ซึ่งเป็นเพราะประชาชนไม่เข้าใจถึงการให้บริการต่าง ๆ ตามสถานที่ราชการ และเป็นเพราะข้าราชการที่ประจำอยู่ไม่เป็นกันเองกับประชาชนเท่าที่ควร ไม่บริการประชาชนให้ได้รับความสะดวกสบาย ลำช้า และใช้มารยาทหรือวาจาที่ไม่สมควรต่อประชาชนผู้ไปติดต่องาน จึงเป็นเหตุให้ประชาชนเกิดความเบื่อหน่ายที่จะไปติดต่องานด้วย

35. ประมวล รุจนเสรี (2508,อ้างใน บุศรินทร์ หนูนภักดี,2534) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเทศบาลนครกรุงเทพ” พบว่าการประชาสัมพันธ์และการรายงานต่อประชาชนยังไม่ได้ผลดี เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า พนักงานเทศบาลทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ประชาชนจึงให้ความร่วมมือกับเทศบาลนครกรุงเทพน้อย แต่เมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงาน ประชาชนก็มักพากันตำหนิพนักงานเทศบาล เพราะประชาชนไม่มีความรู้สึกผูกพันต่อเทศบาลว่าตนเองมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วย

โดยได้สรุปให้เห็นว่าในสายตาของประชาชนคิดเป็นจำนวนร้อยละ 57.65 เห็นว่าพนักงานเทศบาลนครกรุงเทพเป็นผู้รับใช้ประชาชน อันเป็นความเห็นที่ถูกต้อง ส่วนประชาชนอีกจำนวนร้อยละ 25.48 เห็นว่าพนักงานเทศบาลอยู่ในฐานะเป็นผู้มีอำนาจเหนือประชาชน อันอาจทำให้พวกเขาเดือดร้อนถ้าไปแตะต้องเข้า ส่วนกลุ่มสุดท้ายจำนวนร้อยละ 11.42 เห็นว่าพนักงานเทศบาลมีฐานะเป็นพี่เลี้ยงของประชาชน คือ ประชาชนจำนวนนี้ได้ยอมรับว่าพนักงานเทศบาลเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเหนือตน จึงควรช่วยชี้ช่องทางปฏิบัติที่ถูกต้องให้แก่ประชาชนเหมือนกับพี่เลี้ยง แต่มีใ้ว่าจะมาใช้อำนาจกับประชาชนเหมือนเป็นนายประชาชนเสียทีเดียว หากแต่จะต้องใช้ความรู้ความสามารถเพื่อประชาชน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ด้วยการวัดครั้งเดียว (One shot descriptive study) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีในการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีรายละเอียดตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ประชากร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การวัดค่าของตัวแปร หลักเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ย
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนชาวไทยทั้งชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีภูมิลำเนาและมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต โดยประชากรดังกล่าวมีจำนวนประมาณ 4,182,697 คน (สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร, สถิติกรุงเทพมหานคร ปี 2543)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จากจำนวนประชากร 4,182,697 คน ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการสำรวจไม่น้อยกว่า 400 คน (ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 431 คน)

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานครออกตามการกระจายอำนาจการบริหารได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

-กลุ่มรัตนโกสินทร์ (วังหลวงเดิม) มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ ดุสิต บางซื่อ บางรัก ปทุมวัน พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย พญาไท ราชเทวี สัมพันธวงศ์

-กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ จตุจักร ดอนเมือง บางกะปิ บางเขน บึงกุ่ม สายไหม ลาดพร้าว วังทองหลาง หลักสี่

-กลุ่มศรีนครินทร์ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ ประเวศ มีนบุรี ลาดกระบัง สวนหลวงหนองจอก คลองสามวา คันนายาว สะพานสูง

-กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ คลองเตย ดินแดง พระโขนง สาทร ยานนาวา บางคอแหลม ห้วยขวาง วัฒนา บางนา

-กลุ่มกรุงธนใต้ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ คลองสาน จอมทอง ธนบุรี บางแค บางบอน บางขุนเทียน ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ

-กลุ่มกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 7 เขต ได้แก่ ตลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด ภาษีเจริญ หนองแขม ทวีวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มเขตต่างๆ ในแต่ละกลุ่มตามขั้นตอนที่ 1 ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลาก เพื่อเลือกเขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 2 เขต ผลของการจับสลาก ได้เขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 12 เขต ดังนี้

- กลุ่มรัตนโกสินทร์ ได้แก่ เขตบางซื่อและเขตสัมพันธวงศ์
- กลุ่มบูรพา ได้แก่ เขตบางเขนและเขตจตุจักร
- กลุ่มศรีนครินทร์ ได้แก่ เขตสวนหลวงและเขตคลองสามวา
- กลุ่มเจ้าพระยา ได้แก่ เขตสาทรและเขตวัฒนา
- กลุ่มกรุงธนใต้ ได้แก่ เขตบางแคและเขตราษฎร์บูรณะ
- กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ ได้แก่ เขตภาษีเจริญและเขตบางกอกใหญ่

ขั้นตอนที่ 3 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการสำรวจไม่น้อยกว่า 400 คน จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการเก็บข้อมูล จำนวนเขตละไม่ต่ำกว่า 34 คน

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาติดต่อธุระกับสำนักงานเขตทั้ง 12 เขต ณ บริเวณฝ่ายทะเบียน ในช่วงเวลาราชการ นอกจากนี้ยังได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ตามอาคารบ้านเรือนและร้านค้าในเขตต่างๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วย

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

- ตัวแปรอิสระ ความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต
- ตัวแปรตาม ความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต
- สมมติฐานที่7 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร
- ตัวแปรตาม ระดับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่8 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร
- ตัวแปรตาม ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
- สมมติฐานที่9 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร
- ตัวแปรตาม ความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต
- สมมติฐานที่10 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร
- ตัวแปรตาม ความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close – Ended Question) แบบเลือกตอบและแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 1 ฉบับ โดยเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักและรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ (ได้แก่คำถามข้อที่ 1-5)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 ข้อ ได้แก่คำถามข้อที่ 6 (12 ข้อย่อย)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 ข้อ ได้แก่คำถามข้อที่ 7 (10 ข้อย่อย)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต จำนวน 2 ข้อ ได้แก่คำถามข้อที่ 8 (10 ข้อย่อย) และคำถามข้อที่ 9 (9 ข้อย่อย)

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต จำนวน 2 ข้อ ได้แก่คำถามข้อที่ 10 (10 ข้อย่อย) และคำถามข้อที่ 11 (9 ข้อย่อย)

4. การวัดค่าของตัวแปรและหลักเกณฑ์การให้คะแนน

1. ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แบ่งการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตามความบ่อยครั้ง ได้แก่

1.1 สื่อวิทยุ, หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ฯลฯ และเอกสาร "ข่าวทอม."

| | | ไม่เคยรับ | ให้ | 0 | คะแนน |
|-----------|---------|-----------------------|-----|---|-------|
| น้อย | หมายถึง | หลายเดือน / ครั้ง | ให้ | 1 | คะแนน |
| ปานกลาง | หมายถึง | เดือนละครั้ง | ให้ | 2 | คะแนน |
| มาก | หมายถึง | 2-3 สัปดาห์ / ครั้ง | ให้ | 3 | คะแนน |
| มากที่สุด | หมายถึง | ทุกสัปดาห์หรือมากกว่า | ให้ | 4 | คะแนน |

1.2 เจ้าหน้าที่สำนักงานเขต, โทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร

| | | ไม่เคยรับ | ให้ | 0 | คะแนน |
|-----------|---------|-------------------------|-----|---|-------|
| น้อย | หมายถึง | มากกว่า 5 เดือน / ครั้ง | ให้ | 1 | คะแนน |
| ปานกลาง | หมายถึง | 4-5 เดือน / ครั้ง | ให้ | 2 | คะแนน |
| มาก | หมายถึง | 2-3 เดือน / ครั้ง | ให้ | 3 | คะแนน |
| มากที่สุด | หมายถึง | เดือนละ 1 - 4 ครั้ง | ให้ | 4 | คะแนน |

2. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีข้อความที่โปรดทั้งข้อความเชิงบวก (10 ข้อ) และข้อความเชิงลบ (1 ข้อ) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนที่แตกต่างกัน ได้แก่

● ข้อความเชิงบวก ในข้อคำถามที่ 1 - 3 และ 5 - 10

| | | | |
|----------------------|-----|---|-------|
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 1 | คะแนน |
| ไม่เห็นด้วย | ให้ | 2 | คะแนน |
| ไม่แน่ใจ | ให้ | 3 | คะแนน |
| เห็นด้วย | ให้ | 4 | คะแนน |
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 5 | คะแนน |

● ข้อความเชิงลบ ในข้อคำถามที่ 4

| | | | |
|----------------------|-----|---|-------|
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 5 | คะแนน |
| ไม่เห็นด้วย | ให้ | 4 | คะแนน |
| ไม่แน่ใจ | ให้ | 3 | คะแนน |
| เห็นด้วย | ให้ | 2 | คะแนน |
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 1 | คะแนน |

3. ความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต ได้แก่

3.1 ความคาดหวังในการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต

| | | | |
|------------------------|-----|---|-------|
| คาดหวังน้อยที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |
| คาดหวังน้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| คาดหวังปานกลาง / เฉย ๆ | ให้ | 3 | คะแนน |
| คาดหวังมาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| คาดหวังมากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |

3.2 ความคาดหวังในการได้รับบริการจากสำนักงานเขต มีข้อความที่ใช้วัดทั้งข้อความเชิงบวก (8 ข้อ) และข้อความเชิงลบ (1 ข้อ) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนที่แตกต่างกัน ได้แก่

- ข้อความเชิงบวก ในข้อคำถามที่ 1 - 4 และ 6 - 9

| | | | |
|------------------------|-----|---|-------|
| คาดหวังน้อยที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |
| คาดหวังน้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| คาดหวังปานกลาง / เฉย ๆ | ให้ | 3 | คะแนน |
| คาดหวังมาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| คาดหวังมากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |

- ข้อความเชิงลบ ในข้อคำถามที่ 5

| | | | |
|------------------------|-----|---|-------|
| คาดหวังน้อยที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |
| คาดหวังน้อย | ให้ | 4 | คะแนน |
| คาดหวังปานกลาง / เฉย ๆ | ให้ | 3 | คะแนน |
| คาดหวังมาก | ให้ | 2 | คะแนน |
| คาดหวังมากที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |

4. ความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต ได้แก่

4.1 ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสำนักงานเขต

| | | | |
|-------------------|-----|---|-------|
| พึงพอใจน้อยที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |
| พึงพอใจน้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| พึงพอใจปานกลาง | ให้ | 3 | คะแนน |
| พึงพอใจมาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| พึงพอใจมากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |

4.2 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากสำนักงานเขต

| | | | |
|-------------------|-----|---|-------|
| พึงพอใจน้อยที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |
| พึงพอใจน้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| พึงพอใจปานกลาง | ให้ | 3 | คะแนน |
| พึงพอใจมาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| พึงพอใจมากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ผู้วิจัยได้จัดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่มีการให้คะแนนไว้ 5 ระดับ ดังนี้

1. การวัดระดับการเปิดรับข่าวสาร

| ค่าเฉลี่ย | เกณฑ์การแปลความหมาย |
|-------------|--|
| 0.00 – 0.49 | ถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก |
| 0.50 – 1.49 | ถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ |
| 1.50 – 2.49 | ถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง |
| 2.50 – 3.49 | ถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง |
| 3.50 – 4.00 | ถือว่ามี การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก |

2. การวัดระดับภาพลักษณ์

| ค่าเฉลี่ย | เกณฑ์การแปลความหมาย |
|-------------|------------------------------------|
| 0.00 – 1.49 | ถือว่ามีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีอย่างยิ่ง |
| 1.50 – 2.49 | ถือว่ามีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี |
| 2.50 – 3.49 | ถือว่ามีภาพลักษณ์เป็นกลาง |
| 3.50 – 4.49 | ถือว่ามีภาพลักษณ์ที่ดี |
| 4.50 – 5.00 | ถือว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยิ่ง |

3. การวัดระดับความคาดหวัง

| ค่าเฉลี่ย | เกณฑ์การแปลความหมาย |
|-------------|---------------------------------------|
| 0.00 – 1.49 | ถือว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำมาก |
| 1.50 – 2.49 | ถือว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ |
| 2.50 – 3.49 | ถือว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง |
| 3.50 – 4.49 | ถือว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับสูง |
| 4.50 – 5.00 | ถือว่ามีความคาดหวังอยู่ในระดับสูงมาก |

4. การวัดระดับความพึงพอใจ

| ค่าเฉลี่ย | เกณฑ์การแปลความหมาย |
|-------------|---------------------------------------|
| 0.00 – 1.49 | ถือว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำมาก |
| 1.50 – 2.49 | ถือว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ |
| 2.50 – 3.49 | ถือว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง |
| 3.50 – 4.49 | ถือว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง |
| 4.50 – 5.00 | ถือว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก |

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบ เพื่อหาข้อบกพร่องและปรับปรุงคำถาม ตลอดจนตรวจแก้ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีเนื้อหาตรงตามเรื่องที่จะวัด สามารถวัดได้ครอบคลุมและสื่อความหมายระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถามได้เที่ยงตรงที่สุด

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีภูมิลำเนาและมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 ฉบับ จากนั้นจึงได้ทำการตรวจสอบความเชื่อถือได้เฉพาะส่วนชุดคำถามที่สามารถวัดออกมาเป็นคะแนนได้ กล่าวคือ ข้อคำถามในส่วนที่ 2 ซึ่งได้แก่ การเปิดรับข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามในส่วนที่ 3 ซึ่งได้แก่ ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามในส่วนที่ 4 ซึ่งได้แก่ ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต และข้อคำถามที่ 5 ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) ตามสูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach' Coefficient Alpha) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{s^2 I}{S^2 x} \right)$$

เมื่อ α = ระดับความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$s^2 i$ = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$s^2 x$ = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งหมด

ผลจากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในเรื่องต่างๆ มีดังนี้

1. เรื่องการเปิดรับข่าวสารของสำนักงานเขต = 0.8788
2. เรื่องภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต = 0.8793
3. เรื่องความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขต = 0.8699
4. เรื่องความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต = 0.8820
5. เรื่องความพึงพอใจของที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขต = 0.9539
6. เรื่องความพึงพอใจของที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต = 0.9492

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อถือได้อยู่ในเกณฑ์สูง (สูงกว่า 0.80) จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ในช่วงระหว่างวันที่ 23 สิงหาคม - 28 กันยายน พ.ศ. 2544 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามเกินจากจำนวนที่ได้กำหนดไว้เล็กน้อย เพื่อให้สามารถคิดแบบสอบถามที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ไม่ต่ำกว่าจำนวนที่กำหนด ซึ่งการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน 12 เขตที่ได้จากการจับสลากไว้ โดยได้แจกแบบสอบถามให้แก่ประชาชนที่มาติดต่อธุระที่สำนักงานเขต, ประชาชนที่อาศัยอยู่ตามอาคารบ้านเรือนและร้านค้าต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตนั้นๆ โดยแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทั้งหมดและมีความสมบูรณ์ สามารถนำไปประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามวัตถุประสงค์ได้ มีจำนวนทั้งสิ้น 431 ฉบับ

7. การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิธีทางข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามทั้งหมด
2. ทำการลงรหัส(code)ข้อมูลในแบบสอบถามตามคู่มือลงรหัสที่กำหนดไว้
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสในแบบสอบถาม ไปลงรหัสข้อมูลในแบบบันทึกการลงรหัส

(coding sheet)

4.บันทึกข้อมูลจากแบบบันทึกการลงรหัสในคอมพิวเตอร์ และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

- 1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- 1.2 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง
- 1.3 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของกลุ่มตัวอย่าง
- 1.4 ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต
- 1.5 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่

- 2.1 ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ ในสมมติฐานที่ 1 – 6
- 2.2 ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-Test) สำหรับตัวแปรเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) สำหรับตัวแปรอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ และใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe ในสมมติฐานที่ 7 - 10

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง“การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร”นี้ แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 หัวข้อ ดังนี้คือ

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
2. การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต
3. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของกลุ่มตัวอย่าง
4. ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
5. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
6. การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งได้แก่

1. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
2. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
3. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
4. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต
5. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

6. ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กัน
7. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงาน และกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
8. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
9. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน
10. ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วยเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักและรายได้ต่อเดือน โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 199 | 46.2 |
| หญิง | 232 | 53.8 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน โดยเพศหญิงมีจำนวนมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศชายร้อยละ 46.2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| 15 – 25 ปี | 163 | 37.8 |
| 26 – 35 ปี | 126 | 29.2 |
| 36 – 45 ปี | 84 | 19.5 |
| 46 – 55 ปี | 42 | 9.7 |
| มากกว่า 55 ปี | 16 | 3.7 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 15 - 25 ปีและ 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.8 และ 29.2 ตามลำดับ รองลงมาคือ กลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุระหว่าง 46 - 55 ปีและมากกว่า 55 ปีมีจำนวนเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ 3.7

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| มัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า | 37 | 8.6 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย, ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า | 70 | 16.2 |
| อนุปริญญาหรือป.ว.ส. | 51 | 11.8 |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 229 | 53.1 |
| ปริญญาโทขึ้นไป | 44 | 10.2 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนครึ่งหนึ่ง มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ กลุ่มระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 16.2 กลุ่มระดับอนุปริญญาหรือป.ว.ส.และกลุ่มปริญญาโทขึ้นไป มีจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และ 10.2 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 8.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา | 77 | 17.9 |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 85 | 19.7 |
| พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน | 109 | 25.3 |
| ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 75 | 17.4 |
| รับจ้างทั่วไป | 41 | 9.5 |
| แม่บ้าน | 25 | 5.8 |
| อื่นๆ | 19 | 4.4 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.7 อาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา และอาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และ 17.4 สำหรับอาชีพรับจ้างทั่วไปและแม่บ้าน มีจำนวนเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ 5.8

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ มีร้อยละ 4.4 ประกอบด้วยอาชีพต่างๆ ดังนี้คือ อาชีพทนาย
 ครูเอกชน แพทย์ ข้าราชการบำนาญ ศิลปิน เจ้าหน้าที่องค์การระหว่างประเทศ นักสังคม
 สงเคราะห์และว่างงาน

ตารางที่ 5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 80 | 18.6 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 105 | 24.4 |
| 10,001 – 15,000 บาท | 106 | 24.6 |
| 15,001 – 30,000 บาท | 96 | 22.3 |
| มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป | 44 | 10.2 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทและ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.6 และ 24.4 ตามลำดับ รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาทและต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.3 และ 18.6 สำหรับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงานเขต

เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับข่าวสาร โดยพิจารณาจากความบ่อยครั้งในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต จากสื่อประเภทต่างๆ โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 6

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ

| ประเภทของสื่อ | ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร | | | | | | | |
|---|----------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|------------|------|-------------------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | ไม่เคยรับ | X (0-4) | S.D. | ระดับ การเปิด รับข่าว- สาร |
| วิทยุ | 94 (21.8) | 85 (19.7) | 58 (13.5) | 109 (25.3) | 85 (19.7) | 1.99 | 1.45 | ปาน กลาง |
| หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ฯลฯ | 124 (28.8) | 83 (19.3) | 60 (13.9) | 95 (22.0) | 69 (16.0) | 2.23 | 1.47 | ปาน กลาง |
| เอกสาร"ข่าวททม." | 20 (4.6) | 32 (7.4) | 42 (9.7) | 122 (28.3) | 215 (49.9) | 0.91 | 1.26 | ต่ำ |
| เจ้าหน้าที่สำนักงานเขต | 37 (8.6) | 42 (9.7) | 29 (6.7) | 77 (17.9) | 246 (57.1) | 0.95 | 1.34 | ต่ำ |
| โทรทัศน์ | 200 (46.4) | 67 (15.5) | 60 (13.9) | 56 (13.0) | 48 (11.1) | 2.73 | 1.43 | สูง |
| หนังสือพิมพ์"กทท.สาร" | 41 (9.5) | 28 (8.8) | 14 (3.2) | 51 (11.8) | 287 (66.6) | 0.83 | 1.37 | ต่ำ |

ตารางที่ 6 (ต่อ)

| ประเภทของสื่อ | ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร | | | | | | | |
|---|----------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|------------|------|-------------------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | ไม่เคยรับ | X (0-4) | S.D. | ระดับ การเปิด รับข่าว- สาร |
| หนังสือพิมพ์"กทม.สาร" (ฉบับกลุ่มเขต) | 22 (5.1) | 29 (6.7) | 19 (4.4) | 46 (10.7) | 315 (73.1) | 0.60 | 1.16 | ต่ำ |
| หนังสือพิมพ์"สภามหา- นครสาร" | 10 (2.3) | 19 (4.4) | 15 (3.5) | 53 (12.3) | 334 (77.5) | 0.42 | 0.93 | ต่ำมาก |
| แผ่นพับ / แผ่นปลิว | 43 (10.0) | 61 (14.2) | 66 (15.3) | 110 (25.5) | 151 (35.0) | 1.39 | 1.35 | ต่ำ |
| จดหมาย เช่น จ.ม.แจ้ง- เตือนการเสียภาษี | 18 (4.2) | 43 (10.0) | 39 (9.0) | 130 (30.2) | 201 (46.6) | 0.95 | 1.15 | ต่ำ |
| หนังสือ เช่น คู่มือติดต่อ- ราชการสนง.เขต | 13 (3.0) | 34 (7.9) | 30 (7.0) | 76 (17.6) | 278 (64.5) | 0.67 | 1.09 | ต่ำ |
| แผ่นป้ายผ้า / แผ่นโปส- เตอร์ / แผ่นป้ายประชา- สัมพันธ์ต่างๆ | 97 (22.5) | 94 (21.8) | 77 (17.9) | 75 (17.4) | 88 (20.4) | 2.09 | 1.45 | ปาน กลาง |
| รวม | | | | | | 1.31 | 0.78 | ต่ำ |

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.31

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตจากสื่อแต่ละประเภท พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตจากสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ฯลฯ , แผ่นป้ายผ้า / แผ่นโปสเตอร์ / แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ และวิทยุ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับสื่อประเภทอื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับอยู่ในระดับต่ำและต่ำมาก

ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต จากสื่อทุกประเภท

| ระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อทุกประเภท | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก | 68 | 15.8 |
| มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ | 217 | 50.3 |
| มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง | 110 | 25.5 |
| มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง | 33 | 7.7 |
| มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก | 3 | 0.7 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 7 เมื่อแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตออกเป็น 5 ระดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อทุกประเภทอยู่ในระดับต่ำเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตอยู่ในระดับปานกลางและต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 15.8 ส่วนกลุ่มที่มีการเปิดรับอยู่ในระดับสูงและสูงมากมีเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.7 และ 0.7ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการศึกษาในเรื่องภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 8

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสำนักงานเขต
จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

| ภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขต | ระดับความคิดเห็น | | | | | X (1 – 5) | S.D. | ระดับ ภาพ- ลักษณ์ |
|--|-----------------------|---------------|---------------|-----------------|------------------------------|--------------|------|-------------------------|
| | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | ไม่แน่ใจ | ไม่ เห็นด้วย | ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | | |
| องค์กร | | | | | | | | |
| 1. สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน | 39 (9.0) | 180 (41.8) | 156 (36.2) | 45 (10.4) | 11 (2.6) | 3.44 | 0.89 | เป็น กลาง |
| 2. สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและพร้อมที่จะรับฟังปัญหาของประชาชนเสมอ | 35 (8.1) | 129 (29.9) | 189 (43.9) | 53 (12.3) | 25 (5.8) | 3.22 | 0.97 | เป็น กลาง |
| 3. สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีลักษณะการบริการที่ดี | 26 (6.0) | 174 (40.4) | 153 (35.5) | 62 (14.4) | 16 (3.7) | 3.31 | 0.92 | เป็น กลาง |
| 4. สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่ขาดการพัฒนาองค์การ, ไม่ทันสมัย | 27 (6.3) | 135 (31.3) | 153 (35.5) | 100 (23.2) | 16 (3.7) | 2.87 | 0.96 | เป็น กลาง |
| 5. สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานซึ่งมีการจัดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากเหมือนก่อน | 59 (13.7) | 222 (51.5) | 106 (24.6) | 40 (9.3) | 4 (0.9) | 3.68 | 0.86 | ดี |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| ภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขต | ระดับความคิดเห็น | | | | | X (1 – 5) | S.D. | ระดับ ภาพ- ลักษณ์ |
|--|-----------------------|---------------|---------------|-----------------|------------------------------|--------------|------|-------------------------|
| | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | ไม่แน่ใจ | ไม่ เห็นด้วย | ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | | |
| 6. สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มี การจัดสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ดี | 28 (6.5) | 239 (55.5) | 129 (29.9) | 33 (7.7) | 2 (0.5) | 3.60 | 0.74 | ดี |
| | | | | | | 3.37 | 0.65 | เป็น กลาง |
| เจ้าหน้าที่ | | | | | | | | |
| 7. เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี | 35 (8.1) | 150 (34.8) | 138 (32.0) | 85 (19.7) | 23 (5.3) | 3.21 | 1.02 | เป็น กลาง |
| 8. เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตเป็นผู้ มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติ หน้าที่เป็นอย่างดี | 24 (5.6) | 165 (38.3) | 176 (40.8) | 54 (12.5) | 12 (2.8) | 3.31 | 0.86 | เป็น กลาง |
| 9. เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตให้ บริการได้ อย่างรวดเร็ว | 34 (7.9) | 143 (33.2) | 134 (31.1) | 93 (21.6) | 27 (6.3) | 3.15 | 1.05 | เป็น กลาง |
| 10. เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตให้ บริการตามหน้าที่ โดยไม่เรียกร้อง สิ่งตอบแทน | 48 (11.1) | 178 (41.3) | 159 (36.9) | 33 (7.7) | 13 (3.0) | 3.50 | 0.90 | เป็น กลาง |
| | | | | | | 3.29 | 0.81 | เป็น กลาง |
| | รวม | | | | | 3.34 | 0.67 | เป็น กลาง |

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตโดยรวม, ภาพลักษณ์ขององค์กร(สำนักงานเขต) และภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต อยู่ในระดับเป็นกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34, 3.37 และ 3.29 ตามลำดับ

โดยมีภาพลักษณ์เป็นกลางเกือบทุกหัวข้อ มีเพียงสองหัวข้อเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับที่ดีคือ “สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานซึ่งมีการจัดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ สะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากเหมือนก่อน” และ “สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีการจัดสภาพแวดล้อม ในองค์กรที่ดี” คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.60



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขต

| ระดับความคิดเห็นในเรื่องภาพลักษณ์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีอย่างยิ่ง | 43 | 10.0 |
| มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี | 190 | 44.1 |
| มีภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง | 181 | 42.0 |
| มีภาพลักษณ์ที่ดี | 17 | 3.9 |
| มีภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยิ่ง | - | - |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 9 พบว่าเมื่อแบ่งระดับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสำนักงานเขตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีภาพลักษณ์เป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.0 และกลุ่มที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 10.0 สำหรับกลุ่มที่มีภาพลักษณ์ที่ดี คิดเป็นร้อยละ 3.9 โดยไม่มีผู้ตอบว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยิ่ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต โดยแบ่งระดับความคาดหวังออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 10

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร

| ข่าวสารในเรื่องต่างๆ ที่คาดหวัง | ความคาดหวัง | | | | | X (1-5) | S.D. | ระดับ ความ คาดหวัง |
|---|---------------|---------------|---------------|-------------|----------------|------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก กลาง | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 1. การแจ้งให้ทราบถึง “ขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้ ในการขอรับบริการจากฝ่ายต่างๆ” | 106 (24.6) | 154 (35.7) | 141 (32.7) | 22 (5.1) | 8 (1.9) | 3.76 | 0.94 | สูง |
| 2. การแจ้งให้ทราบถึง “เอกสารที่ต้องนำไปด้วย ในการติดต่อขอรับบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วใน การรับบริการ” | 168 (39.0) | 147 (34.1) | 76 (17.6) | 33 (7.7) | 7 (1.6) | 4.01 | 1.01 | สูง |
| 3.การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารเกี่ยวกับการปรับปรุงระบบระบายน้ำและท่อระบายน้ำ การบำรุงรักษาคูคลองและการป้องกันน้ำท่วม” | 72 (16.7) | 152 (35.3) | 161 (37.4) | 32 (7.4) | 14 (3.2) | 3.55 | 0.96 | สูง |
| 4. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเมือง การวางผังปรับปรุงบริเวณเฉพาะแห่งหรือบริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ” | 88 (20.4) | 154 (35.7) | 140 (32.5) | 35 (8.1) | 14 (3.2) | 3.62 | 1.00 | สูง |
| 5. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร,ตลาดและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ” | 88 (20.4) | 162 (37.6) | 138 (32.0) | 32 (7.4) | 11 (2.6) | 3.66 | 0.97 | สูง |

ตารางที่ 10 (ต่อ)

| ข่าวสารในเรื่องต่างๆ ที่คาดหวัง | ความคาดหวัง | | | | | X (1-5) | S.D. | ระดับ ความ คาดหวัง |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|----------------|------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 6. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารในเรื่องการเสียภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่นภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีป้ายและค่าธรรมเนียมเก็บขนมูลฝอย เป็นต้น” | 85 (19.7) | 186 (43.2) | 122 (28.3) | 31 (7.2) | 7 (1.6) | 3.72 | 0.92 | สูง |
| 7. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การลดมลพิษ การรักษาสีสิ่งแวดล้อมและการบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล” | 104 (24.1) | 174 (40.4) | 125 (29.0) | 25 (5.8) | 3 (0.7) | 3.81 | 0.89 | สูง |
| 8. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้นและการประสานงานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต” | 76 (17.6) | 122 (28.3) | 165 (38.3) | 48 (11.1) | 20 (4.6) | 3.43 | 1.05 | ปาน กลาง |
| 9. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารด้านตลาดแรงงานแก่ผู้ว่างงานในชุมชน” | 79 (18.3) | 120 (27.8) | 158 (36.7) | 49 (11.4) | 25 (5.8) | 3.42 | 1.09 | ปาน กลาง |
| 10. การแจ้งให้ทราบถึง “ข่าวสารด้านการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตรและสภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร” | 55 (12.8) | 88 (20.4) | 175 (40.6) | 67 (15.5) | 46 (10.7) | 3.09 | 1.14 | ปาน กลาง |
| รวม | | | | | | 3.61 | 0.74 | สูง |

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตอยู่ในระดับสูง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.61 โดยมีข่าวสารเพียงสามเรื่องเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังในระดับปานกลาง ได้แก่ “ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้นและการประสานงานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต” “ข่าวสารด้านตลาดแรงงานแก่ผู้ว่างงานในชุมชน” และ “ข่าวสารด้านการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตรและสภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร”

ล้อมเพื่อการเกษตร” โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 , 3.42 และ 3.09 ตามลำดับ สำหรับชาวสวนที่
กลุ่มตัวอย่างคาดหวังสูงที่สุดคือ “เอกสารที่ต้องนำไปด้วยในการติดต่อขอรับบริการเพื่อความ
สะดวกรวดเร็วในการรับบริการ” มีค่าเฉลี่ย 4.01



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร

| ระดับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำมาก | 5 | 1.2 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ | 27 | 6.3 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง | 158 | 36.7 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับสูง | 206 | 47.8 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับสูงมาก | 35 | 8.1 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 11 พบว่าเมื่อแบ่งระดับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและ
กิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งมีความคาดหวังอยู่
ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง คิด
เป็นร้อยละ 36.7 สำหรับกลุ่มที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับสูงมาก , ต่ำและต่ำมากมีจำนวนเพียง
เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.1 , 6.3 และ 1.2 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ

| ลักษณะการให้บริการที่คาดหวัง | ความคาดหวัง | | | | | X (1 – 5) | S.D. | ระดับ ความ คาดหวัง |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|----------------|--------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 1. เจ้าหน้าที่กล่าวคำทักทาย, พุดคุยกับท่านในระหว่างที่ให้บริการด้วยวาจาสุภาพเรียบร้อยและยิ้มแย้มแจ่มใส | 171 (39.7) | 145 (33.6) | 91 (21.1) | 18 (4.2) | 6 (1.4) | 4.06 | 0.95 | สูง |
| 2. การบริการอย่างเป็นกันเอง | 161 (37.4) | 156 (36.2) | 90 (20.9) | 17 (3.9) | 7 (1.6) | 4.04 | 0.94 | สูง |
| 3. การบริการด้วยความรวดเร็ว | 223 (51.7) | 115 (26.7) | 64 (14.8) | 21 (4.9) | 8 (1.9) | 4.22 | 0.99 | สูง |
| 4. การบริการอย่างเสมอภาค , เสมอหน้า ทัดเทียมกับผู้อื่น | 194 (45.0) | 133 (30.9) | 73 (16.9) | 19 (4.4) | 12 (2.8) | 4.11 | 1.02 | สูง |
| 5. เพื่อแลกเปลี่ยนกับการให้บริการที่รวดเร็ว เท่าผู้อื่นบ้าง ในบางกรณีท่านต้องการให้สิ่ง ตอบแทน กับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ | 24 (5.6) | 58 (13.5) | 142 (32.9) | 71 (16.5) | 136 (31.6) | 3.55 | 1.22 | สูง |
| 6. เจ้าหน้าที่ที่มีกิจกรรมยามว่างเหมาะสมกับการให้ บริการ เช่น ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ รับประทานอาหาร- อาหารหรือพุดคุยกับเพื่อนร่วมงานเสียงดัง ในขณะที่ให้บริการ เป็นต้น | 110 (25.5) | 161 (37.4) | 108 (25.1) | 28 (6.5) | 24 (5.6) | 3.71 | 1.09 | สูง |
| 7. เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานตรงเวลาและไม่ เลิกงานก่อนเวลา | 163 (37.8) | 147 (34.1) | 85 (19.7) | 23 (5.3) | 13 (3.0) | 3.98 | 1.03 | สูง |

ตารางที่ 12 (ต่อ)

| ลักษณะการให้บริการที่คาดหวัง | ความคาดหวัง | | | | | X (1-5) | S.D. | ระดับ ความ คาดหวัง |
|--|---------------|---------------|--------------|-------------|----------------|------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 8. เจ้าหน้าที่มีความรู้ในเรื่องกฎหมาย ระเบียบ ขั้นตอนในการปฏิบัติงานและสามารถให้คำ - ปรึกษาแนะนำแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี | 169 (39.2) | 141 (32.7) | 97 (22.5) | 18 (4.2) | 6 (1.4) | 4.04 | 0.95 | สูง |
| 9. เจ้าหน้าที่มีความขยัน กระตือรือร้นและ ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่เป็นอย่างดี | 186 (43.2) | 136 (31.6) | 75 (17.4) | 21 (4.9) | 13 (3.0) | 4.07 | 1.03 | สูง |
| รวม | | | | | | 3.97 | 0.74 | สูง |

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อลักษณะการให้บริการของข้าราชการสำนักงานเขตอยู่ในระดับสูงในทุกหัวข้อ คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.97 โดยลักษณะการให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังสูงที่สุดสองอันดับแรกคือ “การบริการด้วยความรวดเร็ว” และ “การบริการอย่างเสมอภาค , เสมอหน้าทัดเทียมกับผู้อื่น” คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 และค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ สำหรับลักษณะการบริการที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังน้อยที่สุดคือ “เพื่อแลกเปลี่ยนกับการให้บริการที่รวดเร็วเท่าผู้อื่นบ้าง ในบางกรณีท่านต้องการให้สิ่งตอบแทน กับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ” ซึ่งหมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการน้อย ที่จะให้สิ่งตอบแทนแก่เจ้าหน้าที่เพื่อแลกเปลี่ยนกับการให้บริการที่รวดเร็ว โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ

| ระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำมาก | - | - |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ | 21 | 4.9 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง | 86 | 20.0 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับสูง | 193 | 44.8 |
| มีความคาดหวังอยู่ในระดับสูงมาก | 131 | 30.4 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 13 พบว่าเมื่อแบ่งระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังอยู่ในระดับสูงและสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ 30.4 ตามลำดับ รองลงมาคือ กลุ่มที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางและต่ำ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 4.9 โดยไม่มีผู้มีความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำมาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 14

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร

| ข่าวสารในเรื่องต่างๆ ที่ได้รับ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | X (1 – 5) | S.D. | ระดับ ความ พึงพอใจ |
|---|------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|--------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 1. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้ในการขอรับบริการ | 35 (8.1) | 126 (29.2) | 201 (46.6) | 47 (10.9) | 22 (5.1) | 3.24 | 0.93 | ปาน กลาง |
| 2. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงเอกสารที่ต้องนำไปด้วยในการติดต่อขอรับบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ | 52 (12.1) | 112 (26.0) | 167 (38.7) | 77 (17.9) | 23 (5.3) | 3.22 | 1.04 | ปาน กลาง |
| 3. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการปรับปรุงระบบระบายน้ำและท่อระบายน้ำ การบำรุงรักษาคูคลองและการป้องกันน้ำท่วม | 37 (8.6) | 87 (20.2) | 200 (46.4) | 74 (17.2) | 33 (7.7) | 3.05 | 1.01 | ปาน กลาง |
| 4. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเมือง การวางผังปรับปรุงบริเวณเฉพาะแห่งหรือบริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | 34 (7.9) | 86 (20.0) | 212 (49.2) | 63 (14.6) | 36 (8.4) | 3.04 | 1.00 | ปาน กลาง |
| 5. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร,ตลาดและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ | 33 (7.7) | 96 (22.3) | 210 (48.7) | 62 (14.4) | 30 (7.0) | 3.09 | 0.97 | ปาน กลาง |

ตารางที่ 14 (ต่อ)

| ข่าวสารในเรื่องต่างๆ ที่ได้รับ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | X (1-5) | S.D. | ระดับ ความ พึงพอใจ |
|--|------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 6. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารในเรื่องการ เสียภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ภาษี บำรุงท้องที่ ภาษีป้ายและค่าธรรมเนียมเก็บ- ขนมูลฝอย | 34 (7.9) | 100 (23.2) | 213 (49.4) | 65 (15.1) | 19 (4.4) | 3.15 | 0.92 | ปาน กลาง |
| 7. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับ การรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การลดมลพิษ การรักษาสีสิ่งแวดล้อมและ การบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล | 38 (8.8) | 109 (25.3) | 195 (45.2) | 64 (14.8) | 25 (5.8) | 3.16 | 0.98 | ปาน กลาง |
| 8. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับ การจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้นและการประสาน งานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต | 32 (7.4) | 89 (20.6) | 205 (47.6) | 71 (16.5) | 34 (7.9) | 3.03 | 0.99 | ปาน กลาง |
| 9. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารด้านตลาด แรงงานแก่ผู้ว่างงานในชุมชน | 37 (8.6) | 78 (18.1) | 202 (46.9) | 79 (18.3) | 35 (8.1) | 3.01 | 1.02 | ปาน กลาง |
| 10. ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารด้านการ ให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตรและ สภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร | 28 (6.5) | 59 (13.7) | 226 (52.4) | 76 (17.6) | 42 (9.7) | 2.90 | 0.98 | ปาน กลาง |
| รวม | | | | | | 3.09 | 0.77 | ปาน กลาง |

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.09 โดยข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจสูงสุดสองอันดับแรกคือ “ขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้ในการขอรับบริการ” และ “เอกสารที่ต้องนำไปด้วยในการติดต่อขอรับบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการรับ

บริการ” คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.22 ตามลำดับ สำหรับข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่ำที่สุดคือ“ข่าวสารด้านการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตรและสภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร” คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.90



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร

| ระดับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำมาก | 19 | 4.4 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ | 68 | 15.8 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง | 240 | 55.7 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง | 92 | 21.3 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก | 12 | 2.8 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 15 พบว่าเมื่อแบ่งระดับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างจำนวนครึ่งหนึ่งมีความพึงพอใจต่อข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงและต่ำ คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ 15.8 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำมากและสูงมากมีจำนวนเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.4 และ 2.8

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

| ลักษณะการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | X (1 – 5) | S.D. | ระดับ ความ พึงพอใจ |
|--|------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|--------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 1. เจ้าหน้าที่กล่าวคำทักทาย, การพูดคุยด้วยวาจาสุภาพเรียบร้อยและยิ้มแย้มแจ่มใส | 55 (12.8) | 106 (24.6) | 191 (44.3) | 68 (15.8) | 11 (2.6) | 3.29 | 0.97 | ปาน กลาง |
| 2. ความเป็นกันเองในขณะที่ให้บริการ | 46 (10.7) | 105 (24.4) | 192 (44.5) | 74 (17.2) | 14 (3.2) | 3.22 | 0.96 | ปาน กลาง |
| 3. ความรวดเร็วในการให้บริการ | 57 (13.2) | 113 (26.2) | 156 (36.2) | 82 (19.0) | 23 (5.3) | 3.23 | 1.07 | ปาน กลาง |
| 4. การให้บริการอย่างเสมอภาค, เสมอหน้าแก่ประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน | 61 (14.2) | 109 (25.3) | 183 (42.5) | 60 (13.9) | 18 (4.2) | 3.31 | 1.01 | ปาน กลาง |
| 5. ความโปร่งใสในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ | 50 (11.6) | 116 (26.9) | 202 (46.9) | 44 (10.2) | 19 (4.4) | 3.31 | 0.96 | ปาน กลาง |
| 6. กิริยามารยาทในขณะที่ให้บริการ | 36 (8.4) | 94 (21.8) | 204 (47.3) | 68 (15.8) | 29 (6.7) | 3.09 | 0.99 | ปาน กลาง |
| 7. การปฏิบัติงานตรงเวลาและรักษาเวลาในการทำงาน | 40 (9.3) | 114 (26.5) | 180 (41.8) | 74 (17.2) | 23 (5.3) | 3.17 | 1.00 | ปาน กลาง |
| 8. เจ้าหน้าที่มีความรู้ในเรื่องกฎหมาย ระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานและสามารถให้คำปรึกษาแนะนำแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี | 47 (10.9) | 117 (27.1) | 219 (50.8) | 34 (7.9) | 14 (3.2) | 3.35 | 0.89 | ปาน กลาง |

ตารางที่ 16 (ต่อ)

| ลักษณะการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | X (1-5) | S.D. | ระดับ ความ พึงพอใจ |
|---|------------------|--------------|---------------|--------------|----------------|------------|------|--------------------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปาน กลาง | น้อย | น้อย ที่สุด | | | |
| 9. ความขยัน กระตือรือร้นและตั้งใจปฏิบัติ หน้าที่ | 53 (12.3) | 94 (21.8) | 189 (43.9) | 66 (15.3) | 29 (6.7) | 3.18 | 1.05 | ปาน กลาง |
| รวม | | | | | | 3.24 | 0.82 | ปาน กลาง |

จากตารางที่ 16 พบว่าโดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 โดยลักษณะการบริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงที่สุดตามอันดับแรกคือ “เจ้าหน้าที่มีความรู้ในเรื่องกฎหมาย ระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และสามารถให้คำปรึกษาแนะนำแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี” “การให้บริการอย่างเสมอภาค, เสมอหน้าแก่ประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน” “ความโปร่งใสในการให้บริการของเจ้าหน้าที่” โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 , 3.31 และ 3.31 ตามลำดับ สำหรับลักษณะการบริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ “กิริยามารยาทในขณะให้บริการ” คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

| ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำมาก | 6 | 1.4 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ | 72 | 16.7 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง | 204 | 47.3 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง | 111 | 25.8 |
| มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก | 38 | 8.8 |
| รวม | 431 | 100.0 |

จากตารางที่ 17 พบว่าเมื่อแบ่งระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงและต่ำ คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ 16.7 นอกจากนี้เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมากและต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 1.4 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

ตารางที่ 18

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

| ตัวแปร | ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต | P |
|-------------------|-------------------------|-------|
| การเปิดรับข่าวสาร | 0.2749 *** | 0.000 |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 18 พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมาก จะมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

ตารางที่ 19

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตกับความคาดหวังที่มีต่อ
ข่าวสารและการให้บริการ

| ตัวแปร | ความคาดหวัง | | | |
|-------------------|---------------------------|-------|--------------------------------|-------|
| | ความคาดหวัง ต่อข่าวสาร | P | ความคาดหวัง ต่อการให้บริการ | P |
| การเปิดรับข่าวสาร | 0.0709 | 0.142 | - 0.1040 * | 0.031 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 เมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

และเมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมาก จะมีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขตต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

ตารางที่ 20

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตกับความพึงพอใจที่มีต่อ
ข่าวสารและการให้บริการ

| ตัวแปร | ความพึงพอใจ | | | |
|-------------------|---------------------------|-------|--------------------------------|-------|
| | ความพึงพอใจ ต่อข่าวสาร | P | ความพึงพอใจ ต่อการให้บริการ | P |
| การเปิดรับข่าวสาร | 0.2182*** | 0.000 | 0.1522** | 0.002 |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 20 พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมาก ก็จะมี ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตมากด้วย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ

และเมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมาก ก็จะมีคามพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขตมาก อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำมาก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 4 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

ตารางที่ 21

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
ระหว่างภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกับความคาดหวังที่มีต่อ
ข่าวสารและการให้บริการ

| ตัวแปร | ความคาดหวัง | | | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|--------------------------------|-------|
| | ความคาดหวัง ต่อข่าวสาร | P | ความคาดหวัง ต่อการให้บริการ | P |
| ภาพลักษณ์ของ สำนักงานเขต | 0.2544 *** | 0.000 | 0.1222 * | 0.013 |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต ก็จะมี ความคาดหวังต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตสูงด้วย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ

และเมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต ก็จะมี ความคาดหวังต่อการที่จะได้รับบริการที่ดีจากสำนักงานเขตสูงด้วย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำมาก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 5 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

ตารางที่ 22

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
ระหว่างภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกับความพึงพอใจที่มีต่อ
ข่าวสารและการให้บริการ

| ตัวแปร | ความพึงพอใจ | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|-------|--|-------|
| | ความพึงพอใจ ต่อ <u>ข่าวสาร</u> | P | ความพึงพอใจ ต่อ <u>การให้บริการ</u> | P |
| ภาพลักษณ์ของ สำนักงานเขต | 0.3776*** | 0.000 | 0.6108 *** | 0.000 |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 22 พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต ก็จะมี ความพึงพอใจต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตสูงด้วย อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ

และเมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต ก็จะมี ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขตสูงด้วย และผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 6 ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 23

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารและการให้บริการ

| ความคาดหวัง | ความพึงพอใจ | R | P |
|------------------------------------|------------------------------------|-----------|-------|
| ความคาดหวังต่อ <u>ข่าวสาร</u> | ความพึงพอใจต่อ <u>ข่าวสาร</u> | 0.2681*** | 0.000 |
| ความคาดหวังต่อ <u>การให้บริการ</u> | ความพึงพอใจต่อ <u>การให้บริการ</u> | 0.2061*** | 0.000 |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 23 พบว่าความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตสูง ก็จะมี ความพึงพอใจต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตสูงด้วย อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ

และเมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ พบว่าความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนที่มีความคาดหวังต่อการให้บริการจากสำนักงานเขตสูง ก็จะมี ความพึงพอใจต่อการให้บริการจากสำนักงานเขตสูงด้วย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 7 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

ตารางที่ 24

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต
จำแนกตามเพศ

| ตัวแปร | เพศ | | | | t | P |
|-----------------------|-----------|------|------------|------|------|-------|
| | ชาย (199) | | หญิง (232) | | | |
| | X | S.D. | X | S.D. | | |
| การเปิดรับ ข่าวสาร | 1.34 | 0.82 | 1.28 | 0.73 | 0.74 | 0.459 |

จากตารางที่ 24 พบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต
จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

| การเปิดรับ ข่าวสาร | อายุ | | | | | | | | | | F | P |
|-----------------------|---------------------|------|---------------------|------|--------------------|------|--------------------|------|-----------------------|------|--------|--------|
| | 15 – 25 ปี (163) | | 26 – 35 ปี (126) | | 36 – 45 ปี (84) | | 46 – 55 ปี (42) | | มากกว่า 55 ปี (16) | | | |
| | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | | |
| | 1.34 | 0.76 | 1.29 | 0.77 | 1.36 | 0.81 | 1.16 | 0.78 | 1.17 | 0.69 | 0.6993 | 0.5928 |

จากตารางที่ 25 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต
จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| การเปิดรับ ข่าวสาร | ระดับการศึกษา | | | | | | | | | | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
|-----------------------|--|------|--|------|---------------------------------|------|---|------|----------------------------|------|----------|--------|-------------------|
| | มัธยมศึกษา ตอนต้นและ ต่ำกว่า (37) | | มัธยมศึกษา ตอนปลาย ป.ว.ช.หรือ เทียบเท่า (70) | | อนุปริญญา หรือป.ว.ส. (51) | | ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า (229) | | ปริญญาโท ขึ้นไป (44) | | | | |
| | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | | | |
| | 1.54 | 0.94 | 1.46 | 0.83 | 1.36 | 0.82 | 1.25 | 0.71 | 1.13 | 0.76 | 2.4675 * | 0.0443 | ไม่พบ |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต
จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพหลักต่างกัน

| การเปิดรับ ข่าวสาร | อาชีพหลัก | | | | | | | | | | | | | | F | P |
|-----------------------|-----------------------------------|------|---------------------------------------|------|---|------|---|------|-------------------|------|---------|------|--------|------|--------|--------|
| | นักเรียน / นิลิต / นักศึกษา | | ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | | พนักงาน บริษัท / ห้างร้าน ของเอกชน | | ค้าขาย / ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว | | รับจ้าง ทั่วไป | | แม่บ้าน | | อื่น ๆ | | | |
| | (77) | (85) | (109) | (75) | (41) | (25) | (19) | | | | | | | | | |
| X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | | | |
| | 1.31 | 0.78 | 1.18 | 0.73 | 1.33 | 0.77 | 1.36 | 0.74 | 1.56 | 0.95 | 1.23 | 0.67 | 1.09 | 0.77 | 1.4638 | 0.1891 |

จากตารางที่ 27 พบว่าประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับ
ข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต
จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

| การ เปิดรับ ข่าวสาร | รายได้ต่อเดือน | | | | | | | | | | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
|---------------------------|---------------------------------|------|----------------------------------|------|-----------------------------------|------|----------------------------------|------|--|------|---------|--------|-------------------|
| | ต่ำกว่า 5,000 บาท (80) | | 5,001- 10,000 บาท (105) | | 10,001- 15,000 บาท (106) | | 15,001- 30,000 บาท (96) | | มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป (44) | | | | |
| | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | X | S.D. | | | |
| | 1.48 | 0.84 | 1.44 | 0.85 | 1.21 | 0.68 | 1.16 | 0.69 | 1.22 | 0.76 | 3.1776* | 0.0137 | ไม่พบ |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 8 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

ตารางที่ 29

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
จำแนกตามเพศ

| เพศ | ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต | | | | |
|------|-------------------------|------|------|------|-------|
| | N | X | S.D. | t | P |
| ชาย | 199 | 2.49 | 0.71 | 1.86 | 0.064 |
| หญิง | 232 | 2.37 | 0.62 | | |

จากตารางที่ 29 พบว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
จำแนกตามอายุ

| อายุ | ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต | | | | |
|---------------|-------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| 15 – 25 ปี | 163 | 2.35 | 0.70 | 2.0083 | 0.0924 |
| 26 – 35 ปี | 126 | 2.44 | 0.71 | | |
| 36 – 45 ปี | 84 | 2.42 | 0.58 | | |
| 46 – 55 ปี | 42 | 2.54 | 0.57 | | |
| มากกว่า 55 ปี | 16 | 2.78 | 0.55 | | |

จากตารางที่ 30 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต | | | | | |
|--|-------------------------|------|------|------------|--------|------------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| (1) มัธยมศึกษาตอนต้นและ ต่ำกว่า | 37 | 2.73 | 0.70 | 6.9788 *** | 0.0000 | (1) > (4) (1) > (5) |
| (2) มัธยมศึกษาตอนปลาย, ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า | 70 | 2.69 | 0.67 | | | (2) > (4) (2) > (5) |
| (3) อนุปริญญาหรือป.ว.ส. | 51 | 2.37 | 0.68 | | | |
| (4) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 229 | 2.34 | 0.62 | | | |
| (5) ปริญญาโทขึ้นไป | 44 | 2.22 | 0.70 | | | |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 31 พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า มีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย,ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า ก็มีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 32

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก | ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------|------|------|----------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา | 77 | 2.24 | 0.74 | 2.8784 * | 0.0093 | ไม่พบ |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 85 | 2.41 | 0.67 | | | |
| พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน | 109 | 2.38 | 0.62 | | | |
| ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 75 | 2.54 | 0.60 | | | |
| รับจ้างทั่วไป | 41 | 2.59 | 0.65 | | | |
| แม่บ้าน | 25 | 2.72 | 0.62 | | | |
| อื่น ๆ | 19 | 2.26 | 0.76 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------|------|------|----------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท | 80 | 2.63 | 0.73 | 3.3569** | 0.0101 | (1) > (4) |
| (2) 5,001 – 10,000 บาท | 105 | 2.42 | 0.63 | | | |
| (3) 10,001 – 15,000 บาท | 106 | 2.42 | 0.69 | | | |
| (4) 15,001 - 30,000 บาท | 96 | 2.27 | 0.62 | | | |
| (5) มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป | 44 | 2.40 | 0.60 | | | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่าประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 9 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขตแตกต่างกัน

ตารางที่ 34

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามเพศ

| เพศ | ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|------|----------------------------|------|------|------|-------|
| | N | X | S.D. | t | P |
| ชาย | 199 | 3.64 | 0.76 | 0.90 | 0.371 |
| หญิง | 232 | 3.57 | 0.71 | | |

จากตารางที่ 34 พบว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามเพศ

| เพศ | ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|------|---------------------------------|------|------|------|-------|
| | N | X | S.D. | t | P |
| ชาย | 199 | 3.97 | 0.74 | 0.06 | 0.951 |
| หญิง | 232 | 3.98 | 0.74 | | |

จากตารางที่ 35 พบว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามอายุ

| อายุ | ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร | | | | | คู่ที่ แตกต่าง |
|---------------|----------------------------|------|------|----------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | |
| 15 – 25 ปี | 163 | 3.44 | 0.73 | 3.2838 * | 0.0114 | ไม่พบ |
| 26 – 35 ปี | 126 | 3.68 | 0.76 | | | |
| 36 – 45 ปี | 84 | 3.70 | 0.78 | | | |
| 46 – 55 ปี | 42 | 3.73 | 0.57 | | | |
| มากกว่า 55 ปี | 16 | 3.76 | 0.38 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 37

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามอายุ

| อายุ | ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ | | | | | |
|-------------------|---------------------------------|------|------|------------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| (1) 15 – 25 ปี | 163 | 3.74 | 0.83 | 7.4540 *** | 0.0000 | |
| (2) 26 – 35 ปี | 126 | 4.15 | 0.65 | | | (2) > (1) |
| (3) 36 – 45 ปี | 84 | 4.02 | 0.68 | | | |
| (4) 46 – 55 ปี | 42 | 4.15 | 0.55 | | | (4) > (1) |
| (5) มากกว่า 55 ปี | 16 | 4.22 | 0.44 | | | |

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 37 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีอายุ 26 – 35 ปีและกลุ่มที่มีอายุ 46 – 55 ปีมีความคาดหวังต่อการให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 15 – 25 ปี

ตารางที่ 38

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|---|----------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| มัธยมศึกษาตอนต้น | 37 | 3.82 | 0.60 | 1.3907 | 0.2363 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย,ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า | 70 | 3.63 | 0.75 | | |
| อนุปริญญาหรือป.ว.ส. | 51 | 3.50 | 0.82 | | |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 229 | 3.56 | 0.72 | | |
| ปริญญาโทขึ้นไป | 44 | 3.69 | 0.76 | | |

จากตารางที่ 38 พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|---|---------------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| มัธยมศึกษาตอนต้น | 37 | 4.10 | 0.49 | 0.8887 | 0.4706 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย,ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า | 70 | 3.96 | 0.78 | | |
| อนุปริญญาหรือป.ว.ส. | 51 | 3.87 | 0.66 | | |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 229 | 3.95 | 0.79 | | |
| ปริญญาโทขึ้นไป | 44 | 4.09 | 0.65 | | |

จากตารางที่ 39 พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก | ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|----------------------------------|----------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา | 77 | 3.42 | 0.76 | 1.7023 | 0.1189 |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 85 | 3.58 | 0.76 | | |
| พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน | 109 | 3.61 | 0.75 | | |
| ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 75 | 3.66 | 0.68 | | |
| รับจ้างทั่วไป | 41 | 3.81 | 0.75 | | |
| แม่บ้าน | 25 | 3.77 | 0.67 | | |
| อื่น ๆ | 19 | 3.53 | 0.56 | | |

จากตารางที่ 40 พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

ตารางที่ 41

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก | ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา | 77 | 3.75 | 0.89 | 1.9664 | 0.0692 |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 85 | 4.00 | 0.67 | | |
| พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน | 109 | 3.96 | 0.77 | | |
| ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 75 | 4.06 | 0.65 | | |
| รับจ้างทั่วไป | 41 | 4.08 | 0.68 | | |
| แม่บ้าน | 25 | 4.20 | 0.64 | | |
| อื่น ๆ | 19 | 3.90 | 0.63 | | |

จากตารางที่ 41 พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|--------------------------|----------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 80 | 2.62 | 0.68 | 0.6697 | 0.6133 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 105 | 2.53 | 0.78 | | |
| 10,001 – 15,000 บาท | 106 | 2.69 | 0.73 | | |
| 15,001 – 30,000 บาท | 96 | 2.58 | 0.69 | | |
| มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป | 44 | 2.59 | 0.80 | | |

จากตารางที่ 42 พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 80 | 3.03 | 0.76 | 1.3376 | 0.2551 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 105 | 2.96 | 0.78 | | |
| 10,001 – 15,000 บาท | 106 | 3.14 | 0.71 | | |
| 15,001 – 30,000 บาท | 96 | 3.17 | 0.71 | | |
| มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป | 44 | 3.11 | 0.71 | | |

จากตารางที่ 43 พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 10 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขตแตกต่างกัน

ตารางที่ 44

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามเพศ

| เพศ | ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|------|----------------------------|------|------|------|-------|
| | N | X | S.D. | t | P |
| ชาย | 199 | 3.06 | 0.81 | 0.66 | 0.510 |
| หญิง | 232 | 3.11 | 0.73 | | |

จากตารางที่ 44 พบว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามเพศ

| เพศ | ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|------|---------------------------------|------|------|------|-------|
| | N | X | S.D. | t | P |
| ชาย | 199 | 3.28 | 0.87 | 1.08 | 0.279 |
| หญิง | 232 | 3.19 | 0.76 | | |

จากตารางที่ 45 พบว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามอายุ

| อายุ | ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|---------------|----------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| 15 – 25 ปี | 163 | 3.12 | 0.73 | 0.2917 | 0.8834 |
| 26 – 35 ปี | 126 | 3.07 | 0.87 | | |
| 36 – 45 ปี | 84 | 3.03 | 0.75 | | |
| 46 – 55 ปี | 42 | 3.06 | 0.61 | | |
| มากกว่า 55 ปี | 16 | 3.21 | 0.87 | | |

จากตารางที่ 46 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามอายุ

| อายุ | ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ | | | | | |
|---------------|---------------------------------|------|------|----------|--------|--------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | ไม่พบคู่ที่แตกต่าง |
| 15 – 25 ปี | 163 | 3.16 | 0.81 | 2.4471 * | 0.0458 | ไม่พบ |
| 26 – 35 ปี | 126 | 3.28 | 0.79 | | | |
| 36 – 45 ปี | 84 | 3.12 | 0.80 | | | |
| 46 – 55 ปี | 42 | 3.47 | 0.88 | | | |
| มากกว่า 55 ปี | 16 | 3.59 | 0.79 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 47 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 48

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร | | | | | |
|---|----------------------------|------|------|-----------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| (1) มัธยมศึกษาตอนต้น | 37 | 3.33 | 0.73 | 4.2305 ** | 0.0023 | |
| (2) มัธยมศึกษาตอนปลาย, ป.ว.ช หรือเทียบเท่า | 70 | 3.35 | 0.78 | | | (2) > (4) |
| (3) อนุปริญญาหรือป.ว.ส. | 51 | 3.10 | 0.89 | | | |
| (4) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 229 | 2.99 | 0.70 | | | |
| (5) ปริญญาโทขึ้นไป | 44 | 2.95 | 0.87 | | | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 48 พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย,ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารสูงกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ตารางที่ 49

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ | | | | | |
|---|---------------------------------|------|------|-----------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| มัธยมศึกษาตอนต้น | 37 | 3.54 | 0.90 | 3.5771 ** | 0.0070 | ไม่พบ |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย,ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า | 70 | 3.46 | 0.95 | | | |
| อนุปริญญาหรือป.ว.ส. | 51 | 3.17 | 0.85 | | | |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 229 | 3.15 | 0.72 | | | |
| ปริญญาโทขึ้นไป | 44 | 3.12 | 0.85 | | | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 49 พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 50

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก | ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร | | | | |
|----------------------------------|----------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา | 77 | 2.98 | 0.76 | 0.7485 | 0.6109 |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 85 | 3.07 | 0.70 | | |
| พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน | 109 | 3.09 | 0.75 | | |
| ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 75 | 3.10 | 0.71 | | |
| รับจ้างทั่วไป | 41 | 3.20 | 0.92 | | |
| แม่บ้าน | 25 | 3.28 | 0.80 | | |
| อื่น ๆ | 19 | 2.95 | 1.03 | | |

จากตารางที่ 50 พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

ตารางที่ 51

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก | ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา | 77 | 3.11 | 0.87 | 1.8309 | 0.0916 |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 85 | 3.17 | 0.74 | | |
| พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน | 109 | 3.16 | 0.77 | | |
| ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 75 | 3.35 | 0.82 | | |
| รับจ้างทั่วไป | 41 | 3.47 | 0.90 | | |
| แม่บ้าน | 25 | 3.49 | 0.82 | | |
| อื่น ๆ | 19 | 3.18 | 0.79 | | |

จากตารางที่ 51 พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 52

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร | | | | | |
|---------------------------------|----------------------------|------|------|----------|--------|-------------------|
| | N | X | S.D. | F | P | คู่ที่ แตกต่าง |
| (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท | 80 | 2.30 | 0.76 | 3.3423** | 0.0104 | (1) > (4) |
| (2) 5,001 – 10,000 บาท | 105 | 2.09 | 0.68 | | | |
| (3) 10,001 – 15,000 บาท | 106 | 2.13 | 0.84 | | | |
| (4) 15,001 – 30,000 บาท | 96 | 1.94 | 0.72 | | | |
| (5)มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป | 44 | 1.88 | 0.81 | | | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 52 พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

ตารางที่ 53

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|------|------|--------|--------|
| | N | X | S.D. | F | P |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 80 | 2.46 | 1.01 | 2.3578 | 0.0529 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 105 | 2.12 | 0.70 | | |
| 10,001 – 15,000 บาท | 106 | 2.27 | 0.79 | | |
| 15,001 – 30,000 บาท | 96 | 2.17 | 0.72 | | |
| มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป | 44 | 2.14 | 0.88 | | |

จากตารางที่ 53 พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุเกินกว่า 15 ปี จำนวน 431 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - stage Sampling) จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต ตลอดจนความคาดหวัง และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การหาค่าความแตกต่างโดยการทดสอบค่า T (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One – way ANOVA) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

ประชาชนที่ศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 431 คน เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป แบ่งเป็นเพศชาย และเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 15 – 25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน และมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต

ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ฯลฯ , แผ่นป้ายผ้า / แผ่นโปสเตอร์ / แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ และวิทยุ ซึ่งมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่ออื่นๆ อันได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ “สภามหานครสาร” , หนังสือพิมพ์ “กทม.สาร” (ฉบับกลุ่มเขต) , หนังสือ เช่น คู่มือติดต่อราชการสำนักงานเขต , หนังสือพิมพ์ “กทม.สาร” , เอกสาร “ข่าวกทม.” , เจ้าหน้าที่สำนักงานเขต , จดหมาย เช่น จดหมายแจ้งเตือนการเสียภาษี และแผ่นพับ / แผ่นปลิว มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำและต่ำมาก

สรุปได้ว่าประชาชนมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต โดยเฉลี่ยรวมทุกสื่ออยู่ในระดับต่ำ

ตอนที่ 3 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตโดยรวม, ภาพลักษณ์ขององค์กร(สำนักงานเขต) และภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ความคาดหวังที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

ก. ความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร

ประชาชนส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อยู่ในระดับสูง รองลงมาเป็นประชาชนที่มีความคาดหวังต่อข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง

ข. ความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ

ประชาชนส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อยู่ในระดับสูง รองลงมาเป็นประชาชนที่มีความคาดหวังต่อการให้บริการ อยู่ในระดับสูงมาก

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต

ก. ความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร

ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นประชาชนที่มีความพึงพอใจต่อข่าวสาร อยู่ในระดับสูง

ข. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นประชาชนที่มีความคาดหวังต่อการให้บริการ อยู่ในระดับสูง

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 บางส่วน กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อข่าวสาร ผลการวิจัยในส่วนนี้จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

และการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงลบ แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำมาก จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำจึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

และการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 4 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 กล่าวคือ ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

และภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 5 ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 กล่าวคือ ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

และภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

สมมติฐานข้อที่ 6 ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กัน

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 กล่าวคือ ความคาดหวังต่อข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

และความคาดหวังต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

สมมติฐานข้อที่ 7 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันไป

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 บางส่วน กล่าวคือ

1.เพศ ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

2.อายุ ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

3.ระดับการศึกษา ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันไป อย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

4.อาชีพหลัก ประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7

5.รายได้ต่อเดือน ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตจากสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 8 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 บางส่วน กล่าวคือ

1.เพศ ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

2.อายุ ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

3.ระดับการศึกษา ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และต่ำกว่า มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตดีกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย,ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า ก็มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตดีกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปด้วยเช่นกัน

4.อาชีพหลัก ประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

5.รายได้ต่อเดือน ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 และ

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 9 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 บางส่วน กล่าวคือ

1.เพศ ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

และประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

2.อายุ ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

และประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีอายุ 26 – 35 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 46 – 55 ปี มีความคาดหวังต่อการให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 15 – 25 ปี

3.ระดับการศึกษา ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

และประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

4.อาชีพหลัก ประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

และประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

5.รายได้ต่อเดือน ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

และประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สมมติฐานข้อที่ 10 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 บางส่วน กล่าวคือ

1.เพศ ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

และประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

2.อายุ ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

และประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

3.ระดับการศึกษา ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า

ประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ,ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อข่าวสารสูงกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

และประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

4.อาชีพหลัก ประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

และประชาชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยในส่วนนี้ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

5.รายได้ต่อเดือน ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อข่าวสารสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

และประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานเขต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10

อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต โดยอยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 สอดคล้องกับผลการวิจัยของชูเกียรติ วงศ์เทพเทียน(2542) ที่ศึกษาเรื่อง"ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริการการบินไทย จำกัด(มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการบนเที่ยวบิน" พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริการการบินไทย จำกัด(มหาชน) ของผู้ใช้

บริการชาวไทยบนเที่ยวบินของบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)

รัตนา ปัญญาดี(2541) ที่ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน" พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักอัยการสูงสุด

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสมัยศึก ถนัดสอน(2541) ที่ศึกษาเรื่อง"ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541" พบว่าการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชียและธนาคารไทยท努

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของนัทลี ดารานันท์(2537) ที่ศึกษาเรื่อง"ภาพพจน์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยในทรรศนะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ : ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ" พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับทอท.ของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อภาพพจน์ด้านต่างๆของทอท.

ผลการวิจัยในครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพงษ์เทพ วรกิจโกศาทร(2537) ที่ว่าภาพลักษณ์คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจ อันเนื่องมาจากความประทับใจและเกิดความทรงจำ(ทั้งบวกและหรือลบ) ในตัวสาร โดยได้มีการสะสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่พบเห็นหรือไปมีส่วนร่วม ซึ่งในงานวิจัยนี้ อาจถือได้ว่าการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต เป็นประสบการณ์หรือการไปมีส่วนร่วมกับสำนักงานเขต ซึ่งสามารถส่งผลให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตได้ สอดคล้องกับความคิดเห็นของโบลดิง(1975) ที่ว่าภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วเมื่อได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ อาจมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดเกิดขึ้นคือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิม ไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิมจะสามารถเรียกกรองความสนใจทำให้เกิดการประเมินคุณค่าและอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีที่บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

ภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคลประกอบไปด้วยข้อเท็จจริงและจินตนาการ หากสารใหม่ที่ได้รับเข้ากันได้กับภาพลักษณ์เดิมที่มีอยู่ อาจทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงแต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับน้ำหนักของข้อมูลใหม่ที่ได้รับ

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น ภาพลักษณ์ที่ก่อตัวขึ้นมีแนวโน้มที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อภาพลักษณ์เกิดขึ้นแล้วเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้นจะกระทบโครงสร้างพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่ยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไป การให้ข้อมูลแก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์อาจถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับทัศนคติ ความคิดความเชื่อเดิม ดังนั้นภาพลักษณ์จึงมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง แต่การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ก็เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Zimbardo and Leippe(1991) ที่ว่าการเปิดรับสารซึ่งมีการเสนอผ่านสื่อมวลชนบ่อยๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสาร จนก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจและการยอมรับ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่สามารถส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือความคิดเห็นให้เป็นไปตามเนื้อหาที่เสนอนั้นได้

จากความคิดเห็นที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด ล้วนชี้ให้เห็นว่าเมื่อประชาชนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตมาก ก็มีแนวโน้มที่จะมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขตได้

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

1.การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง(2539) ที่ศึกษาเรื่อง”การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษา

มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานีวิทยจุฬาฯ” พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับฟังสถานีวิทยจุฬาฯ

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของลีนา ลิมอภิชาติ(2537) ที่ศึกษาเรื่อง”ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร” พบว่าความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนไม่ได้คาดหวังไว้ก่อนว่าจะได้รับข่าวสาร เพราะพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอาจเกิดขึ้นได้หลายทางจากทั้งความคาดหวังและไม่คาดหวัง จึงทำให้ความคาดหวังไม่สามารถอธิบายเรื่องของการเปิดรับข่าวสารได้ ดังที่ Mcquail and Gurevitch (1974) กล่าวไว้ว่า ถ้าจะเป็นผู้รับสารที่มีความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อแล้ว จะต้องเป็นผู้รับสารประจำ ไม่ใช่แต่เพียงเปิดรับแบบผ่านๆ เท่านั้น นอกจากนี้ความไม่สัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร และความคาดหวังนั้น ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากความแตกต่างในตัวบุคคลเองด้วย ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับ และความคาดหวังที่แตกต่างกัน ซึ่งตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences theory) ของ Ball – Rokeach and Defleur (1976) ได้กล่าวว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของบุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา ความรู้ และความสนใจ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย ซึ่งโครงสร้างต่างๆ เหล่านี้จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมการรับรู้ หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และจากแนวคิดด้านประชากรที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันไปด้วย พฤติกรรมที่ต่างกันนี้ ยังรวมถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อตามความคาดหวังของแต่ละบุคคลด้วย เนื่องจากแต่ละคนที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิตตลอดจนมีการใช้เวลาว่างที่ต่างกันไปด้วย (อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ,2534) เพราะฉะนั้นการมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจึงเกิดขึ้นได้เสมอ

2.การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครพบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ กล่าวคือ ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก จะมีความคาดหวังต่อการให้บริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันประชาชน

ที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อย จะมีความคาดหวังต่อการให้บริการสูง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมาก จะมีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานเขตมาก จึงทำให้ไม่เกิดความคาดหวังต่อการให้บริการ ในขณะที่เดียวกันประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารดังกล่าวน้อย จะไม่มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานเขต จึงทำให้เกิดความคาดหวังต่อการให้บริการของสำนักงานเขตสูง

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต

1.การเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครพบว่า มีความสัมพันธ์กัน โดยอยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของศิริพร วุฒิทวี(2541) ที่ศึกษาเรื่อง "การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7" พบว่าความถี่ในการรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของธิติมา อุ่นเมตตาคิจิตต์ (2540) ที่ศึกษาเรื่อง "การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุตบอล ไฟกับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท." พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจต่อรายการ

ผลการวิจัยของชิตชนก อุทัยกร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนกรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)" พบว่าการเปิดรับสื่อเพื่อ

การประชาสัมพันธ์ของทริส ผ่านวารสารข่าวเครดิตและโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทริส

ผลการวิจัยของศกุลตลา ลัคนศิตานนท์(2538) ที่ศึกษาเรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอบีซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าการเปิดรับรายการไอบีซีซี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกไอบีซีซี

ผลการวิจัยของวิยดา เกียวกุล(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่าการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมข่าวโทรทัศน์

และผลการวิจัยของชมภูนุช ปฎิมาประกร(2534) ที่ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจูงใจกับความเข้าใจและความพึงพอใจในโฆษณาส่งเสริมทางวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยในครั้งนี้ อาจอธิบายด้วยทฤษฎีของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่ Katz and Others (1974) ได้ศึกษาไว้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่มีผลต่อความต้องการของบุคคล นำไปสู่การคาดคะเนเกี่ยวกับสื่อ และนำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของบุคคล ยังผลให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ โดยจะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความต้องการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป และท้ายที่สุดก็就会有ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่ใช้จะแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นการที่ประชาชนเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต เพื่อที่จะนำไปใช้ประโยชน์ตามความต้องการของตน จึงทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารนั้นด้วย

สำหรับการที่การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารในสมมติฐานข้อที่ 2 แต่การเปิดรับข่าวสารกลับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสาร ในสมมติฐานข้อที่ 3 นั้น อาจเป็นเพราะว่าการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว เกิดขึ้นด้วยความไม่ตั้งใจหรือไม่ได้คาดหวังมาก่อน จึงไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่เมื่อได้มีการเปิดรับข่าวสารแล้ว ข่าวสารที่ได้รับ

รู้มา สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือนำไปใช้ประโยชน์ได้ จึงเกิดความพึงพอใจต่อข่าวสารนั้นๆ ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร

2.การเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครพบว่า มีความสัมพันธ์กัน โดยอยู่ในระดับต่ำมาก จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพรรณิ อัครศิริเลิศ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของกสิกรไทย และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

ผลการวิจัยในครั้งนี้อาจอธิบายได้จากความคิดเห็นของ Atkin(1973) ที่ว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก จะยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ซึ่งการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต อาจทำให้ประชาชนได้รับทราบว่าคุณควรปฏิบัติตนอย่างไรหรือต้องใช้เอกสารหลักฐานใดบ้างเมื่อต้องไปขอรับบริการจากสำนักงานเขต ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วจากการรับบริการมากยิ่งขึ้น จึงอาจส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการมากขึ้นได้ นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการสื่อสารของ Rogers(1973) ซึ่งยังยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์(2533) ได้นำมาอธิบายไว้ว่าการสร้างความพึงพอใจมี 3 ขั้นตอน อันได้แก่ขั้นตอนการเกิดความรู้ ความเชื่อ ซึ่งได้มาจากการรับรู้และประสบการณ์ ขั้นที่สองคือ การเกิดอารมณ์ความรู้สึก จากความรู้ ความเชื่อนั้น จากนั้นจึงพัฒนาไปสู่ขั้นที่สามคือ การเกิดพฤติกรรม ซึ่งสามารถนำมาอธิบายในงานวิจัยนี้ได้ว่าเมื่อประชาชนเกิดความรู้ ซึ่งเกิดมาจากการรับรู้และประสบการณ์ที่ได้มาจากการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขต ก็อาจทำให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกที่เป็นด้านบวกตามมา ซึ่งก็คือความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตนั่นเอง

สมมติฐานข้อที่ 4และข้อที่ 5 เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร

และการให้บริการของสำนักงานเขต ผลการทดสอบดังกล่าวพบว่ามีความสัมพันธ์กัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 และ 5 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของอุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์(2541) ที่ศึกษาเรื่อง"ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาลกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลราชวิถี" พบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลราชวิถีของผู้ป่วยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง กับความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาล

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของอนิรุจน์ เขียมกิจการ(2538)ที่ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร" พบว่าภาพลักษณ์ต่อการดำเนินงานของกฟผ. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกฟผ.

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Aday and Andersen(1981) ที่ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกิดจากประสบการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งๆ หนึ่ง ซึ่งไม่ว่าประสบการณ์ดังกล่าวจะเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อม ก็ย่อมที่จะมีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ได้ด้วย ดังคำกล่าวของ Claude Robinson and Water Barlow(1959) ที่ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล ที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน และภาพในใจนั้นๆ อาจจะได้มาจากประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์โดยอ้อม และคำกล่าวของ Kenneth E. Boulding(1975) ที่ว่า ภาพลักษณ์เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกของเราต่อสิ่งต่างๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งโดยตรงและอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย(Subjective Knowledge) ที่บุคคลนำมาใช้ช่วยในการตีความและให้ความหมายแก่โลกรอบๆ ตัว ซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้ ถือเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะป็นองค์การ สถาบันหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้

คำกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันระหว่างภาพลักษณ์ ความคาดหวังและความพึงพอใจ กล่าวคือ หากประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต ก็เป็นไปได้ว่าประชาชนจะมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสำนักงานเขตสูงด้วย เนื่องจากความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็น ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของประชาชนที่มีต่อสำนักงานเขต และประสบการณ์ดังกล่าวนี้ก็ได้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ขึ้นด้วย นอกจากนี้ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะ

เป็นไปตามความคาดหวังของประชาชนมากหรือน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ ปัจจัยโน้มเอียงความพอใจของบุคคล(Predisposing Factors) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยโครงสร้างทางสังคม ปัจจัยความเชื่อต่างๆ ซึ่งรวมถึงความเชื่อที่มีต่อคุณภาพการให้บริการและต่อเจ้าหน้าที่ขององค์กรนั้นๆ ด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งอานวย วีรวรรณ(2533) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรแยกออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นกิจกรรมและส่วนที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคล อันได้แก่ ส่วนที่เป็นกิจกรรมหรืองานต่างๆ ขององค์กรและส่วนที่เป็นเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรขององค์กร ซึ่งส่วนที่เป็นกิจกรรมนั้น อาจเป็นส่วนที่ภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติหรืออาจถูกปรุงแต่งให้ชัดเจนขึ้นได้ง่าย โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับส่วนที่สองก็คือ ส่วนที่เป็นบุคคลที่จะเป็นผู้บงการ ปรุงแต่งหรือผู้กำกับภาพลักษณ์นั้น ดังนั้นน้ำหนักของความสำคัญที่จะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรออกมาเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับส่วนที่เป็นบุคคล ซึ่งในที่นี้หมายความว่า ถ้าเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ไปยังประชาชนได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน ก็จะทำให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขตได้ ซึ่งก็เป็นไปตามความคาดหวังที่ประชาชนมีต่อข่าวสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตที่มีอยู่ในระดับสูง(ตารางที่ 10 - 13) ซึ่งในที่สุดก็จะส่งผลให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจต่อสำนักงานเขต ดังนั้นภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต จึงมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

1.ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครพบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก โดยอยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอาจเป็นเพราะข่าวสารจากสำนักงานเขตเป็นเรื่องที่หลากหลายและมีประโยชน์ต่อประชาชนโดยทั่วไป ในการนำไปใช้ติดต่อกับสำนักงานเขตหรือนำไป

ศาสนาในกรุงเทพมหานคร” พบว่าความคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพุทธศาสนา

ผลการวิจัยของเมืองยศ จันทรมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง”ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” พบว่าความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ

ผลการวิจัยของลีนา ลีมอภิชาติ(2537) ที่ศึกษาเรื่อง” ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร” พบว่าความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสาร

ผลการวิจัยของวันทนีย์ แสนภักดี(2533)ที่ศึกษาเรื่อง”ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา” พบว่าความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความต้องการรับรู้ทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wenner(1986) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) จากการชมรายการโทรทัศน์ พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Galloway and Meek(1981) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแบบจำลองความคาดหวังประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้รับสาร พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์เพราะมีความหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจ จึงอาจกล่าวได้ว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขต ก็มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารจากสำนักงานเขตด้วยเช่นกัน

2.ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

ผลการทดสอบพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก โดยอยู่ในระดับต่ำ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การได้รับบริการที่ดีเป็นสิ่งที่ประชาชนทุกคนคาดหวัง จากผลการวิจัยพบว่าประชาชนชาวกรุงเทพมหานครมีความคาดหวัง และความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานเขตไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีความคาดหวังของ Vevra ซึ่งน่าจะใช้ได้ตรงกับ Consistency Theory ที่ว่าลูกค้า (บุคคล) จะปรับระดับความพึงพอใจให้สอดคล้องกับระดับความคาดหวัง เพื่อให้เกิดความสมดุลขึ้นในใจตน

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของรพีภรณ์ ขวัญปัญญา (2542) ที่ศึกษาเรื่อง"ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการ จากการเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าผู้รับบริการจะมีความคาดหวังและความพึงพอใจในงานบริการ ทั้งด้านการให้บริการระบบและด้านการให้บริการ ณ จุดรับบริการมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 7 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครพบว่า ตัวแปรลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ในขณะที่ตัวแปรการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. **เพศ** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรเพศ ไม่มีความแตกต่างกันกับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 สอดคล้องกับผลการวิจัยของลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร(2543) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)" พบว่าเพศต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ ไม่แตกต่างกัน

นั่นทวัน กิจฉนาเจรญ(2541) ที่ค้กาเร่อง"การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพ้ใจจากข่าวสารและการปรับเปล่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ" พบว่าเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในด้าน การเปิดรับข่าวสารทุกด้าน

ผลการวิจัยของชิตชนก อุทัยกร(2539) ที่ค้กาเร่อง"การใช้ประโยชน์และความพ้ใจพ้อใจของกลุ่มวณิชนกรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนดิอินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)" พบว่าวณิชนกรทั้งชายและหญิงมีพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน

และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของพรพณิภา จิตต์ชอบธรรม(2537) ที่ค้กาเร่อง"ความทันสมัยของประชาชนในเขตหนองจอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร" พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนีไม่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร (Demographic Analysis of audience) ซึ่งยุบล เบญจวงค้กิจ (2534) ได้กล่าววว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากร แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วยพฤติกรรมที่แตกต่างกันนี้รวมถึงการใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล เนื่องจากแต่ละคนที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากร ย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต ตลอดจนกรใช้เวลาว่างที่แตกต่างกัน

การที่ผลการวิจัยในครั้งนีไม่สอดคล้องกับหลักดังกล่าว อาจอธิบายได้จากการศึกษาของGreenberg and Kumata(1968) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมกรใช้สื่อ ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ แต่ละตัวโดยลำพังแล้วไม่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมกรใช้สื่อเลย ประกอบกับจากการที่สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานในระดับปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับการดำเนินชีวิตของประชาชนมากที่สุด ทำให้ประชาชนไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ซึ่งต้องติดต่อกุระกับสำนักงานเขต ต่างก็มีความจำเป็นต้องรับทราบข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานนี้ในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้อาจเป็นเพราะว่าประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีโอกาสในการรับสารจากสื่อต่างๆ พ้อๆ กัน และปริมาณการส่งข้อมูลข่าวสารอาจมีมากหรือน้อย ทุกคนก็ได้รับพ้อๆ กัน ก็เป็น

อีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ตัวแปรเพศไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของระดับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครได้

2. **อายุ** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอายุ ไม่มีความแตกต่างกันกับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 สอดคล้องกับผลการวิจัยของชิตชนก อุทัยกร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนกรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้ง แอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)" พบว่าวาณิชธนกรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของโสภิตสุดา มงคลเกษม(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมการคาดเดาเพิ่มเติมของนักวิจัยและผู้ขับเคลื่อนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าผู้ขับเคลื่อนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคลประเภทเพื่อน บริษัทขายรถยนต์และสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ สติกเกอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ การอบรมหรือการเสวนา และงานนิทรรศการไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic characteristic of audience) ของ Schramm and Roberts ที่ว่าอายุของผู้รับสารเป็นลักษณะหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม

การที่ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับหลักดังกล่าว อาจเป็นไปได้ว่าข่าวสารของสำนักงานเขตที่เผยแพร่สู่ประชาชนนั้น มีเนื้อหาที่ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นเรื่องบันเทิงหรือเรื่องหนักๆ แต่เป็นเรื่องที่ประชาชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือติดต่อดูรับกับสำนักงานเขตได้ ดังนั้นตัวแปรอายุจึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างในด้านการเปิดรับข่าวสารได้ นอกจากนี้การที่กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเก็บข้อมูลส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 15 – 25 ปีและ 26 – 35 ปี ซึ่งนับได้ว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก จึงอาจทำให้มีความคิดและพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน ก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ส่งผลให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมต้นหรือต่ำกว่ามีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด และเรียงลำดับในลักษณะแปรผกผันดังกล่าวไปจนถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป ซึ่งจะมีการเปิดรับข่าวสารต่ำที่สุด จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 สอดคล้องกับผลการวิจัยของลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร(2543) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)" พบว่าผู้ประกอบการSMEsที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ แตกต่างกัน

ผลการวิจัยของพรเพ็ญ พยัคฆาภรณ์(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย" พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสื่อมวลชนต่างกัน

ผลการวิจัยของรัตนา เคนะธนาชัยกุล(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัยของพรธนิภา จิตต์ชอบธรรม(2537) ที่ศึกษาเรื่อง"ความทันสมัยของประชาชนในเขตหนองจอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร" พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

และสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ของ Ball – Rokeach and Defleur(1976) ที่กล่าวว่าบุคคลจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของบุคลิกภาพ ทัศนคติ สถิติปัญญา ความรู้และความสนใจ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย ซึ่งโครงสร้างต่างๆ เหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมการรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robinson(1972) ที่พบว่าระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย และ Schramm(1973)ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่าการศึกษา และสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

4. อาชีพ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกันกับการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับหลักการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร (Demographic Analysis of An audience) ที่กล่าวว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมที่ต่างกันนี้รวมถึงการใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล เนื่องจากแต่ละคนที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากร ย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต ตลอดจนการใช้เวลาว่างที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าข่าวสารที่ทางสำนักงานเขตเผยแพร่สู่ประชาชนนั้น มีเนื้อหาไม่เฉพาะเจาะจงว่าเหมาะกับอาชีพใดอาชีพหนึ่ง แต่เป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในการนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและติดต่อกับสำนักงานเขต ดังนั้นประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน จึงมีการเปิดรับข่าวสารในระดับใกล้เคียงกัน ตัวแปรอาชีพจึงไม่สามารถบ่งชี้ถึงความแตกต่างของระดับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครได้

5. รายได้ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสำนักงานเขตของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 สอดคล้องกับผลการวิจัยของพรเพ็ญ พัยคณาภรณ์(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย" พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับสื่อมวลชนต่างกัน

ผลการวิจัยของพรณิภา จิตต์ชอบธรรม(2537) ที่ศึกษาเรื่อง"ความทันสมัยของประชาชนในเขตหนองจอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร" พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

และสอดคล้องกับการศึกษาของ Self (1988) ได้ทำการศึกษาพบว่าการศึกษาและรายได้ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้รับสาร (Demographic characteristic of audience) ของ Schramm and Roberts ที่ว่า รายได้มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสาร รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ

ซึ่งอาจเป็นเพราะจากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process) ที่ว่าข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้าไปถึงยังบุคคลแต่ละคนจากช่องทางต่างๆ นั้นมักจะถูกคัดเลือกลงอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานเขตก็เช่นเดียวกัน ผู้รับสารแต่ละคนต่างก็มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกัน จึงมีการเลือกรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน นอกจากนี้พฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ เช่น ประสบการณ์ ภูมิหลัง สภาพแวดล้อม การศึกษา ความสามารถในการรับสาร อารมณ์และทัศนคติ เป็นต้น ดังที่ Schramm ได้กล่าวไว้

สมมติฐานข้อที่ 8 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตพบว่า ตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศและอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต แต่ตัวแปรการศึกษา อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. **เพศ** ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัตนา ปัญญาดี (2541) ที่ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน" พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานอัยการสูงสุดไม่แตกต่างกัน

แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Burgoon et al.(1994) ที่ว่า จากการศึกษาวิจัยหลายชิ้นสรุปได้ว่า เพราะความแตกต่างทางกายภาพระหว่างเพศชายและเพศหญิง ทำให้มีการรับรู้และปฏิกิริยาตอบสนองที่แตกต่างกัน โดยเรามักสรุปว่าคุณสมบัติของเพศชายและเพศหญิงมีพื้นฐานจากลักษณะทางเพศ เช่น ความอ่อนโยน เจ้าอารมณ์ ก้าวร้าว ความมั่นใจและระดับของการถูกจูงใจ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันระหว่างเพศ อันส่งผลไปถึงการมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม Burgoon เองก็ไม่อาจสรุปได้แน่ชัดว่าตัวแปรดังกล่าวจะมีผลต่อความแตกต่างในทุกกรณี เนื่องจากในบางสถานการณ์ ระดับของทัศนคติซึ่งจะส่งผลถึงภาพลักษณ์ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงอาจขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสาร ผู้ส่งสารหรือองค์ประกอบอื่นๆ ในการสื่อสาร ฉะนั้นจึงอาจเป็นไปได้ที่จะพบว่า ตัวแปรเพศไม่สามารถบ่งชี้ถึงความแตกต่างของภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขตในงานวิจัยนี้ได้

2. อายุ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอายุ ไม่มีความแตกต่างกันกับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 สอดคล้องกับผลการวิจัยของสมัยศึก ถนัดสอน(2541) ที่ศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541" พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูฯ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ อาจอธิบายได้จากการที่ประชาชนที่ได้จากการเก็บข้อมูลส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 15 – 25 ปีและ 26 – 35 ปี ซึ่งช่วงอายุนี้นับได้ว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก จึงอาจทำให้ความคิดหรือภาพลักษณ์ที่มีต่อสำนักงานเขตไม่แตกต่างกัน

3.ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต โดยพบว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้นและต่ำกว่า และระดับมัธยมปลาย จะมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทขึ้นไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภกัญญา นาถนิตินาดา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ อย. โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีทัศนคติในด้านวิชาการต่ออย. ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าขึ้นไป

ผลการวิจัยของนัทลี ดารานันท์(2537) ที่ศึกษาเรื่อง“ภาพพจน์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยในทรวงศ์นะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ทำอากาศยานกรุงเทพ : ศึกษาเฉพาะกรณีทำอากาศยานกรุงเทพ” พบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อภาพพจน์ด้านต่างๆ ของทอท.

ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษามัธยมต้นและต่ำกว่า และระดับมัธยมปลายมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสำนักงานเขตมากกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโทขึ้นไป จึงมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่า กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ ซึ่งมักจะอาศัยและประกอบอาชีพอยู่ในชุมชนจะมีโอกาสได้รับข่าวสารที่เผยแพร่จากสำนักงานเขตมากกว่า ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ก.ท.ม.สาร, หนังสือพิมพ์ก.ท.ม.สาร (ฉบับกลุ่มเขต), หนังสือพิมพ์สภามหานครสาร ฯลฯ ที่พิมพ์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของสำนักงานเขตต่างๆ จะมีการวางหรือนำไปแจกจ่ายผ่านวัดหรือโรงเรียนในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้การเข้าไปพบปะพูดคุยกับชาวชุมชนของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตเป็นประจำ ตลอดจนการจัดงานในโอกาสต่างๆ ในชุมชนของสำนักงานเขต ก็เป็นเหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ชาวชุมชน ซึ่งมักจะมีระดับการศึกษาต่ำมีความรู้สึกผูกพันใกล้ชิดกับสำนักงานเขตมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง จึงอาจทำให้ผู้ที่มีการศึกษาต่ำมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่า สอดคล้องกับคำกล่าวของปรมะ สตะเวทิน (2538) ที่กล่าวถึงกลุ่มปฐุมภูมิว่า เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของคนที่มีความใกล้ชิดและคุ้นเคยกัน มีขนาดของสมาชิกไม่มากนัก ตัวอย่างของกลุ่มปฐุมภูมิได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนในที่ทำงานหรือโรงเรียน เป็นต้น ซึ่งความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐุมภูมิต่างๆ เหล่านี้ จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมต่างๆ ของคน

4. อาชีพ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอาชีพ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 สอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิรดี สีดอกบวบ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยของเจ้าหน้าที่องค์กรรัฐและพนักงานองค์กรเอกชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่การทำอากาศยานกรุงเทพ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในแต่ละอาชีพ จะมีภาพลักษณ์ที่มีต่อทอท.แตกต่างกัน โดยเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่องค์กรรัฐ มีภาพลักษณ์ของทอท.ดีกว่าพนักงานบริษัทสายการบินและพนักงานบริษัทผู้ประกอบการซึ่งเป็นพนักงานองค์กรเอกชน

ผลการวิจัยของสันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าอาชีพมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แตกต่างกัน

ทั้งนี้อาจอธิบายได้จากทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องความแตกต่างและความเหมือนของผู้รับสาร และทฤษฎีความแตกต่างของผู้รับสาร (Differential Theory) ซึ่ง De Fleur(1966) ได้กล่าวไว้ว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนาและภูมิลำเนาต่างกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อและอุปนิสัยการใช้สื่อ ซึ่งสามารถนำมาสนับสนุนงานวิจัยนี้ได้ นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้ว่าผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ทั้งแนวคิด มุมมอง การรับรู้(Perception) ความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งในงานวิจัยนี้พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแม่บ้านมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีที่สุด โดยสามารถอธิบายได้ว่าประชาชนที่มีอาชีพแม่บ้าน โดยทั่วไปแล้วมีหน้าที่ดูแลกิจการงานภายในบ้าน มักจะไม่ได้มีโอกาสไปติดต่อรูกระกับทางราชการหรือติดต่อกับสังคมภายนอกเท่าไรนัก จึงทำให้มีการรับรู้ความคาดหวังและประสบการณ์จำกัดอยู่ในระดับหนึ่งเท่านั้น ในขณะที่ประชาชนที่มีอาชีพอื่นๆ จะมีโอกาสติดต่อกับสังคมหลากหลายมากกว่า ทำให้มีโอกาสได้รับข่าวสารและบริการที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีความคาดหวังในด้านข่าวสารและบริการจากสำนักงานเขตสูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพแม่บ้าน เมื่อได้รับข่าวสารหรือบริการในระดับหรือรูปแบบที่เท่าเทียมกัน ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มคนอาชีพต่างๆ จึงแตกต่างกัน

5. รายได้ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรรายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานเขต จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 โดยพบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทจะมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตดีกว่าประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัตนา ปัญญาดี(2541) ที่ศึกษาเรื่อง"ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักอัยการสูงสุดในสายตาประชาชนและสื่อมวลชน" พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในด้านรายได้ จะมีภาพลักษณ์ต่อสำนักอัยการสูงสุดแตกต่างกัน

และสอดคล้องกับความคิดเห็นของปรมะ สตะเวทิน(2539) ที่ว่ารายได้ของคน ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆและพฤติกรรมของคน ดังนั้นการที่ประชาชนมีรายได้แตกต่างกัน ก็อาจส่งผลให้มีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตแตกต่างกันไปได้

สมมติฐานข้อที่ 9 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

1. ลักษณะทางประชากรกับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ การศึกษา อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสาร มีเพียงตัวแปรอายุเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. **เพศ** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารจากสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 สอดคล้องกับผลการวิจัยของมณีวรรณ รัตมีเพ็ญ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง"ความต้องการและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการร่างรัฐธรรมนูญ" พบว่าความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการร่างรัฐธรรมนูญของนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีระดับความต้องการข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยของเมืองยศ จันทรมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ

ผลการวิจัยของจรัสศรี หาญสมวงศ์(2533) ที่ศึกษาเรื่อง"การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่นเอฟ. เอ็ม. เอส. ซี. เอ." พบว่าผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

แม้ว่าจะมีหลักการและงานวิจัยหลายชิ้นที่สรุปว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะส่งผลให้ผู้รับสารมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน แต่จากผลการวิจัยที่พบว่าไม่มีความแตกต่างกันของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตนั้น อาจเป็นเพราะว่าข่าวสารจากสำนักงานเขตเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อประชาชนในการติดต่อธุระกับสำนักงานเขตและการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศ ในการคาดหวังข่าวสารดังกล่าว

2. **อายุ** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารจากสำนักงานเขต จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 โดยประชาชนที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปจะมีความคาดหวังสูงสุด รองลงมาคือประชาชนที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี, 36 - 45 ปี, 26 – 35 ปี และประชาชนที่มีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตต่ำที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอิศราวดี ชำนาญกิจ(2541) ที่ศึกษาเรื่อง”ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันจะมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์ จากรายการการเมืองโทรทัศน์ต่างกัน

ผลการวิจัยของจรัสศรี หาญสมวงศ์(2533) ที่ศึกษาเรื่อง”การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารถที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่นเอฟ. เอ็ม. เอส. ซี. เอ.” พบว่าผู้โดยสารถที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความคาดหวังแตกต่างกัน

และยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ Burgoon(1974 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน,2539) ที่กล่าวว่า โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการหรือความคาดหวังในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Coates (1989) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านประชากร คือ อายุ มีความสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวัง

สำหรับการที่ประชาชนที่มีอายุมาก มีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสำนักงานเขต มากกว่าประชาชนที่มีอายุน้อย อาจเป็นเพราะผู้ที่มีอายุมาก ย่อมต้องมีหน้าที่การงานหรือโอกาส และความจำเป็นที่จะต้องพบปะติดต่อกับสำนักงานเขตในเรื่องต่างๆ มากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงทำให้มีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตเพื่อนำไปใช้ประโยชน์มากกว่า

3. **ระดับการศึกษา** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อ ข่าวสารจากสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 สอดคล้องกับผลการวิจัยของเมืองยศ จันทรมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง”ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” พบว่าการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ

ถึงแม้ว่า Burgoon(1974 อ้างถึงในประมะ สตะเวทิน,2539) จะได้กล่าวสนับสนุนผลการวิจัยที่ว่า "ด้วยลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล จะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด ความพึงพอใจ ค่านิยม ความเชื่อ พฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันก็ตาม" แต่ในแง่ของความแตกต่างของความรู้และการศึกษากับการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลเกิดทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมนั้น Burgoon ได้กล่าวอย่างไม่สรุปแน่ชัดลงไปว่า "เราไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์กับความสามารถในการจูงใจของบุคคล" นั้นหมายความว่าความแตกต่างทางด้านความรู้ ความสามารถในการพิจารณาวิเคราะห์หรือการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังใดใด หากบุคคลตกอยู่สภาพแวดล้อมเหมือนๆ กันหรือคล้ายคลึงกัน ก็อาจส่งผลให้เกิดความคาดหวังในสถานการณ์ต่างๆ เหมือนกัน

นั่นแสดงให้เห็นว่าประชาชนไม่ว่าจะมีการศึกษาอยู่ในระดับใดก็ตาม ย่อมมีความคาดหวังต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการติดต่อธุระกับสำนักงานเขตหรือเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันของตนเองเหมือนๆ กัน ดังนั้นตัวแปรระดับการศึกษาจึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความคาดหวังต่อข่าวสารได้

4. อาชีพ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารจากสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 สอดคล้องกับผลการวิจัยของเมืองยศ จันทรมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนี้อาจสอดคล้องกับแนวคิดของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่กล่าวว่า บุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรกัน ย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน ต้องมีกิจวัตรในทำนองเดียวกันและมีพฤติกรรมต่างๆ ที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน

ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า ประชาชนในแต่ละอาชีพต่างก็มีความจำเป็นต้องติดต่อธุระกับสำนักงานเขต ดังนั้นข่าวสารจากสำนักงานเขตซึ่งเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ในการติดต่อธุระกับสำนักงานเขต ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้ จึงเป็นที่คาดหวังของประชาชนในทุกอาชีพ ดังนั้นตัวแปรอาชีพจึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารได้

5. รายได้ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารจากสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 สอดคล้องกับผลการวิจัยของธิติมา อุ่นเมตตาจิตต์ (2540) ที่ศึกษาเรื่อง "การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุต ฟิต ฟอ ไฟกับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท." พบว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อรายการ

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเมืองยศ จันทมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย"พบว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชาชนไม่ว่าจะมีรายได้อยู่ในระดับใด ต่างก็มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อกับสำนักงานเขตทั้งสิ้น ดังนั้นข่าวสารที่มีประโยชน์ในการนำไปใช้ติดต่อธุระกับสำนักงานเขต ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ จึงเป็นที่คาดหวังของประชาชนทุกระดับรายได้ ฉะนั้นตัวแปรรายได้จึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความคาดหวังที่มีต่อข่าวสารดังกล่าวได้

2. ลักษณะทางประชากรกับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ มีเพียงตัวแปรอายุเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพศ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

ผลการวิจัยในครั้งนี้อาจไม่สอดคล้องกับคำกล่าวของปรมะ สตะเวทิน(2539) ซึ่งกล่าวไว้ว่า "คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป" นอกจากนี้ยังมีแนวคิดและงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่สรุปไว้ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะส่งผลให้ผู้รับสารมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน แต่จากผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าไม่มีความแตกต่างกันของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตนั้น อาจอธิบายได้ว่า

บุคคลไม่ว่าจะมีเพศใด ต่างก็มีความคาดหวังที่จะได้รับการที่ดีจากสำนักงานเขต ดังนั้นตัวแปรเพศจึงไม่อาจชี้เฉพาะถึงความแตกต่างของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการได้

2. อายุ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต โดยพบว่าประชาชนที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปมีความคาดหวังสูงสุด และพบว่าประชาชนที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปีและ 46 – 55 ปี จะมีความคาดหวังสูงกว่าประชาชนที่มีอายุ 15 – 25 ปี จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่าคนที่มีอายุมากขึ้นย่อมมีประสบการณ์ (Experience) มี Frame of Reference (ปรมะ สตะเวทิน,2533) มากขึ้นรวมทั้งประสบการณ์ที่มีต่อการรับบริการ ทำให้มีความคาดหวังสูง

และยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ Burgoon(1974 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน,2539) ที่ว่าโดยปกติแล้ว คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีมีความคาดหวังในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไปด้วยและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Coates(1989) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านประชากรคืออายุ มีความสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวัง

สำหรับการที่ประชาชนที่มีอายุมากมีความคาดหวังต่อการให้บริการมากกว่าคนที่มีอายุน้อย อาจเป็นเพราะว่าคนที่มีอายุมากมีโอกาสและประสบการณ์ในชีวิตมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงทำให้มีโอกาสและประสบการณ์ในการได้รับการบริการที่หลากหลายระดับและหลากหลายรูปแบบมากกว่าด้วย จึงทำให้เกิดความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีจากสำนักงานเขตมากกว่า

3. ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

ถึงแม้ว่า Burgoon(1974 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน,2539) จะได้กล่าวสนับสนุนผลการวิจัยที่ว่า "ด้วยลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล จะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด ความพึงพอใจ ค่านิยม ความเชื่อ พฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันก็ตาม" แต่ในแง่ของความแตกต่างของความรู้และการศึกษากับการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลเกิดทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมนั้น Burgoon ได้กล่าวอย่างไม่สรุปแน่ชัดลงไปว่า "เราไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์กับความสามารถในการจูงใจของบุคคล" นั้นหมายความว่าความแตกต่างทางด้านความรู้ ความสามารถในการพินิจพิเคราะห์ หรือการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังใดใด หากบุคคลตกอยู่สภาพแวดล้อม

ล้อมเหมือนๆ กันหรือคล้ายคลึงกัน ก็อาจส่งผลให้เกิดความคาดหวังในสถานการณ์ต่างๆ เหมือนกัน

นั่นแสดงว่าประชาชนไม่ว่าจะมีการศึกษาอยู่ในระดับใดก็ตาม ย่อมมีความคาดหวังต่อการให้บริการที่ดีจากสำนักงานเขตอย่างเหมือนๆ กัน ฉะนั้นตัวแปรระดับการศึกษาจึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความคาดหวังต่อการให้บริการดังกล่าวได้

4.อาชีพ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ(2534) ที่ว่า บุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรกัน ย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน ต้องมีกิจวัตรในทำนองเดียวกันและมีพฤติกรรมต่างๆ ที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน

นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของปรมะ สตะเวทิน(2539) ซึ่งกล่าวไว้ว่า "คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป" และยังมีแนวคิดและงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่สรุปไว้ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะส่งผลให้ผู้รับสารมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน แต่จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าไม่มีความแตกต่างกันของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตนั้น อาจอธิบายได้ว่าประชาชนไม่ว่าจะมีอาชีพใด ต่างก็มีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตทั้งสิ้น ดังนั้นตัวแปรอาชีพจึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการได้

5.รายได้ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขต จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ(2534) ที่ว่า บุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรกัน ย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน ต้องมีกิจวัตรในทำนองเดียวกันและมีพฤติกรรมต่างๆ ที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน

นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของปรมะ สตะเวทิน(2539) ซึ่งกล่าวไว้ว่า "คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่าง

กันไป” และยังมีแนวคิดและงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่สรุปไว้ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้ผู้รับสารมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน แต่จากผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าไม่มีความแตกต่างกันของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเขตนั้น อาจอธิบายได้ว่าไม่ว่า ประชาชนจะมีรายได้อยู่ในระดับใด ต่างก็มีความคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตทั้งสิ้น ดังนั้นตัวแปรรายได้จึงไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการดังกล่าวได้

สมมติฐานข้อที่ 10 ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต แตกต่างกัน

1. ลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจต่อข่าวสาร

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร มีเพียงตัวแปรการศึกษาเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. **เพศ** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 สอดคล้องกับผลการวิจัยของลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร(2543) ที่ศึกษาเรื่อง”การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)” พบว่าเพศต่างกัน มีความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารโดยรวมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ ไม่แตกต่างกัน

นั่นทวัน กิจธนาเจริญ(2541) ที่ศึกษาเรื่อง”การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” พบว่าเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในด้านความพึงพอใจต่อข่าวสารทุกด้าน ด้านเนื้อหาและรูปแบบ และด้านสาระประโยชน์

ผลการวิจัยของปัทมาวดี หล่อวิจิตร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง”ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม” พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ

ผลการวิจัยของเมืองยศ จันทรมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจรัสศรี หาญสมวงศ์(2533) ที่ศึกษาเรื่อง"การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารถที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่นเอฟ. เอ็ม. เอส. ซี. เอ." พบว่าผู้โดยสารถเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับคำกล่าวของ Andrew(1985 อ้างถึงใน Burgoon et al.,1994) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ประเด็นที่น่าสนใจสำหรับนักวิจัยทางการสื่อสารก็คือ ความแตกต่างในด้านเพศต่อการรับรู้ งานวิจัยบางชิ้นได้ชี้ให้เห็นว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพอใจในรูปแบบของสารที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงพอใจในสารที่มีความซับซ้อนมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับคำกล่าวของ Burgoon et al.(1994) ซึ่งกล่าวว่า จากการศึกษาวิจัยหลายชิ้นสรุปได้ว่า เพราะความแตกต่างทางกายภาพระหว่างเพศชายและเพศหญิง ทำให้มีการรับรู้และปฏิกิริยาตอบสนองที่แตกต่างกัน โดยเรามักสรุปว่าคุณสมบัติของเพศชายและเพศหญิงมีพื้นฐานจากลักษณะทางเพศ เช่น ความอ่อนโยน เจ้าอารมณ์ ก้าวร้าว ความมั่นใจและระดับของการถูกงูใจ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันระหว่างเพศ

อย่างไรก็ตาม Burgoon เองก็ไม่อาจสรุปได้แน่ชัดว่าตัวแปรดังกล่าวจะมีผลต่อความแตกต่างในทุกกรณี เนื่องจากในบางสถานการณ์ ระดับของทัศนคติซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงอาจขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสาร ผู้ส่งสารหรือองค์ประกอบอื่นๆ ในการสื่อสาร ฉะนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่าการที่ตัวแปรเพศไม่สามารถบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสารในงานวิจัยนี้ได้ นั้น อาจเป็นเพราะเนื้อหาของสาร ที่เป็นเรื่องที่มีประโยชน์ในการนำไปใช้ในการติดต่อธุรกิจกับสำนักงานเขตและนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ประกอบกับการที่ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารดังกล่าวไม่แตกต่างกัน (สมมติฐานข้อที่ 7) และข้อมูลนั้นสามารถนำมาสนองต่อการนำไปใช้ประโยชน์ได้ในระดับหนึ่ง จึงทำให้เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับ Evans(1962) ที่กล่าวถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารว่า คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ(Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจและการวางแผนปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

2. อายุ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 สอดคล้องกับผลการวิจัยของนันทวัน กิจธนาเจริญ(2541) ที่ศึกษาเรื่อง"การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ" พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านความพึงพอใจจากข่าวสารทุกด้าน ด้านเนื้อหาและรูปแบบ และด้านสาระประโยชน์

ผลการวิจัยของศิริพร วุฒิทวี(2541)ที่ศึกษาเรื่อง"การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7" พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ

ผลการวิจัยของปัทมาวดี หล่อวิจิตร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม" พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ

ผลการวิจัยของวิยดา เกียวกุล(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของบุศรินทร์ หนูนงักดี(2534) ที่ศึกษาเรื่อง"ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ"พบว่าประชาชนที่อยู่ในกลุ่มอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารต่างๆ จากพนักงานเทศบาลเมืองไม่แตกต่างกัน

แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าไม่สอดคล้องกับคำกล่าวของ Myer Myer(1982) ที่กล่าวว่า อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่

มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากคนที่มีอายุน้อยกว่า และเมื่อคนเรามีอายุมากขึ้น พฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารก็จะเปลี่ยนไป

3. ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 โดยพบว่าประชาชนที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลาย จะมีความพึงพอใจต่อข่าวสารจากสำนักงานเขตมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร(2543) ที่ศึกษาเรื่อง”การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)” พบว่าผู้ประกอบการSMEsที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารโดยรวมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และข่าวสารจากกรมส่งเสริมฯ แตกต่างกัน

นันทวัน กิจธนาเจริญ(2541) ที่ศึกษาเรื่อง”การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างด้านความพึงพอใจจากข่าวสารด้านเนื้อหาและรูปแบบ

ผลการวิจัยของธิตติมา อุ้มเมตตาจิตต์(2540) ที่ศึกษาเรื่อง”การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุด ฟิด ฟอ ไฟกับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” พบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ

ผลการวิจัยของบุศรินทร์ หนูนุกดี(2539) ที่ศึกษาเรื่อง”ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ” พบว่าประชาชนที่อยู่ในกลุ่มระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารต่างๆ จากพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่จบอาชีวศึกษามีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารต่างๆ จากพนักงานเทศบาลเมืองมากที่สุด และกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารต่างๆ จากพนักงานเทศบาลเมืองน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของปัทมาวดี หล่อวิจิตร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง”ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม” พบว่าผู้ชมที่มีระดับการ

ศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในรายการ 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองต่างกัน โดยเฉพาะผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจในรายการน้อยกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา

ผลการวิจัยของชิตชนก อุทัยกร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนกรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนดิคอนฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด)" พบว่าวาณิชธนกรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทริสแตกต่างกัน

ผลการวิจัยของวิยดา เกียวกุล(2538) ที่ศึกษาเรื่อง"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่าระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจรัสศรี หาญสมวงศ์(2533) ที่ศึกษาเรื่อง"การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่นเอฟ. เอ็ม. เอส. ซี. เอ." พบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่างกัน

ทั้งนี้อาจอธิบายได้จากคำกล่าวของ Burgoon(1974) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การศึกษาหรือความรู้เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน

สำหรับการที่ประชาชนที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำ มีความพึงพอใจต่อข่าวสารมากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงนั้น สามารถอาจได้จากคำกล่าวของ Wiio et al.(1980) ที่ได้ศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจในการสื่อสารกับปริมาณของข่าวสารพบว่า การได้รับปริมาณมากเกินไปจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เช่นเดียวกับการได้รับปริมาณข่าวสารน้อยเกินไป ซึ่ง Robert and O'Reilly(1974) ยังพบอีกว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารโดยทั่วไป เกี่ยวข้องกับปริมาณของการติดต่อสื่อสารและเพียงพอของข่าวสาร ซึ่งเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร(ตัวแปรระดับการศึกษา) กับการเปิด

รับข่าวสาร (ในสมมติฐานข้อที่ 7) แล้วจะพบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และต่ำกว่า จะมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดและเรียงลำดับในลักษณะแปรผกผันนี้ไปจนถึงประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป ซึ่งจะมีการเปิดรับต่ำที่สุด จึงสอดคล้องกับแนวความคิดข้างต้น

4. อาชีพ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อข่าวสาร จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 สอดคล้องกับผลการวิจัยของนันทวัน กิจธนาเจริญ(2541) ที่ศึกษาเรื่อง”การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านความพึงพอใจจากข่าวสารทุกด้าน ด้านเนื้อหาและรูปแบบ และด้านสาระประโยชน์

ผลการวิจัยของศิริพร วุฒิทวี(2541) ที่ศึกษาเรื่อง”การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ

ผลการวิจัยของปัทมาวดี หล่อวิจิตร(2539) ที่ศึกษาเรื่อง”ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยของบุศรินทร์ หนุณภักดี(2539) ที่ศึกษาเรื่อง”ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ” พบว่าประชาชนที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารต่างๆ จากพนักงานเทศบาลเมืองไม่แตกต่างกัน

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเมืองยศ จันทรมหา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง”ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการ

ว่าประชาชนที่อยู่ในกลุ่มรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารประเภทข่าวสารวิชาการและข่าวสารอารมณ์สุขจากพนักงานเทศบาลเมืองแตกต่างกัน

ผลการวิจัยของจรัสศรี หาญสมวงศ์(2533) ที่ศึกษาเรื่อง”การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่นเอฟ. เอ็ม. เอส. ซี. เอ.” พบว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่างกัน

และสอดคล้องกับกับความคิดเห็นของปรมะ สตะเวทิน(2539) ที่ว่ารายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆและพฤติกรรมของคน นอกจากนี้ Burgoon et al.(1994) ยังได้กล่าวไว้ว่า ภูมิหลังสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีผลต่อตัวสารและการตอบสนองไปยังผู้ส่งสาร(ความพึงพอใจต่อข่าวสาร) ช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนที่ห่างกันมาก จะเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร เนื่องจากคนทั้งสองกลุ่มนี้จะอยู่ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน อันสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ ประสพการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายในชีวิตที่แตกต่างกัน

2.ลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ แต่ตัวแปรอายุและการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจดังกล่าว ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ดังนี้

1. **เพศ** ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพรรณิ อัครศิริเลิศ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง”ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัยของสุวิชา ทองสิมา(2538) ที่ศึกษาเรื่อง”การติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจของผู้รับบริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ระดับปริญญาโท จากสำนักงานกพ.และธนาคารกรุงเทพ” พบว่าผู้รับบริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศระดับปริญญาโทจากสำนัก

งานกพ.และธนาคารกรุงเทพ ที่มีลักษณะทางประชากร(เพศ) ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในข้อมูลและคำแนะนำที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่แนะแนวของสำนักงานกพ.และธนาคารกรุงเทพไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับงานวิจัยของบุศรินทร์ หนูนภักดี(2534) ที่ศึกษาเรื่อง"ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ" พบว่าจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการและการได้รับคำแนะนำ ช่วยเหลือหรือชี้แจงในเรื่องเอกสารที่จำเป็นต้องใช้ บุคคลหรือสถานที่ที่ต้องไปติดต่อธุระหรือราชการ ที่ได้รับจากพนักงานเทศบาลเมือง ระหว่างประชาชนเพศชายและเพศหญิงพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

การที่ประชาชนเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกันนี้อาจอธิบายได้ว่าเป็นผลเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตให้บริการแก่ประชาชนทั้งเพศชายและหญิงในลักษณะและมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่ได้แยกว่าต้องให้บริการแก่เพศใดดีกว่า จึงทำให้ตัวแปรเพศไม่อาจบ่งชี้ถึงความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการได้

2. อายุ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 โดยประชาชนที่มีอายุมากกว่า 55 ปีและ 46 – 55 ปี จะมีความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้อาจอธิบายถึงการที่ประชาชนที่มีอายุมากมีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าประชาชนที่มีอายุน้อยได้ว่า เป็นเพราะประชาชนที่มีอายุมากเกิดการเปรียบเทียบการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตในปัจจุบันกับประสบการณ์ที่มีมาก่อนของตน ซึ่งปัจจุบันการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตมีมาตรฐานสูงขึ้น อันเป็นผลจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการแก่ประชาชนของระบบราชการตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2540 – 2544) ตามเป้าหมายในการปรับปรุงสำนักงานทุกหน่วยงานให้เป็นสำนักงานสมัยใหม่ (Office Automation)ทำให้ประชาชนที่มีอายุมากรู้สึกถึงความเปลี่ยนแปลงได้มากกว่าประชาชนที่มีอายุน้อย ทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่า

สอดคล้องกับผลการวิจัยของบุศรินทร์ หนูนภักดี(2534) ที่ศึกษาเรื่อง"ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ" พบว่าประชาชนที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อความเร็วในการให้บริการของพนักงานเทศบาลเมืองมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่มีอายุ 41 – 50 ปี และยังสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่าคนที่มีอายุมากขึ้น ย่อมมีประสบการณ์ (Experience) มี Frame of

Reference (ปรมะ สตะเวทิน,2533) มากขึ้น รวมทั้งประสบการณ์ที่มีต่อการรับบริการ ทำให้ความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับที่ต่างไปจากคนที่มีอายุน้อย

3. ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 โดยประชาชนที่มีการศึกษาในระดับ มัธยมศึกษาต้นหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากที่สุด และเรียงลำดับในลักษณะแปรผกผันดังกล่าวไปจนถึงประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป ซึ่งจะมีความพึงพอใจดังกล่าวต่ำที่สุด

สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz(1974) ที่พบว่าสถานะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อนให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ซึ่งอธิบายตามตัวแปรระดับการศึกษาได้ว่า คนที่มีการศึกษาสูงขึ้นจะเป็นผู้ที่เปิดรับข่าวสารต่างๆ มาก ทำให้เกิดขบวนการคัดเลือกมากขึ้น การตัดสินใจต่อความพึงพอใจจึงขึ้นกับตัวบุคคลนั้น (Self-individual) สูง ดังนั้นผู้ที่มีการศึกษาสูงจึงมีระดับมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการสูง จึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ นอกจากนี้การที่ผู้ที่มีการศึกษาต่ำมีความใกล้ชิดและต้องพึ่งพาขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง ซึ่งติดต่อหรือรับบริการจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตเท่าที่จำเป็นเท่านั้น อาจทำให้ผู้ที่มีการศึกษาต่ำรู้สึกว่าได้รับบริการที่เป็นกันเองและเป็นมิตรมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงได้

สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพรรณิ อัครศิริเลิศ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) โดยกลุ่มที่มีการศึกษาชั้นประถมศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาชั้นปริญญาตรี

4. อาชีพ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 สอดคล้องกับผลการวิจัยของบุศรินทร์ หนูนุกดี(2534) ที่ศึกษาเรื่อง"ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจันทบุรี นนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ" พบว่าประชาชนที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากพนักงานเทศบาลเมืองไม่แตกต่างกัน

และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพรรณิ อัครศิริเลิศ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่าอาชีพหลัก "ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

ทั้งนี้อาจอธิบายการที่ไม่มีความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการ เมื่อวัดจากตัวแปรอาชีพได้ว่า เป็นผลมาจากการที่มาตรฐานในการให้บริการแก่ประชาชนของระบบราชการนั้นสูงขึ้น ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตจึงให้บริการแก่ประชาชนที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกให้บริการแก่ผู้ที่มีหน้าที่การงานในระดับสูงกว่า ตัวแปรอาชีพจึงไม่อาจบ่งชี้ได้ถึงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการ

5. รายได้ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการให้บริการ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพรรณิ อัครศิริเลิศ(2540) ที่ศึกษาเรื่อง"ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

ทั้งนี้อาจอธิบายการที่ไม่มีความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการ เมื่อวัดจากตัวแปรรายได้ได้นั้น เป็นผลมาจากการที่มาตรฐานในการให้บริการแก่ประชาชนของระบบราชการนั้นสูงขึ้น ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตจึงให้บริการแก่ประชาชนที่มีรายได้หรือฐานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกให้บริการแก่ผู้ฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าหรือร่ำรวยกว่า ตัวแปรรายได้จึงไม่อาจบ่งชี้ได้ถึงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่าระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับงานและกิจกรรมต่างๆ จากสำนักงานเขตของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครยังอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นในการวางแผนการใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารในโอกาสต่อไป ควรเน้นการใช้สื่อประเภทสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากพบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าสื่ออื่นๆ นอก

จากนี้ก็ควรเน้นการใช้สื่อประเภทแผ่นป้ายผ้า , แผ่นโปสเตอร์และแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพราะเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ประชาชนให้ความสนใจ

สำหรับการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ของสำนักงานเขตในอนาคตต่อไปนั้น ควรเน้นไปที่กลุ่มประชาชนที่มีการศึกษาและมีรายได้ต่อเดือนต่ำให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าประชาชนกลุ่มดังกล่าว มีระดับการเปิดรับข่าวสาร และมีความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับสูงมากกว่ากลุ่มอื่นๆ อันจะส่งผลดีถึงภาพลักษณ์และความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสำนักงานเขต

2. จากผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของประชาชนที่มีต่อสำนักงานเขตโดยรวม ทั้งส่วนของภาพลักษณ์ขององค์กร(สำนักงานเขต) และภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต ต่างอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นหากสำนักงานเขตต้องการที่จะปรับภาพลักษณ์ของตนให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ก็ควรเน้นทั้งในส่วนของปรับปรุงการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต อาทิ เรื่องมนุษยสัมพันธ์ ความรวดเร็วและความโปร่งใสในการให้บริการ รวมทั้งความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ให้ดีขึ้นเป็นต้น และในส่วนของระบบการให้บริการต่างๆ ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ดี นอกจากนี้สำนักงานเขตยังควรที่จะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตนให้มาก เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานเขตมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขตด้วย กล่าวคือ เมื่อประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานเขต ก็มีแนวโน้มที่จะมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขตสูงไปด้วย

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขตอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการเผยแพร่ข่าวสารอันเป็นประโยชน์แก่ประชาชนยังมีไม่มากเพียงพอแก่ความต้องการของประชาชน ดังนั้นสำนักงานเขตจึงควรที่จะศึกษาต่อไปว่าข่าวสารใดที่อยู่ในความสนใจ จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน เพื่อจะได้ดำเนินการแจ้งข่าวสารประเภทนั้นๆ แก่ประชาชนให้มากขึ้นอย่างเพียงพอ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กริช สืบสนธิ. **การติดต่อสื่อสารในองค์การ**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

กมล เกาพิจิตรและคณะ. **รายงานผลการวิจัยเรื่องทัศนคติของประชาชนที่มีต่อข้าราชการ**. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2517.

กรุงเทพมหานคร. **แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 (2540 – 2544)**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี, 2539.

กรุงเทพมหานคร. **ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร (แฟ้มข้อมูล)**. กรุงเทพมหานคร. [http://elib_server/bma/BMA_PROGRESS/PICHIT/p.49 – p.52.htm](http://elib_server/bma/BMA_PROGRESS/PICHIT/p.49-p.52.htm); 11 พฤษภาคม, 2544.

กรุงเทพมหานคร. **ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร (แฟ้มข้อมูล)**. กรุงเทพมหานคร. http://elib_server/bma/khet/webkhet/district/district/.htm. ; 11 พฤษภาคม, 2544.

กุสุมา ภูใหญ่. **การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจและการยอมรับของชาวมุสลิมในเขตหนองจอกต่อบทบาทในการพัฒนาชุมชนของอิหม่าม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

เกศินี จุฑาวิจิตร. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542.

กองประชาสัมพันธ์ ฝ่ายแผนงานและผลิตสื่อ กรุงเทพมหานคร. **กรุงเทพมหานครปีที่ 27**.

คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี. **สรุปผลการสัมมนา ปีแห่งการส่งเสริมการบริการประชาชนของรัฐ**. 2539.

จรัสศรี ชาญสมวงศ์.การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสาร ที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ฯ คลื่น เอฟ.เอ็ม.เอส.ซี.เอ..วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533.

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร.การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2537.

ชัชวาล ปัทอง.ความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการด้านป้องกันอาชญากรรมของตำรวจสายตรวจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีตำรวจนครบาลบางเขน.ภาคินพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก,2540.

ชิตชนก อุทัยกร.การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวานิชชนากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัทไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด).วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

ชูเกียรติ วงศ์เทพเตียน.ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ให้บริการชาวไทยที่ใช้บริการบนเที่ยวบิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2542.

ชมภูนุช ปฏิมาประกร.ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจูงใจกับความเข้าใจ และความพึงพอใจในโฆษณาส่งเสริมทางวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2534.

ฐปณี สุวรรณรัตน์. การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2542.

ดวงพร คำบุญวัฒน์และวาสนา จันทร์สว่าง.การสื่อสารประชาสัมพันธ์.กรุงเทพมหานคร : ที่ พีพรีน,2536.

ดำรงค์ ชลสุข.คู่มือการเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่องจรรยาบรรณของข้าราชการพลเรือน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์กพ.,2542.

ธวัชชัย ยิ่งเจริญสุข.ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตลาดกระบัง.พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาลังคม) การวิเคราะห์วางแผนทางสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,2537.

ธิติมา อุ่นเมตตาจิตต์. การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการฟุตบอล ฟุตบอล ไฟกับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2540.

นัทลี ดารานันท์.ภาพพจน์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยในทรรศนะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ทำอากาศยานกรุงเทพ:ศึกษาเฉพาะกรณีทำอากาศยานกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2537.

นันทวัน กิจฉนาเจริญ. การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

นิธนา เมลื่องนนท์. **ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการบินไทย : ศึกษากรณีผู้โดยสารชั้นธุรกิจในเส้นทางบินระหว่างประเทศ.** วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

บุศรินทร์ หนูนุกักดี. **ความพึงพอใจของประชาชนในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ.** วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

บุษบา สุธีกร. **พฤติกรรมสื่อสารระหว่างบุคคล ในพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร.** หน่วยที่ 6. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร. **ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม.** วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ประจวบ อินอ้อด. **เอกสารการสอนชุดวิชางานสำนักงานและการประชาสัมพันธ์.** นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2535.

ปรัชญา เวสารัชช์. **บริการประชาชน ทำได้ไม่ยาก(ถ้าอยากทำ).** กรุงเทพมหานคร : บริษัทกราฟฟิคฟอรัมท(ไทยแลนด์)จำกัด, 2540.

ปรัชญา เวสารัชช์. **สรุปผลการสัมมนาปีแห่งการส่งเสริมการบริการประชาชนของรัฐ.** คณะกรรมการการปฏิรูประบอบราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2540.

ปรมะ สตะเวทิน. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี.** พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2539.

ปรมะ สตะเวทิน. **ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประเภทของการสื่อสาร ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.** หน่วยที่ 1. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.

ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2533.

ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.

ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.

ปิยะ อุทาโย. **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการงานตำรวจ**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
ดุุษฎีบัณฑิตกการบริหารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.

พนา ทอม่ืออาคม. **พฤติกรรมการสื่อสารในการตลาด ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

พีชนี เษยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์, ธิรนนท์ อนวัชศิริวงส์. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**. คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

พีชนี เษยจรรยาและประทุม ฤกษ์กลาง. **รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับ
สื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2531.

พรณิภา จิตต์ชอบธรรม. **ความทันสมัยของประชาชนในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร**.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลง
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

พิศณุ เจริญนุกูล. **บทบาทของสำนักงานแขวงในเขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก**. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

พีระ จิระโสภณ. **ทฤษฎีและการสื่อสารมวลชน ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร."ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์" ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2537.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร."ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์" ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง:การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2537.

พรเพ็ญ พยัคฆาภรณ์.การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

มณีวรรณ รัชมีเฟื่อง.ความต้องการและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการร่างรัฐธรรมนูญ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

มานิต รัตนสุวรรณ.โลกของการประชาสัมพันธ์.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิมพ์เกษตร,2537.

เมตตา กฤตวิทย์.เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร.หน่วยที่7 เล่ม 1.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2532.

เมืองยศ จันทรมหา.ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2538.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ.การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.ทฤษฎี งานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.วารสารนิเทศศาสตร์(6 สิงหาคม,2528).

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ.การวิเคราะห์ผู้รับสาร.กรุงเทพมหานคร :คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์.พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเชิงจิตวิทยาสังคม.ในเอกสารการสอนชุดวิชา
พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่1 – 8 สาขาจิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช.พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิ
ราช,2533.

รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา.ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการจาก
การเปิดรับข่าวสารสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2542.

รัตนา เคหะธนาชัยกุล.ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับ
สื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย,2539.

รัตนา ปัญญาดี. ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดใน
สายตาของประชาชนและสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

ลีนา ลีมอภิชชาติ.ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร. วิทยา
นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย,2537.

วัชรียา อานามวัฒน์.พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และตอบสนอง
ความต้องการ : ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร
มวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2533.

วันतीय์ แสนักดี.ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการ
ทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533.

วิเชียร เกตุสิงห์.การวิจัยเชิงปฏิบัติ.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2541.

วิรัช ลภีรัตนกุล.การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

วิญญูดี สุทธิวิเศษ.ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจ ขวัญและกำลังใจใน
การทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

วินเชนต์ โนแลนด.เข้าใจสื่อสารเข้าใจตรงกัน.แปลโดยกริช สีบสนันท์.กรุงเทพมหานคร : เอช.
เอ็น.การพิมพ์,2533.

วิยดา เกี้ยวกุล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทร
ทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

วุฒิชัย จำนง.แนวความคิดเรื่องพฤติกรรมขององค์การ.กรุงเทพมหานคร : เจริญรัตน์การ
พิมพ์,2520.

ศกุลตลา ลัคนิตานนท์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอบีซี
เคเบิล ทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

ศศิพรรณ บิลมาโนช.การศึกษาปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพ
ลักษณ์ที่ดีขององค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์(ร.ส.พ.). วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

ศิริพร วุฒิทวี. การสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมใน กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2541.

ศุภกัญญา นาถนิตินาคา. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2538.

ศลีลา ปิ่นเพชร.การเปิดรับข่าวสารด้านการบริการ ลักษณะการสื่อสารด้านการบริการและความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการรถยนต์.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา.ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

สมร ทองดี.เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร. หน่วยที่ 5 เล่ม 1.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2532.

สภาพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงานกพ.,คุณภาพกำลังคน : กุญแจสู่ความสำเร็จในการพัฒนา.2529.

สมัยศึก ถนัดสอน. ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุพรรณิ อัครศิริเลิศ. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

สุภาพงษ์ ระรอยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุรีย์ วัชนะประพันธ์. ทัศนคติข้าราชการกรุงเทพมหานครของสำนักงานเขตที่มีต่อปัจจัยที่จะทำให้การปฏิบัติราชการมีประสิทธิภาพ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุวรรณ มาศเมฆ. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

สุวิชา ทองดีมา. การติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจของผู้รับบริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ระดับปริญญาโท จากสำนักงาน กพ. และธนาคารกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

เสรี วงษ์มณฑา.จิตวิทยาในการสื่อสาร.วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 4(เมษายน – มิถุนายน 2523).

เสรี วงษ์มณฑา.ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน.กรุงเทพมหานคร : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ,2541.

สมควร กวียะ,การประยุกต์ทฤษฎีการสื่อสารกับงานสารสนเทศ ใน การสื่อสาร หน่วยที่4. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2532.

สมยศ นาวิการ.การติดต่อสื่อสารในองค์การ.คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2527.

โสภิตสุดา มงคลเกษม.พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมกรคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

โสภณ พึ่งไชย.ความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการงานสังคมของกรมตำรวจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีตำรวจภูธรอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี.ภาคินพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายและการวางแผนสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก,2537.

สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร.แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่5(พ.ศ.2540-2544).กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักเลขาธิการรัฐมนตรี,2540.

สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร.สถิติกรุงเทพมหานครปี 2543.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2543.

อัญชลี รัชนิกุล.การรับรู้ ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนต่อบทบาทของตำรวจชุมชนประจำตำบล. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

อติมา วินัยโกศล, พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของพนักงานกองสำรองที่นั่งบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

อนิรุจน์ เขี่ยมกิจการ. ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

อภิรดี สีดอกบวบ. ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยของเจ้าหน้าที่องค์กรรัฐและพนักงานองค์กรเอกชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่การทำอากาศยานกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อิสราวดี ชำนาญิกิจ. ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาล กับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลราชวิถี. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

อำนวย วีรวรรณ. การแก้วิกฤตและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

อรรถนี ผู้ทรงคุณวุฒิ. การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจในรายการ
 ธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลง
 กรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

อรรถนี ผู้ทรงคุณวุฒิ. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลง
 กรณ์มหาวิทยาลัย,2537.

ภาษาอังกฤษ

Adams, Janes Q. **Media Planning**. Oxford : Aden Press, 1971.

Aday, L.A. and Anderson, R.M., Equity of Access to Medical Care : A Concentratual and
 Empirical Overview, **Medical Care**. 19 December, 1981.

Anderson, Patricia M. and Leonard G. Rubin. **Marketing Communication**. New Jersey :
 Prentice - Hall, 1986.

Atkin, Charles. **New Model for Mass Communication Research**. New York : The Free
 Press, 1973.

Ball-Rokeach, S. and DeFluer, M.L. A dependency model of mass media effects.
Communication Research, 1976.

Bernays, Edward L. **Your Future in Public Relations**. New York : Richard Rosen
 Press, 1961.

Boorstin. Daniel J. **The Image**. New York : Atheneum, 1973.

Boulding E. Kenneth. **The Image. Knowledge in Life and Society**. Ann Arbor : The
 University of Michican, 1975.

Burgoon, M.; Hunsaker, F.G.; and Dawson, E.J. **Human Communication**. 3rd ed. USA. : SAGE Publications, 1994.

Burgoon, Michale. **Approaching Speech / Communication**. New York : Holt, Rinehart, and Winston. Inc., 1974.

Christian Gronroos. **Service Management and Marketing**. Managing the Moment of Truth in Service Competition, Massachusetts : Lexington Books, 1990.

Claude Robinson and Walter Barlow. **Public Relation journal**, September, 1959.

Coates, J. Pressures Reshaping Retailing in the 90_s : An Information System Delivering Goods. **Vital Speeches** 55 (April 1989).

Defleur, Melvin.L. **Theories of Mass Communication**. New York : David McKay Co., 1966.

Evans, J.W., **Alienation and Learning in a Hospital Setting** *American Sociology Review*, 27 December, 1962.

Fishbein, Martin. **Attitude Theory and Measurement**. New York : John Wiley, 1967.

Galloway, J.J. and Meek, F.L., Audience Uses and Gratifications : An Expectancy Model. **Communication Research** 8, 1981.

Greenberg, B.S. and H. Kumata. National Sample Predictors of Mass Media Use. **Journalism Quarterly**, 1968.

Hovland, Carl. L., and Lryving, Janis. **Personality and Persuability**. New Haven : the Yale University Press, 1959.

Irving Smith, Rogan. **Public Relations**. New York : A. Hamilton, 1965.

J.D. Rayburn and Philip Palmgreen. Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory in *Communication Research and International Quarterly*, 11 October, 1984.

Jefkins, Frank. *Planned Press and public Relations*. London : International Textbook Company, 1977.

Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. Utilization of Mass Communication by The Individual. In Blumler, J.G. and katz, E. (eds), *The Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, London : Sage, 1974.

Magaret, L.P. *Human Communication*. New York : McGraw – Hill Book Company, 1978.

McCombs and Becker, L.E. *Using Mass Communication of Innovation*, 2nd.ed. New Jersey : Printice-Hall, 1979.

Mcquail, D., and M. Gurevitc. "Explaining Audience Behavior; Three Approaches Considered," in J.G. Blumler and E. Katz (eds) *The uses of Mass Communications*. Beverly Hills: Sage.

Myer, Michele Tolela and Myers, Gail E. *Managiry by Communication : An Organizational Approach*. Tokyo : McGraw – Hill Kogakush Ltd., 1982.

Munn , Norman I. *Introduction to Psychology*. Boston : Houghton Mifflin Company, 1971.

Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn, *Gratification Sought and Media Exposure an Expectancy Value Model*. op.cit..

Palmgreen, Philip and J.D. Rayburn, *Uses and Gratification and Exposure to Public Television, a Discrepancy Approach*. *Communication Research* Vol.6 No., April 1979.

Paul F. Lazarsfeld and Herbert Manzel. **Mass Media and Personal Influence**, in **The Science of Human Communication**. ed. Wilbur Schramm. New York : Basis Book, 1963.

Philip, G. Zimbardo and Michael R. Leippe. **The Psychology of Attitude Change and, Social Influence**. New York : McGraw – Hill, 1991.

Philip kotler. **Marketing Management**(Analysis, Planning, Implementation and Control) 6th. ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1988.

Richard Kimblely & Graeme Burton. **More Than Words**. an Introduction to Communication, New York : Methuen & Co., 1985.

Richard L. Weaver. **Understanding Interpersonal Communication**, 3rd. ed. Illinois : Scott, Foresman and Company, 1984.

Robert, Karlene H. and O'Rielly, Charles A. **Measuring Organizational Communicational**. Journal of Applied Psychology – Vol. 59. No 3 (June 1974).

Robinson, P.J. Mass Communication and Information Diffusion, In Kline and Tichenor, Current Perspectives in **Mass Communication Research**, 1972.

Rogers, Everett M. Communication Channels. **Handbook of Communication**. Chicago : Rand McNelly., 1978.

Rogers, Everett M. **Communication Stratrgies for Family Planning**. New York : The Free Press, 1973.

Rogers, Everett M. with F.Floyd Shoemaker, **Communication of Innovation**. (New York : The Free Press, 1971).

Schramm W., and Roberts, D.F., eds. **The Process and Effects of Mass Communication**. 2nd ed. USA. : The Board of Trustees of The University of Illinois, 1972.

Schramm Wilbur. **Channels and Audiences in Handbook of Communication**. Chicago : Roland McNally College Publishing Company, 1973.

Schramm, Wilbur. **Men Message and Media : A Look at Man Communication**. New York : Harper & Row Publisher, 1973.

Schramm, Wilbur. Nature of Communication Between Humans, **The Process and Effects of Mass Communication**. Schramm, Wilbur and Donale F. Roberts eds. Urbana, Ill. : University of Illinois Press, 1974.

Self, C. Perceived Task of News Reports As a Predictor of Media Choice. **Journalism Quarterly**, 1988.

Vevra Terry, G. **Aftermarketing : How to Keep Customer for Life Through Relationship Marketing**. New York, 1992.

Wenner, L.A. Model Specification and Theoretical Development in Gratifications Sought and Obtained Research : A Comparison of Discrepancy and Transnational Approach. **Communication Monographs** 53, 1986.

Willo, O.A., Goldhabers, G.M. and Yates, M.P. Organization Communication Research : Time for Reflection. In Dan Nimmo (ed.) **Communication Yearbook** 4. New Jersey : International Communication Association, 1980.

Wilmot, W.W. **Dyadic Communication**. 3rd. ed. New York : Random House, 1987.

Windahl,Sven.Using Communication Theory : An Introduction to Planned Communication.1st ed. London : sage,1992.

Zimbardo,Philip G. and Leippe Michael.R.The Psychology of Attitude Change and Social Influence.New York : McGraw – Hill,1991.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร"

คำชี้แจง

- ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เท่านั้น
- แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ตอน (โปรดตอบทุกข้อ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในตารางความคิดเห็นของท่าน)

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ 1. 15 – 25 ปี 4. 46 – 55 ปี
 2. 26 – 35 ปี 5. มากกว่า 55 ปี
 3. 36 – 45 ปี
3. ระดับการศึกษา 1. มัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า
 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย, ป.ว.ช.หรือเทียบเท่า
 3. อนุปริญญาหรือป.ว.ส.
 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 5. ปริญญาโทขึ้นไป
4. อาชีพหลัก 1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา 5. รับจ้างทั่วไป
(เพียง 1 อาชีพ) 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6. แม่บ้าน
 3. พนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน 7. อื่นๆ(โปรดระบุ.....)
 4. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
5. รายได้ต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 4. 15,001 - 30,000 บาท
 2. 5,001 - 10,000 บาท 5. มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป
 3. 10,001 - 15,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร

6. ท่านเคยได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับงานของสำนักงานเขตทั้ง 10 ฝ่าย , ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือเรื่องราว ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสำนักงานเขต เช่น การรณรงค์กำจัดขยะ , การจัดงานในโอกาสต่างๆ , การชี้แจงต่อข้อร้องเรียน ฯลฯ จากสื่อเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

| สื่อ | ความบ่อยครั้ง | ทุกสัปดาห์ หรือมากกว่า | 2-3 สัปดาห์ / ครั้ง | เดือนละ ครั้ง | หลายเดือน / ครั้ง | ไม่เคยรับ |
|---|---------------|---------------------------|------------------------|----------------------|----------------------------|-----------|
| 1) วิทยุ | | | | | | |
| 2) หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ฯลฯ | | | | | | |
| 3) เอกสาร “ข่าวทม.” | | | | | | |
| | | | | | | |
| สื่อ | ความบ่อยครั้ง | เดือนละ 1-4 ครั้ง | 2-3 เดือน / ครั้ง | 4-5 เดือน / ครั้ง | มากกว่า 5 เดือน / ครั้ง | ไม่เคยรับ |
| 1) เจ้าหน้าที่สนง.เขต | | | | | | |
| 2) โทรทัศน์ | | | | | | |
| 3) หนังสือพิมพ์ “ทม.สาร” | | | | | | |
| 4) หนังสือพิมพ์ “ทม.สาร” (ฉบับกลุ่มเขต) | | | | | | |
| 5) หนังสือพิมพ์ “สภามหานครสาร” | | | | | | |
| 6) แผ่นพับ / แผ่นปลิว | | | | | | |
| 7) จดหมาย เช่น จ.ม.แจ้งเตือนการ เสียภาษี | | | | | | |
| 8) หนังสือ เช่น คู่มือติดต่อราชการ สำนักงานเขต | | | | | | |
| 9) แผ่นป้ายผ้า / แผ่นโปสเตอร์ / แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ | | | | | | |

ตอนที่ 3 ภาพลักษณ์

7. ท่านมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตอย่างไร

| ท่านมีภาพลักษณ์ต่อสำนักงานเขตอย่างไร | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | ไม่แน่ใจ | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง |
|--|-----------------------|----------|----------|-------------|--------------------------|
| องค์กร | | | | | |
| 1) สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน | | | | | |
| 2) สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและพร้อมที่จะรับฟังปัญหาของประชาชนเสมอ | | | | | |
| 3) สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีลักษณะการบริการที่ดี | | | | | |
| 4) สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่ขาดการพัฒนาองค์กร, ไม่ทันสมัย | | | | | |
| 5) สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานซึ่งมีการจัดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากเหมือนก่อน | | | | | |
| 6) สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานที่มีการจัดสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ดี | | | | | |
| เจ้าหน้าที่ | | | | | |
| 7) เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี | | | | | |
| 8) เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่เป็นอย่างดี | | | | | |
| 9) เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตให้บริการได้อย่างรวดเร็ว | | | | | |
| 10) เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตให้บริการตามหน้าที่ โดยไม่เรียกร้องสิ่งตอบแทน | | | | | |

ตอนที่ 4 ความคาดหวัง

8. ท่านต้องการให้สำนักงานเขตแจ้งข่าวสารแก่ท่าน ในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

| ระดับความต้องการของท่าน | มาก ที่สุด | มาก | ปานกลาง หรือเฉยๆ | น้อย | น้อย ที่สุด |
|---|---------------|-----|---------------------|------|----------------|
| ข่าวสารในเรื่องต่างๆ ที่ต้องการ | | | | | |
| 1) การแจ้งให้ทราบถึง "ขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้ในการขอรับบริการจากฝ่ายต่างๆ" | | | | | |
| 2) การแจ้งให้ทราบถึง "เอกสารที่ต้องนำไปด้วยในการติดต่อขอรับบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ เป็นต้น" | | | | | |
| 3) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารเกี่ยวกับการปรับปรุงระบบระบายน้ำและท่อระบายน้ำ การบำรุงรักษาคูคลองและการป้องกันน้ำท่วม" | | | | | |
| 4) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเมือง การวางผังปรับปรุงบริเวณเฉพาะแห่งหรือบริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ" | | | | | |
| 5) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร, ตลาดและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ" | | | | | |
| 6) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารในเรื่องการเสียภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีป้ายและค่าธรรมเนียมเก็บขนมูลฝอย เป็นต้น" | | | | | |
| 7) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การลดมลพิษ การรักษาสิ่งแวดล้อมและการบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล" | | | | | |
| 8) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้นและการประสานงานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต" | | | | | |
| 9) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารด้านตลาดแรงงานแก่ผู้ว่างงานในชุมชน" | | | | | |
| 10) การแจ้งให้ทราบถึง "ข่าวสารด้านการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการเกษตรและสภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร" | | | | | |

9. ท่านต้องการให้สำนักงานเขตให้บริการแก่ท่าน ในลักษณะต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

| ลักษณะการให้บริการ ที่ท่านต้องการ | ระดับความต้องการของท่าน | มาก ที่สุด | มาก | ปานกลาง หรือเฉยๆ | น้อย | น้อย ที่สุด |
|--|-------------------------|---------------|-----|---------------------|------|----------------|
| 1) เจ้าหน้าที่กล่าวคำทักทาย , พุดคุยกับท่านในระหว่างที่ให้ บริการด้วยวาจาสุภาพเรียบร้อยและยิ้มแย้มแจ่มใส | | | | | | |
| 2) การบริการอย่างเป็นกันเอง | | | | | | |
| 3) การบริการด้วยความรวดเร็ว | | | | | | |
| 4) การบริการอย่างเสมอภาค , เสมอหน้าทัดเทียมกับผู้อื่น | | | | | | |
| 5) เพื่อแลกเปลี่ยนกับการให้บริการที่รวดเร็วเท่าผู้อื่นบ้าง ใน บางกรณีท่านต้องการให้สิ่งตอบแทนกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ | | | | | | |
| 6) เจ้าหน้าที่มีกิจกรรมรยาทเหมาะสมกับการให้บริการ เช่น ไม่อ่าน หนังสือพิมพ์ รับประทานอาหารหรือพุดคุยกับเพื่อน ร่วมงานเสียงดังในขณะที่ให้บริการ เป็นต้น | | | | | | |
| 7) เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานตรงเวลาและไม่เลิกงานก่อนเวลา | | | | | | |
| 8) เจ้าหน้าที่มีความรู้ในเรื่องกฎหมาย ระเบียบขั้นตอนใน การปฏิบัติ งานและสามารถให้คำปรึกษาแนะนำแก่ประชาชน ได้เป็นอย่างดี | | | | | | |
| 9) เจ้าหน้าที่มีความขยัน กระตือรือร้นและตั้งใจปฏิบัติ หน้าที่เป็นอย่างดี | | | | | | |

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจ

10. ท่านมีความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ท่านได้รับจากสำนักงานเขต มากน้อยเพียงใด

| ข่าวสารที่ท่านได้รับ | ระดับความพึงพอใจของท่าน | | | | |
|--|-------------------------|-----|---------------------|------|----------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง หรือเฉยๆ | น้อย | น้อย ที่สุด |
| 1) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้ในการขอรับบริการ | | | | | |
| 2) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงเอกสารที่ต้องนำไปด้วยในการติดต่อขอรับ บริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ เป็นต้น | | | | | |
| 3) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการปรับปรุงระบบระบายน้ำและท่อระบายน้ำการบำรุงรักษาคูคลองและการป้องกันน้ำท่วม | | | | | |
| 4) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองการวางผังปรับปรุงบริเวณเฉพาะแห่งหรือบริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | | | | | |
| 5) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร , ตลาดและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ | | | | | |
| 6) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารในเรื่องการเสียภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีป้าย ค่าธรรมเนียมเก็บขนมูลฝอยและค่าอากรสัตว์ เป็นต้น | | | | | |
| 7) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย การลดมลพิษ การรักษาสิ่งแวดล้อมและการบริการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล | | | | | |
| 8) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมอาชีพระยะสั้นและการประสานงานจัดหาแหล่งจำหน่ายผลผลิต | | | | | |
| 9) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารด้านตลาดแรงงานแก่ผู้ว่างงานในชุมชน | | | | | |
| 10) ท่านพอใจที่ได้รับทราบถึงข่าวสารด้านการวิชาการเกษตรและสภาพแวดล้อมเพื่อการเกษตร | | | | | |

11. ท่านมีความพึงพอใจต่อลักษณะการให้บริการของสำนักงานเขตในปัจจุบัน มากน้อยเพียงใด

| ลักษณะการบริการ | ระดับความพึงพอใจของท่าน | มาก ที่สุด | มาก | ปานกลาง หรือเฉยๆ | น้อย | น้อย ที่สุด |
|---|-------------------------|---------------|-----|---------------------|------|----------------|
| 1) การกล่าวคำทักทาย , การพูดคุยด้วยความสุภาพเรียบร้อย และยิ้มแย้มแจ่มใส | | | | | | |
| 2) ความเป็นกันเองในขณะที่ให้บริการ | | | | | | |
| 3) ความรวดเร็วในการให้บริการ | | | | | | |
| 4) การให้บริการอย่างเสมอภาค , เสมอหน้าแก่ประชาชน ทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน | | | | | | |
| 5) ความโปร่งใสในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ | | | | | | |
| 6) กิริยามารยาทในขณะที่ให้บริการ | | | | | | |
| 7) การปฏิบัติงานตรงเวลา , รักษาเวลาในการทำงาน | | | | | | |
| 8) ความรู้ในเรื่องกฎหมาย , ระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติ งาน และสามารถให้คำปรึกษาแนะนำแก่ประชาชนได้ | | | | | | |
| 9) ความขยัน กระตือรือร้นและตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ | | | | | | |

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ เกิดเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2520 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีรัฐศาสตรบัณฑิต ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2542 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ที่คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2543



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย