

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) เก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม 2551 โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานด้วยโปรแกรม SPSS/PC for Windows

โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับการรับรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.5) และเป็นเพศชาย จำนวน 150 คน (ร้อยละ 37.5)
2. อายุ กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-35 ปีมากที่สุดคือ จำนวน 107 คน (ร้อยละ 26.75) รองลงมาคือ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 100 คน (ร้อยละ 25) และอายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน (ร้อยละ 21.25)
3. ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคือจำนวน 217 คน (ร้อยละ 54.25) รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 119 คน (ร้อยละ 29.75) และปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 57 คน (ร้อยละ 14.25)
4. ระดับตำแหน่ง กลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งระดับ 4-6 มากที่สุด คือ จำนวน 248 คน (ร้อยละ 62) รองลงมา คือ ระดับ 1-3 จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26) และระดับ 7 ขึ้นไป จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คือ จำนวน 196 คน (ร้อยละ 49.0) รองลงมา คือ ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 105 คน (ร้อยละ 26.25) และผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 76 คน (ร้อยละ 19)

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มากที่สุด คือ จำนวน 106 คน (ร้อยละ 26.5) รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 98 คน (ร้อยละ 24.5) สื่อโทรทัศน์ จำนวน 95 คน (ร้อยละ 23.75) สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12.0) สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 8.25) สื่อนิตยสาร/วารสาร จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3) สื่อวิทยุกระจายเสียง จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.75) และสื่อจดหมายข่าว จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.25)

สำหรับความถี่ในการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คือ จำนวน 6.80 ครั้ง/เดือน รองลงมา คือ

สื่อเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 6.20 ครั้ง/เดือน สื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 6.17 ครั้ง/เดือน สื่อหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 5.50 ครั้ง/เดือน สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 3.12 ครั้ง/เดือน สื่อนิตยสาร/วารสาร มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 1.98 ครั้ง/เดือน สื่อวิทยุกระจายเสียง มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 2.74 ครั้ง/เดือน และสื่อจดหมายข่าว มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ จำนวน 1.53 ครั้ง/เดือน

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในระดับมาก คือ จำนวน 221 คน (ร้อยละ 55.25) รองลงมา คือ มีความรู้ปานกลาง จำนวน 171 คน (ร้อยละ 42.75) และมีความรู้น้อย จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในแต่ละประเด็นมากน้อยแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยความรู้เท่ากับ 6.58

ทั้งนี้ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด คือ โดยปกติ”ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” คือผู้ทำหน้าที่พระยาแรกนา ในงานพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ของทุกปี จำนวน 379 คน (ร้อยละ 94.75) รองลงมาคือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดำเนินการขจัดความยากจนของเกษตรกรโดยเน้นพัฒนาใน 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับชุมชน และระดับประเทศ จำนวน 342 คน (ร้อยละ 85.5) และโครงการคลินิกเกษตรเคลื่อนที่ในพระราชานุเคราะห์ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ เป็นโครงการที่มุ่งให้บริการแก้ปัญหาทางการเกษตรในทุกสาขาให้แก่เกษตรกร ณ จุดเดียว จำนวน 339 คน (ร้อยละ 84.75)

สำหรับประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด คือ การพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 359 คน (ร้อยละ 89.75) รองลงมา คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายหลัก 3 ประการ คือ เกษตรเพื่อเกษตร เกษตรเพื่อประชาชน และเกษตรเพื่อประเทศ จำนวน 291 คน (ร้อยละ 72.75) และวิสัยทัศน์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คือ เป็นกระทรวงหลักด้านการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของโลก ผู้บริโภคปลอดภัย เกษตรกรไทย มั่งคั่ง จำนวน 263 คน (ร้อยละ 65.75)

ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4.1 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.35 โดยมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.1.1 ด้านองค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นองค์กรหลักด้านการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทย อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมา คือ เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับด้านวิชาการเกษตรในระดับประเทศ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.70 และเป็นองค์กรที่เป็นฐานข้อมูลด้านการเกษตรที่ดีของประเทศไทย อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.65 สำหรับหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เป็นองค์กรที่มีการบริหารงานโครงการต่าง ๆ อย่างโปร่งใสอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81

4.1.2 ด้านผู้บริหาร (ระดับกรม)

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านผู้บริหาร (ระดับกรม) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.28 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นบุคคลที่สังคมนยอมรับด้านความรู้ ความสามารถในการทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา คือ เป็นบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ และมีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 และเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงานที่กว้างไกลและทันสมัย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 สำหรับหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เป็นบุคคลที่บริหารงานด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05

4.1.3 ด้านบุคลากร

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.39 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมา คือ เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.49 และเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ได้รับมอบหมาย อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.48 สำหรับหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของเกษตรกรมากกว่าตัวเอง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17

4.1.4 ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงาน

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านการดำเนินงานและคุณภาพงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.28 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีผลงานด้านการวิจัยและพัฒนาการเกษตรที่มีประโยชน์จำนวนมาก อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมา คือ ผลการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ของ กษ.สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของเกษตรกรได้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.37 และมีการดำเนินงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของเกษตรกรเป็นที่ตั้ง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 สำหรับหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การดำเนินงานมีความเป็นกลาง ไม่เอนเอียงตามกระแสสังคมหรือรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90

4.1.5 ด้านการบริการ

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านการบริการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้บริการด้านการเกษตรที่หลากหลาย และครอบคลุมทุกสาขาด้านการเกษตร อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัย และมนุษยสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.45 และมีช่องทางขอรับบริการที่สะดวก และหลากหลาย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 สำหรับหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การบริการของ กษ. มีความสะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27

4.1.6 ด้านการประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.39 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมา คือ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.45 และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้มีความหลากหลาย และเข้าถึงง่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 สำหรับหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รูปแบบและเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ และมีการบูรณาการการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.30

4.2 ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกตามด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

4.2.1 ด้านองค์กร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรเป็นองค์กรที่สามารถดูแลเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงและผาสุก ร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ เป็นองค์กรที่เป็นฐานข้อมูลด้านการเกษตรที่ดีของประเทศไทย ร้อยละ 51.8 และเป็นองค์กรที่สามารถจัดปัญหาความยากจนของเกษตรกรได้ ร้อยละ 51

4.2.2 ด้านผู้บริหาร (ระดับกรม)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผู้บริหารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรเป็นบุคคลที่บริหารงานด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม ร้อยละ 79 รองลงมา คือ เป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงานที่กว้างไกล และทันสมัย ร้อยละ 70.5 และเป็นบุคคลที่บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ร้อยละ 59.8

4.2.3 ด้านบุคลากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า บุคลากรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของเกษตรกรมากกว่าตัวเอง ร้อยละ 76.5 รองลงมา คือ เป็นผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน ร้อยละ 71.5 และเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ร้อยละ 58.5

4.2.4 ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การดำเนินงานและคุณภาพงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรมีผลการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของเกษตรกรได้ ร้อยละ 70.5 รองลงมา คือ มีการดำเนินงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของเกษตรกรเป็นที่ตั้ง ร้อยละ 70 และการดำเนินงานมีความเป็นกลาง ไม่เอนเอียงตามกระแสสังคมหรือรัฐบาล ร้อยละ 51.5

4.2.5 ด้านการบริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรมีการให้บริการด้านการเกษตรที่หลากหลาย และครอบคลุมทุกสาขาด้านการเกษตร ร้อยละ 88.3 รองลงมา คือ การบริการมีความสะดวก รวดเร็ว ร้อยละ 77.3 และมีช่องทางขอรับบริการที่สะดวก และหลากหลาย ร้อยละ 68.5

4.2.6 ด้านการประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 70.3 รองลงมา คือ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้มีความหลากหลาย และเข้าถึงง่าย ร้อยละ 67.5 และ ข้อมูลที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ร้อยละ 66

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต และจดหมายข่าวต่างกัน แต่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อออนไลน์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

เกษตรและสหกรณ์จากสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต จดหมายข่าว บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 5.1

แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	ไม่เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.5 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.6 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.7 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.8 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.9 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	ไม่เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.10 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านคุณภาพงาน และด้านการประชาสัมพันธ์ต่างกัน แต่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านผู้บริหาร(ระดับกรม) ด้านบุคลากร และด้านการบริการไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านคุณภาพงาน และด้านการประชาสัมพันธ์ต่างกัน แต่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านผู้บริหาร ด้านบุคลากร และด้านการบริการไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 5.2

แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	ไม่เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	ไม่เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.3 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.4 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.5 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน	ไม่เป็นจริงตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สมมติฐานที่ 3.1 การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านองค์กร แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านผู้บริหาร ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพงาน ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 3.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 5.3

แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
สมมติฐานที่ 3.1 การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	เป็นจริงตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สมมติฐานที่ 4.1 การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สมมติฐานที่ 4.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุ/วารสาร อินเทอร์เน็ต บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ
จดหมายข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 5.4

แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
สมมติฐานที่ 4.1 การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	ไม่เป็นจริงตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	เป็นจริงตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงาน และด้านการบริการ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร (ระดับกรม) และ ด้านการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 5.5

แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	เป็นจริงตามสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” สามารถอภิปรายผลการวิจัยโดย จำแนกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และขัดแย้งกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ซึ่ง พรทิพย์ วรภิจโยคธาทร (2539, น. 292. กล่าวถึงการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อโดยเลือกตามสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เลือกสื่อที่ทันสะดวก (Convenience) เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) และเลือกตามลักษณะเฉพาะของสื่อ ซึ่งจากแนวคิดนี้จะเห็นได้ว่าการเลือกเปิดรับสื่อไม่มีเรื่องเพศเข้าไปเกี่ยวข้อง หรือกล่าวได้ว่าเพศไม่มีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อ นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่าง ๆ ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกันแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยเพศชายมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุ/วารสาร และสื่อจดหมายข่าวมากกว่าเพศหญิง

จากการศึกษายังพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 112-118) ซึ่งกล่าวว่า อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยสาเหตุที่มีความแตกต่างกันเนื่องจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้ทัศนคติความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรฯ จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 56-60 ปี ส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อโทรทัศน์

ทั้งนี้ จากการศึกษายังพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่าง ๆ ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุ 56-60 ปี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อโทรทัศน์ มากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุต่ำกว่าทุกกลุ่ม ซึ่งขัดแย้งกับที่ กาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 303) กล่าวว่า วัยรุ่นจะใช้สื่อนอกบ้าน สื่อพร้อมกลุ่ม และสื่อเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้พบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุ 56-60 ปี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และจดหมายข่าวมากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุต่ำกว่าทุกกลุ่ม และข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุ 31-35 ปี อายุ 36-40 ปี และอายุ 41-45 ปี

นอกจากนี้ ยังพบว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนข้าราชการกระทรวงเกษตรฯที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรและสหกรณ์จากสื่อโทรทัศน์ และข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและเอก ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่าง ๆ ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและเอก มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าทุกกลุ่ม ซึ่งขัดแย้งกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 112) ที่กล่าวว่า “คนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อสิ่งพิมพ์”

สำหรับระดับตำแหน่งกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์พบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่เชื่อว่าสถานะทางสังคมเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย และพฤติกรรมแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่าง ๆ ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่ง 1-3 มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่ง 1-7 ขึ้นไป

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และขัดแย้งกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ อย่างไรก็ตามพบว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุกระจายเสียงมากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001-

20,000 บาท นอกจากนี้ยังมีความถึในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จากสื่อวิทยุสาร/วารสารมากกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้ในกลุ่มอื่น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และรายได้ แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้โดยใช้ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ซึ่ง โจเซฟ ที แคลเปอร์ (1960, pp. 19-23) กล่าวว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ ความสนใจ และสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แม็คคอมบส์ และ เบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, n.d., pp. 52-54) ที่กล่าวว่าบุคคลจะใช้สื่อสนองความต้องการของตน 6 ประการ ได้แก่ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการคำแนะนำ เพื่อความตื่นตัว เพื่อเสริมความคิดเห็น เพื่อประกอบการสนทนากับบุคคลอื่น และเพื่อความบันเทิง ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่าความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร

สำหรับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

สมมติฐานที่ 2 ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และขัดแย้งกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการรับรู้ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากการได้รับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันโดยไม่มีเรื่องเพศเข้าไปเกี่ยวข้อง หรืออาจกล่าวได้ว่า เพศไม่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีวรรณ เลียดทอง (2550) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของนงนุช ใจชื่น (2551) เรื่อง “ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ” ผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางไม่แตกต่างกัน งานวิจัยของ ดนัยกิติ์ สุขสว่าง (2546) เรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ในสายตาของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ด้านองค์กรไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของปาริชาติ อินทร์ประดับ (2546) เรื่อง “ภาพลักษณ์ของพรรคชาติพัฒนาในทัศนะของชาวกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนา

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และขัดแย้งกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีวรรณ เลียดทอง (2550) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ ตรึงตรา ทรัพย์ส่งแสง (2542) เรื่อง “ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านการดำเนินงานและคุณภาพงาน และด้านการประชาสัมพันธ์ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งกล่าวว่า การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนที่มีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงานที่ดีกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าทุกกลุ่ม สำหรับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและเอก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรึงตรา ทรัพย์ส่งแสง (2542) เรื่อง ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน และงานวิจัยของ ปาริชาติ อินทร์ประดับ (2546) เรื่อง “ภาพลักษณ์ของพรรคชาติพัฒนา

ในทัศนะของชาวกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนา

จากการศึกษายังพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในด้านการดำเนินงานและคุณภาพงาน และด้านการประชาสัมพันธ์ต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งกล่าวว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนที่มีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งระดับ 1-3 และ ระดับ 4-6 มีภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงาน และภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งระดับ 7 ขึ้นไป

นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และขัดแย้งกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีวรรณ เลียดทอง (2550) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ นงนุช ใจชื่น (2551) เรื่อง “ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางไม่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่ต่างกันสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540, น. 37.) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นใจในของแต่ละคน ซึ่งบุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้นได้จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น หรือประสบการณ์ในอดีต โดยเกิดการรับรู้ขึ้นได้ทั้งทางตรง (Direct Perception) คือ ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตัวเอง และทางอ้อม (Indirect Perception) คือ ประสบการณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา ทั้งนี้ สำหรับภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์นั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติหรือปล่อยให้ไปไปตามสภาวะแวดล้อมของสังคม แต่มีการปรุงแต่งโดยใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ ดังนั้นเมื่อกลุ่มเป้าหมายเปิดรับสื่อต่าง ๆ เข้าไป ซึ่งเป็นสื่อที่เหมือน ๆ กัน และมีเนื้อหาไปในทางเดียวกัน

จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

สำหรับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างกันนั้น สามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเชื่อว่าการแตกต่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับมุมมองหรือความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารหรือหน่วยงานองค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการเกิดภาพลักษณ์ในปัจจุบันบุคคลของ พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2533, น. 122) ซึ่งกล่าวว่า ภาพลักษณ์ในปัจจุบันบุคคลเกิดจากการที่บุคคลได้รับทราบเหตุการณ์ต่าง ๆ จากภายนอกซึ่งยังไม่สามารถสร้างเป็นภาพลักษณ์ได้ทันที แต่จะมีการพัฒนาสร้างเป็นภาพขึ้นตามขั้นตอนและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Event and Environment) บุคคลเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมก็มีเหตุการณ์เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางเหตุการณ์หรือบางส่วนของเหตุการณ์เท่านั้นที่บุคคลจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้จะมีคุณค่าดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร ย่อมขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่อยู่ในเหตุการณ์และอยู่โดยรอบ ซึ่งมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่านั้นทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการขาดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะสามารถเข้าสู่เราได้โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมีประสิทธิภาพด้านการรับรู้ความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกันไป ยิ่งกว่านี้ ตัวเนื้อสาร วิธีการจัดข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ ซึ่งมีผู้จัดส่งมาก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจะเป็นช่องทางแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้คุณสมบัติของข่าวสาร “ตัวสื่อ” ย่อมมีความสำคัญที่สุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) องค์ประกอบหรือปัจจัยเฉพาะบุคคลทั้ง 5 คือ ทักษะของการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ต่างมีอิทธิพลต่อการรับรู้เรื่องราว เหตุการณ์ เราจะมองภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะมีภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่นแตกต่างกันไปตามปัจจัยเฉพาะบุคคลเป็นสำคัญ

4. การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression) ภาพลักษณ์นั้นจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และมีปัจจัยเฉพาะบุคคลทั้ง 5 ประการ ที่คอยพิจารณาเหตุผลนั้น โดย “การรับรู้” (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลง

เหตุการณ์ให้เข้าไปในความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้ามีความประทับใจมากก็จะจดจำได้มากและนาน ทำให้ภาพลักษณะนี้จะแจ่มชัดได้ชัดกว่าการที่มีความประทับใจน้อยหรือไม่มีความประทับใจเลย

ทั้งนี้ แต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันในแต่ละปัจจัย ดังนั้นจึงทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณะกระทรวงเกษตรและสหกรณ์แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณะของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่าง ๆ ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณะของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ใช้สื่อหนังสือพิมพ์มีภาพลักษณะกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านองค์ที่ดีกว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ใช้สื่อโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์กระทรวงเกษตร

นอกจากนี้ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่าง ๆ ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณะของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ วิลเลียม เฟดเดอริค (Frederick, 1987, pp. 11-13) ที่กล่าวว่า หลักจากผู้รับสารผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสารและเปิดรับข่าวสารแล้ว กระบวนการสื่อสารยังไม่ถือว่าเป็นการสิ้นสุด ซึ่งสิ่งที่ควรพิจารณาต่อไปคือ ผลที่เกิดต่อผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารนั้น ๆ ซึ่งผู้รับสารจะสะท้อนกลับออกมา โดย วิลเลียม เฟดเดอริค ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ไม่ว่าจะสถานการณ์ใด ๆ ก็ตาม ความตั้งใจ (Intention) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารจากผู้ส่งสาร (Sender) มายังผู้รับสาร (Receiver) โดยกระบวนการสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทักษะของผู้ส่งสาร เช่น การพูด การเขียน หรือการสื่อความหมายในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านกระบวนการถ่ายทอดของผู้ส่งสาร (Transmission / Transportation) ซึ่งกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารนี้จะเป็นสะพานเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารผ่านกระบวนการรับข่าวสาร (Reception) แล้วแปลความหมาย

ของสาร (Decode) มาสู่กระบวนการทางความคิดและอารมณ์ (Mental and Emotional) จากนั้นจึงเกิดกระบวนการสนองตอบ (Reaction) โดยเริ่มจากกระบวนการทางความคิด อารมณ์ และอาจต่อเนื่องไปถึงกระบวนการทางกายภาพขึ้นอยู่กับพฤติกรรมตอบสนองของแต่ละบุคคล

ด้าน วิลเบอร์ ชแรมม์ (Schramm, 1973, p. 34) ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความเข้าใจของผู้รับสารได้มากจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและพฤติกรรมตอบสนองอันเกิดจากปัจจัยและองค์ประกอบในตัวสารนั้น ๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีวรรณ เลียดทอง (2550) เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของชาวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ งานวิจัยของ ณัฐวุฒิ ไสภณเสถียร (2546) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองบัญชาการทหารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ปาริชาติ อินทร์ประดับ (2546) เรื่อง ภาพลักษณ์ของพรรคชาติพัฒนาในทัศนะของชาวกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารของพรรคชาติพัฒนามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนา ทั้งนี้ ผลการวิจัยขัดแย้งกับงานวิจัยของนงนุช ใจชื่น (2551) เรื่อง “ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลกลางไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลาง

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าแม้กลุ่มเป้าหมายจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อที่แตกต่างกัน แต่เนื่องจากสื่อแต่ละ

ประเภทนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน จึงทำให้ผู้รับสารมีระดับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ตามแนวคิดของ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, pp. 19-23) ที่กล่าวว่า ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน โดยกระบวนการเลือกสรรในการรับสาร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และการเลือกจดจำ ซึ่งในการเปิดรับสื่อ ผู้รับสารไม่สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมาจากสื่อ ต่าง ๆ ได้ทั้งหมด แต่จะเป็นผู้เลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ โดยเลือกรับรู้เพียงบางส่วนตามจุดมุ่งหมาย ความพึงใจ และเพื่อตอบสนองความต้องการและคิดว่ามีประโยชน์ ดังนั้น การเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ จึงไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์กระทรวงเกษตรฯ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นั่นคือ ยิ่งกลุ่มเป้าหมายเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มากก็ยิ่งมีความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาร์ลส์ อัทกิน (Atkin, อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2540, น. 187.) ซึ่งกล่าวไว้ว่า บุคคลยิ่งเปิดรับข่าวสารและแสวงหาข่าวสารมากขึ้นเท่าใด ก็จะมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงาน และด้านการบริการ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ หากมีความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มากก็จะมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดีมากขึ้นตามไปด้วย

ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ชาร์ลส์ อัทคิน (Atkin, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2540 : น. 187.) ซึ่งกล่าวไว้ว่า บุคคลยิ่งเปิดรับข่าวสารและแสวงหาข่าวสารมากขึ้นเท่าใด ก็จะมี ความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มากขึ้นตามไปด้วย และแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ซึ่ง บรูม เอส เบนจามิน Benjamin, et al, 1956, p. 82, อ้างถึงใน ญัฐวุฒิ โสภณเสถียร, 2546, น. 46) กล่าวว่า ความรู้มี 6 ระดับ คือ ระดับระลึกได้ ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ ระดับการนำไปใช้ ระดับการวิเคราะห์ ระดับ การสังเคราะห์ และระดับการประเมินผล ทั้งนี้ การเกิดความรู้ไม่ว่าจะเป็นระดับใดก็ตามย่อมมี ความสัมพันธ์กับความรู้ที่นึกคิด ทศนคติ หรือความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในลักษณะต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐวุฒิ โสภณเสถียร (2546) เรื่อง “การเปิด รับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดในสายตาของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการทหารสูงสุดมีความสัมพันธ์ กับภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

1. จากผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีการรับรู้ภาพลักษณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยรวมในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ ปัจจุบันของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับภาพลักษณ์ที่ต้องการในความคิดเห็นของข้าราชการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่สอดคล้องกัน ดังนั้น จึงควรเร่งดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของข้าราชการกระทรวงเกษตรฯ ให้อยู่ในระดับดี เนื่องจากข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายภายในของการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งการรับรู้ที่มีต่อหน่วยงานที่ตนเองทำงานอยู่นั้นย่อมจะส่งผลต่อการปฏิบัติงาน หากบุคลากรภายในยังไม่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรก็จะเป็นการยากที่จะทำให้ประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายภายนอกมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

2. ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ภายในและจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้วยกัน และระหว่างผู้บริหารกับ บุคลากร เพื่อให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริม สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน ทั้งนี้จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ และจดหมายข่าว ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในจำนวนมาก ดังนั้นควรปรับเปลี่ยนการใช้สื่อให้เหมาะสม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งจะสอดคล้องกับผลการ

วิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รูปแบบและเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ

3. ในด้านการใช้สื่อทั่วไปเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น ควรให้ความสำคัญกับสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มากที่สุด 3 อันดับแรก ซึ่งนอกจากจะสามารถสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้แล้วยังสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ภายนอกได้อีกด้วย ทั้งนี้ ควรเลือกสื่อ และช่วงเวลาประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย

โดยผลการวิจัยพบว่าข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์แตกต่างกัน จึงควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะกับการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง โดยการสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และ อายุ 31-35 ปี ควรเน้นการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-40 ปี 41-50 ปี และ 51-55 ปี ควรเน้นการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในขณะที่การสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 56-60 ปี ควรเน้นการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์

สำหรับการสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ควรเน้นการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์กระทรวงเกษตร การสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ควรเน้นการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ และการสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก ควรเน้นการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ส่วนการสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่งระดับ 1-3 ควรเน้นการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การสื่อสารกับข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีระดับตำแหน่ง ระดับ 4 ขึ้นไป ควรเน้นการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4. จากผลการวิจัย พบว่า มีประเด็นความรู้เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดจำนวนมาก อาทิ ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นโยบายหลักของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และวิสัยทัศน์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น รวมทั้งควรเผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านช่องทางสื่อที่มีความเหมาะสมให้มากขึ้นด้วย

5. เนื่องจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นองค์กรใหญ่ที่มีหน่วยงานในสังกัดจำนวนมาก ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทำให้ขาดความเป็นเอกภาพในการดำเนินงาน ดังนั้นควรมีการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ระหว่างทุกหน่วยงานในสังกัดเพื่อร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้เกิดขึ้นทั้งในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายใน และกลุ่มเป้าหมายนอกองค์กร โดยใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์โดยรวมกันวิเคราะห์แผนประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิม จากนั้นวางนโยบายว่าจะสร้างภาพลักษณ์ในด้านใดบ้าง กำหนดกรอบแนวทาง กลยุทธ์ และแผนงานการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้มีความชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในการวางแผนควรจัดทำเป็นแผนหลัก แผนย่อย แผนเฉพาะกิจ พร้อมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์ กลวิธีการใช้สื่อในแต่ละแผนงาน และมีการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อพิจารณาว่าสิ่งที่ทำไปมีความถูกต้อง เหมาะสม และบรรลุเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพสูงสุด และควรมีการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้คงอยู่ต่อไปในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษารับรู้ภาพลักษณ์เกษตรและสหกรณ์เฉพาะข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรทำการศึกษารับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ทำงานในต่างจังหวัดด้วย โดยผลการวิจัยที่ได้รับอาจมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกัน และอาจพบปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่อไป

2. นอกจากการวิจัยภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในองค์กรแล้ว ควรทำการศึกษารับรู้ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายนอกซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น เกษตรกร ประชาชนทั่วไป และสื่อมวลชน เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาคอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตามหลักการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำผลการวิจัยของแต่ละกลุ่มเป้าหมายมาเปรียบเทียบกัน เพื่อนำไปจัด

ทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่อไป

3. ควรมีการวิเคราะห์แผนประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ว่ามี การวางแผนเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กรด้วยหรือไม่ เนื่องจากการทำวิจัยภาพลักษณ์นั้น ควรมีความสอดคล้องกันทั้ง 2 ส่วน กล่าวคือ มีแผนประชาสัมพันธ์องค์กรที่ชัดเจน โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่มีความหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่สาธารณชนในเรื่องที่ต้องการ จะประชาสัมพันธ์ออกไป จากนั้นจึงออกแบบการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของภาพลักษณ์ของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้สอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์องค์กรนั้น เพื่อให้เห็นแนวโน้ม ของภาพลักษณ์ในภาพรวมว่ากลุ่มเป้าหมายมีภาพลักษณ์ต่อกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็น อย่างไร

4. การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิง คุณภาพ คือ การสัมภาษณ์กลุ่มหรือสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การศึกษานโยบายและแผนการ ประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในช่วงนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร และใช้การวิจัยเชิง ปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลาเดียวกันว่ากลุ่มเป้าหมายมี ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์อย่างไร จากนั้นนำผลการวิจัยทั้ง 2 แบบมาเปรียบเทียบ กัน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะเป็นข้อมูลที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้ทราบว่าแผนการประชาสัมพันธ์ ที่มีใช้อยู่มีประสิทธิภาพหรือไม่ กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้และมีปฏิกิริยาอย่างไรกับการประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งจะเป็นการศึกษาวิจัยที่ ครบวงจร ทั้งในด้านผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ทำให้ข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้อง ครบคลุมในทุกด้าน และสามารถนำมากำหนด เป็นนโยบายหรือแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป