

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร
ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเขตวิภาวดี กรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
ว่าที่ร้อยตรีขจรศักดิ์ วิจิตรไพศาล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
กันยายน 2549

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร
ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเขตวิภาวดี กรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
ว่าที่ร้อยตรีขจรศักดิ์ วิจิตรไพศาล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
กันยายน 2549
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร
ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเขตวิภาวดี กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
ว่าที่ร้อยตรีขจรศักดิ์ วิจิตรไพศาล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
กันยายน 2549

ว่าที่ร้อยตรีจรศักดิ์ วิจิตรไพศาล. (2549). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเขตวิภาวดี กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ รม.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจใน 3 ด้าน 1.1 ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ 1.2 ด้านนโยบายผู้บริหาร 1.3 ด้านภาพพจน์ทางสื่อสารมวลชน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจในรายด้านและรวมกันทุกด้าน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษาและรายได้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนที่มีผลกระทบต่อนโยบายการจัดระเบียบหาบเร่-แผงลอยและผู้ค้าหาบเร่ – แผงลอย ซึ่งอยู่ในกลุ่มเขตวิภาวดีประกอบด้วย 6 เขต ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งถามถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F- test และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่าประชาชนและผู้ค้าที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติหน้าที่นโยบายผู้บริหารซึ่งสะท้อนกลับมาเป็นปัจจัยทั้ง 3 ด้านนั้น พบว่า

ปัจจัยข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการลดบทบาทเจ้าหน้าที่เทศกิจทำให้การจัดระเบียบหาบเร่ - แผงลอยล้มเหลว อีกทั้งตัวเจ้าหน้าที่เทศกิจเองก็ปฏิบัติตัวไม่เหมาะสม ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เป็นอย่างมาก

ปัจจัยข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าส่วนใหญ่ประชาชนไม่พอใจนโยบายของผู้บริหารกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้ปฏิบัติไม่กลัวตัดสินใจ

ปัจจัยข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการเสนอภาพข่าวที่โจมตีการทำงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจด้านทุจริตและการไม่เสนอข่าวด้านการทำงานอื่นของเจ้าหน้าที่เทศกิจ อีกทั้งกรุงเทพมหานคร เองก็ขาดการประชาสัมพันธ์งานของเจ้าหน้าที่เทศกิจด้านอื่นๆ นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้หาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร เพศ อายุ รายได้ สถานภาพการศึกษา และความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เจ้าหน้าที่เทศกิจพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

FACTORS AFFECTING THE IMAGE OF LAW ENFORCEMENT OFFICERS OF
THE BMA : A CASE STUDY IN VIBHAVADI GROUP DISTRICT

AN ABSTRACT

BY

ACTING SUB. LT. KAJORNSAK VIJITPAISARN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Public Administration Degree in Public Policy
at Srinakarinwirot University
September 2006

Acting Sub.Lt. Kajornsak Vijitpaisarn. (2006). *Factors Affecting the Image of Law Enforcement Officers of The BMA: A Case Study in Vibhavadi Group District*. Master's Project, M.P.A. (Public Administration). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr.Cholvit Jearajit.

The purposes of this study were, firstly, to study factors affecting the images of Law Enforcement Officers of the BMA in three aspects: the obligations of Law Enforcement Officers of the BMA, the policies of administrators, the images of mass communication; secondly, to compare the factors affecting the images of Law Enforcement Officers of the BMA in overall aspects and each categorized according to sexes, ages, status, occupation and income. The populations for this study were 300 people affecting the policies in managing street stalls and vendors who were in Vibhavadi area group the consisted of six zones.

The instruments for collecting the data were questionnaire inquiring a bout the factors affecting the images of Law Enforcement Officers of the BMA. The statistics applied for data analysis were frequencies, percentage, means, standard deviation, t – test, F – test and Pearson product – moment correlation coefficient.

The research results were found that people and vendors being affected by the obligations and the policies of administrators reflected the factors in the three aspects as follows:

Factor No.1: Questionnaire respondents thought that reducing the obligations of Law Enforcement Officers made the street stall management failed. Moreover, Law Enforcement Officers behaved inappropriately. This extremely affected the images of Law Enforcement Officers.

Factor No.2: Questionnaire respondents thought that most people were dissatisfied with the policy of BMA administrator because they did not conform to the law and the officers did not dare to make decisions.

Factor No.3: Questionnaire respondents thought that the factors included news presentation assaulting the work of Law Enforcement Officers in the negative way and there was no news presenting the work in other sides of Law Enforcement Officers. Besides, BMA lacked making public information concerning the work of Law Enforcement Officers in other sides. In addition, it was found that there was the relationship between variables including sexes, ages, income and education status and

the factors affecting the images of Law Enforcement Officers at the significant difference of 0.05

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
กรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเขตวิภาวดี กรุงเทพมหานคร ของว่าที่ร้อยตรี
ขจรศักดิ์ วิจิตรไพศาล ฉบับนี้แล้ว เห็นควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์จักราทิตย์ ธนาคม)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์จักราทิตย์ ธนาคม)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ชีวินทร์ ฉายาชลิต)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอแสดงความชื่นชมของความสามารถของคณาจารย์ภาควิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทั้งในอดีตและในปัจจุบัน ที่ผู้วิจัยได้เคยเรียนสถาบันแห่งนี้ เมื่อ 10 ปีที่แล้ว (พ.ศ. 2537) ซึ่งในขณะนั้นภาควิชารัฐศาสตร์มีเพียงแค่วิชาโทให้นักศึกษาปริญญาตรีเรียน แต่เมื่อผ่านไป 10 ปี ผู้วิจัยกลับมาเรียนใหม่ก็เห็นความเจริญเติบโต ซึ่งภาควิชารัฐศาสตร์ สามารถเปิดสอนได้ถึงระดับปริญญาโท และผู้วิจัยก็มีความรู้สึกยินดีที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการเจริญเติบโตนี้

ผู้วิจัยตระหนักและคำนึงถึงองค์ความรู้ทั้งปวงที่ได้รับประสิทธิ์ประสาทวิชาจากคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชารัฐศาสตร์ และคิดเสมอว่าความรู้ที่ได้รับจักได้เอาไปใช้พัฒนาในหน้าที่ราชการและประเทศชาติต่อไป

สารนิพนธ์นี้ได้รับความกรุณาจากอาจารย์ ดร. ชลวิทย์ เจียรจิตต์ รับเป็นที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งคำปรึกษาของท่านอาจารย์เปรียบเสมือนแสงสว่างแห่งความสำเร็จของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอแสดงความซาบซึ้งในความเมตตาของ อาจารย์จักราทิพย์ ธนาคม และอาจารย์ชีวินทร์ ฉายาขวลิต ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านทั้งสองมาเป็นกรรมการสอบป้องกันสารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มเขตวิภาวดีทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลที่สำคัญยิ่งยวดต่อการนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ถ้าขาดพวกท่านผลการวิจัยครั้งนี้ก็อาจบังเกิดเป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้

คุณประโยชน์และคุณค่าของผลงานวิจัยในครั้งนี้ขอมอบให้แก่ นางสาวเสียมเนย์ แซ่ตัน มารดาของข้าพเจ้าผู้เป็นทั้งผู้ให้ชีวิตและการศึกษาที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านตั้งแต่อดีตจนปัจจุบันที่ได้ให้ทั้งความรู้ คุณธรรม วิธีการดำเนินชีวิตเพื่อออกไปเผชิญโลกแห่งความเป็นจริงภายนอกต่อไปแก่ผู้วิจัย

ว่าที่ร้อยตรีจรศักดิ์ วิจิตรไพศาล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	2
ข้อจำกัดในการศึกษา	2
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	2
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	5
2 เอกสารและงานวิจัย	6
ทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์	8
ปัจจัยพฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ทางลบ	16
ปัจจัยที่เกิดจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ	18
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	21
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	23
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
ประชากร	23
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	23
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	24
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น	31
	ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็น	35
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	51
	วัตถุประสงค์	51
	วิธีการดำเนินการวิจัย	51
	สรุปผลการวิจัย	52
	อภิปรายผลการวิจัย	55
	ข้อเสนอแนะ	55
	บรรณานุกรม	57
	ภาคผนวก	61
	ภาคผนวก ก	62
	ภาคผนวก ข	68
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	70

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้	29
2	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านการปฏิบัติงาน รายข้อและโดยรวม	31
3	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านนโยบายผู้บริหาร รายข้อและโดยรวม	32
4	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านสื่อสารมวลชน รายข้อและโดยรวม	34
5	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ รายด้านและโดยรวม	35
6	ผลการเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามเพศ ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้าน และโดยรวม	35
7	ผลการเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตาม อายุ ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม	36
8	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่ เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน จำแนกตามอายุ	37
9	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่ เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน จำแนกตามอายุ	38
10	ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามสถานภาพ สมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม	39
11	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการ ปฏิบัติงาน จำแนกตามสถานภาพสมรส	40
12	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสาร มวลชน จำแนกตามสถานภาพสมรส	41
13	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส	42
14	ผลการเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม	43

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน จำแนกตามอาชีพ	44
16	ผลการเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม	45
17	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน จำแนกตามระดับการศึกษา	46
18	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชนจำแนก ตามระดับการศึกษา	47
19	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	48
20	ผลการเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม	49
21	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน จำแนกตามรายได้	50
22	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม จำแนกตามรายได้	50

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 รูปแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	5

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ซึ่งเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดและหนาแน่นที่สุด เป็นศูนย์กลางความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ซึ่งการเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร ทำให้เป็นที่รวมของปัญหามากมายประการ นับแต่การอพยพเข้าเมือง ปัญหาชุมชนแออัด ปัญหาการจราจร ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาด้านการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง

ปัญหาในด้านการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมืองนั้น มีกฎหมายและข้อบัญญัติต่าง ๆ ใช้อยู่หลายฉบับ โดยมีเจ้าหน้าที่เทศกิจเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ของกรุงเทพมหานครที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย แต่การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่เทศกิจยังไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควรไม่ว่าจะเป็นด้านนโยบายของผู้บริหารของผู้บริหารที่ไม่ชัดเจน ไม่เคร่งครัดและจริงจังในการจัดระเบียบหรือดำเนินนโยบายที่ขัดกับระเบียบ กฎหมาย และการแทรกแซงทางการเมืองหรือการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนของเจ้าหน้าที่เทศกิจเอง

ปัญหาดังกล่าว ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่เทศกิจปฏิบัติงานล้มเหลวในสายตาประชาชน ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจที่มีผลต่อสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยที่เกิดจากการเข้มงวดในการจัดระเบียบของเจ้าหน้าที่ ที่เกิดจากนโยบายของผู้บริหารที่ต้องการเป็นเช่นนั้น อาจจะได้รับความคิดเห็นทางสังคมทั้งจากผู้ค้าขาย – แผงลอยเอง และจากประชาชนที่มีความเห็นใจผู้ค้าเหล่านี้ แต่ในขณะเดียวกัน การกำหนดนโยบายที่ผ่อนปรนมากเกินไป ก็มีผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าว เนื่องจากเป็นการ สิทธิในการใช้ที่สาธารณะ ซึ่งได้แสดงออกโดยการร้องเรียนผ่านสื่อต่างๆ และเมื่อเจ้าหน้าที่เข้าไปดำเนินการก็จะจากพ่อค้าแม่ค้า หรือหากไม่ดำเนินการก็จะถูกมองว่าที่ผลประโยชน์ในการปล่อยปละละเลยไม่กระทำการดังกล่าว ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์การทำงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ทั้งสายตาประชาชนเองที่ติดภาพว่ามีผลประโยชน์ เทศกิจแสดง ความรุนแรงรังแกประชาชนผู้สุจริตในการทำมาค้าขายและสายตาผู้บริหาร ซึ่งคิดว่าเทศกิจทำงานล้มเหลวในการจัดระเบียบหาบเร่ – แผงลอย จึงพยายามหาหนทาง ซึ่งมีผู้ทำได้ดีกว่า เป็นการใบกจราจร ซึ่งเป็นหน้าที่ตามกฎหมายของตำรวจหรือการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งผู้บริหารต้องการให้เพิ่มเติมและมีผู้ที่ทำหน้าที่อยู่แล้ว คือ กองการท่องเที่ยว เป็นต้น

จากภาวะที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานซึ่งอยู่ตรงกลางระหว่างประชาชนและผู้บริหาร ซึ่งกำหนดนโยบาย มีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในการทำงาน ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงประสิทธิภาพในการกำหนดนโยบาย รวมถึงประสิทธิภาพในการทำงานให้พ้นจากภาพลักษณ์เดิมๆ ในสายตาของผู้เกี่ยวข้องทุกๆ คนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจใน 3 ด้าน
 - 1.1 ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
 - 1.2 ด้านนโยบายผู้บริหาร
 - 1.3 ด้านภาพพจน์ทางสื่อสารมวลชน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจในรายด้านและรวมกันทุกด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษาและรายได้

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบายในการกำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จะแบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือประชาชนที่มีผลกระทบต่อนโยบายการจัดระเบียบหาบเร่ – แผงลอย ทั้งที่ใช้ในการสัญจรไปมาและประชาชนที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ใน 6 เขตดังกล่าว และผู้ค้าหาบเร่ – แผงลอย ที่มีผลกระทบโดยตรงนโยบายการจัดระเบียบ หาบเร่ และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งมีที่ค้าขายที่เป็นจุดผ่อนผันใน 6 เขตดังกล่าว โดยจะกำหนดโดยใช้ประชาชน 25 ตัวอย่าง ต่อ 1 เขต และผู้ค้า 25 ตัวอย่าง ต่อ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 50 ตัวอย่าง

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มิได้ทำการศึกษาจากประชาชน หรือผู้ค้าทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ การเจาะจงศึกษาใน 6 สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครที่เรียกว่า กลุ่มเขตวิภาวดี อันประกอบด้วย เขตราชเทวี เขตดินแดง เขตบางซื่อ เขตห้วยขวาง เขตพญาไท และเขตจตุจักร จากนั้นใช้

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม ในการสุ่มหาตัวอย่างจากกลุ่มย่านผู้ค้า และประชาชนที่ผ่านไปมา และผู้ค้าหนาแน่นในแต่ละเขต ดังนี้ เขตราชเทวี – อนุสาวรีย์ชัย เขตพญาไท – ซอยอารีย์ เขตบางซื่อ – ตลาด บางซื่อ เขตดินแดง – ตลาดห้วยขวาง เขตห้วยขวาง – ถนนรัชดา เขตจตุจักร – ตลาดนัดจตุจักร

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ข้อมูลส่วนตัวของประชาชนและผู้ค้าที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 อายุไม่เกิน 25 ปี

1.2.2 อายุ 26 – 30 ปี

1.2.3 อายุ 31 – 35 ปี

1.2.4 อายุ 36 – 40 ปี

1.2.5 อายุ 41 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพสมรส

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส

1.3.3 ม่าย

1.3.4 หย่าร้าง

1.4 อาชีพ

1.4.1 ข้าราชการ

1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.4.3 อาชีพอิสระ

1.4.4 ไม่ประกอบอาชีพ

1.5 ระดับการศึกษา

1.5.1 ประถมศึกษา

1.5.2 มัธยมศึกษา

1.5.3 ปวส

1.5.4 ปริญญาตรี

1.5.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.6 รายได้

1.6.1 ไม่เกิน 8000บาท

1.6.2 รายได้ 8000 – 12,000บาท

1.6.3 รายได้ 1,2000 – 20,000 บาท

1.6.4 มากกว่า 20,000 บาท

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งแบ่งออกเป็นด้านๆ ดังนี้

2.1 ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

2.2 ด้านนโยบายผู้บริหาร

2.3 ด้านผลกระทบจากสื่อสารมวลชน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ภาพลักษณ์** หมายถึง สิ่งที่แสดงเป็นผลออกมาจากการปฏิบัติงาน ซึ่งจะกระทบต่อความรู้สึกทั้งในแง่ที่ดีและไม่ดี

2. **กลุ่มวิภาวดี** หมายถึง สำนักงานที่ถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มและหนึ่งในกลุ่มของสำนักงานเขตดังกล่าว เรียกว่า กลุ่มวิภาวดี ซึ่งเป็นประกอบด้วย 6 สำนักงานเขต ได้แก่ เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตจตุจักร เขตดินแดง เขตบางซื่อ

3. **กรุงเทพมหานคร** หมายถึง องค์การบริหารราชการส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ

4. **สำนักงานเขต** หมายถึง ส่วนราชการหนึ่งของกรุงเทพมหานคร มีหัวหน้าส่วนราชการเป็นข้าราชการประจำระดับ 8 หรือ ระดับ 9 มีหน้าที่เป็นฝ่ายปฏิบัติตามนโยบายอย่างใกล้ชิด

5. **ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร** หมายถึง หัวหน้าฝ่ายบริหารของกรุงเทพมหานคร

6. **จุดผ่อนผัน** หมายถึง จุดที่ได้รับอนุญาตได้ค้าขายได้ ตาม พ.ร.บ.

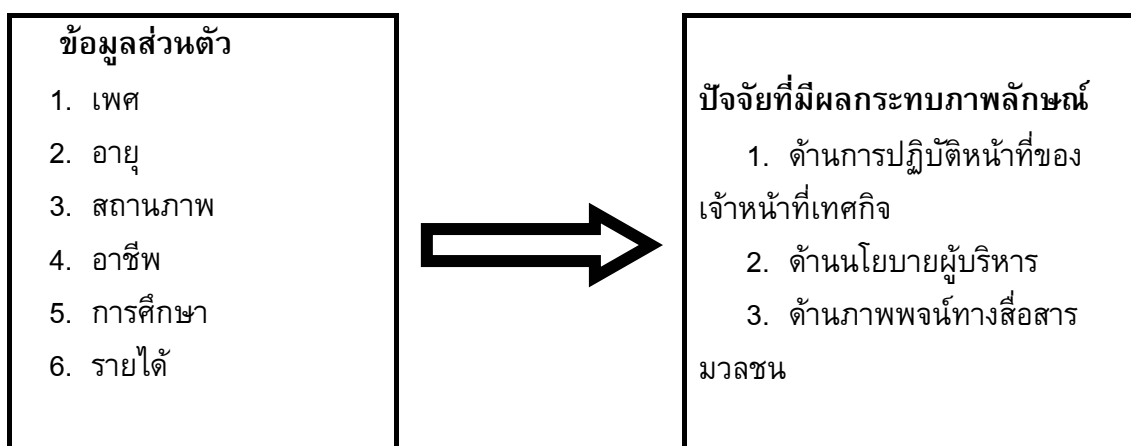
7. **นอกจุดผ่อนผัน** หมายถึง ผู้ค้าที่ไม่ได้รับอนุญาตได้ค้าขาย และจะต้องทำการจับกุม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัย ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ตามที่ได้กล่าวไว้ในความมุ่งหมายการวิจัย จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ ต่อเจ้าหน้าที่เทศกิจโดยตรง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบของการศึกษาไว้ โดยคำนึงถึงปัจจัยดังนี้ คือ ปัจจัยด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจโดยตรง ซึ่งมีผลต่อการปฏิบัติงานทั้งที่โดยทางตรงและอ้อม โดยกำหนดเป็นตัวแปรในแต่ละปัจจัย และทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 รูปแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในรายด้านและรวมทั้ง 3 ด้าน แตกต่างกัน
2. อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในรายด้านและรวมทั้ง 3 ด้าน แตกต่างกัน
3. สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในรายด้านและรวมทั้ง 3 ด้าน แตกต่างกัน
4. อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในรายด้านและรวมทั้ง 3 ด้าน แตกต่างกัน
5. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในรายด้านและรวมทั้ง 3 ด้าน แตกต่างกัน
6. รายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในรายด้านและรวมทั้ง 3 ด้าน แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลของเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. ปัจจัยการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่
3. ปัจจัยทางผู้บริหารนำนโยบายไปปฏิบัติ
4. ปัจจัยจากสื่อสารมวลชน
5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ภาพลักษณ์

1. ความหมาย

ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือคิดว่า ควรจะเป็นเช่นนั้น (จินตภาพ) ภาษาอังกฤษให้คำว่า Image (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. 2538: 620) หมายถึง รูปภาพ ภาพในใจ สิ่งที่ปรากฏขึ้น ภาพพจน์ วาดภาพ จินตนาการ นึกภาพในใจ สะท้อนภาพ เครื่องหมาย เป็นต้น (วิทย์ เทียงบุญธรรม. 2526: 538) ส่วนคำว่า “ภาพพจน์” คือ คำพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นเป็นภาพ ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Figure of Speech (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. 2538: 620) ซึ่งความสับสนเกี่ยวกับการเรียกชื่อภาษาไทยของคำว่า Image นี้ ราชบัณฑิตยสถาน ได้ชี้แจงว่า ราชบัณฑิตยสถาน ได้ทำเสนอคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทย เพื่อพิจารณาในการประชุมเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2519 ซึ่ง พลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการฯ ได้ ทรงชี้แจงว่า คำว่า “ภาพพจน์” เทียบกับคำภาษาอังกฤษว่า Figure of Speech ส่วนคำว่า Image นั้น ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติไว้ว่า “ภาพ” หรือ “จินตภาพ” แต่ไม่มีผู้นิยมใช้และได้ประธานความเห็นต่อไปว่า คำว่า “ภาพ” โดยนัยทั่วไปมีความหมายกว้างไป และ “จินตภาพ” ก็ความหมายตรงกับคำว่า “Imaginary” มากกว่าคำว่า “Image” ดังนั้นคำว่า “Image” โดยนัยทั่วไปควรจะใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” (วิรัช ลภิตนกุล) แต่ในความเข้าใจของคนทั่วไป “ภาพพจน์”และ “ภาพลักษณ์” ได้ถูกนำมาใช้ในความหมายเดียวกันในภาษาอังกฤษ คือคำว่า ในอดีตนิยม ใช้คำว่า “ภาพพจน์” แต่ปัจจุบันคำว่า “ภาพลักษณ์” มีผู้นิยมใช้มากขึ้น สำหรับในงานวิจัยนี้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” (Image) ในความหมายเดียวกับคำว่า “ภาพพจน์” และใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” แทนคำว่า “ภาพพจน์” ตามที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานกำหนดไว้

นอกจากนี้นักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” ต่างๆ กัน ดังนี้

ภาพลักษณ์ ในแง่ความหมายตามตัวอักษร คือ ภาพพจน์ ซึ่งเป็นพจน์ที่ทำให้

นึกเห็นภาพนั้น เป็นพื้นฐานของการเกิดภาพลักษณ์อันเป็นความประทับใจรวมยอดต่อสิ่งใด

สิ่งหนึ่ง เช่น ในขณะที่เรากำลังฟัง หรืออ่านคำตอบบอกเล่าเกี่ยวกับสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่เรายัง

ไม่เคยรู้จักมาก่อน ในระหว่างการฟังหรือการอ่านพจน์นั้นๆ หากเรากำลังนึกภาพตามคำบอก

นั้นๆ นั่นคือเราเกิด “ภาพพจน์” ต่อสถานที่นั้นจากเน้นผลสรุปรวมของภาพพจน์ที่เราได้

อาจนำมาซึ่งความประทับใจ ซึ่งอาจเป็นความประทับใจทางด้านดี หรือไม่ดี ก็ได้ ความ

ประทับใจนี้ ถือเป็นความคิดรวบยอดที่เรามีต่อสิ่งนั้น นั่นคือ “ภาพลักษณ์” ในจิตใจของเรา

เป็นต้น (กฤษณ์ ทองเลิศ. 2539: 137 – 138) ภาพลักษณ์จึงหมายถึงเป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ

(Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มี

ต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) เป็นต้น และภาพดังกล่าว

นี้อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น คือ บุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้น

แก่จิตใจเรา หรืออาจเป็นภาพที่เราสร้างขึ้นเองก็ได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2534: 76) และ

ภาพพจน์ คือความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใด

องค์กรหนึ่ง จะเรียกว่า ชื่อเสียงก็ได้ (มานิต รัตนสุวรรณ. 2527: 20) ซึ่งสอดคล้องกับ

วิจิตร อวาทกุล (2534: 149) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพของสถาบัน หน่วยงาน

บริษัทห้างร้าน หรือบุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของคนเรารู้ว่า ดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ

ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เป็นต้น หรือเฉยๆ อยู่ตรงกลางไม่ดี ไม่เลว ถ้าความเห็นของ

คนส่วนมาก เป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดี หรือ

ปานกลาง ก็จะต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะทำให้

การดำเนินงานของสถาบันนั้นเหลวได้ และ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537: 46) ได้กล่าวว่า

ภาพพจน์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละคน ซึ่งบุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบัน

นั้นๆ ได้ โดยภาพพจน์นั้นเกิดขึ้นได้จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น หรือมีประสบการณ์มาใน

อดีต และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้น สามารถจดจำพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่าง

หนึ่งขึ้นมา นอกจากนี้ ประจวบ อินอ้อด (2532: 96) ได้กล่าวว่า ภาพพจน์ คือ พลังแฝงที่จะ

นำไปสู่พฤติกรรม เจตคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเป็น

กรณีบุคคลหรือสถาบันใดๆ ก็ได้ และภาพพจน์ ยังหมายถึงสิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มี

ต่อกรณี หรือบุคคลหรือสถาบัน ตลอดจนคุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อบุคคล สถาบันหรือ

กรณีเรื่องราวใดๆ (Psychological Value - Added)

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพพจน์ มุมมองหรือสิ่งที่พบเห็น

ได้ยิน ได้สัมผัส ทำให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และเกิดเป็นความคิดรวบยอดที่มีต่อสถาบัน

องค์กร บุคคลหรือกรณีเรื่องราวที่เกิดขึ้น ตลอดจนการดำเนินงานซึ่งอาจจะทำให้เกิดความ

ประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ และภาพที่เกิดขึ้นอาจจะเกิดจากประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้

2. ทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์

แอ็ดเลอร์ (Adler. 1990: 109 – 127) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) นี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความจำ (Memory) และจินตนาการ (Imagination) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การรับรู้ จินตนาการอาจเป็นสิ่งที่ไม่เป็นจริง แต่ประสบการณ์การรับรู้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ตัวอย่างลองจินตนาการเรื่อง “ภูเขา” และ “ทอง” แต่ “ภูเขาทอง” เป็นสิ่งที่เกิดจากจินตนาการ เมื่อเกิดการรับรู้แล้ว แนวคิดที่จะสนับสนุนความคิดดังกล่าวนี้ จะเห็นได้จากแนวความคิดของ นักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์ในเชิงทฤษฎีและในเชิงปรัชญาในลักษณะต่างๆ นั้น ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงประสบการณ์การรับรู้ (ที่สัมผัสได้) และกลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงจินตนาการ หรือในนามธรรม (ที่สัมผัสไม่ได้) ดังนี้

2.1 กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงประสบการณ์การรับรู้ (ที่สัมผัสได้) คือ กลุ่มของ ฮอบส์ และ เบอร์กิลีย์ (Hobbes; & Berkely) ฮอบส์ และ เบอร์กิลีย์ ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดจากประสาทสัมผัสที่ได้จากประสบการณ์การรับรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าที่จะเกิดจากความจำ และจินตนาการ ส่วน เฮนรี เจมส์ เจมส์ จอยซ์ และ เวอร์จิเนีย วูล์ฟ (Henry James; James Joyce; & Virginia Woolf) ถึงแม้ว่า จะมีความคิดในแนวเดียวกับ ฮอบส์เบอร์กิลีย์ แต่ก็มีบางส่วนที่แตกต่างกัน กล่าว คือ กลุ่มนี้จะคิดว่า ความจำและจินตนาการที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ นั้นเกิดอยู่ในสมอง สมองเปรียบเสมือนโกดังที่เก็บของ ของที่เก็บอยู่ในโกดังถึงแม้ว่า จะไม่นำมาใช้ก็ไม่เปลี่ยนแปลง แต่ความจำและจินตนาการที่เก็บในสมองถูกเก็บอยู่ในรูปแบบใด จึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ได้

นอกจากนี้ วูล์ฟ ยังมีแนวความคิดเพิ่มเติมจาก เฮนรี เจมส์ และ เจมส์ จอยซ์ อีกว่า ความและจินตนาการที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์อาจมิใช่สิ่งที่ถูกเก็บอยู่ในสมอง ภาพลักษณ์ อาจปรากฏขึ้นจากสิ่งที่อยู่ภายนอกสมองได้ เช่น มีชายคนหนึ่งกำลังดื่มน้ำชาและรับประทานขนม ทันทีที่ชายคนนั้นนำขนมใส่ปากของเขา เขาก็เกิดความจำและสามารถเล่าประสบการณ์ของตนได้ทั้งหมดเหมือนกับว่า ความจำที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์นั้นเกิดจากขนมชิ้นนั้น วูล์ฟ จึงคิดว่ากลืน และรสชาติ เป็นประสบการณ์และเป็นประสาทสัมผัสพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์เกิดการรับรู้ และมีความสัมพันธ์กับความจำอันเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์

2.2 กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงจินตนาการ หรือในเชิงนามธรรม (ที่สัมผัสไม่ได้) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เห็นว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ คือ กลุ่มของอริสโตเติล และเพลโต (Aristotle; & Plato) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์เพราะว่า ทำให้มนุษย์คิดได้ ความเชื่อทำให้มนุษย์เกิดจินตนาการ ภาพลักษณ์ของมนุษย์จึงเกิดจากความเชื่อในสิ่งที่เคยเห็นและเกิดการรับรู้ เช่น มนุษย์เชื่อว่า พรุ่งนี้เช้าจะมีพระอาทิตย์ปรากฏบนท้องฟ้า การที่มนุษย์มีความเชื่อเช่นนี้เพราะว่า เคยเห็นเช่นนี้ในอดีต จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ปรากฏในความจำของมนุษย์ ส่วน แอควินัส (Aquinas) ถึงแม้ว่า จะมีแนวความคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเชิงนามธรรม แต่เขาก็คิดว่า มนุษย์สามารถมีจินตนาการที่ไม่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์

มนุษย์สามารถนึกภาพออกมาได้ โดยไม่ต้องมีความจริง มนุษย์สามารถสร้างมโนทัศน์ หรือจินตนาการด้วยความสามารถพิเศษทางสติปัญญาในโลกที่เป็นจริงได้ เช่น การรับรู้ว่าพระเจ้ามีจริง ในด้านแนวความคิดของ ฟรอยด์ (Freud) นั้น ฟรอยด์ คิดว่า ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความฝันนั้น เป็นส่วนที่สำคัญทางด้านโครงสร้างของความฝัน จึงมีความหมายเหมือนกัน กล่าวคือ ไม่ว่า ผู้ที่ฝันจะเป็นชนชาติใดหรืออยู่ที่ใดก็ตาม ก็จะมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน เช่น ฝันเห็นพระเจ้าแผ่นดินจะหมายถึง พ่อ ฝันเห็นการเดินทางที่ยาวไกลจะหมายถึง ความตาย เป็นต้น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความฝันนี้ จะอาจเรียกว่า เป็นภาพลักษณ์สากลก็ได้ แต่แนวความคิดของ ออกัสติน (Augustine) ถึงแม้ว่า จะมีแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเชิงนามธรรมเช่นเดียวกัน แต่เขาก็มีความคิดที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ เขาคิดว่ามนุษย์สามารถคิดได้ โดยไม่ต้องใช้จินตนาการเป็นภาพ สิ่งที่อยู่ในสมองอาจจะไม่มีลักษณะเป็นภาพ แต่อาจจะมีลักษณะเป็นตัวเลขก็ได้ สิ่งที่อยู่ในสมองอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ก็ได้

นอกจากนี้ มาลี ศรีเพชรภูมิ (2533: 96) ได้อ้างถึงทฤษฎีของนักปรัชญา เดวิด ฮูม (David Hume. 1711 – 1776) ซึ่งกล่าวว่า ภาพลักษณ์มีลักษณะเป็นประสบการณ์ และเป็นความคิดกลางๆ ส่วนความประทับใจ (Impression) คือ ภาวะที่จิตมีเจตจำนงในการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างเต็มที่ และความคิด (Thinking) คือ ภาพที่ปรากฏขึ้นในดวงจิตขณะที่คิด หรือไตร่ตรองถึงสิ่งหนึ่งเท่านั้น

3. ลักษณะของภาพลักษณ์

ลักษณะที่สำคัญของภาพลักษณ์ คือ การสร้างภาพลักษณ์ต้องใช้เวลา เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นที่ละน้อย และสะสมเพิ่มพูนมากขึ้น จนฝังรากฐานมั่นคงอยู่ในจิตใจ และทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน (วิรัช ลภรัตนกุล. 2540: 78) ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษณ์ ทองเลิศ (2539: 140) ที่ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นการสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณ ความนิยมชมชอบให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน โดยที่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องอาศัยเวลาพอสมควร แต่ภาพลักษณ์ที่ดีอาจสูญเสียได้ง่ายในระยะเวลาอันสั้น โดยที่การแก้ไขให้ภาพลักษณ์กลับคืนดีนั้นกระทำได้ยาก แต่ก็สามารถทำได้โดยต้องอาศัยเวลา นอกจากนี้ วิจิตร อาวะกุล (2534: 153) ได้กล่าวว่า ลักษณะของภาพพจน์นั้นมี 4 ประพจน์ คือ

1. ภาพพจน์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์การกระทำที่เกิดขึ้น ตามท่าทีความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อหน่วยงาน
2. ภาพพจน์ที่เสียไปแล้วจะแก้ไขยาก และจะติดตื้อสืบทอดจากผู้รับมอบกิจการ การดำเนินการต่อไปได้ทั้งทางที่ดีและไม่ดี
3. ภาพพจน์ที่เป็นนามธรรมเกิดจากการเผยแพร่ โฆษณาจะเกิดขึ้นเร็ว และสลายได้เร็ว แต่ภาพพจน์ที่เป็นรูปธรรมจะเป็นภาพพจน์ที่คงทนถาวร
4. ภาพพจน์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ ถ้าสามารถพิสูจน์ความจริง หรือชี้แจงข้อเท็จจริงและมีการประพฤติปฏิบัติดีมา แต่ภายหลังก็จะช่วยให้ภาพพจน์ประเภทนี้สลายไป

อย่างรวดเร็ว ประชาชนจะยังเชื่อมั่นในภาพพจน์ที่ดีที่ได้ทำมา เพียงแต่พิสูจน์และชี้แจงให้เห็นข้อเท็จจริงข่าวลือก็จะสลายไป

นอกจากนี้ บัวร์สติน (Boorstin. 1973: 185 – 194) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของภาพลักษณ์ไว้อีก 6 ประการ คือ

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่จริง ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อวัตถุประสงค์ และสร้างความประทับใจบางอย่าง อาจเป็นการสร้างภาพลักษณ์สู่ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า และซื้อสินค้าให้ประทับใจในจิตใจของผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ทางการค้าเป็นสำคัญ
2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ ภาพลักษณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะไม่เกิดประโยชน์หรือไม่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ได้ ถ้าคนไม่ให้ความเชื่อถือ ภาพลักษณ์จะดำรงอยู่ได้เมื่อภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานั้น ไม่ขัดกับสามัญสำนึกโดยทั่วไปของประชาชน อย่างไรก็ตาม การสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่สิ่งใดสิ่งหนึ่งก็ตาม จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นอย่างมีแผนการ การสร้างภาพลักษณ์จะได้รับการกำหนดให้เหมาะสมกับความเป็นจริง เหมาะสมกับหน่วยงานที่สร้างภาพลักษณ์ และเหมาะสมกับผู้รับ หรือกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานนั้น ในช่วงแรกเริ่มของการสร้างภาพลักษณ์นั้น ภาพลักษณ์จะต้องมีความสอดคล้องกับหน่วยงานหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมาย แต่หลังจากนั้นภาพลักษณ์จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ค่านิยมของหน่วยงาน ผู้เป็นเจ้าของภาพลักษณ์ และอาจนำมาเป็นปรัชญา ในการดำเนินงานของหน่วยงานได้
4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านสื่อต่างๆ ส่วนมากจะเลือกที่จะกล่าวถึงเฉพาะข้อดีบางอย่างของผลิตภัณฑ์ องค์กร หรือบุคคลเหล่านั้น เนื่องจากสื่อต่างๆ มีข้อจำกัดแตกต่างกันไป เช่น พื้นที่มีจำกัด เวลาออกอากาศมีจำกัด ดังนั้นการเลือกเสนอภาพลักษณ์สู่สาธารณชนจึงต้องนำเสนอสิ่งที่เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความลึกซึ้ง
5. ภาพลักษณ์มีลักษณะเรียบง่าย ในบางครั้งสิ่งที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์บางอย่าง โดยตัวตนที่แท้จริงแล้วอาจมีความยุ่งยากซับซ้อนและยากแก่การเข้าใจ สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสูง ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอภาพลักษณ์ในลักษณะที่เรียบง่ายเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความรำคาญใจของกลุ่มเป้าหมาย แต่จะสร้างความรู้สึที่ดี อย่างยากจะบรรยาย
6. ภาพลักษณ์มีสองนัย การมีสองนัยนี้ถือเป็นความคลุมเครือระหว่างจินตนาการ และความรู้สึก ระหว่างความคาดหวังและความเป็นจริง ซึ่งการมีลักษณะสองนัยนี้เหมาะับอนาคตที่ไม่สามารถคาดคะเนหรือรสนิยมที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ การสร้างภาพลักษณ์ทั่วไปจะเป็นไปตามหลักการที่กล่าวมานี้

4. องค์ประกอบของภาพลักษณ์

องค์ประกอบของการสร้างภาพลักษณ์ บอลดิง (Boulding. 1975: 1 – 6) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจาก ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” และ “คุณค่า” ที่เราเป็นผู้ให้ร่วมกันอยู่ โดยบุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่ในโลกรอบๆ ตัวที่เราได้ประสบการณ์ความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลนี้จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่างๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริงเพราะว่าเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ นั้นได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนเสมอ เราจึงได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านี้ ซึ่งมีความไม่ชัดเจนนัก เราจึงต้องตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตนเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้ จะประกอบกันเข้าเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง ที่มีต่อสิ่งต่างๆ ในโลกและพฤติกรรมของตนเอง จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ในสมองด้วย และ พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 127) ได้กล่าวว่า ภาพพจน์ที่พึงปรารถนานั้นควรครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ได้แก่ ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (Relate with Target Publics) สินค้าหรือตราสินค้า (Product or Brand) ความปลอดภัย มลภาวะและเทคโนโลยี (Safety Pollution and Technology) การมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม (Social Economics Contribution) พนักงาน (Employee) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การจัดการ (Management) กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Laws and Regulation) ซึ่งสอดคล้องกับ ประจวบ อินออด (2532: 97) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของการสร้างภาพพจน์ คือ ตัวอาคารสถานที่ ผู้บริหาร บทบาทในสังคมของผู้บริหาร พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงาน เจ้าหน้าที่ และเครื่องหมายหรือตราของสถาบันและ วิจิต อาวะกุล (2534: 154) ได้กล่าวว่า ส่วนประกอบของภาพพจน์ที่ดีและไม่ดีอาจเกิดขึ้นจากทุกสิ่งทุกอย่างขององค์การ เช่น พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่หรือพนักงาน บทบาทในสังคมขององค์การและพนักงานอาคารสถานที่สินค้า หรือตรา และเครื่องหมาย การบริการ การมุ่งมั่นทำความดีอย่างต่อเนื่อง ไม่ทอดทิ้ง นอกจากนี้ วิรัชต์ แสงดาวฉาย (2531: 12 – 13) ได้สรุปองค์ประกอบของภาพพจน์ว่า มี 4 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั่นเอง ซึ่งอาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยผ่านการรับรู้
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับ หรือ

ไม่ยอมรับ ชอบ หรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นภาพพจน์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมาย หรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

5. ประเภทของภาพลักษณ์

ประเภทของภาพลักษณ์ในวงการธุรกิจนั้น อาจจำแนกได้ 10 ประเภท คือ ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ภาพลักษณ์สูงสุดที่ได้ (Optimum Image) ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Institutional Image) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) (พงษ์เทพ วรกิจโกศาท. 2537: 124 – 125) และ เจฟคินส์ (Jefkins. 1993: 21 – 22) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์มี 7 ประเภท คือ ภาพลักษณ์ที่เป็นกระจกเงาหรือภาพสะท้อน (Mirror Image) ภาพลักษณ์ที่เป็นจริง (Current Image) ภาพลักษณ์ที่มีหลายรูปแบบ (Multiple Image) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดร่วมกัน (Corporate Image) ภาพลักษณ์ของสินค้า(Product Image) ภาพลักษณ์ที่เป็นผลได้ที่ดีที่สุด(Optimum Image) แต่ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2537: 46 – 47) ได้กล่าวว่าภาพลักษณ์ที่ 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) ภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือองค์กร (Institutional Image) ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) ภาพลักษณ์ที่มีต่อตราของสินค้า (Brand Image) ซึ่งสอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 81 – 82) ที่ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัท หรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วยและหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ การบริหาร (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นคำว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง และยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์กร ซึ่งส่วนมากจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงสินค้า หรือบริการที่จำหน่าย ภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือองค์กร จึงมีความหมายที่ค่อนข้างแคบลงมาจากภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหมายถึงสถาบัน และองค์กรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ที่มีต่อสินค้า หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กร หรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านั้นโดยยี่ห้อหนึ่ง หรือตรา (Brand) ตราใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้าใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง

6. การเกิดภาพลักษณ์และกระบวนการเรียนรู้หรือการรับรู้ภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (True Impression) ของบุคคลภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อองค์กร หรือสถาบันจะเป็นอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นได้รับ (วิรัช ลภิตนกุล. 2540: 79) ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์ จึงเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ที่ต้องใช้มโนทัศน์ของผู้รับสาร แต่ละคนเป็นเครื่องชี้นำ และตีความหมาย โดยสิ่งที่ได้จากการตีความหมายของปัจเจกบุคคลจะเป็นลักษณะของความรู้เชิงอัตวิสัย กล่าวคือ กรอบประสบการณ์ของแต่ละคนจะทำการรับรู้และการตีความหมายต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกัน และเมื่อรับรู้ะไรบางอย่างหรือบางแง่มุมแล้ว บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะสรุปเป็นภาพรวม (Generalization) (กฤษณ์ ทองเลิศ. 2539: 136) ซึ่งสอดคล้องกับ บัวร์สติน (Boorstin. 1973: 11 - 12) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดจาก “ภาพ” ที่มนุษย์จงใจสร้างขึ้นเพื่อจำลองเหตุการณ์ โดยเริ่มตั้งแต่เหตุการณ์เทียม (Pseudo - Event) กล่าวคือ ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นเพราะมีผู้วางแผนไว้ เช่น การสัมภาษณ์ มีการเสนอข่าว และความน่าสนใจของเหตุการณ์เทียมจะอยู่ที่ความคลุมเครือของเหตุการณ์ที่ถูกนำเสนอ ยิ่งมีความเคลือบแคลงมากเท่าไรก็ยิ่งน่าสนใจมากขึ้นและเป็นการคาดเดาสิ่งที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่ง เจฟกินส์ (Jeffkins. 1993: 6) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากความประทับใจ จึงเป็นความประทับใจที่ได้มาจากการได้มีความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ ส่วน สิทธิโชค วรานุสันกุล (2531: 35 – 45) ได้กล่าวถึงการเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์ที่แตกต่างกัน แต่ในการเรียนรู้นั้นไม่ว่าจะแตกต่างกันอย่างไร มนุษย์มีวิธีการเรียนรู้ 3 วิธี คือ

1. การเรียนรู้แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ คือ การเรียนรู้ที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่างเมื่อมีสิ่งใดเป็นสัญญาณปรากฏขึ้นก่อนเสมอ

2. การเรียนรู้จากผลกรรม เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้องกระทำพฤติกรรม และผลของการกระทำนั้นจะสนองตอบแก่ผู้กระทำ ถ้าผลกรรมที่สนองตอบกลับมาทำให้เกิดความพึงพอใจก็อยากจะทำอีก และในทางตรงกันข้ามถ้าผลกรรมทำให้เกิดความไม่พึงพอใจก็จะหยุดการกระทำนั้นไปในที่สุด

3. การเรียนรู้จากตัวอย่างหรือแบบ เป็นการลอกเลียนแบบมาจากผู้อื่น ในชีวิตของคนเราได้พฤติกรรมมาจากการเรียนรู้จากตัวอย่าง หรือแบบนี้เป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2530: 64 – 65) ได้อ้างถึงทฤษฎีของ คาร์ล โรเจอร์ส (Carl Rogers) ซึ่งกล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่มีพลัง บุคคลจะรับรู้และให้ความหมายเกี่ยวกับประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวของเขา ซึ่งเราจะตอบโต้ต่อความเป็นจริงนั้นๆ อย่างเป็นระบบเดียวทั้งหมด และการรับรู้ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ของตนเองและของบุคคลอื่น บุคคลจะรับรู้เกี่ยวกับประสบการณ์และให้คุณค่าเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆ ในวิถีทางที่ต้องการที่จะให้บุคคลอื่นเห็นว่าตนมีค่า

7. ภาพลักษณ์ที่ดีและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา

ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ย่อมเป็นผลแห่งความเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์การ หรือสถาบันนั้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถสร้างได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว หรือใช้เวลาเพียงช่วงสั้นๆ ได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540: 78) ภาพพจน์ที่ดีนั้น จึงมีความแตกต่างกัน ความความต้องการของแต่ละสถาบัน และสภาพธุรกิจของสถาบัน เช่น สถาบันการเงิน อาจเน้นภาพพจน์ของความมั่นคง และน่าเชื่อถือ สถาบันการศึกษา อาจเน้นภาพพจน์ที่การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ เป็นต้น (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2537: 46) ภาพพจน์ที่ดีถาวร คือ ภาพพจน์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง การสร้างภาพพจน์กับพฤติกรรมขององค์การ จะต้องสอดคล้องกัน การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีควรต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน สม่ำเสมอ และด้วยวิธีการหลายอย่างโดยอิงความถูกต้องและความเป็นจริง (สุพิณ ปัญญามาก. 2537: 101 – 102) ภาพพจน์ขององค์การที่สังคมต้องการนั้น ควรจะเป็นองค์การที่เจริญก้าวหน้า ทันโลก มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง สามารถทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ ส่วนรวม และปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง (อำนวยการ วิวัชร. 2537: 107 – 108) ดังนั้น ภาพพจน์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) จึงเป็นภาพพจน์ที่ผู้บริหาร หรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์การของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์การที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น การกำหนดความปรารถนาเปรียบเสมือนกับการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่จะได้เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 125) และ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 83 – 84) ได้กล่าวว่า วิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีได้แก่หน่วยงานนั้นมี 4 วิธี ดังนี้

1. ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อศึกษาวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์การหรือสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน เช่น จุดยืน (Standpoint) ของสถาบันคืออะไร หน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใด เป็นต้น

3. คิดหัวข้อ (Themes) ต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้ คือ เนื้อหา ข่าวสาร (Message) ที่จะใช้เผยแพร่ต่อกลุ่มประชาชน ซึ่งอาจจะเป็นคำขวัญ (Slogan) หรือข้อความสั้นๆ ก็ได้

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ เกรกอรี่ และ ไวช์มันน์ (Gregory; & Wiechmann. 1991: 22 – 23) ได้กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จมีหลัก 6 ประการ คือ

ประการที่ 1 การรับรู้และการศึกษากลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างลักษณะ และการกล่าวถึง สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายเชื่อความจริงนั้น

ประการที่ 2 ทิศทางในการสร้างภาพลักษณ์จะกำหนดโดยผู้บริหาร เพราะเป็น ผู้ที่เข้าใจหน่วยงานในทุกๆ ด้าน

ประการที่ 3 การรู้จักตัวเอง หน่วยงานควรทราบภาพลักษณ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ต้องการให้เกิดขึ้น คืออะไร

ประการที่ 4 จุดเน้น คือต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไร ยิ่งเข้าใจลูกค้าขึ้นเท่าไร จะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น

ประการที่ 5 การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ ต้องศึกษาความต้องการของลูกค้า และตัดเข้าไปสู่จุดนั้น

ประการที่ 6 ความคงเส้นคงวาในการสร้างภาพลักษณ์ ส่วนใหญ่จะควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ดังกล่าวข้างต้นนี้ อาจสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะหลายรูปแบบ มีทั้งภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นจริง ภาพลักษณ์ที่เชื่อถือได้ ภาพลักษณ์ที่ได้รับการสร้างสรรค์อย่างมีแบบแผน ตลอดจนภาพลักษณ์ที่เข้าใจง่าย โดยมีองค์ประกอบอันเกิดจากความรู้ ความรู้สึก และประสาทสัมผัสในด้านการรับรู้หรือในด้านการกระทำต่างๆ นอกจากนี้ภาพลักษณ์ยังสามารถใช้เป็นแนวทางการจัดการ หรือการดำเนินงานในสถาบันและองค์กรต่างๆ ทั้งในด้านการให้บริการ การอำนวยความสะดวกและการพัฒนาบุคคล เป็นต้น ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีจึงต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือสถาบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยพฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ทางลบ

1. การใช้ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ

การใช้ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ อาจมีความหมาย คล้ายคลึงกับคำว่า “การคอร์รัปชัน” ในภาษาอังกฤษ หรือตามความเข้าใจของคนทั่วไปใน สังคมไทยว่า “การฉ้อราษฎร์บังหลวง” นั่นคือ “เป็นเรื่องเกี่ยวเนื่องกับการประพฤติปฏิบัติของ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำการในลักษณะที่เรียกร้องเงิน และทรัพย์สินจากราษฎร เพื่อประโยชน์ ส่วนตนในลักษณะของการฉ้อราษฎร์ หรือเบียดบังเงิน และทรัพย์สินของทางราชการ มาเป็น ของตนเองโดยมิชอบในลักษณะของการบังหลวง” หรือจะกล่าวให้แคบลงก็อาจคล้ายคลึงกับที่ พ.ร.บ. การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบของไทยได้ให้ความหมายไว้ นั่น คือ “การทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการ ซึ่งมีขอบเขตเฉพาะการประพฤติมิชอบในวง ราชการ ซึ่งมีขอบเขตเฉพาะการกระทำโดยมิชอบของเจ้าหน้าที่ของรัฐที่กระทำการในตำแหน่ง หน้าที่เพื่อประโยชน์ของตนหรือผู้อื่น หรือกระทำโดยฝ่าฝืนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ”

การใช้ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้และ ของกำนัลตั้งแต่เล็กน้อย จนถึงมีมูลค่าสูง และหากพิจารณาลึกลงไปถึงวิธีการเพื่อให้ได้มา ซึ่งรายได้และของกำนัลต่างๆ เหล่านั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การรีดไถประชาชนที่ประกอบอาชีพสุจริต
2. การเรียกรับ – รับอามิสสินจ้าง และของกำนัล
3. การเรียกรับ

1. การรีดไถประชาชนที่ประกอบอาชีพสุจริต

ผู้ได้รับความเดือดร้อนจากพฤติกรรมกรรไกรของเจ้าหน้าที่เทศกิจ มี มากมาย และหลากหลายอาชีพ แต่ผู้ที่น่าเห็นใจมากที่สุดก็คือ ประชาชนที่ประกอบอาชีพสุจริต โดยเฉพาอย่างยิ่งบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ไม่ได้มีฐานะร่ำรวยอะไร ทำมาหากินเลี้ยงปากท้องและ ครอบครัว ไม่ได้กำไรจากการค้าขายมากมายแล้ว ยังต้องเจียดเงินที่หามาได้วันละน้อยนิดนั้น ให้กับเจ้าหน้าที่เทศกิจ

แม้จะไม่มีพฤติกรรมหรือคำพูดส่วนใดแสดงว่า เจ้าหน้าที่เทศกิจได้เรียก เงินจากประชาชน เป็นแต่เพียงการรับที่ประชาชนยินดียินยอมให้โดยที่เจ้าหน้าที่เทศกิจไม่ เรียกร้อง แต่หากพิจารณาอย่างถ่องแท้จะสามารถสะท้อนภาพความเป็นจริงที่ว่า การกระทำ ดังกล่าวคงจะมีการกระทำอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานจนกระทั่งประชาชนได้ซึมซับ และรับรู้ โดยทั่วกันว่าการยื่นสินบนให้แก่เจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยไม่ต้องรอให้มีการเรียกเอานั้นหวังผลให้ เจ้าหน้าที่เทศกิจอำนวยการความสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถช่วยให้ไม่ต้องถูกดำเนินการ ทางกฎหมายเมื่อกระทำผิด หรือเป็นวิธีการที่ได้ผลอย่างดี เมื่อต้องการให้เจ้าหน้าที่เทศกิจ เปิดทางสะดวกให้

2. การใช้สิทธิของเจ้าหน้าที่เทศกิจโดยมิชอบ

คำว่า อภิสิทธิ์ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง สิทธินอกเหนือเขตสิทธิเหนือกฎ หรือระเบียบที่วางไว้ สิทธิที่ได้รับนอกเหนือจากไปจากกฎหรือระเบียบ

หากนำคำว่า อภิสิทธิ์ มาเชื่อมโยงกับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ น่าจะหมายถึงอำนาจใดๆ ที่อยู่นอกเหนือขอบเขตของอำนาจกฎหมายของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งมีการกำหนดเป็นลายลักษณ์ให้เจ้าหน้าที่เทศกิจปฏิบัติ การกระทำใดๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ แต่ถือว่า มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบทางหนึ่ง เป็นการกระทำที่เอื้อประโยชน์ให้ผู้อื่นเป็นสำคัญแต่ก็มีผู้ได้รับผลกระทบในเวลาเดียวกันด้วย เพียงแต่ผลกระทบที่ส่งมายังผู้เสียหายจะไม่รุนแรงเท่าการใช้ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ หรือการใช้อำนาจโดยมิชอบ พฤติกรรมการใช้อภิสิทธิ์มักปรากฏผ่านพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

3. การเรียไ

การรีดไถหรือการเรียกรับเงินนั้นมิได้เกิดขึ้นกับประชาชนเพียงอย่างเดียว แม้แต่เจ้าหน้าที่ที่ด้วยกันก็เกิดความรู้สึกรีดไถขึ้นมาได้ เนื่องจากผู้บังคับบัญชานั้นต้องมีภาระทางสังคมในการเอาหน้าจากสังคม ไม่ว่าจะเป็นการทำบุญผ้าป่า บริจาค ซึ่งลำพังเพียงเงินเดือนของผู้บังคับบัญชาเพียงอย่างเดียว นั้น ไม่สามารถตอบสนองความมีหน้ามีตาในสังคมจนมีพฤติกรรมรีดไถจากลูกน้อง ซึ่งทำให้เปิดช่องให้มีการทุจริตอย่างเป็นขั้นเป็นตอน โดยที่ผู้บังคับบัญชาก็เปิดช่องให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหาช่องทุจริตมาให้ขายได้

อีกประการหนึ่งนั้น ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่สนับสนุน ก็จะเกิดข้อติเตียนจากผู้บังคับบัญชาว่าไม่สนับสนุนการปฏิบัติงานเป็นเหตุให้ส่งผลกระทบถึงการปฏิบัติงาน และขึ้นเงินเดือนได้

2. การใช้สิทธิของเทศกิจ

การใช้สิทธิของเทศกิจในการกระทำใดๆ ที่เอื้อประโยชน์แบ่งเป็น 2 ลักษณะดังนี้ คือ

1. เอื้อประโยชน์แก่ตนเอง เช่น กินฟรีจากพ่อค้าแม่ค้า หยิบของฟรีจากพ่อค้าแม่ค้า เป็นต้น
2. เอื้อประโยชน์พวกพ้อง เช่น ให้นญาติพี่น้องมาขายของ โดยไม่มีการดำเนินคดี เป็นต้น

3. พฤติกรรมส่วนตัว

ในแต่ละวันการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจล้นล้นแต่เจอปัญหาทำให้เกิดความเครียดและอารมณ์ เช่น ในการปฏิบัติงาน เหมือนเจ้าหน้าที่รัฐในหน่วยอื่นๆ เช่น ตำรวจ ซึ่งประชาชนหลังให้ภาพลักษณ์ ของเจ้าหน้าที่นั้น จะให้การตอบรับอย่างเป็นมิตร

ถามไถ่ปัญหา จนกระทั่งช่วยคลี่คลาย หรือแก้ไขปัญหาก็ให้แกเขา แต่เจ้าหน้าที่เทศกิจก็ไม่ได้ทำหน้าที่ยังกล่าวอย่างสมบูรณ์เท่าที่ควร และยังแสดงความไม่เป็นมิตร ไม่ว่าจะเป็นการแสดงหน้าตา ท่าทาง กริยา หรือการที่มีผลกระทบต่อการหลักการทั้งสิ้น

ปัจจัยที่เกิดจากการนำนโยบายของผู้บริหารไปปฏิบัติ

แนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติของนักวิชาการส่วนใหญ่มักเห็นพ้องกันในประเด็นที่สำคัญอย่างน้อย 2 ประเด็น

ประเด็นแรก คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการ นั่นคือ มีความต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง มีขั้นมีตอนในการดำเนินกิจกรรม ไม่ใช่กิจการที่เกิดขึ้นชั่วครั้งชั่วคราวแล้วเลือนหายไป เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้งแต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา

ประเด็นที่สอง คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบาย ซึ่งแฝงความหมายว่าก่อนการนำนโยบายไปปฏิบัติต้องมีนโยบายก่อน และมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์กำหนดไว้ด้วย ศุภชัย ยาวะประภาส (2533: 900) กล่าวได้ว่า การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นการแสวงหาวิธีการ และแนวทาง เพื่อปรับปรุงนโยบาย แผนงานและการปฏิบัติงานในโครงการได้ดีขึ้น เนื้อหาสาระของการศึกษานำนโยบายไปปฏิบัติจึงเน้นการแสวงหาคำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ หรือสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในการบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementation Process) เพื่อที่จะศึกษาบทเรียนพัฒนาแนวทาง และสร้างกลยุทธ์ เพื่อที่จำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดความสำเร็จ ซึ่งจะมีสาระที่กว้างขวางครอบคลุมไปถึงพฤติกรรมปฏิบัติและปฏิสัมพันธ์ของบุคคล กลุ่มบุคคล สมรรถนะ และความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ความแตกต่างในสภาพแวดล้อมของแต่ละพื้นที่ ท้องถิ่น รวมตลอดถึงปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของเป้าหมายที่กำหนดไว้ในนโยบาย (วรเดช จันทรศร. 2530: 2 – 4)

สำหรับนักวิชาการไทยที่ได้ศึกษาถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้เสนอตัวแปรของการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติไว้ 3 ตัวแบบ คือ (วรเดช จันทรศร. 2530: 535 – 554)

1. ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model) เป็นการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เน้น การสร้างประสิทธิภาพของการวางแผนและการควบคุมตัวแบบนี้เชื่อว่า ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับตัวแปรต่างๆ ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายที่ชัดเจน มีการกำหนดภารกิจและการมอบหมายงาน มีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ระบบการวัดผลตลอดจนมาตรการในการให้คุณให้โทษ

2. ตัวแบบทางด้านการจัดการ (Management Model) ให้ความสนใจที่การเพิ่มการสมรรถนะขององค์การโดยเชื่อว่า ผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับตัวแปรด้านโครงสร้างบุคลากร งบประมาณ สถานที่ และวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้

3. ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์การ (Organization Development Model) ตัวแบบนี้เน้นการมุ่งสนองความต้องการทางจิตวิทยาและสังคมของมนุษย์ โดยเชื่อว่า ผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับตัวแบบด้านการจูงใจ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม ตลอดจนการสร้าง ความผูกพันและการยอมรับ

ยิ่งไปกว่านั้น หากนโยบายเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชน หรือมีผลกระทบโดยตรงกับประชาชน ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทที่เหมาะสม ประชาชนอาจร่วมเป็นกรรมการ เป็นอาสาสมัคร หรือบทบาทอื่น โดยคำนึงถึง ความพร้อมของประชาชน ดังนั้นการกำหนดนโยบายและกระบวนการทางนโยบายก็จะมี ลักษณะเป็นกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติตามนโยบาย และผู้ได้รับผลกระทบจากนโยบาย (กิตติพัฒน์ นนทบุรีมະดุลย์. 2540: 121 – 122)

สรุป นโยบายที่กำหนดขึ้นมานั้น ถ้าได้ศึกษาตามตัวแบบตัวจ่ายแล้วปัจจัยของการกำหนดนโยบายของผู้บริหารมีความสำคัญมาก เพราะเนื่องจากผู้บริหารที่เข้ามานั้นเป็นผู้บริหารทางการเมืองที่มีลักษณะเข้ามาแล้วก็จากไป แต่เจ้าหน้าที่เทศกิจต้องปฏิบัติงานกับประชาชนตลอดไป นโยบายที่เปลี่ยนไปตามผู้บริหาร จึงทำให้เจ้าหน้าที่เทศกิจต้องปฏิบัติเปลี่ยนแปลงไปตามผู้บริหารที่เปลี่ยนไป รวมถึงการที่ผู้บริหารกำหนดนโยบายเพียงกลุ่มเดียว ก็ยากที่จะทำให้ภาพลักษณ์ในการปฏิบัติงาน จะเป็นที่พอใจของประชาชนได้ หากไม่ได้รับการมีส่วนร่วมจากประชาชนอย่างแท้จริง

ปัจจัยจากสื่อสารมวลชนโดยภาพรวม

แนวคิดเรื่องความสนใจ

ความสนใจ เป็นกระบวนการทางจิตที่ซับซ้อนมาก อาจถือได้ว่าเป็นการกระบวนการปรับตัวของประสาทรับรู้ ความสนใจแบ่งอย่างได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ความสนใจหลัก คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยตรง เช่น เมื่อคุยกับใครก็จะมุ่งให้ความสนใจไปกับคนที่เรากำลังคุยด้วย เป็นต้น
2. ความสนใจรอบนอก คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งน้อยกว่าความสนใจหลัก เช่น ขณะเดินคุยกับเพื่อนความสนใจหลักก็คือ การคุย ส่วนความสนใจรอง คือ การมองผู้คนและรถที่ผ่านไปมา

เราจะสังเกตเห็นว่า ข่าวสารต่างๆ จำนวนมากที่เราใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้นเราได้รับมาทีละเล็กทีละน้อยโดยรู้ตัวบ้างไม่รู้ตัวบ้าง ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นนั้น อาจเป็นไปได้ด้วยความสนใจหลักหรือความสนใจรองก็ได้ ซึ่งถ้าหากผู้สื่อสารสามารถใช้ความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะรองก็ได้ ซึ่งถ้าหากผู้สื่อสารสามารถใช้ความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารนั้นๆ อย่างยิ่ง

โดยทั่วไป การให้ความสนใจ และความสนใจ มักจะเป็นของควบคู่กัน ทั้งๆ ที่คำสองคำนี้มีได้มีความหมายตรงกันบริบูรณ์ หรือใช้แทนกันได้ทุกโอกาส การที่เราให้

ความสนใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็เพราะว่าสิ่งนั้นน่าสนใจ และอะไรก็ตามที่น่าสนใจ เราก็มักจะให้ความสนใจ เพราะฉะนั้นยิ่งสารมีความน่าสนใจมากเพียงไรโอกาสที่ผู้รับสาร จะให้ความสนใจสารนั้นก็ยิ่งมากขึ้น

โดยทั่วไป คนเรามักให้ความสนใจหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจด้วยสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ลักษณะของตัวกระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุหรือสิ่งที่เป็นกายภาพ หรือตัวผู้สื่อสารเอง เช่น ขนาด รูปร่าง สี การเคลื่อนไหว ความกระตือรือร้น

2. สารของตัวกระตุ้น

2.1 เรื่องและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น โกลัศวัน ส่วนตัว ทันสมัยเป็นรูปธรรม เห็นภาพพจน์ มีความขัดแย้งน่าสนใจ หลากหลาย แปลกใหม่ หรือมีอารมณ์ขัน

2.2 ภาษาที่ใช้ กระชับรัดกุม มีพลังมีชีวิตชีวา เข้าอารมณ์ หลากหลาย

3. วิธีการเสนอสารของตัวกระตุ้น เช่น การใช้ช่องทางสื่อสาร หลายช่องทาง การแสดงกิริยาท่าทางและการใช้อวัจนภาษาต่างๆ การเดิน เป็นต้น

จากแนวคิดเรื่องความสนใจของมนุษย์เป็นผลทำให้สื่อมวลชนของไทยนั้น ได้นำเสนอข่าวเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เทศกิจ เป็นข่าวหลัก และเป็นผลต่อการต่อต้านกระทำของเจ้าหน้าที่เทศกิจที่มีภาพลักษณ์ติดลบเสมอ จึงทำให้แนวคิดของความสนใจ เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ของสังคม เพราะทุกๆ ครั้งสื่อจะนำเสนอภาพในการปฏิบัติงานที่มีการกระทบกับผู้ค้า เป็นส่วนใหญ่ หรือจะเป็นภาพจับผิดตอนที่เจ้าหน้าที่กระทำการทุจริต ซึ่งเป็นหัวข้อ 2 หัวใหญ่ที่มีการนำเสนอโดยเฉพาะทางด้านโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ซึ่งจะนำเสนอหัวข้อ 2 หัวข้อนี้เป็นระยะเวลานานและสามารถขายได้ ซึ่งการนำเสนอของโทรทัศน์ก็จะเน้นภาพที่ประชาชนถูกรังแกหรือถูกจับกุมเป็นหลัก หรือจะเป็นภาพของการทุจริต ซึ่งเป็นสิ่งที่กระทบกระเทือนจากความคาดหวังของสังคมที่จะให้เจ้าหน้าที่รัฐมีภาพพจน์ที่ดี บริการประชาชนด้วยความอ่อนโยน และซื่อสัตย์สุจริต แต่เมื่อเกิดประเด็นเหล่านี้ขึ้นมาก็จะเสนอข่าวเป็นการกระตุ้นและเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เสื่อมลงไปตลอดมา แต่ถ้าหากเป็นโครงการที่เจ้าหน้าที่เทศกิจทำดีให้กับประชาชน ความสนใจของสื่อมวลชนจะน้อยลงไป ซึ่งกรุงเทพมหานครได้มีโครงการให้เจ้าหน้าที่เทศกิจปฏิบัติที่เป็นโครงการที่ดี แต่สื่อมวลชนไม่ค่อยติดตามนำเสนอ เช่น โครงการอาสาจราจร โครงการเทศกิจพาน้องจุ๋มข้ามถนน โครงการให้เจ้าหน้าที่เทศกิจยืนประจำหน้าโรงเรียนเพื่อรักษาความปลอดภัย โครงการตรวจจับควันดำร่วมกับตำรวจ ซึ่งโครงการเหล่านี้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีของเจ้าหน้าที่ทั้งสิ้น แต่สื่อมวลชนขาดความสนใจ และขาดการประชาสัมพันธ์ให้กับเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งในระยะยาวแล้วปัจจัยด้านสื่อสารกับมวลชนต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่จะกระทบถึงภาพลักษณ์ตลอดไป ถึงแม้ว่า กรุงเทพมหานครจะแก้ไขโดยการปรับเปลี่ยนหน้าที่แล้วให้ลดน้อยลง และเพิ่มประสิทธิภาพที่ดีแต่ก็ยังมีอาจเปลี่ยน

ความคิดของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวในลักษณะจับผิดได้เลย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศิริปัญญา ตุงคะสมิท (2538: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่องการจัดระเบียบหาบเร่ - แผงลอยของกรุงเทพมหานคร : ปัญหาและแนวทางแก้ไขได้กล่าวถึง เรื่องภาพลักษณ์ ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจว่า ถึงแม้ว่า ประชาชนจะเห็นด้วยในการจัดระเบียบของเจ้าหน้าที่เทศกิจถึงร้อยละ 82.4 แต่ความรู้สึกของประชาชนยังมีกระแสด้านยังคงมีอยู่สูง และจากการปฏิบัติพบว่า มีนโยบายที่ประชาชนมีความเห็นอกเห็นใจผู้ค้าที่ถูกเจ้าหน้าที่เทศกิจ จับกุมมากกว่าที่จะเอาใจช่วย หรือให้กำลังใจเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจยังพบว่า มีนักการเมืองท้องถิ่นเข้าแทรกแซงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ กระทำหรือละเว้นการกระทำต่อพรรคพวกของตน เพื่อสร้างบารมีต่อพรรคพวกของตนเอง เพื่อ สร้างบารมีต่อพรรคพวกตนเองสำหรับเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงการจัดการภาพลักษณ์ด้าน เทศกิจ คือ ประการแรก เน้นนโยบายจะต้องมีความเข้มงวด ทั้งเนื้อหาและเป้าหมาย แต่ควรมี ความยืดหยุ่น โดยต้องยอมรับข้อเท็จจริงในด้านความแตกต่างทางกายภาพ และต้องเผยแพร่ นโยบายนี้ไปสู่หน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกด้วย ประการที่สอง การมอบหมาย การกิจ ซึ่งกระทำอยู่แล้วควรปฏิบัติให้เป็นรูปแบบแนวทางเดียวกัน ประการที่สาม กรุงเทพมหานครควรใช้สื่อต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ และเข้าใจงานของเทศกิจ ให้มาก เพื่อที่จะได้รับความร่วมมือจากประชาชน

สมบุญ หอมนาน (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาอุปสรรคในการนำ นโยบายไปปฏิบัติ กรณีศึกษานโยบายการจัดระเบียบหาบเร่ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ คัดเลือกแบบไม่เจาะจงผู้ปฏิบัติงานด้านเทศกิจ รวมทั้งสิ้น 120 ตัวอย่าง ผลของการวิจัย พบว่า

1. ผู้ปฏิบัติงานเทศกิจส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เห็นว่า กฎระเบียบที่ใช้ในการบังคับ ใช้กับหาบเร่ - แผงลอยไม่สอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหารของกรุงเทพมหานคร เป็นผล ทำให้การดำเนินการด้านหาบเร่ - แผงลอย ไม่ประสบผลสำเร็จ
2. ผู้ปฏิบัติงานร้อยละ 60 เห็นว่า การลดบทบาทของเจ้าหน้าที่เทศกิจในการจัด ระเบียบหาบเร่ - แผงลอย ทำให้การดำเนินการด้านหาบเร่ - แผงลอย ล้มเหลว และ ผู้ปฏิบัติงานร้อยละ 65 มีทัศนคติต่อผู้บริหารด้านหาบเร่ - แผงลอยในเชิงลบ และมองว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจกับนโยบายดังกล่าว ผู้ศึกษาวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะ 2 ประการ คือ ด้านกฎหมาย ระเบียบต่างๆ ควรมีความชัดเจนในการบังคับใช้ ดังนั้นนโยบายในการ ดำเนินการของผู้บริหารควรมีความสอดคล้องกัน และมีแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม และด้าน ผู้มีอำนาจในการออกนโยบายต้องเห็นความสำคัญของการดำเนินการของเจ้าหน้าที่เทศกิจ และ ให้อำนาจหน้าที่สามารถบังคับได้ตามกฎหมาย และต้องสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน ใน

ขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านเทคนิคต้องนำนโยบายไปปฏิบัติตามอย่างมีประสิทธิภาพ

อัจฉริยา ช่างชัย (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองผู้ประกอบการอาชีพหาแร่ – แผลลอย ได้ทำการสำรวจกระบวนการในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้ค้า จะเป็นไปในแนวทางของการรวมกลุ่มกัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นและรับทราบปัญหาของกันและกัน จากนั้น ค้าจะเข้าเจรจากับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยมีได้ผ่านการค้นคว้ากฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องวิธีที่ทำมาใช้นั้นมักจะใช้การเจรจาต่อรองด้วยวาจา และใช้สื่อสารมวลชนที่ผู้ค้าให้ความสนใจในการใช้เพื่อสิทธิประโยชน์และสื่อสารมวลชนก็ค้นหาข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานหรือข้อทุจริต เพื่อเป็นการถึงความสนใจจากประชาชนในการขายข้าว ซึ่งเป็นผลต่อภาพลักษณ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เป็นอย่างมาก

ชุมพล โพธิ์เอี่ยม (2542: บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทคนิคในการรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของกรุงเทพมหานครพบว่า การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ เกิดจาก 4 ประการด้วยกัน คือ

1. ผลประโยชน์จากการผ่อนปรนของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ
2. ทักษะของผู้ปฏิบัติต่อนโยบายที่ผ่อนปรนให้กระทำผู้กระทำผิดกฎหมายของผู้บริหาร
3. นโยบายและแนวทางในการปฏิบัติงานเปลี่ยนแปลงไปตามผู้บริหารระดับสูงทำให้เกิดความไม่ชัดเจนและต่อเนื่อง
4. ทักษะของประชาชนที่ไม่ยอมรับการปฏิบัติ เพราะคิดว่าเจ้าหน้าที่เทคนิคจับกุมกฎหมายที่มีความผิดเพียงเล็กน้อย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การจัดการกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ จะแบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ประชาชนที่มีผลกระทบต่อนโยบายการจัดระเบียบหาบเร่ – แผงลอย ทั้งที่ใช้ในการสัญจรไปมา และประชาชนที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ใน 6 เขตดังกล่าว และผู้ค้าหาบเร่ - แผงลอยที่มีผลกระทบโดยตรงต่อนโยบายการจัดระเบียบหาบเร่ – แผงลอย และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งมีที่ค้าขายที่เป็นจุดผ่อนผันใน 6 เขตดังกล่าว โดยจะกำหนดโดยใช้ประชาชน 25 ตัวอย่างต่อเขต และผู้ค้า 25 ตัวอย่างต่อ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ การเจาะจงศึกษาใน 6 สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครที่เรียกว่า กลุ่มเขตวิภาวดี อันประกอบด้วย เขตราชเทวี เขตดินแดง เขตบางซื่อ เขตห้วยขวาง เขตพญาไท และเขตจตุจักร จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม ในการสุ่มหาตัวอย่างจากกลุ่มย่านผู้ค้า และประชาชนที่ผ่านไปมา และผู้ค้าหนาแน่นในแต่ละเขต ดังนี้ เขตราชเทวี – อนุสาวรีย์ชัย เขตพญาไท – ซอยอารีย์ เขตบางซื่อ – ตลาดบางซื่อ เขตดินแดง – ตลาดห้วยขวาง เขตห้วยขวาง – ถนนรัชดา เขตจตุจักร – ตลาดนัดจตุจักร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบปลายเปิด (Open – ended) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพและลักษณะทั่วไป

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ ที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยมีการกำหนดเป็นปัจจัย

ตอนที่ 3 เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเทศกิจ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปขอรับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อถือได้ เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
4. แบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจากคณะสังคมศาสตร์
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดสอบ
6. นำแบบสอบถามตามข้อ 5 ไปทดลองใช้ โดยให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ และไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน อ่านและตอบคำถามเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัต ได้ค่าความเชื่อมั่น .8619
7. นำแบบสอบถามไปใช้กับประชาชนที่ได้รับผลกระทบกับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ และนโยบายผู้บริหารซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเก็บจากบทความ เอกสารงานวิจัย พ.ร.บ. ที่เกี่ยวข้อง ระเบียบหนังสือสั่งการต่างๆ
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การจัดการทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลด้านสถานภาพทั่วไป ในส่วนที่เป็นแบบตรวจสอบรายการวิเคราะห์ โดยใช้คำร้อยละ ตามความถี่หลังนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย
2. ข้อมูลด้านความเห็น ทศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ แบ่งออกตามปัจจัย 3 ด้าน โดยสร้างแบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการมี ดังนี้

2.1 ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

2.2 ด้านที่เกิดมาจากนโยบายของผู้บริหาร

2.3 ด้านที่เกิดจากสื่อสารมวลชน

คำถามที่สร้างขึ้นใช้จัดความคิดเห็น โดยจัดแบ่งให้ผู้ตอบสามารถให้คะแนนลดหลั่นตามความคิดเห็นของตนเอง วิธีการนี้ได้ดัดแปลงการให้คะแนน ระดับของ Likert Scale ในแต่ละระดับ ได้กำหนดน้ำหนักคะแนนไว้ ดังนี้

มาก	5	คะแนน
ค่อนข้างมาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
ค่อนข้างน้อย	2	คะแนน
น้อย	1	คะแนน

ข้อมูลด้านข้อเสนอแนะทั่วไป วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ตามความถี่ และเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยข้อมูลมีการใช้ค่าสถิติ ดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 สูตรหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

$\bar{X}$ = คะแนนเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนนข้อมูล

N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	N	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

2. สถิติใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของแบบสอบถามใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ โดยใช้ t-test

$$t = \frac{\bar{Y}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2}{n_H} + \frac{S_L^2}{n_L}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าที่ใช้ตัดสินว่าข้อความนั้นมีอำนาจจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้หรือไม่
	$\bar{X}_H, \bar{X}_L$	แทน	ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ
	S_H^2, S_L^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ
	n_H, n_L	แทน	จำนวนผู้ตอบในกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ

ตรวจสอบคุณภาพความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach

$$\alpha = \frac{n}{(m-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตามตัวแปร เพศ โดยใช้สถิติ t-test ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่ม ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
 $\bar{X}_1, \bar{X}_2$, แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มตามตัวแปร อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้สูตร

$$F = \frac{MS_1}{MS_2}$$

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F – distribution
 MS_1 แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
 MS_2 แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$$r = n - k$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

N แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านการปฏิบัติงาน นโยบายผู้บริหาร และสื่อสารมวลชน

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านการปฏิบัติงาน นโยบายผู้บริหาร สื่อสารมวลชน และโดยรวม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ายูตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม จำแนกตามจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ วิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	157	52.3
หญิง	143	47.7
รวม	300	100.0
2. อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	38	12.7
ตั้งแต่ 26 – 30 ปี	67	22.3
ตั้งแต่ 31 – 35 ปี	64	21.3
ตั้งแต่ 36 – 40 ปี	57	19.0
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	74	24.7
รวม	300	100.0
3. สถานภาพสมรส		
โสด	142	47.3
สมรส	137	45.7
ม่าย	15	5.0
หย่าร้าง	6	2.0
รวม	300	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
ข้าราชการ	27	9.0
พนักงานบริษัทเอกชน	39	13.0
อาชีพอิสระ	231	77.0
ไม่ประกอบอาชีพ	3	1.0
รวม	300	100.0
5. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	81	27.0
มัธยมศึกษา	101	33.7
ปวส.	40	13.3
ปริญญาตรี	76	25.3
สูงกว่าปริญญาตรี	2	.7
รวม	300	100.0
6. รายได้		
ไม่เกิน 8,000 บาท	99	33.0
ตั้งแต่ 8,000 – 12,000 บาท	139	46.3
ตั้งแต่ 12,001 – 20,000 บาท	47	15.7
มากกว่า 20,000 บาท	15	5.0
รวม	300	100.0

จากตาราง 1 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย (52.3 %) และหญิง (47.7%) ส่วนมากมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี (22.3%) มีสถานภาพโสด (47.3%) ประกอบอาชีพอิสระ(77.0) มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา (33.7 %) และมีรายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 8,000 – 12,000 บาท (46.3%) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
ในด้านการปฏิบัติงาน นโยบายผู้บริหาร และสื่อสารมวลชน จำแนกตามรายข้อ รายด้าน และ
โดยรวม ดังแสดงในตาราง 2 – 5

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้าน
การปฏิบัติงาน รายข้อและโดยรวม

ด้านการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. เจ้าหน้าที่เทศกิจไม่ใช่ตำแหน่งแสวงหาผลประโยชน์	2.43	1.14	ไม่เห็นด้วย
2. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบของกฎหมาย	3.84	.83	เห็นด้วย
3. การใช้สิทธิของเจ้าหน้าที่เทศกิจกับร้านค้าทั่วไป มีไม่มาก	2.31	.96	ไม่เห็นด้วย
4. การเป็นญาติพี่น้องกับเจ้าหน้าที่เทศกิจอาจได้รับ ประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อม	2.47	1.18	ไม่เห็นด้วย
5. เจ้าหน้าที่เทศกิจของกรุงเทพมหานครเป็นมิตรกับทุกคน	3.94	.90	เห็นด้วย
6. การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจหาก ผู้บังคับบัญชาไม่เปิดช่องก็ทุจริตยาก	3.96	.89	เห็นด้วย
7. เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นการจับกุมผู้ค้าหาบเร่ที่มี ความสนิทสนมเป็นการส่วนตัว	2.55	1.15	ค่อนข้างน้อย
8. เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุมผู้ค้าหาบเร่เนื่องจาก มีผลประโยชน์แลกเปลี่ยน	2.64	1.17	ค่อนข้างน้อย
9. เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุมผู้ค้าหาบเร่ เนื่องจาก ผู้บังคับบัญชาให้หาประโยชน์	2.78	1.18	ค่อนข้างน้อย
10. เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุมผู้ค้าหาบเร่เนื่องจาก มีการขอร้องของนักการเมือง	2.82	1.26	ค่อนข้างน้อย
รวม	2.97	1.25	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย

จากตาราง 2 แสดงว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.97 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจหากผู้บังคับบัญชา

ไม่เปิดช่องก็ทุจริตยาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาได้แก่ เจ้าหน้าที่เทศกิจของกรุงเทพมหานครเป็นมิตรกับทุกคน ($\bar{X} = 3.94$) และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบของกฎหมาย ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านนโยบายผู้บริหาร รายข้อและโดยรวม

ด้านนโยบาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. นโยบายผู้ว่าราชการ กทม. มีความเหมาะสมดีแล้ว	3.48	1.10	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
2. การรับทราบนโยบายหยุดขายวันจันทร์	3.54	1.20	เห็นด้วย
3. ความพอใจในนโยบายด้านหาบเร่แผงลอยของผู้ว่าราชการ กทม. คนปัจจุบัน	3.52	.96	เห็นด้วย
4. ในยุคผู้ว่าราชการ กทม. คนปัจจุบันมีการควบคุมหาบเร่แผงลอยได้ดีกว่าผู้ว่าราชการ กทม. คนอื่นๆ	3.45	.96	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
5. นโยบายการลดแผงลอยให้ได้ร้อยละ 10 ต่อปี และจะให้ไม่มีเลยในอนาคต	2.69	1.35	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
6. นโยบายด้านหาบเร่แผงลอยในปัจจุบันทำให้ภาพลักษณ์เทศกิจดีขึ้น	3.58	.99	เห็นด้วย
7. การเก็บค่าธรรมเนียมแผงลอยในปัจจุบันเป็นหน้าที่ของฝ่ายสิ่งแวดล้อมมิใช่ฝ่ายเทศกิจ	2.32	.97	ไม่เห็นด้วย
8. นโยบายที่จะให้เทศกิจไปทำหน้าที่อื่นๆ เช่น การจราจร แทนตำรวจ รักษาความปลอดภัย	3.71	1.05	เห็นด้วย
9. นโยบายของผู้ว่าราชการแต่ละคนไม่สอดคล้องกันจึงทำให้นโยบายนี้ไม่ประสบความสำเร็จ	2.35	.97	ไม่เห็นด้วย
10. การจัดระเบียบหาบเร่แผงลอยขาดความต่อเนื่องจึงทำให้ไม่เป็นผลในปัจจุบัน	2.42	.99	ไม่เห็นด้วย
11. ผู้บริหาร กทม. มีการกวาดชั้นให้เจ้าหน้าที่เทศกิจกวาดชั้นหาบเร่แผงลอยอย่างต่อเนื่อง	3.48	1.05	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
12. การกวาดชั้นผู้ค้าออกจากรับอนุญาตเป็นไปอย่างต่อเนื่อง	3.62	1.00	เห็นด้วย

ตาราง 3 (ต่อ)

ด้านนโยบาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
13. นโยบายผู้ว่าราชการในแต่ละยุคทำให้ประชาชนสับสน ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่	2.15	.94	ไม่เห็นด้วย
14. นโยบายของผู้ว่าราชการที่ผ่าน ๆ มาไม่สามารถ แก้ปัญหาหาบเร่ แฉงลอยได้	2.48	1.07	ไม่เห็นด้วย
15. นโยบายการลดหาบเร่จนหมดไปของผู้ว่าราชการ คนปัจจุบันมีความเป็นไปได้มาก	3.08	1.23	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
รวม	3.06	1.20	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย

จากตาราง 3 แสดงว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านนโยบาย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นโยบายที่จะให้เทศกิจไปทำหน้าที่อื่นๆ เช่น การจราจรแทนตำรวจ รักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาได้แก่ การกวาดชั้นผู้ค้านอกจุดรับอนุญาตเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.62$) และนโยบายด้านหาบเร่แฉงลอยในปัจจุบันทำให้ภาพลักษณ์เทศกิจดีขึ้น ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้าน
สื่อสารมวลชน รายข้อและโดยรวม

ด้านสื่อสารมวลชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ข่าวที่เสนอเรื่องเทศกิจไม่มีเรื่องทุจริต	2.43	1.02	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
2. การเสนอข่าวทุจริตของเจ้าหน้าที่ที่น่าสนใจกว่าเรื่องอื่นๆ	2.34	1.12	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย
3. สื่อเสนอข่าวการปฏิบัติงานด้านอื่นๆ ของเจ้าหน้าที่เทศกิจน้อยเกินไป	3.92	.95	เห็นด้วย
4. สื่อไม่สนใจการปฏิบัติงานด้านอื่นๆ เช่นด้านการจราจร	2.07	1.11	ไม่เห็นด้วย
5. ถึงแม้มีการปรับปรุงการทำงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ สื่อไม่ค่อยสนใจหากไม่ใช่เรื่องที่เป็นการทุจริต	1.94	1.12	ไม่เห็นด้วย
รวม	2.54	1.28	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย

จากตาราง 4 แสดงว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านสื่อสารมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.54 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สื่อเสนอข่าวการปฏิบัติงานด้านอื่นๆ ของเจ้าหน้าที่เทศกิจน้อยเกินไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาได้แก่ ข่าวที่เสนอเรื่องเทศกิจไม่มีเรื่องทุจริต ($\bar{X} = 2.43$) และการเสนอข่าวทุจริตของเจ้าหน้าที่ที่น่าสนใจกว่าเรื่องอื่นๆ ($\bar{X} = 2.34$) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการปฏิบัติงาน	2.97	.61	เห็นด้วยค่อนข้างน้อย
2. ด้านการบริหาร	3.06	.37	เห็นด้วยค่อนข้างน้อย
3. ด้านสื่อสารมวลชน	2.54	.57	เห็นด้วยค่อนข้างน้อย
รวม	2.94	1.25	เห็นด้วยค่อนข้างน้อย

จากตาราง 5 แสดงว่า ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.94 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.06$) รองลงมาได้แก่ ด้านการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 2.97$) และด้านสื่อสารมวลชน ($\bar{X} = 2.54$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านการปฏิบัติงาน นโยบายผู้บริหาร สื่อสารมวลชน และโดยรวม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ดังแสดงในตาราง 6 – 22

ตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	เพศ				t	p
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการปฏิบัติงาน	2.88	.55	3.08	.66	-2.76*	.006
2. ด้านการบริหาร	3.12	.35	2.99	.39	2.80*	.005
3. ด้านสื่อสารมวลชน	2.44	.49	2.65	.62	-3.14*	.002
รวมทุกด้าน	2.86	.28	2.91	.33	-1.15	.251

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 6 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการบริหาร และด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยในด้านการปฏิบัติงาน และด้านสื่อสารมวลชน เพศหญิงมีความคิดเห็นสูงกว่าเพศชาย ส่วนในด้านการบริหาร เพศชายมีความคิดเห็นสูงกว่าเพศหญิง

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	4	7.177	1.794	4.971*	.001
	ภายในกลุ่ม	295	106.480	.361		
	รวม	299	113.657			
ด้านการบริหาร	ระหว่างกลุ่ม	4	1.049	.262	1.867	.116
	ภายในกลุ่ม	295	41.437	.140		
	รวม	299	42.486			
ด้านสื่อสารมวลชน	ระหว่างกลุ่ม	4	5.512	1.378	4.433*	.002
	ภายในกลุ่ม	295	91.695	.311		
	รวม	299	97.207			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	4	.644	.161	1.862	.117
	ภายในกลุ่ม	295	25.509	.086		
	รวม	299	26.154			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติงานและ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านการบริหาร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อค้นหาว่า คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามคู่ใดแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 8 – 9

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	36 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
		(2.89)	(2.93)	(2.77)	(3.00)	(3.21)
ไม่เกิน 25 ปี	(2.89)	-	-0.04	0.12	-0.11	-0.32*
ตั้งแต่ 26 – 30 ปี	(2.93)		-	0.16	-0.07	-0.28*
ตั้งแต่ 31 – 35 ปี	(2.77)			-	-0.23*	-0.44*
ตั้งแต่ 36 – 40 ปี	(3.00)				-	-0.21
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	(3.21)					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีและ 36 – 40 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
ด้านสื่อสารมวลชน จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	36 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
		(2.56)	(2.41)	(2.39)	(2.58)	(2.74)
ไม่เกิน 25 ปี	(2.56)	-	0.15	0.17	-0.02	-0.18
ตั้งแต่ 26 – 30 ปี	(2.41)		-	0.02	-0.17	-0.33*
ตั้งแต่ 31 – 35 ปี	(2.39)			-	-0.19	-0.35*
ตั้งแต่ 36 – 40 ปี	(2.58)				-	-0.16
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	(2.74)					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามสถานภาพสมรส
ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	7.828	3.914	10.985*	.000
	ภายในกลุ่ม	297	105.829	.356		
	รวม	299	113.657			
ด้านการบริหาร	ระหว่างกลุ่ม	2	.352	.176	1.240	.291
	ภายในกลุ่ม	297	42.134	.142		
	รวม	299	42.486			
ด้านสื่อสารมวลชน	ระหว่างกลุ่ม	2	6.256	3.128	10.214*	.000
	ภายในกลุ่ม	297	90.951	.306		
	รวม	299	97.207			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.129	.564	6.698*	.001
	ภายในกลุ่ม	297	25.025	.084		
	รวม	299	26.154			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติงานและ ด้านสื่อสารมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านการบริหาร แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อค้นหาว่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามคู่ใดแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 11 – 13

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านปฏิบัติงาน
จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส	ม่าย / แยกกันอยู่
		(2.84)	(3.05)	(3.43)
โสด	(2.84)	-	-0.21*	-0.59*
สมรส	(3.05)		-	-0.38*
ม่าย / แยกกันอยู่	(3.43)			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและม่าย / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพม่าย / แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและม่าย / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพม่าย/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน
จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส	ม่าย / แยกกันอยู่
		(2.40)	(2.63)	(2.87)
โสด	(2.40)	-	-0.23*	-0.47*
สมรส	(2.63)		-	-0.24*
ม่าย / แยกกันอยู่	(2.87)			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส และม่าย / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส และม่าย / แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและม่าย / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพม่าย/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม จำแนกตาม สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส	ม่าย / แยกกันอยู่
		(2.89)	(2.89)	(3.12)
โสด	(2.89)	-	-0.08*	-0.23*
สมรส	(2.97)		-	-0.15*
ม่าย / แยกกันอยู่	(3.12)			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส และม่าย/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส และม่าย/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและม่าย / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพม่าย/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	2.349	1.174	3.116*	.046
	ภายในกลุ่ม	294	110.792	.377		
	รวม	296	113.141			
ด้านการบริหาร	ระหว่างกลุ่ม	2	.237	.118	.826	.439
	ภายในกลุ่ม	294	42.157	.143		
	รวม	296	42.394			
ด้านสื่อสารมวลชน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.890	.945	2.926	.055
	ภายในกลุ่ม	294	94.987	.323		
	รวม	296	96.877			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.258	.129	1.465	.233
	ภายในกลุ่ม	294	25.869	.088		
	รวม	296	26.127			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านการบริหารและด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อค้นหาว่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามคู่ใดแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 15

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		รับราชการ	พนักงานเอกชน	อาชีพอิสระ
	$\bar{X}$	(3.02)	(2.75)	(3.00)
รับราชการ	(3.02)	-	0.27*	0.02
พนักงานเอกชน	(2.75)		-	-0.25*
อาชีพอิสระ	(3.00)			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ มีความคิดเห็นใน
ด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
อาชีพพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ
รับราชการ มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานเอกชน

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	6.123	2.041	5.618*	.001
	ภายในกลุ่ม	296	107.534	.363		
	รวม	299	113.657			
ด้านการบริหาร	ระหว่างกลุ่ม	3	.896	.299	2.126	.097
	ภายในกลุ่ม	296	41.590	.141		
	รวม	299	42.486			
ด้านสื่อสารมวลชน	ระหว่างกลุ่ม	3	5.558	1.853	5.984*	.001
	ภายในกลุ่ม	296	91.649	.310		
	รวม	299	97.207			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.364	.455	5.428*	.001
	ภายในกลุ่ม	296	24.790	.084		
	รวม	299	26.154			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติงาน และด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านการบริหาร แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อค้นหาว่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามคู่ใดแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 17-19

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{X}$	(3.11)	(2.98)	(3.12)	(2.75)
ประถมศึกษา	(3.11)	-	0.13	-0.01	0.36*
มัธยมศึกษา	(2.98)		-	-0.14	0.23*
ปวส.	(3.12)			-	0.37*
ปริญญาตรีขึ้นไป	(2.75)				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา
มัธยมศึกษา และปวส. มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการ
ปฏิบัติงาน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา
มัธยมศึกษา และปวส. มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญา
ตรีขึ้นไป

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{X}$	(2.66)	(2.52)	(2.72)	(2.34)
ประถมศึกษา	(2.66)	-	0.14	-0.06	0.32*
มัธยมศึกษา	(2.52)		-	-0.20*	0.18*
ปวส.	(2.72)			-	0.38*
ปริญญาตรีขึ้นไป	(2.34)				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวส. และปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวส. มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวส. มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{X}$	(3.03)	(2.94)	(2.96)	(2.85)
ประถมศึกษา	(3.03)	-	0.09	0.07	0.18*
มัธยมศึกษา	(2.94)		-	-0.02	0.09*
ปวส.	(2.96)			-	0.11
ปริญญาตรีขึ้นไป	(2.85)				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายด้านและโดยรวม

ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	4.546	2.273	6.187*	.002
	ภายในกลุ่ม	297	109.111	.367		
	รวม	299	113.657			
ด้านการบริหาร	ระหว่างกลุ่ม	2	.175	.088	.615	.541
	ภายในกลุ่ม	297	42.311	.142		
	รวม	299	42.486			
ด้านสื่อสารมวลชน	ระหว่างกลุ่ม	2	.759	.380	1.169	.312
	ภายในกลุ่ม	297	96.448	.325		
	รวม	299	97.207			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.536	.268	3.106*	.046
	ภายในกลุ่ม	297	25.618	.086		
	รวม	299	26.154			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านการบริหาร และด้านสื่อสารมวลชนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อค้นหาว่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามคู่ใดแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 21 – 22

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน
จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	ไม่เกิน 8,000 บาท	8,001 – 12,000 บาท	12,001 บาทขึ้นไป
		(3.13)	(2.95)	(2.79)
ไม่เกิน 8,000 บาท	(3.13)	-	0.18*	0.34*
ตั้งแต่ 8,001 – 12,000 บาท	(2.95)		-	0.16
ตั้งแต่ 12,001 บาทขึ้นไป	(2.79)			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001 – 12,000 บาท และ 12,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001 – 12,000 บาท และ 12,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	ไม่เกิน 8,000 บาท	8,001 – 12,000 บาท	12,001 บาทขึ้นไป
		(3.00)	(2.89)	(2.85)
ไม่เกิน 8,000 บาท	(3.00)	-	0.11*	0.15*
ตั้งแต่ 8,001 – 12,000 บาท	(2.89)		-	0.04
ตั้งแต่ 12,001 บาทขึ้นไป	(2.85)			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวม แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001 – 12,000 บาท และ 12,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001 – 12,000 บาท และ 12,001 บาท ขึ้นไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มวิภาวดี กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลกระทบต่อปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
3. เพื่อทราบข้อบกพร่องและจักได้นำมาปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจให้ดีขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ประชาชนที่มีผลกระทบต่อนโยบายการจัดระเบียบหาบเร่-แผงลอย และผู้ค้าหาบเร่-แผงลอย ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อนโยบายหาบเร่-แผงลอย จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเนื้อหาประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจในแต่ละด้าน คือ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านนโยบายผู้บริหาร และด้านภาพลักษณ์ทางสื่อสารมวลชน โดยศึกษาจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษาและรายได้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเขตวิภาวดีอันประกอบด้วย เขตราชเทวี เขตดินแดง เขตบางซื่อเขตห้วยขวาง เขตพญาไท และเขตจตุจักร แล้วนำข้อมูลที่เก็บตัวอย่างมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อให้ได้ข้อมูลในรูปของค่าความถี่เป็นจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า LSD ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 157 คน และมีเพศหญิง 143 คน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 74 คน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีจำนวน 38 คน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีจำนวนเท่ากับ 142 คน และน้อยที่สุด คือ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 6 คน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 101 คน และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนเท่ากับ 2 คน

- กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอิสระมากที่สุด จำนวน 231 คน และ น้อยที่สุด จำนวน 3 คน ไม่ประกอบอาชีพ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 8000 – 12000 บาท มากที่สุด จำนวน 139 คน และมีรายได้มากกว่า 20000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน

2. พิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเจ้าหน้าที่เทศกิจทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านนโยบายผู้บริหาร และด้านผลกระทบต่อภาพลักษณ์ผ่านสื่อสารมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.94 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.06 รองลงมา คือ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เท่ากับ 2.97 และผลกระทบต่อภาพลักษณ์ผ่านสื่อสารมวลชนเท่ากับ 2.54 ตามลำดับ

2.1 ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจในการปฏิบัติหน้าที่โดยภาพรวมเห็นด้วยค่อนข้างน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทศกิจหากผู้บังคับบัญชา ไม่เปิดช่องก็ทุจริตได้ยาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และรองลงมา ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย คือ เจ้าหน้าที่เทศกิจของกรุงเทพมหานคร เป็นมิตรกับทุกคน และรองลงมา คือ เจ้าหน้าที่เทศกิจปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบที่กฎหมายกำหนด

2.2 ด้านนโยบายของผู้บริหาร

กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านนโยบายผู้บริหาร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นค่อนข้างน้อย แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า นโยบายที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย คือ นโยบายที่จะให้เทศกิจไปทำหน้าที่อื่นๆ เช่น การจราจรแทนตำรวจ และรักษาความปลอดภัยมีค่าสูงสุด และนโยบายที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยรองลงมา คือ การกวาดขนผู้ค้าออกจุดที่ได้รับอนุญาตให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง และนโยบายที่

ได้รับการเห็นด้วยต่อมา คือ นโยบายด้านหาบเร่-แผงลอยในปัจจุบันทำให้ภาพลักษณ์เทศกิจดีขึ้น

2.3 ด้านภาพลักษณ์ของสื่อสารมวลชน

กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในด้านภาพลักษณ์ของสื่อสารมวลชน โดยอยู่ในภาพรวมค่อนข้างน้อย แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า สื่อเสนอข่าวการปฏิบัติงานน้อยเกินไปมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนรองลงมา คือ การที่เสนอข่าวเรื่องเทศกิจมีแต่เรื่องเจ้าหน้าที่ทุจริต และการเสนอข่าวทุจริตของเจ้าหน้าที่เทศกิจ น่าสนใจกว่าเรื่องอื่นๆ ตามลำดับด้วย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ส่งผลต่อปัจจัยภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เจ้าหน้าที่เทศกิจ ดังนี้

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ในด้านการปฏิบัติงานและด้านสื่อสารมวลชน เพศหญิง มีความคิดเห็นสูงกว่าเพศชาย ส่วนในด้านนโยบายผู้บริหาร เพศชาย มีความคิดเห็นสูงกว่าเพศหญิง

3.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงานแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจด้านการปฏิบัติงานแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 26 – 30 ปี

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจในด้านการปฏิบัติงานแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีและ 36 – 40 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 31 – 35 ปี

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-35 ปี มีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสื่อสารมวลชน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี

3.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติงานแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและม่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพม่ายมีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด

3.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านการปฏิบัติหน้าที่แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการมีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานเอกชน

3.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจโดยรวมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

3.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8000 บาท มีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8001 – 12000 บาท และ 12001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8000 บาท มีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8001 – 12000 บาท และ 12001 บาท ขึ้นไป

4. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อการปรับปรุงภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจให้ดีขึ้น

4.1 ประชาชนต้องการให้เจ้าหน้าที่เทศกิจมีความสุภาพ และอ่อนโยนต่อประชาชนให้มากขึ้น

4.2 ประชาชนต้องการให้เจ้าหน้าที่ลดความรุนแรงในการปฏิบัติหน้าที่และอธิบายกฎหมาย และระเบียบแก่ผู้ฝ่าฝืนให้มากขึ้นกว่าการจับกุม

4.3 ผู้ค้าหาบเร่-แผงลอยต้องการให้เจ้าหน้าที่ผ่อนผันในการจับกุม และเปลี่ยนจากการจับกุมเป็นการว่ากล่าวตักเตือนแทน

4.4 ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างจริงจัง

และกดดันผู้ค้าหาบเร่ ให้อยู่ในระเบียบและไม่กีดขวางทางสัญจรของประชาชน

อภิปรายผลวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งผู้วิจัยยกเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวความคิดในการวิจัยนั้นทั้ง 3 ด้าน ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ อีกส่วนหนึ่งได้ศึกษาข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 2 วิธี คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาจากข้อมูลที่ได้ศึกษาจากเอกสารและใช้โปรแกรม SPSS ประมวลผลข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม

1. ปัจจัยข้อ 1 ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การลดบทบาทของเจ้าหน้าที่เทศกิจเป็นผลให้การจัดระเบียบหาบเร่-แผงลอยล้มเหลว และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ อีกทั้ง ตัวเจ้าหน้าที่เทศกิจเองยังปฏิบัติตัวไม่เหมาะสม ทำให้ปัจจัยข้อนี้มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์เป็นอย่างมาก

2. ปัจจัยข้อ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติต่อนโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานครในภาพลบ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เชื่อว่า ประชาชนไม่พอใจในนโยบายดังกล่าว เนื่องจากไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติไม่กล้าตัดสินใจ และไม่ให้อำนาจตามกฎหมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ออกไปเป็นอย่างมาก

3. ปัจจัยข้อ 3 คือ ผลกระทบภาพลักษณ์ด้านสื่อสารมวลชนนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยจากสื่อสารมวลชนนั้นมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจเป็นอย่างมากทั้งการเสนอข่าวโจมตี การเสนอแต่ภาพลักษณ์ที่ไม่ดี การปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบของเจ้าหน้าที่บางกลุ่ม ซึ่งมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจโดยรวมเป็นอย่างมาก

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ การศึกษากับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทั้ง 3 ด้าน แล้วพบว่า อายุ และระดับการศึกษาเท่านั้นที่มีผลต่อความเห็นในด้านนโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ควรปรับปรุงในหลายด้าน ทั้งการปฏิบัติหน้าที่เอง ระเบียบวินัยของเจ้าหน้าที่ ความซื่อสัตย์และการเคารพต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ อีกทั้งกริยามารยาทในการปฏิบัติตัวกับประชาชนก็ให้มีความสุภาพ เรียบร้อย รวมถึงข้อกฎหมายของเจ้าหน้าที่ต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจดีขึ้น

2. ด้านนโยบายผู้บริหาร ควรเป็นนโยบายที่มีความสอดคล้องกับสภาพของความเป็นจริง และตอบสนองความต้องการของเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร ได้อย่างแท้จริง ต้องเป็นนโยบายที่มาจากส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ และนโยบายต้องมีความแน่นอนในการปฏิบัติมิใช่เปลี่ยนไปตามผู้บริหารอย่างในปัจจุบัน

3. ด้านภาพลักษณ์สื่อสารมวลชน ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์การปฏิบัติหน้าที่ๆ ดีให้กับประชาชนให้ได้เห็น และเปลี่ยนทัศนคติและแก้ไขภาพลักษณ์ให้ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มตัวแปรในการศึกษาครั้งต่อไป ได้แก่ ประเภทของงานที่กระทบต่อภาพลักษณ์ เพื่อศึกษาผลกระทบได้อย่างถูกต้องทิศทาง

2. ควรมีการศึกษาทุกระยะ 1 ปี เพื่อเป็นการปรับปรุงภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ปรับปรุงคุณภาพของงาน รับทราบถึงปัญหา และข้อเสนอแนะต่างๆ ในการปรับปรุงเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระบบสายการบังคับบัญชาของเจ้าหน้าที่เทศกิจกับนโยบายของผู้บริหารว่า มีความสอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาหรือไม่เพียงใด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2539). *สื่อมวลชน การเมืองและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: ส่วนท้องถิ่น.
- กิตติพัฒน์ นนทปัทมดุษย์. (2546). *การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชุมพล โพธิ์เอี่ยม. (2542). *ศึกษาปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจในการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตรัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2537). *การประชาสัมพันธ์: ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- ประจวบ อินอืด. (2532). *เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร*. กรุงเทพฯ: มัทนาสถาปัตย์.
- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2530). *สุขภาพจิตเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตการพิมพ์.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์. ใน *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. หน้า 123 – 135. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2537). การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพพจน์ : ก่อน ระหว่าง และหลังตั้งโรงงานอุตสาหกรรม. ใน *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. หน้า 41 – 58. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- พัชนี เขยจรรยา; และ คณะ. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เอลโล่การพิมพ์.
- มาลี ศรีเพชรภูมิ. (2533). *ปรัชญาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- วรเดช จันทรศร. (2530). *การนำนโยบายไปปฏิบัติในเอกสารงานเสนอ ต่อคณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย อันดับที่ 1195*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรพจน์ อินทูลักษณ์. (2535). *สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครกับบทบาทด้านเทศกิจ*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อวະกุล. (2534). *เทคนิคการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม. (2526). *พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนนิยมวิทยา (แผนกการพิมพ์).
- วิรัช ลภิตนกุล. (2540). *การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงใหม่)*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัชต์ แสงดาวฉาย. (2531). *ภาพพจน์ของ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ในหนังสือพิมพ์ไทย*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- ศิริปัญญา ตุงคะสมิท. (2538). *การจัดการด้านการจัดระเบียบหาบเร่-แผงลอยของ กรุงเทพมหานคร : ปัญหาและแนวทางแก้ไข*. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- สนธยา พลศรี. (2545). *หลักสังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมบูรณ์ หอมนาน. (2544). *การศึกษาอุปสรรคในการนำเอานโยบายไปปฏิบัติ : กรณีศึกษานโยบายการจัดระเบียบหาบเร่-แผงลอยของเจ้าหน้าที่เทศกิจของสำนักงานเขต ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ รป.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2536). *ทฤษฎีสังคมวิทยา : เนื้อหาและแนวทางการใช้ประโยชน์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สารภี ขาวดี. (2546). *ภาพลักษณ์ตำรวจไทยในนวนิยายของ วิสิษฐ เดชกุญชร*. ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. (ภาษาไทย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2531). *จิตวิทยาการจัดการพฤติกรรมมนุษย์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อักษรพัฒนา.
- สุพิน ปัญญามาก. (2539). *ภาพพจน์ : การสร้างและรักษา*. ใน *ภาพพจน์ที่สำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
- สุวรรณ แฉะแจ้ง. (2542). *ภาพลักษณ์ ของคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลง ตามทัศนคติของอาจารย์และนิสิต*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉริยา ชาญเชิงรบ. (2544). *แนวทางการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ตนเองของผู้ค้าหาบเร่-แผงลอย: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. ถ่ายเอกสาร.
- อำนวย วีรวรรณ. (2537). *การแก้วิกฤตการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร*. ใน *ภาพพจน์ที่สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. หน้า 104 – 114. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- Adler, Mortimer J. (1990). *The Syntopicon : Index to the Great Ideas*. 2nd ed. Chicago: Encyclopaedia Britannica, Inc.
- Boorstin, Daniel J. (1973). *The Image : A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Atheneum.
- Boulding, Kenneth E. (1975). *The Image : Knowledge in Life and Society*. Michigan: The University of Michigan press.

Gregory, James R.; & Wiechmann, Jack G. (1991). *Marketing Corporate Image*.
Chicago: NTC Publishing Group.

Jefkins, Frank.. (1993). *Planned Press and Public Relations*. 3rd ed. Oxford: The
Alden Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กรุงเทพมหานคร
ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเขตวิภาวดี กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการ ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามจะนำไปใช้ประมวลผล เพื่อสรุปเป็นภาพรวม โดยไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด
2. แบบสอบถามนี้ประกอบไปด้วยข้อมูล 3 ส่วน ขอความกรุณาท่านช่วยตอบให้ครบทุกส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. อายุปี

3. สถานภาพสมรส

☐

โสด

☐

สมรส

☐

ม้าย

☐

หย่าร้าง

4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน

☐

รับราชการ

☐

เอกชน

☐

อาชีพอิสระ

☐

ไม่ประกอบอาชีพ

5. ระดับการศึกษา

☐

ประถมศึกษา

☐

มัธยมศึกษา

☐

ปวส.

☐

ปริญญาตรี

☐

สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้

☐

ไม่เกิน 8,000 บาท

☐

ตั้งแต่ 8,000 – 12,000 บาท

☐

ตั้งแต่ 12,000 – 20,000 บาท

☐

มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็น โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ
ความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด (หนึ่งช่องต่อหนึ่งข้อเท่านั้น)

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ค่อนข้าง น้อย (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
1	ด้านการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ ท่านคิดว่าเจ้าหน้าที่เทศกิจมีการใช้ ตำแหน่งแสวงหาประโยชน์โดย มิชอบ					
2	ท่านคิดว่าการปฏิบัติหน้าที่ของ เจ้าหน้าที่ ในปัจจุบันเป็นไปตาม กรอบของกฎหมาย					
3	การใช้สิทธิของเจ้าหน้าที่เทศกิจ กับร้านค้า มีโดยทั่วไปเป็นจำนวน มาก					
4	ถ้าท่านเป็นญาติพี่น้องกับ เจ้าหน้าที่เทศกิจ ท่านอาจจะได้รับ ประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อม					
5	เจ้าหน้าที่เทศกิจของ กรุงเทพมหานคร เป็นมิตรกับ ประชาชน					
6	การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ เทศกิจ หากผู้บังคับบัญชาไม่เปิด ช่องก็ทุจริตยาก					
7	เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุม ผู้ค้าหาบเร่ เนื่องจากมีความ สนิทสนมกับกับผู้กระทำความผิดเป็นการ ส่วนตัว					
8	เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุม ผู้ค้าหาบเร่ เนื่องจากมีผลประโยชน์ แลกเปลี่ยน					
9	เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุม ผู้ค้าหาบเร่ เนื่องจากผู้บังคับบัญชา ให้หาประโยชน์					

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ค่อนข้าง น้อย (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
10	เจ้าหน้าที่เทศกิจจะเว้นไม่จับกุม ผู้ค้าหาบเร่ เนื่องจากมีการขอร้อง ของนักการเมือง					
11	นโยบายผู้บริหาร ท่านคิดว่านโยบายของผู้ว่าการ กรุงเทพมหานคร คนปัจจุบันมีความ เหมาะสมดีแล้ว					
12	นโยบายหยุดขายวันจันทร์เป็น นโยบายเดียวที่ท่านได้รับทราบ					
13	ประชาชนมีความพอใจในนโยบาย ด้านหาบเร่ แผลงลอยของผู้ว่าการฯ คนปัจจุบัน					
14	ในยุคของผู้ว่าคนปัจจุบันมีการ ควบคุมหาบเร่ แผลงลอยได้ดีกว่า ผู้ว่าการฯ คนก่อนๆ					
15	นโยบายที่จะลดแผลงลอยให้ได้ ร้อยละ 10 ต่อปี และจะให้ไม่มีเลย ในอนาคต					
16	นโยบายด้านหาบเร่ แผลงลอยใน ปัจจุบัน ทำให้ภาพลักษณ์เทศกิจ ดีขึ้น					
17	ในปัจจุบันการเก็บค่าธรรมเนียม แผลงลอยเป็นของฝ่ายสิ่งแวดล้อม มิใช่ฝ่ายเทศกิจ					
18	นโยบายที่จะให้เทศกิจไปทำหน้าที่ อื่นๆ เช่น การจราจรแทนตำรวจ รักษาความปลอดภัย					
19	ท่านคิดว่านโยบายของผู้ว่าแต่ละคน ไม่สอดคล้องกันทำให้นโยบายนี้ไม่ สำเร็จ					
20	การจัดระเบียบหากเร่แผลงลอยนั้น ขาดความต่อเนื่อง จึงทำให้ไม่เป็น ผลในปัจจุบัน					

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ค่อนข้าง น้อย (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
21	ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร มีการ กวาดขันให้เจ้าหน้าที่เทศกิจกวาดขัน หาบเร่แผงลอยอย่างต่อเนื่อง					
22	การกวาดขันผู้ค้าออกจุดที่ได้รับ อนุญาตเป็นไปอย่างต่อเนื่อง					
23	นโยบายของผู้ว่าในแต่ละยุคทำให้ ประชาชนสับสนในการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่					
24	นโยบายของผู้ว่าการฯ ที่ผ่านๆ มา ไม่สามารถแก้ไขปัญหาหาบเร่ แผงลอยได้					
25	นโยบายการลดหาบเร่ จนหมดไป ของผู้ว่าการฯ คนปัจจุบันมีความ เป็นไปได้มาก					
26	สื่อสารมวลชน ข่าวที่เสนอเรื่องเทศกิจมีแต่เรื่อง ที่เจ้าหน้าที่ทุจริต					
27	ท่านคิดว่าเสนอเรื่องทุจริตของ เจ้าหน้าที่น่าสนใจกว่าเรื่องอื่นๆ					
28	สื่อนเสนอการปฏิบัติงานด้านอื่นๆ ของเจ้าหน้าที่เทศกิจนั้นน้อยเกินไป					
29	เจ้าหน้าที่เทศกิจปฏิบัติงานด้าน อื่นๆ เช่น งานด้านการจราจร สื่อจะ ไม่ค่อยสนใจ					
30	ถึงแม้ว่าจะมีการปรับปรุงการทำงาน ของเจ้าหน้าที่เทศกิจอย่างไร สื่อก็ ไม่ค่อยสนใจ หากไม่ใช่เรื่องที่เป็น การทุจริต					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงการทำงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

[illegible]

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือ

อาจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์

อาจารย์คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	ว่าที่ร้อยตรีจักรศักดิ์ วิจิตรไพศาล
วัน เดือน ปีเกิด	25 มกราคม 2520
สถานที่เกิด	เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	102 ซอยอ่อนนุช 16 สุขุมวิท 77 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	เจ้าพนักงานปกครอง 5 งานกิจการพิเศษ ฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2531	ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสีตบุตรบำรุง เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2534	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนไตรมิตรวิทยาลัย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2535	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน กรุงเทพฯ 1 เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2545	นิติศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2547	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
พ.ศ. 2549	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร