

ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนของประชาชน
ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

นุชรีย์ คงทรัพย์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชาการบริหารทั่วไป

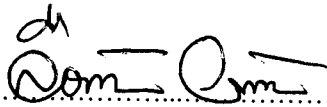
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ธันวาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

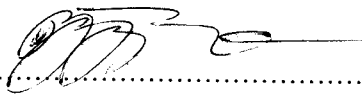
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ นุชรีย์ คงทรัพย์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

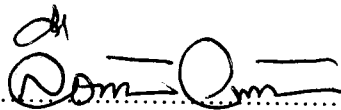


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร.ลือชัย วงษ์ทอง)

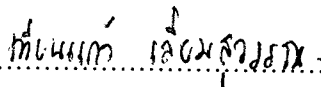
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)

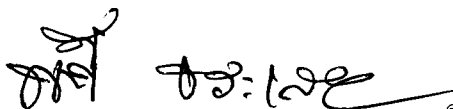


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ลือชัย วงษ์ทอง)



.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา



..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนีย์ ธารเสนา)

วันที่...16...เดือน.....ธันวาคม.....พ.ศ....2558.....

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา สำเร็จลงได้ด้วยดีเนื่องจากการช่วยเหลืออนุเคราะห์ และให้คำปรึกษาเป็นอย่างดีจาก ดร.ลือชัย วงษ์ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำงานนิพนธ์ครั้งนี้ ที่ท่านได้ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขปัญหาในทุก ๆ ด้าน ของการทำงานนิพนธ์ ส่งผลทำให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และคณาจารย์อื่น ๆ ทุก ๆ ท่านที่กรุณาประสิทธิประสาทวิชา จนผู้วิจัยมีความรู้ความสามารถนำมาใช้ในการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้เป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณสำนักงานเทศบาลเมืองอ่างศิลาประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลาทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลสำคัญรวมทั้งความร่วมมืออย่างดีสำหรับการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ท่านรองผู้อำนวยการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ที่ได้ให้การสนับสนุนที่สำคัญตลอดมา จนกระทั่งงานนิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

นุชรีย์ กงทรัพย์

57930166: กลุ่มวิชา: การบริหารทั่วไป; รป.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์/ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง/ ทิศนของประชาชน/
เทศบาลเมืองอ่างศิลา

นุชรีย์ คงทรัพย์: ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด
ชลบุรีในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา (PUBLIC IMAGE OF CHON BURI
ELECTION COMMITTEE OFFICE ACCORDING TO ANG SILA MUNICIPALITY
RESIDENTS) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ลือชัย วงษ์ทอง, ปร.ด. 84 หน้า, ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลาโดยจำแนก
ตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระยะเวลา ในทัศนะของประชาชนใน 4 ด้าน

1) ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม 2) ด้านการปฏิบัติงาน 3) ด้านการรักษาระเบียบวินัย 4) ด้านจริยธรรม
โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 396 คน
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(SD) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare means)

ผลการศึกษา ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนของ
ประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา พบว่า โดยภาพรวมภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
ประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

ด้านจริยธรรม ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 1

ด้านภาพรวมบุคลิกภาพต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2

ด้านภาพรวมการรักษาระเบียบวินัยต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำ
จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 3

เพศชายและเพศหญิง มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด
ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

อายุ อาชีพ รายได้ และระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ควรมี
นโยบายให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่รวมทั้งจัดอบรมภาพลักษณ์ในทุก ๆ ด้าน เพื่อเป็นการให้เจ้าหน้าที่ตระหนักถึง
ความสำคัญของบุคลิกภาพ การปฏิบัติงาน การรักษาระเบียบวินัย และจริยธรรมอันจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
ต่อสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

57930166: MAJOR: GENERAL ADMINISTRATION; M.P.A.

(GENERAL ADMINISTRATION)

KEYWORDS: IMAGE/ ELECTION COMMITTEE OFFICE/ PERCEPTION/ ANG SILA
MUNICIPALITY

NUCHAREE KHONGSAP: PUBLIC IMAGE OF CHON BURI ELECTION
COMMITTEE OFFICE ACCORDING TO ANG SILA MUNICIPALITY RESIDENTS.

ADVISOR: LUECHAI WONGTHONG, Ph.D. 84 P. 2015.

This study aimed to investigate the image of Chon Buri Election Committee Office as perceived by Ang Sila Municipality residents as classified by personal factors, which were gender, age, income, occupation, and length of residency, in four aspects, namely personality and social leadership, work performance, disciplinary upkeep, and ethics. Questionnaires were used to collect the data from the sample group of 396 residents. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and compare means.

The study revealed a high level of an overall image of Chon Buri Election Committee Office. The aspect of ethics was found to rank the highest, followed by that of personality, and that of disciplinary upkeep. Gender was found to be irrelevant to the public perception of the image, but age, occupation, income, and length of residency were relevant.

The recommendation from the study was the provision of trainings on improving all aspects of the image to create positive public perception of Chon Buri Office of Election Committee.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	11
ข้อมูลทั่วไปสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
วิธีการวิจัย.....	41
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
ระยะเวลาการเก็บข้อมูล.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
เกณฑ์การแปลความหมาย.....	53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	46
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	49
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	63
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
สรุปผลการวิจัย.....	70
อภิปรายผลการวิจัย.....	72
ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	78
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	84

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แหล่งที่มาของตัวแปร.....	7
2 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
3 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม.....	50
4 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านการปฏิบัติงาน.....	52
5 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านการรักษาระเบียบวินัย.....	55
6 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านจริยธรรม.....	58
7 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านจริยธรรม.....	61
8 การเปรียบเทียบเพศของประชาชนที่ต่างกันมีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	62
9 การเปรียบเทียบอาชีพของประชาชนที่ต่างกันมีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	62
10 การเปรียบเทียบคู่อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	63
11 การเปรียบเทียบอาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	66
12 การเปรียบเทียบรายคู่อชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี.....	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13	การเปรียบเทียบรายได้ของประชาชนที่ต่างกันมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี..... 66
14	การเปรียบเทียบรายคูรายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี..... 67
15	การเปรียบเทียบระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี..... 68
16	การเปรียบเทียบรายคูรายระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี..... 69

สารบัญญภาพ

ภาพที่

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
---	---------------------------	---

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นองค์กรอิสระที่ถูกจัดตั้งขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 นับตั้งแต่ได้ดำเนินกิจกรรมมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 จนถึง พ.ศ. 2558 มีการดำเนินงานรวมระยะเวลาประมาณ 17 ปี ตามขอบเขต บทบาท อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้งที่กำหนดไว้ในอำนาจหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญ ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

อำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ ว่าด้วยคณะกรรมการการเลือกตั้ง พ.ศ. 2550

มาตรา 30 ให้มีสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นหน่วยงานที่เป็นอิสระตามรัฐธรรมนูญ มีฐานะเป็นนิติบุคคลและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยมีประธานกรรมการการเลือกตั้งเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด

กิจการของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายว่าแรงงานสัมพันธ์ กฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม และกฎหมายว่าด้วยเงินทดแทน

มาตรา 31 สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจการทั่วไปของคณะกรรมการการเลือกตั้งและนายทะเบียนพรรคการเมือง และให้มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. รับผิดชอบงานธุรการของคณะกรรมการการเลือกตั้ง นายทะเบียนพรรคการเมือง และคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา รวมทั้งศึกษาและรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง นายทะเบียนพรรคการเมือง และคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา
2. ศึกษาและสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเลือกตั้ง การสรรหาสมาชิกวุฒิสภา การออกเสียงประชามติ และการพัฒนาพรรคการเมือง
3. เผยแพร่วิชาการ ให้ความรู้ และการศึกษาแก่ประชาชน รวมทั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งเกี่ยวกับการพัฒนาการเมืองและการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และส่งเสริมให้ประชาชนได้ใช้สิทธิเลือกตั้งโดยสุจริตและเที่ยงธรรม
4. รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง การสรรหาสมาชิกวุฒิสภา หรือการออกเสียงประชามติ ผู้มีอำนาจหน้าที่ดูแลรักษาความสงบเรียบร้อย

ในการเลือกตั้ง หรือการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา หรือเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย เกี่ยวกับการเลือกตั้ง หรือเกี่ยวกับการทุจริต หรือประพฤติมิชอบในการเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พรรคการเมือง หรือบุคคลอื่นใด เพื่อดำเนินการตามระเบียบที่คณะกรรมการ การเลือกตั้งกำหนด

5. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการการเลือกตั้งมอบหมาย

มาตรา 32 ในการกำกับดูแลสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ให้คณะกรรมการ การเลือกตั้งมีอำนาจออกระเบียบหรือประกาศ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล การงบประมาณ การเงินและทรัพย์สิน การพัสดุ และการดำเนินการอื่น ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. การจัดแบ่งส่วนงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งและขอบเขตหน้าที่ ของส่วนงาน ดังกล่าว

2. การกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นของเลขาธิการ พนักงาน และลูกจ้างของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

3. การคัดเลือก การบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรม สมรรถภาพ การประเมินผลการปฏิบัติงาน วินัยและการลงโทษทางวินัย การออกจากตำแหน่ง การร้องทุกข์และการอุทธรณ์การลงโทษสำหรับเลขาธิการและพนักงานของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้ง รวมทั้งวิธีการและเงื่อนไขในการจ้างลูกจ้างของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

4. การคัดเลือก การกำหนดอัตราค่าจ้างหรือค่าตอบแทน ตลอดจนการกำหนด เงินพิเศษให้แก่ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้าง ซึ่งมาปฏิบัติงานเป็นพนักงานหรือลูกจ้าง ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งชั่วคราวตามมาตรา 37

5. การบริหารและจัดการการเงินและทรัพย์สิน การงบประมาณ และการพัสดุของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้ง

6. การจัดสวัสดิการหรือการสงเคราะห์อื่นแก่เลขาธิการ พนักงาน หรือลูกจ้าง ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานบุคคล ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นคณะกรรมการ บริหารงานบุคคลของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง และให้มีอำนาจแต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อช่วยเหลือในการบริหารงานบุคคลได้ โดยในการแต่งตั้งให้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของพนักงาน ในสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

มาตรา 38 ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งเสนองบประมาณรายจ่าย เพื่อจัดสรรเป็นเงินอุดหนุน ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง และสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ไว้ในร่างพระราชบัญญัติ งบประมาณรายจ่ายประจำปีหรือร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมแล้วแต่กรณี

ในกรณีที่คณะกรรมการการเลือกตั้งเห็นว่างบประมาณรายจ่ายที่ได้รับการจัดสรรให้ไม่เพียงพอ ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งเสนอคำขอแปรญัตติต่อคณะกรรมการพิจารณางบประมาณของสภาผู้แทนราษฎรได้โดยตรง

ในการเสนองบประมาณรายจ่ายตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งแจ้งให้คณะรัฐมนตรีทราบถึงรายได้และทรัพย์สินที่มีอยู่ด้วย

ในกรณีที่มีค่าใช้จ่ายในการเลือกตั้ง การสรรหาสมาชิกวุฒิสภา หรือการจัดทำประชามติ มากกว่างบประมาณที่สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งได้รับ ให้รัฐอุดหนุนค่าใช้จ่ายให้เพียงพอกับการดำเนินงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

1. งานอำนวยการ

1.1 ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดแผนงาน โครงการ แผนปฏิบัติงาน การจัดทำคำขอบริษัทประมาณรายจ่าย รวมทั้งการประสานงานด้านแผน การติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด

1.2 ประสานงานกับส่วนงาน ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นในการรวบรวมข้อมูลสถิติ ตัวเลข

1.3 จัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานและการเผยแพร่

1.4 ดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุครุภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ และการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด

1.5 ตรวจสอบเอกสารเพื่อเบิกจ่ายเงิน บันทึบบัญชี และรายงานบัญชีแยกประเภท

1.6 ดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมตรวจสอบการมาปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้างของจังหวัด ตลอดจนข้อมูลด้านบุคคลเบื้องต้น

2. งานจัดการเลือกตั้ง

2.1 ประสานงานและดำเนินการจัดให้มีการเลือกตั้งตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา การออกเสียงประชามติตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการออกเสียงประชามติ การเลือกตั้งตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น

3. งานพรรคการเมือง

3.1 ประสานและดำเนินการสนับสนุนกิจการของพรรคการเมือง และสาขาพรรคการเมืองในเขตพื้นที่

4. งานการมีส่วนร่วม

4.1 ประสานงานและดำเนินการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกตั้ง

4.2 เสนอความเห็นเกี่ยวกับการรับรององค์กรเอกชนตรวจสอบการเลือกตั้ง

4.3 ดำเนินการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

5. งานสืบสวนสอบสวน

5.1 ดำเนินการสืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายเลือกตั้งตามที่คณะกรรมการการเลือกตั้งและสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งมอบหมาย

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีที่จะทำหน้าที่ให้เกิดความสุจริตและเที่ยงธรรมกับผู้สมัครรับเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นที่ผ่านมาให้เป็นที่ยอมรับในสายตาประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ในปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้ศึกษาค้นคว้าพบและทราบปัญหาข้อเท็จจริงในทางเชิงประจักษ์ จึงเป็นสาเหตุทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจต้องการศึกษาค้นคว้าระดับภาพลักษณ์การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในการจัดการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไขปัญหาปรับปรุง พัฒนา และสร้างความศรัทธาให้เป็นที่ยอมรับในภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ต่อไป

เทศบาลเมืองอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองที่สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีอยู่ในเขตพื้นที่ดังกล่าว และประชาชนมีความเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและครบถ้วน สามารถรับทราบข้อมูลได้ง่าย ทำให้เทศบาลเมืองอ่างศิลาเป็นพื้นที่ที่ประชากรมีอยู่มาก มีลักษณะของความเป็นเมืองซึ่งทำให้เทศบาลเมืองอ่างศิลาเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาถึงภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา จากสิ่งที่ศึกษามาข้างต้น ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ถือเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่ต้องกระทำ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นเป็นภาพบวกในจิตใจของประชาชนในองค์การเกิดแรงศรัทธา ไม่ต่อต้านองค์การ ให้เกิดความเชื่อมั่นในสังคม ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นบุคลากรคนหนึ่ง ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยศึกษาในประเด็น 1) ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม 2) ด้านการปฏิบัติงาน 3) ด้านการรักษาระเบียบวินัย 4) ด้านจริยธรรม เพื่อได้รู้ถึงความคิดเห็นของประชาชนในการปฏิบัติงาน

ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้เป็นข้อมูล แก่ผู้เกี่ยวข้อง และนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือพัฒนาที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งผลการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระยะเวลาในการอยู่อาศัยในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
2. สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
3. สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีรายได้ศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
4. สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
5. สมมติฐานที่ 5 ประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลาที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในพื้นที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.1 ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม

1.2 ด้านการปฏิบัติงาน

1.3 ด้านการรักษาระเบียบวินัย

1.4 ด้านจริยธรรม

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

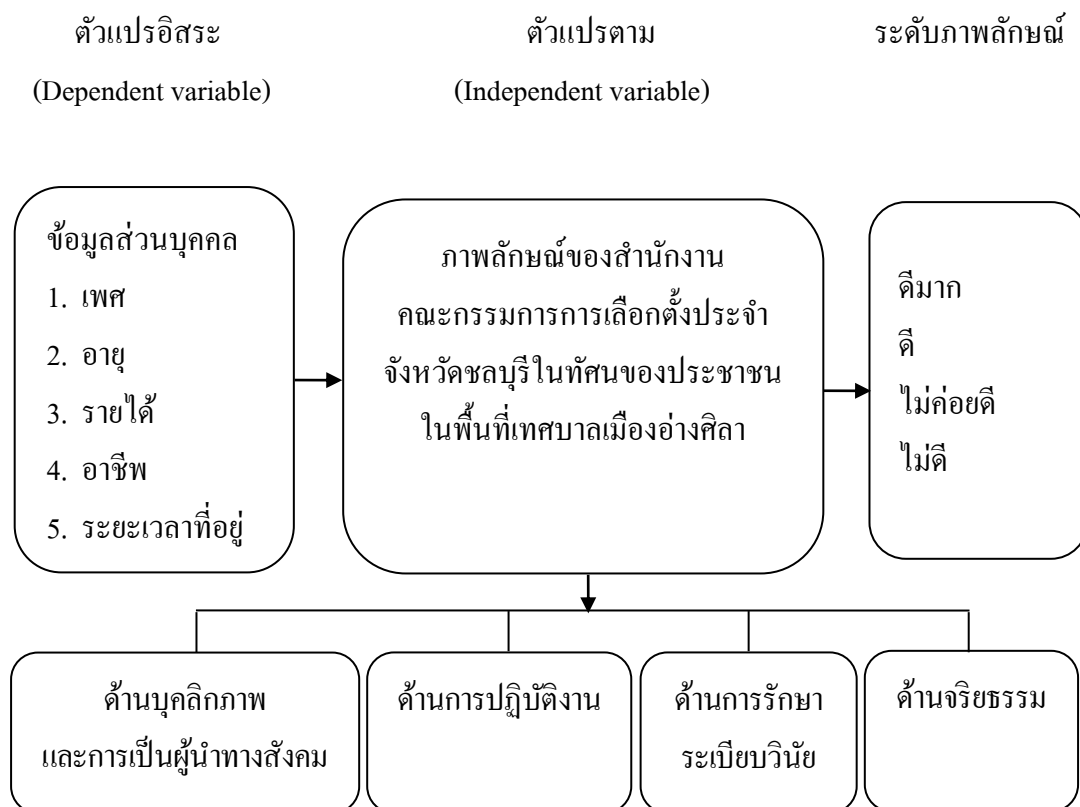
การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยทำการศึกษาตามยุทธศาสตร์การให้บริการของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงธันวาคม พ.ศ. 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดภาพลักษณ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดภาพลักษณ์มาใช้ในการกำหนดตัวแปรและนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตารางที่ 1 แหล่งที่มาของตัวแปร

ตัวแปร	แหล่งอ้างอิงของตัวแปร
1. ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม	แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุญญสิทธิ ว่องไว (2542 อ้างถึงใน ปริญญา เศรษฐธรรมฤทธิ์, 2550, หน้า 21-23) หมายถึง ในฐานะของ กกต. จำเป็นต้องเป็นผู้นำ จึงควรมีการสร้างความเป็นผู้นำให้กับตนเอง รู้จักตนเองและสามารถสร้างคุณลักษณะของการเป็นผู้นำ ทำให้เกิดผู้ตามและนำมาซึ่งการพัฒนาองค์กรคณะองค์กรหน่วยงาน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	แหล่งอ้างอิงของตัวแปร
2. ด้านการปฏิบัติงาน	แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุญญูสิทธิ์ ว่องไว (2542 อ้างถึงใน ปริญา เศรษฐธรรมฤทธิ์, 2550, หน้า 23-24) หมายถึง การปฏิบัติงานในหน้าที่ การปฏิบัติของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ประกาศ ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของคณะกรรมการการเลือกตั้งในการจัดการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้บริหารภายในเขตอำนาจของตน ต้องมีความโปร่งใสจากการบริหารงาน ให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนถึงสิ้นสุด โดยสุจริตและเที่ยงธรรม
3. ด้านการรักษาระเบียบวินัย	แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุญญูสิทธิ์ ว่องไว (2542 อ้างถึงใน ปริญา เศรษฐธรรมฤทธิ์, 2550, หน้า 24-26) หมายถึง มีความสุภาพเรียบร้อย ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผนของทางราชการ ไม่กระทำการหาผลประโยชน์อันอาจทำให้เสียความเที่ยงธรรม
4. ด้านจริยธรรม	แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุญญูสิทธิ์ ว่องไว (2542 อ้างถึงใน ปริญา เศรษฐธรรมฤทธิ์, 2550, หน้า 26-28) การที่บุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรมอันดี มีความรับผิดชอบต่อเวลาและหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะขึ้นเพื่อใช้ในการงานวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ภาพลักษณ์ หมายถึง ลักษณะแนวคิดและพฤติกรรมของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีที่แสดงออก ประกอบด้วยลักษณะ 4 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพ และการเป็นผู้นำทางสังคม ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาวินัย และด้านจริยธรรม

1. ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

1.1 ด้านผู้นำ หมายถึง ลักษณะการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีที่แสดงออกให้ประชาชนได้เห็น ได้แก่ มีความเชื่อมั่นในตนเอง รักษาชื่อเสียงและเกียรติของตนเอง มีวิจรรณญาณในการคิด ตัดสินใจต่อการดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบมีเหตุผล มีความเชื่อมั่นตนเอง เคารพตนเอง มีความรับผิดชอบ และรู้จักเป็นผู้นำในการบริหารงาน คน และทีมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ด้านบุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะที่แสดงออกมาทางกายและกิริยาวาจา ได้แก่ มีการวางตนเหมาะสม นำเคารพนับถือ มีมนุษยสัมพันธ์ต่อบุคคล ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. ด้านการปฏิบัติงาน หมายถึง การปฏิบัติงานในหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ประกาศ ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของคณะกรรมการการเลือกตั้งในการจัดการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้บริหารภายในเขตอำนาจของตน ต้องมีความโปร่งใสจากการบริหารงาน ให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนถึงสิ้นสุดโดยสุจริตและเที่ยงธรรม

3. ด้านการรักษาวินัย หมายถึง มีความสุภาพเรียบร้อย ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผนของทางราชการ ไม่กระทำการหาผลประโยชน์อันอาจทำให้เสียความเที่ยงธรรม

4. ด้านจริยธรรม หมายถึง การที่สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรมอันดี มีความรับผิดชอบต่อเวลาและหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ

บุคลากร หมายถึง พนักงานการเลือกตั้งที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

ประชาชน หมายถึง ประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านและพักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี

ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา หมายถึง ระยะเวลาที่ประชาชน มาตั้งถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพหรือพักอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ชี้แจงให้ประชาชนเขตอำเภอเมืองอ่างศิลามีทัศนคติอย่างไรต่อการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี โดยหากการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวไม่ถูกต้อง ควรจะอย่างไร เพื่อแก้ไขจุดบกพร่องดังกล่าว
2. เพื่อเป็นการสร้างบรรทัดฐานให้คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดอื่นใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ศึกษาศึกษา เขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ครั้งนี้ ได้ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้นำมาประยุกต์ และเทียบเคียงผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยได้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
 - 1.1 ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม
 - 1.2 ด้านการปฏิบัติงาน
 - 1.3 ด้านการรักษาระเบียบวินัย
 - 1.4 ด้านจริยธรรม
2. ข้อมูลทั่วไปสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Image เดิมใช้คำว่า จินตภาพ หรือจินตนาการ แต่ไม่ได้รับความนิยม จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2519 พลตรีพระวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ จึงได้ประทานเสนอให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” แทน แต่ก็ยังได้รับความนิยมน้อย เพราะได้มีผู้ใช้คำว่า “ภาพพจน์” ในความหมายของคำว่า Image กันอย่างแพร่หลาย (ศศิพรรณ บิลมาโนช, 2538, หน้า 9) แท้จริงแล้ว “ภาพพจน์” เป็นภาษาไทยตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of speech” ซึ่งหมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหาร ทำให้นึกเห็นภาพ ดังนั้น ตามความหมายที่ถูกต้องแล้วควรใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” เพราะจะตรงกับความหมายของคำว่า Image ในภาษาอังกฤษมากกว่าคำว่า “ภาพพจน์” (ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536, หน้า 67)

สำหรับในพจนานุกรม Webster’s third new international dictionary (Gove, 1976, p. 1128) ให้ความหมายคำว่า Image หรือภาพลักษณ์ ว่าหมายถึง

1. แบบภาพจำลองของคนหรือสิ่งของ เช่น รูปปั้น หรือภาพเหมือน
2. สิ่งจำลองที่บุคคลได้รับจากสิ่งของที่เห็นว่าเป็นจริงเหมือนอย่างที่มีจริง ๆ
3. รูปร่างลักษณะภาพนอก

4. สิ่งที่แสดงออกมาผ่านการสัมผัสหรือปรากฏด้วยสายตาหรือสถาปัตยกรรมที่ปรากฏให้เห็น

5. หมายถึง ภาพในจิตใจ ซึ่งเป็น

5.1 ภาพในใจที่ประทับใจ ให้ความรู้สึกที่ตอบสนองต่อบางสิ่ง หรือความหมายในใจทั่วไปที่ให้กับคนที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม

5.2 ทักษะที่มีต่อบางสิ่งหรือความทรงจำในจิตใจ ซึ่งถูกสร้างขึ้นผ่านประสบการณ์ทั้งทางด้านการใช้ปัญญา และการใช้อารมณ์ที่ตอบสนอง

5.3 ความคิดหรือแนวความคิด

6. สิ่งที่ปรากฏชัดสังเกตได้ง่าย

ส่วนในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538, หน้า 620) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือคิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น (จินตภาพ) ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Image

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้อีกมากมาย เช่น

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537, หน้า 81) ได้ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในใจของคนที่เห็นหน่วยงานเป็นภาพในลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น ทั้งที่ประจักษ์และไม่ประจักษ์

มานิต รัตนสุวรรณ (2537, หน้า 20) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

ประจวบ อินฮืด (2532, หน้า 96) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง

1. เจตคติของบุคคลกลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นกรณีหรือบุคคลหรือสถาบันใด ๆ ก็ได้

2. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณีหรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของตนที่มีอยู่

3. เป็นสิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณี หรือบุคคล หรือสถาบัน คุณค่าเพิ่มหรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคลหรือกรณีเรื่องราวใด ๆ

สุวรรณ แซ่เฮ้ง (2542, หน้า 13) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพพจน์ มุมมอง หรือสิ่งที่พบเห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ทำให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และเกิดความคิดรวบยอดที่มีต่อสถาบันองค์กร บุคคลหรือกรณีเรื่องราวที่เกิดขึ้น ตลอดจนการดำเนินงาน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ และภาพที่เกิดขึ้นนี้อาจจะเกิดประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้

Robinson and Barlow (1959, p. 22) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม

Robinson and Rubin (1976 อ้างถึงใน จรัสลักษณ์ ผลบริบูรณ์เจริญ, 2542, หน้า 14) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งภาพนั้นอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง หรือทางอ้อมของบุคคล สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ได้แก่ ญาติผู้ต้องขังที่มีต่อองค์การหรือสถาบัน ซึ่งได้แก่ เรือนจำกลางสมุทรปราการ

ความหมายของคำว่า Image ตามพจนานุกรม จะหมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่องทาง หรือภาพที่อยู่ในความนึกคิด พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้กำหนดให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” หรือ “จินตภาพ” แทน

Robinson and Barlow (1959 อ้างถึงใน นาวัน สันธุรัตน์, 2548, หน้า 14) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม ของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยิน ได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร (2537, หน้า 47) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ขององค์การมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์การทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์การต่าง ๆ ได้รับความสนใจ จากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสารมวลชน ทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับประทานอาหารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นประโยชน์การตัดสินใจ ถ้าองค์การใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และสนับสนุนร่วมมือให้องค์การนั้น ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์การใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้าน และการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์การ ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดี แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ง่าย เสมือนหนึ่งร่างกายของคนที่แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรค หากได้รับเชื้อโรคหรือมีอาการเจ็บป่วย อาการก็จะไม่ร้ายแรงและหายเร็วกว่าปกติ

ความหมาย IMAGE หรือภาพลักษณ์นั้น มีความสำคัญของคำต่าง ๆ (กรูบ้านนอก.คอม., 2550) ดังต่อไปนี้

I = Institution สถาบัน คือ ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ องค์กรที่เป็นสถาบันจะต้องมีตึกอาคารใหญ่และมีเพลง สถาบันมีโครงสร้าง การจัดการ ที่มีความเป็นปึกแผ่น คูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กรที่งามสง่า และสร้างศรัทธาได้ในระยะยาว

M = Management คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาด มีความคิดความงาม และมีผลงาน เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จะเห็นได้ว่าองค์กรระดับโลก เราจะคิดถึงคนที่เบอร์หนึ่ง เบอร์สอง หรือเบอร์สามได้อย่างดี สิ่งที่ทำให้ดีก็เป็นเพราะว่าผู้บริหารทุกท่านมีประสบการณ์และ Profile เป็นที่รู้จักยอมรับ เช่น เป็นอาจารย์รับเชิญมหาวิทยาลัย เป็นนักปราชญ์ทางด้านวิชาการที่เขียนหนังสือ ออกมามากมายหลายเล่มจนเป็นที่ที่ทุกคนยอมรับในฝีมือ กลับกันถ้าองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ทุกคน ร้องยี้ รับรองภาพลักษณ์นั้นก็สะท้อนมาในแง่ลบแน่นอน

A = Action หรือการกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภค จากสิ่งที่เราโฆษณาว่าดีที่สุด ของโทรศัพท์มือถือ ยอดเยี่ยมในการบริการ ครอบคลุมพื้นที่โดยทั่ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคถือมากว่า คนขายของอาจจะไม่ อาจจะไม่ได้จริงตามคำโฆษณาของผู้ผลิต ถือว่าเป็นการหลอกลวงโดยสิ้นเชิง ฉะนั้น การกระทำของเจ้าของสินค้ามักจะกลับมาฆ่าตัวเจ้าของเอง เพราะทุกคนไม่เชื่อถือองค์กร หรือบริษัทนั้น ๆ อีกต่อไป

G = Goodness ความดี ความงาม เป็นเรื่องขององค์กรที่เป็นคนคืออยู่ในสังคม เช่น ตรงไปตรงมา จ่าภาษีรัฐเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมาย หรือเป็นองค์กรต่างชาติ แต่มีการถ่ายทอดทักษะให้คนไทยอย่างต่อเนื่อง หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่เอาर्डเอาเปรียบ ผู้บริโภค ไม่โจมตีคู่แข่งอย่างไม่ถูกกติกา ตลอดจนเป็นคนดีในภาพรวมขององค์กร สะท้อนภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

E = Employee พนักงานขององค์กรเปรียบเหมือนทูตองค์กรที่จะเสริมความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับลูกค้า และกับสังคม พนักงานเปรียบเหมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจาย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าขาดการสื่อสารกับพนักงานที่ดี ขาดความเข้าใจต่างกัน ภาพลักษณ์ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบออกจากพนักงาน จะเป็นสิ่งที่ทุกคนจะฟัง เพราะเขาเหล่านั้นอยู่ใกล้ชิดกับองค์กรมากกว่าเพื่อน

จะเห็นได้ว่า Image หรือภาพลักษณ์องค์กรนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จ ขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรคณะกรรมการการเลือกตั้ง ประจำจังหวัดชลบุรี ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้า ของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อมวลชน ทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสาร เหตุการณ์

ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนร่วมมือให้องค์การนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร

สรุป ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิด ที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใจของคนเราน่า ดี/ ไม่ดี ชอบ/ ไม่ชอบ เชื่อถือ/ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย/ ไม่เห็นด้วย ฯลฯ ถ้าความคิดเห็นของคนส่วนมากเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์ขององค์การจะเป็นเช่นนั้น

ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์จำแนกออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ได้ 4 ประเภท (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2535, หน้า 49) ดังนี้ คือ

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัท หรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง และยังหมายรวมถึง ตัวหน่วยธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย
2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้า หรือบริการจำหน่าย
3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้า หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงองค์กรหรือบริษัท
4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หรือตราใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้าใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง เช่น จะซื้อกางเกงยีนส์ใช้สักตัวหนึ่ง แต่กางเกงยีนส์มีขายมากมายหลายยี่ห้อ ผู้ซื้อที่มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อยี่ห้อใดก็มักจะมีแนวโน้มที่จะซื้อยี่ห้อนั้น ๆ ทั้ง ๆ ที่บางทีกางเกงยี่ห้ออื่นอาจมีคุณภาพดีกว่า

นาวัน ลินธูรัตน์ (2548, หน้า 16) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ หรือความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบัน โดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหารผลิตภัณฑ์

และการประชาสัมพันธ์ก็จะเข้ามามีบทบาทด้วย โดยพื้นฐานของการทำงานแล้ว การรู้เขา-รู้เรา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งที่ช่วยพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญ สามารถทำให้สถาบัน หน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ ให้เกิดขึ้นในองค์กร สิ่งแรกที่จะต้องพิจารณา คือ ต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เขามององค์กร อย่างไร วิธีการที่จะทราบว่าภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของกลุ่มเป้าหมายของเรานั้น อาจจะได้ จากการสำรวจความคิดเห็น การทำวิจัย การสอบถาม สัมภาษณ์ การรับรู้ข้อมูลจากหลาย ๆ ฝ่าย ซึ่งจะประกอบเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะนำมากำหนดภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร

Gregory and Wiechmann (1991 อ้างถึงใน นาวิณ สินธุรัตน์, 2548, หน้า 17) ได้กล่าวถึง การสร้างภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. ได้รับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือนำมากำหนดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กร หน่วยงาน
2. ต้องกำหนดทิศทางให้ชัดเจนถึงเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริหาร จึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดแนวทาง
3. รู้จักตนเองว่าองค์กรหรือหน่วยงานมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร และภาพลักษณ์ที่ต้องการ ให้เกิดขึ้นคืออะไร
4. จุดเน้นต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรอยู่ คือ การเข้าใจงาน บทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน
5. การสร้างสรรค์งาน โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย ให้มากที่สุด
6. ความคงเส้นคงวา ความสม่ำเสมอในการสร้างภาพลักษณ์
7. การประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่ได้กระทำจริง หรือการปรับความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลือ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์

กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ (นาวิณ สินธุรัตน์, 2548, หน้า 17) ประกอบด้วย

1. สร้างให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันเป็นผลที่จะทำให้สถาบันเป็นที่เชื่อถือ
2. ปรับปรุงองค์กรในเรื่องการจัดการทั้งหมด
3. การวางเป้าหมายการตลาดล่วงหน้า เพื่อสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์
4. การเข้าไปมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อม
5. การสร้างสถาบันให้มีตำแหน่งที่ดีขึ้น

6. ดึงดูดใจลูกค้าที่มีคุณภาพในขณะที่เดียวกับที่ให้ความร่วมมือกับชุมชน

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรมิได้ดำเนินการใด ๆ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพที่องค์กรปรารถนาที่จะให้เป็น (ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536, หน้า 83) ไม่ว่าในกรณีใดภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจน มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ มาจากหลายช่องทาง มาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิดและรู้สึกได้ว่า องค์กร สินค้า และบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการสื่อสารที่ดี ภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์ ดังนั้น ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอสำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้ง และผ่านสื่อหลายช่องทาง

ภาพลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงได้ยาก หากภาพลักษณ์นั้นอยู่บนพื้นฐานของความจริง และเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ นักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เพียงแต่ยกให้เป็นภาพที่เด่นชัดขึ้น และเผยแพร่ให้เป็นที่รับทราบเท่านั้น เช่น องค์กรหนึ่งประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ เจ้าของและผู้บริหารงานล้วนเป็นคนไทย ซึ่งเมื่อผู้ใดได้รับทราบข้อมูลนี้มักจะเกิดความรู้สึกชื่นชม นักประชาสัมพันธ์สามารถนำลักษณะเด่นนี้ออกเผยแพร่ และด้วยเทคนิคการสื่อสารที่ดี จะทำให้กลายเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรได้ ภาพนี้จะคงทนตราบใดที่องค์กรนี้ยังเป็นของคนไทยและบริหารงานด้วยคนไทย

การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์บนความไม่จริง จะไม่เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก คนสามารถรับข้อมูลจากสื่อได้หลายช่องทาง โอกาสที่จะเปรียบเทียบและคัดเลือกข้อมูลมีมาก การปกปิดภาพที่แท้จริงเป็นไปได้ด้วยความลำบาก หากผู้บริโภคทราบว่ามี การสร้างภาพบนข้อมูลที่ปรุงแต่งขึ้นจะเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจ ไม่มั่นใจ ไม่พึงพอใจ และอาจขึ้นเป็นปฏิปักษ์กับองค์กรนั้นได้ ซึ่งทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องทำงานหนักขึ้น เพื่อตามแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบนี้

ขั้นตอนของกระบวนการเกิดภาพลักษณ์

ขั้นตอนในการสร้างภาพลักษณ์ โดยมีกระบวนการเกิดตามขั้นตอน ดังนี้

1. การมีข้อมูลที่จำเป็นโดยสมบูรณ์ ข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการทำประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถกำหนด

ภาพลักษณ์ที่เหมาะสมได้ ต่อเมื่อมีข้อมูลเกี่ยวข้องที่ครอบคลุม ครบถ้วน ถูกต้อง และจำนวนมากพอ ข้อมูลที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ ได้แก่

1.1 ข้อมูลภายในองค์กร เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เช่น นโยบาย เป้าหมาย การบริหารงาน ทั้งในเรื่องเงินและคน แผนการผลิตสินค้าและบริการ หรือแผนการตลาด เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้นักประชาสัมพันธ์เข้าใจงานขององค์กร รู้จักสินค้าและบริการของตนว่ามีคุณสมบัติอย่างไร มีการพัฒนาไปจากเดิมอย่างไร ซึ่งจะให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดภาพลักษณ์ได้อย่างสอดคล้องกับลักษณะขององค์กรสินค้าและบริการ นอกจากนี้เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักบุคลากรขององค์กรทุกระดับ บุคลากรภายในองค์กรเป็นกลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มหนึ่งของการทำประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หากต้องการให้บุคลากรภายในมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องหาวิธีที่จะสื่อสารกับบุคลากรเหล่านี้ให้ได้ โดยให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร

บุคลากรภายในที่มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ผู้บริหารองค์กร ซึ่งองค์กรที่มีภาพลักษณ์ดี คนในสังคมยอมรับ ผู้บริหารมักเข้ามามีบทบาทสร้างภาพลักษณ์นั้นด้วย ส่วนนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริหารหน่วยงานมีความเข้าใจ ให้ความสำคัญ และให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง

เนื่องจากการกำหนดภาพลักษณ์สามารถใช้ลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ องค์กร การบริหารงาน รวมทั้งผู้บริหารเป็นภาพลักษณ์ได้ทั้งสิ้น ดังนั้น ข้อมูลภายในองค์กรทุกส่วนงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ การบริหารงานบุคลากร ล้วนเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการกำหนดภาพลักษณ์

1.2 ข้อมูลภายนอกองค์กร เป็นปัจจัยที่จำเป็นสำหรับนักประชาสัมพันธ์ในการนำมาพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ข้อมูลภายนอกเหล่านี้ ประยุกต์จากแนวคิดปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตลาดของธงชัย สันติวงศ์ (2534, หน้า 52-56) ดังนี้

1.2.1 สภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ทศนคติ ความเชื่อ และวิถีปฏิบัติของคนส่วนใหญ่ วิถีชีวิตที่สืบทอดและที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป

1.2.2 สภาพเศรษฐกิจของประเทศ ชุมชน และบุคคลเป็นอย่างไร มีความเปลี่ยนแปลงและมีแนวโน้มจะเปลี่ยนไปในทิศทางใด เศรษฐกิจเป็นปัญหาหรือเงื่อนไขของผู้บริโภคหรือไม่

1.2.3 สภาพทรัพยากรธรรมชาติในปัจจุบันและอนาคต ความขาดแคลนทรัพยากรจะนำมาซึ่งปัญหาพลังงานและปัญหาอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร ทำให้มองเห็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่อาจจะกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร

1.2.4 การแข่งขันท้องถิ่น มีผู้ผลิตสินค้าและบริการประเภทเดียวกันมากน้อยเพียงใด เขามีความสามารถในการผลิตและมีขีดการจำหน่ายเป็นอย่างไร หากเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการของเขาแล้วเป็นเช่นไร สินค้าและบริการมีความเหมือนและความแตกต่างกันอย่างไร ได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไรบ้าง

1.2.5 การแข่งขันกับต่างประเทศ เช่นเดียวกับที่กล่าวมาแล้วในข้อ 4 หากแต่ขยายภาพข้อมูลให้กว้างขึ้นในระดับนานาชาติ ซึ่งมีความสำคัญหากเป็นสินค้าและบริการที่มีการจำหน่ายหรือให้บริการในต่างประเทศด้วย

1.2.6 กฎหมายและการเมือง เป็นข้อมูลภายนอกที่มีผลต่อองค์กรไม่มากนักน้อย องค์กรอาจต้องมีการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและการเมืองซึ่ง ส่งผลถึงการกำหนดหรือการวางกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ หรือประชาสัมพันธ์ อาจจะต้องปรับให้สอดคล้องด้วย

1.2.7 วิทยาการหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สินค้าและบริการ ต้องคอยติดตามหากเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีอยู่เสมอและเป็นไปอย่างรวดเร็ว หากองค์กรปล่อยปละละเลย ไม่ติดตาม อาจนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ล้าสมัย

1.2.8 การเมืองระหว่างประเทศ ข้อมูลส่วนนี้มีความจำเป็นเป็นพิเศษสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีเครือข่ายในต่างประเทศ การติดตามความเคลื่อนไหวของสภาพสังคมและการเมืองของต่างประเทศจะทำให้องค์กรมีข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

1.2.9 ลักษณะทางประชากร อายุ อัตราการเกิด หรือการตาย การย้ายถิ่น ล้วนเป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงลักษณะตลาดที่ชัดเจน นำไปสู่การวางแผนการสื่อสารได้แม่นยำขึ้น

1.3 รู้จักผู้บริโภค แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ ผู้บริโภคจะเป็นเสมือนหัวใจของการดำเนินงานขององค์กร Drucker (1954 อ้างถึงใน Kotler, 1997, p. 1) กล่าวไว้ว่า การตลาดเป็นเรื่องพื้น ๆ ที่ไม่สามารถพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนได้ ควรพิจารณาเป็นภาพรวมและดูที่ผลสุดท้าย ซึ่งเป็นผลที่มาจากมุมมองของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ตัดสินความสำเร็จของการตลาด คือ ผู้บริโภค มิใช่ผู้ผลิต Kotler (1997, p. 1) มีความเชื่อว่า ผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยผู้ปฏิบัติงานทุกระดับควรมีโอกาสสัมผัสผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดใหม่ เดิมมีความเชื่อว่า ผู้ปฏิบัติงานที่ต้องติดต่อกับผู้บริโภค (Front-line people) เท่านั้นที่ควรรู้จักผู้บริโภค ผู้บริหารไม่ว่าระดับกลาง (Middle man) หรือระดับสูง (Top management) ไม่จำเป็นต้องรู้จัก

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, หน้า 107-108) ประกอบด้วย

1. พฤติกรรม การกระทำ การแสดงออกในทางที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ พนักงานก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดี

2. การสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์สุจริต ไม่คดโกง ไม่ปลอมปน ไม่โกหกหลอกลวง ให้ประชาชนหลงผิด เกิดความเชื่อถือ การหลอกลวงทำให้เสื่อมศรัทธาของประชาชน

3. การเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง ปรับปรุง แก้ไขปัญหาสังคม การเสียดสีของหน่วยงานผู้บริหาร หรือพนักงานต่อสังคมส่วนรวม

4. การพิสูจน์ความจริง ข้อเท็จจริงให้ประจักษ์ต่อสังคม ถึงความถูกต้อง การให้บริการที่ดี

5. การประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่มากเกินไป รวมทั้งขาดรสนิยมที่ดี จะทำให้เสียภาพลักษณ์ ลักษณะภาพลักษณ์

ลักษณะของภาพลักษณ์ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, หน้า 107-108) ประกอบด้วย

1. ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์ การกระทำที่เกิดขึ้น ตามท่าทีความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อหน่วยงาน

2. ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้ว มักแก้ไขได้ยาก และจะติดต่อบีบทอดจากผู้รับมอบกิจการ การดำเนินการต่อไปได้ ทั้งทางที่ดีและไม่ดี

3. ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรม เกิดจากการเผยแพร่โฆษณาจะเกิดขึ้นเร็วและสลายได้เร็ว แต่ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำ การบริการแก่สังคม การสร้างสาธารณประโยชน์ ที่เป็นวัตถุสิ่งของ จะเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร

4. ภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ การให้ร้ายป้ายสี ถ้าพิสูจน์ความจริง ชี้แจงข้อเท็จจริง และการประพฤติปฏิบัติดีมาแต่หลังก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ประเภทนี้สลายไปรวดเร็ว ประชาชนจะยังเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้ทำมา เพียงแต่พิสูจน์และชี้แจงข้อเท็จจริงก็จะหายไปเอง เพราะข่าวลือกลัวข้อเท็จจริง

ส่วนประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดี อาจเกิดขึ้นจากหลายสิ่งหลายอย่างขององค์กร เช่น

1. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน
2. บทบาทในสังคมขององค์กรและของพนักงาน การพูด การเผยแพร่แนวความคิด
3. อาคารสถานที่ โอ้อ่า สะอาด หรือสกปรก
4. สินค้า ตราเครื่องหมาย
5. การบริการสะดวก เร็ว หรือช้า

6. การมุ่งมั่นทำความดี มีคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่ทอดทิ้ง

ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สังคมต้องการในความเห็นของอำนาจ วีรวรรณ (2540 อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, หน้า 107-108) นักวิชาการ ซึ่งมีประสบการณ์ทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน ระบุไว้ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก
2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ
4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนร่วม
5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง

ปริญญา เศรษฐมณี (2550, หน้า 21-28) ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

1. ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม
 2. ด้านการปฏิบัติงาน
 3. ด้านการรักษาระเบียบวินัย
 4. ด้านจริยธรรม
1. ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีที่ต้องการนั้นก็เพื่อที่จะสร้างศรัทธาให้แก่ประชาชนผู้พบเห็นได้เกิดความมั่นใจว่า โดยทั่วไปนั้นจะสามารถให้ประชาชนเข้าถึงข่าวสารการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับข่าวสารได้รวดเร็ว ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีได้สนใจเรื่องนี้เป็นพิเศษ โดยถือหลักว่า ถ้าได้บุคคลที่ดี มีความรู้ ความสามารถ และความประพฤติดีเข้ามาเป็นบุคลากรแล้วก็จะทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับ

จากลักษณะส่วนบุคคลและคุณสมบัติทำทีของบุคลากรที่ได้รับการฝึกอบรมมาดี จะทำให้เกิดความเชื่อถือนในตำแหน่งหน้าที่ มีอำนาจหน้าที่รักษากฎหมาย ไม่ว่าจะบุคลากรจะปรากฏตัว ณ ที่ใด ผู้ประกอบอาชีพไม่สุจริตหรือบุคคลผู้แสวงหาช่องทางและโอกาสกระทำโจรกรรม หรือกระทำความผิดอย่างอื่น ย่อมจะมีความยำเกรง ไม่กล้า หลีกเลียง หรือลี้ภัยความตั้งใจ อันไม่เป็นผลดีต่อสังคมตามที่ได้วางแผนและเตรียมการเอาไว้ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่บุคลากรทุกคนจะต้องรักษาคุณลักษณะทำทีของตนเองในที่สาธารณะไว้ให้มีความหมายและแสดงคุณค่าของบุคลากรให้ปรากฏอยู่ตลอดไป ในทุก ๆ สังคม ย่อมมีบุคคลประเภทหนึ่ง ซึ่งเราเรียกว่า “ผู้นำ” และบุคคลอีกประเภทหนึ่ง เรียกว่า “ผู้ตาม” ในหน่วยงานหรือองค์กรทั้งของเอกชนและรัฐบาล มักจะเรียก

บุคคลประเภทผู้นำว่า “ผู้บังคับบัญชา” และเรียกผู้ตามว่า “ผู้ใต้บังคับบัญชา” การปฏิบัติงานภายในองค์กรหรือความมีระเบียบเรียบร้อยภายในสังคม ย่อมเป็นผลสืบเนื่องมาจากสัมพันธภาพระหว่างผู้นำกับผู้ตามเป็นประการสำคัญ ศิลปะและวิธีการที่ผู้นำใช้ในการจูงใจหรือโน้มน้าวความคิดเห็นของผู้ตามนั้น ตามหลักวิชาการบริหารเรียกว่า “ประมุขศิลป์” หรือ Leadership ผู้นำ (Leader) เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งนี้ เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการ ดูแล และควบคุมให้บุคลากรขององค์กรปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ปัญหาที่เป็นที่สนใจของนักวิชาการและบุคคลทั่วไปอยู่ตรงที่ว่า ผู้นำทำอะไร หรือมีวิธีการนำอย่างไร จึงทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ตามเกิดความผูกพันกับงานแล้วทุ่มเทความสามารถและพยายามที่จะทำงานสำเร็จด้วยความเต็มใจ ผู้นำจึงต้องมีคุณลักษณะทั้งทางกายและหน้าที่ของความเป็นผู้นำ โดยผู้ศึกษาสามารถอธิบายดังนี้ คุณลักษณะของผู้นำ ต้องประกอบด้วย

1.1 ความเฉลียวฉลาด หมายถึง ความสามารถและทักษะทางการติดต่อสื่อสารที่ใช้ประโยชน์ในการจูงใจ เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือจากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา โดยทั่วไป ความเฉลียวฉลาดของผู้นำมีมากกว่าผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาเล็กน้อย

1.2 ความเจริญวัยทางสังคม หมายถึง ความสามารถรักษาความสงบใจของบุคคลไว้เมื่อแพ้ หรือประสบความสำเร็จ มีความเชื่อมั่นตนเองและความเคารพตนเอง และการให้ความสนใจในขอบเขตที่กว้าง

1.3 แรงจูงใจภายในและความต้องการความสำเร็จ หมายถึง การจูงใจภายในและการตอบสนองความต้องการระดับสูง

1.4 ทักษะคติทางมนุษย์สัมพันธ์ เป็นคำที่แสดงถึงการยอมรับว่าความร่วมมือของบุคคลเป็นสิ่งจำเป็นต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร ผู้นำจะต้องให้ความสำคัญกับบุคคลหน้าที่ของความเป็นผู้นำ

1.5 การชี้ขาด เมื่อสมาชิกขององค์กรขัดแย้งกันในทางเลือกต่าง ๆ บางครั้งผู้นำอาจจะยุติปัญหาด้วยการชี้ขาดหรือการตัดสินผลลัพธ์ด้วยตัวเอง ในเหตุการณ์ใด ๆ สิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การตัดสินใจต้องเป็นไปอย่างรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานต่อไปได้ โดยไม่หยุดชะงัก

1.6 การเสนอแนะ ผู้นำสามารถเสนอความคิดเห็นของเขาไปยังผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาของเขาได้โดยไม่ใช้คำสั่งโดยตรง ในขณะที่เดียวกันความภาคภูมิใจและความรู้สึกทางการมีส่วนร่วมของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชายังคงถูกรักษาไว้

1.7 การให้เป้าหมาย เป้าหมายขององค์กรไม่ได้เป็นไปอย่างอัตโนมัติ แต่เป้าหมายถูกให้โดยผู้นำในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เป้าหมายเหล่านี้ต้องเหมาะสมต่อองค์กรและยอมให้สมาชิกมีส่วนร่วมกำหนดเป้าหมายด้วยกัน

1.8 การกระตุ้น ในการเริ่มต้นหรือการเพิ่มการเคลื่อนไหวภายในองค์กร แรงดันเป็นสิ่งที่ต้องการ แรงดันสามารถให้โดยผู้นำได้ด้วยการกระตุ้นผู้ตามของเขาให้ทำงาน

1.9 การให้ความมั่นคง ด้วยการรักษาทัศนคติในทางที่ดีและมองโลกในแง่ดีไว้ เมื่อเผชิญกับปัญหา ผู้นำสามารถให้ความมั่นคงแก่ผู้ตามได้ ความมั่นคงมีความสำคัญต่อสมาชิกขององค์กรและถูกกระทบโดยทัศนคติของผู้นำ ทัศนคติของผู้นำไม่ว่าดีหรือไม่ดีจะถูกรับเอาไว้โดยผู้ตาม

1.10 การเป็นตัวแทน โดยปรกติผู้นำเป็นตัวแทนขององค์กรของเขาและเป็นสัญลักษณ์ขององค์กรด้วย บุคคลที่อยู่ภายนอกองค์กรอาจจะคิดถึงองค์กรในแง่ของความประทับใจผู้นำ ในทางที่ดี ความประทับใจผู้นำในทางที่ดีจะนำไปสู่ความประทับใจองค์กรในทางที่ดี

1.11 การคล้อย ความต้องการของมนุษย์อย่างหนึ่ง คือ ความต้องการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่มีคุณค่าและสำคัญ ด้วยการทำให้ผู้ตามของเขาเชื่อว่างานของพวกเขามีคุณค่าและสำคัญ ผู้นำจะคล้อยผู้ตามของเขาให้ยอมรับเป้าหมายขององค์กรอย่างกระตือรือร้นและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.12 การสรรเสริญ ความต้องการของมนุษย์อีกอย่าง คือ ความต้องการการยกย่อง ผู้นำสามารถช่วยตอบสนองความต้องการดังกล่าวนี้ โดยการสรรเสริญอย่างจริงจัง การทำให้ผู้ตามของพวกเขารู้ว่า พวกเขามีความสำคัญและงานของพวกเขาถูกชื่นชม

ดังนั้น ในฐานะของบุคลากรจำเป็นต้องเป็นผู้นำ จึงควรมีการสร้างความเป็นผู้นำให้กับตนเอง รู้จักตนเอง และสามารถสร้างคุณลักษณะของการเป็นผู้นำ ทำให้เกิดผู้ตามและนำมาซึ่งการพัฒนาองค์กร คณะขององค์กร หน่วยงาน ให้เกิดความก้าวหน้าตามเป้าหมายที่วางไว้ในที่สุด

2. ด้านการปฏิบัติงาน

หน้าที่ของบุคลากรนั้น เป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่า บุคลากรมีหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความสุจริต เทียงธรรม ภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งนั้น หากดูแต่เพียงผิวเผินก็อาจจะเห็นว่าไม่มีอะไรยุ่งยาก แต่ถ้าจะพิจารณากันตามความเป็นจริงและโดยการปฏิบัติงานต้องปฏิบัติงานในความรับผิดชอบได้ทุกพื้นที่เกี่ยวกับการเลือกตั้ง จะเลือกวันเวลา สถานที่ที่ไม่ได้ในบางครั้งแม้ชีวิตก็ต้องยอมเสียสละเพื่อประเทศชาติเมื่อมีการเลือกตั้ง การปฏิบัติงานในหน้าที่การปฏิบัติของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ได้แก่ การปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ประกาศ ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของคณะกรรมการการเลือกตั้ง

ในการจัดการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้บริหารภายในเขตอำนาจของตนต้องมีความโปร่งใสจากการบริหารงาน ให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนสิ้นสุดโดยสุจริตและเที่ยงธรรม

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทรับผิดชอบต่อการให้ความรู้ข่าวสารให้กับประชาชน และปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรจำเป็นต้องยึดมั่นอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ สุจริต และคุ้มครองให้ความเป็นธรรมแก่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึง

จะเห็นได้ว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีและประชาชนนั้นจะต้องเกี่ยวพันกันอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการปฏิบัติของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี มีหน้าที่ต่อการให้ความรู้ข่าวสารให้กับประชาชน

3. ด้านการรักษาระเบียบวินัย

วินัย คือ กฎข้อบังคับสำหรับควบคุมความประพฤติหรือระเบียบแบบแผนในการลงโทษผู้กระทำความผิด (ประเสริฐ เกสรมาลา, 2525 อ้างถึงใน บุญญสิทธิ ว่องไว, 2542, หน้า 56)

วินัยของของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี หมายถึง การที่บุคลากรต้องประพฤติตนเป็นผู้มีมารยาทอันดีงามตามแบบอย่างธรรมเนียมของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

วินัย โดยทั่วไป หมายถึง การฝึกรวมกาย วาจา และใจ ให้อยู่ในระเบียบแบบแผนที่ตั้งงาม เพื่อให้การอยู่ร่วมกันในสังคมนั้นเป็นไปด้วยความเรียบร้อย วินัยของแต่ละสังคมย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะความเป็นอยู่ของสังคมนั้น ๆ ความแตกต่างของวินัยบ่งบอกถึงความสำคัญของสังคมนั้นว่ามีความจำเป็นที่จะทำให้บุคคลที่อยู่ในสังคมได้มีการแสดงออกให้ปรากฏต่อสาธารณชนต่าง ๆ อย่างเดียวกันหรือมากที่สุดหรือไม่เพียงใดของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เป็นผู้มีความสำคัญในด้านการรักษากฎหมาย ต้องมีวินัยของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะยิ่งกว่าข้าราชการพลเรือนทั่วไป ตามที่บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีต้องประพฤติตนให้เป็นผู้มีมารยาทอันดีงามตามแบบอย่าง

ธรรมเนียมของตำรวจ เพื่อให้เป็นบุคคลที่มีวินัยตำรวจอย่างแท้จริงนั้น ต้องมีมารยาทอันดีงามตามแบบอย่างธรรมเนียมของของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี มีอย่างมากมายตามลักษณะงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย นับแต่การเข้ามาเป็นของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีต่าง ๆ เช่น งานอำนวยความสะดวก

งานจัดการเลือกตั้ง งานพรรคการเมือง งานการมีส่วนร่วม งานสืบสวนสอบสวน ไปจนถึง การบริหารงานของผู้บริหารระดับสูงนั้น สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้กำหนดระเบียบ หรือแบบธรรมเนียมไว้โดยชัดแจ้งแต่ละเรื่องในส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว ความมุ่งหมายที่สำคัญ ของการรักษาวินัย เพื่อให้มีการมีวินัยของของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ประจำจังหวัดชลบุรี

โดยสรุป คำว่า “วินัย” จึงเป็นรูปหนึ่งของจริยธรรมเป็นจริยธรรมในวงงาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการทางวินัย เพื่อเป็นกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ต้องปฏิบัติ หากฝ่าฝืน อาจต้องรับโทษ กล่าวอีกนัยหนึ่ง วินัย คือ การควบคุมความประพฤติให้อยู่ในระเบียบแบบแผน ที่กำหนด

ประเภทของวินัย การแบ่งประเภทของวินัยสามารถมองได้ตามความหมายดังนี้
มองในแง่ถ้อยคำ

“วิ” แปลว่า “ดี” หรือ “ต่าง”

“นัย” แปลว่า “ทาง” (คำนาม) “นำไป” (กริยา)

“วินัย” แปลว่า “เครื่องนำไปในทางที่ดี” ผู้มีวินัยจึงจะเป็นคนดี

สรุป “วินัย” แปลว่า “เครื่องนำไปให้มีความแตกต่าง” ผู้มีวินัยจะแตกต่างกับผู้ไม่มีวินัย เช่น กลุ่มคนถืออาวุธ ซึ่งมีวินัยอาจเป็นกองทหาร ส่วนกลุ่มคนถือ อาวุธที่ไม่มีวินัย อาจเป็นกองโจร

มองในแง่รูปลักษณะ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายของคำว่า “วินัย” ไว้ 2 ลักษณะ คือ ข้อปฏิบัติ และการอยู่ในแบบแผน

การมอง “วินัย” ในแง่รูปลักษณะเช่นนี้ จะทำให้มองเห็นวิธีสร้างวินัยว่ามี 2 ลักษณะ คือ สร้างปทัสถาน (Norm) แปลว่า แบบแผนสำหรับยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ ลักษณะหนึ่ง และสร้าง พฤติกรรม (Behavior) แปลว่า การแสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนอง ต่อสิ่งเร้าอีกลักษณะหนึ่ง

มองในแง่บทบาท ปิ่น มุกกันต์ (2541) อธิตอธิปติกรมการศาสนา เขียนไว้ในหนังสือ “มงคลชีวิต” ว่า “วินัย” เป็น “แบบของคน” ที่ปั้นหลอมคนให้เป็นคนดี การมองวินัยในแง่บทบาท เช่นนี้ จะทำให้เห็นว่าวินัยของคนต่างหมู่เหล่าอาจไม่เหมือนกัน อาจแตกต่างกันตามบทบาท ของแต่ละหมู่เหล่า

มองในแง่ลักษณะ Megginson (1968) เขียนไว้ในหนังสือ “Personnel and human resources administration” ว่า คำว่า “Discipline” มีความหมายที่มองได้หลายลักษณะ คือ

1. ในลักษณะที่เป็น “การควบคุมตนเอง” (Self-control) การมองในลักษณะนี้มุ่งไปที่การพัฒนาตนเองเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการ ซึ่งอาจเรียกว่า “อึดวินัย” (Self-discipline)
2. ในลักษณะที่เป็นเงื่อนไขที่ทำให้พฤติกรรมอันเป็นระเบียบเรียบร้อย (Condition for orderly behavior) การมองในลักษณะนี้มุ่งไปที่ทางควบคุมคนในองค์กรให้มีความเป็นระเบียบในพฤติกรรม โดยใช้วิธีสร้างเงื่อนไขชักนำต่าง ๆ เช่น สร้างขวัญและความสามัคคี เป็นต้น
3. ในลักษณะที่เป็น “กระบวนการทางนิติธรรม” (Judicial due process) การมองในแง่ที่มุ่งไปที่กระบวนการตามกำหนดกฎเกณฑ์ในการพิจารณาความผิดทางวินัย ซึ่งจะมีการออกกฎหรือระเบียบกำหนดการอันพึงปฏิบัติและห้ามมิให้ปฏิบัติ ทั้งกำหนดโทษของการฝ่าฝืนและการดำเนินการเพื่อการลงโทษ

มองในแง่การใช้บังคับ เมื่อการนำวินัยมาใช้บังคับกับคนจะมีคำพูดอยู่ 2 คำ คือ ผิดวินัย-ไม่ผิดวินัย และมีวินัย-ไม่มีวินัย โดยถ้าพูดว่า “ผิดวินัย” หรือ “ไม่ผิดวินัย” คำว่า “วินัย” จะหมายถึง “ข้อปฏิบัติที่วางไว้เป็นปทัสถานแห่งความประพฤติ” คือ ผิดข้อปฏิบัติหรือไม่ผิดข้อปฏิบัติ

สรุป การรักษาวินัยของของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี นับเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะเป็นเรื่องของการบังคับให้ของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง ภายใต้การควบคุมของผู้บังคับบัญชา ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเกี่ยวกับการพัฒนาตำรวจ ซึ่งนักบริหารงานตำรวจระดับต่าง ๆ จะต้องจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในปัจจุบันหรืออนาคต

4. ด้านจริยธรรม

หลักจริยธรรมของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี (Law enforcement code of ethics) นักจิตวิทยาสังคมเชื่อว่า มนุษย์ตามธรรมชาติเป็นผู้มีความเห็นแก่ตัว เข้าข้างตนเองและมุ่งประสงค์ต่อการแสวงหาความปลอดภัย ความมั่นคงสำเร็จสมหวังในชีวิต หรือเกียรติยศ ชื่อเสียง เพื่อยกฐานะตนเองให้เป็นที่ยกย่องของผู้อื่น อันเป็นเหตุผลผลักดันให้มนุษย์ใช้ความพยายามทุกวิถีทาง เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่พึงประสงค์ ในทำนองเดียวกัน การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในฐานะเจ้าหน้าที่และติดต่อกับประชาชนมากที่สุด มักจะตกอยู่ภายใต้ภาวะที่ล่อแหลมต่อความยุติธรรมที่อาจเบี่ยงเบน จะสามารถควบคุมได้โดยใช้กระบวนการจริยธรรมปฏิบัติเป็นกลไกส่งเสริมจิตใจบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีให้ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ

สอดคล้องกับค่านิยม วัฒนธรรม และศีลธรรมอันดีงามของสังคม โดยการบังคับใช้กฎหมายตามหลักจริยธรรม (Ethical law) ในฐานะที่จริยธรรมเป็นปรัชญาส่วนหนึ่งของกฎเกณฑ์ความประพฤติของมนุษย์ที่สำคัญยิ่ง 5 ประการ ดังนี้ คือ

1. จริยธรรมเป็นการศึกษาค้นคว้าความจริงเกี่ยวกับรูปแบบอย่างความประพฤติที่ดีเหมาะสมที่สุดของมนุษย์
2. จริยธรรมเป็นการศึกษาถึงที่มา บ่อเกิด แบบอย่างความประพฤติชอบหรือมิชอบ โดยการพิจารณาวินิจฉัยจากหลักประสบการณ์ หลักเหตุผล และหลักจิตสังหรณ์หยั่งรู้ของบุคคลประกอบเป็นกรณี ๆ ไป
3. จริยธรรมเป็นการศึกษาถึงรูปแบบการใช้มาตรการบังคับแทรกแซงทางศาสนา การเมือง และสังคม เป็นอุปกรณ์ควบคุมความประพฤติของมนุษย์ให้อยู่ในปทัสถานแบบอย่างความประพฤติอันเป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนรวม
4. จริยธรรมเป็นการศึกษาถึงสาเหตุแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมหรือความประพฤติของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ นักทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ ให้ความคิดเห็นว่าโดยสัญชาตญาณ มนุษย์มีแนวโน้มที่จะประพฤติตามใจตนเอง แต่การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมไปในรูปลักษณะใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบแห่งพลังจูงใจเป็นสื่อชักนำที่สำคัญ
5. จริยธรรมเป็นการพิจารณาเกี่ยวเนื่องตามหลักทฤษฎีจิตจำนงอิสระ (Free will) ซึ่งมีรากฐานมาจากแนวความเชื่อว่า การกระทำหรือละเว้นกระทำการใด ๆ ของบุคคล ย่อมขึ้นอยู่กับความประสงค์สมัครใจของบุคคลผู้ปฏิบัติพื้นฐาน จึงเป็นการชอบธรรมอย่างยิ่งที่ผู้กระทำนั้น ๆ จะได้รับผลตอบแทนจากการปฏิบัติของตนเองอย่างไม่บิดพลิ้ว

จริยธรรมของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี (The International Association of Chief of Police, 1957 อ้างถึงใน ประเสริฐ เมฆมณี, 2525, หน้า 103-105) ได้มีมติรับรองประกาศไว้อย่างชัดเจน มีข้อควรยึดถือเป็นหลักปฏิบัติประจำใจบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี คือ ในฐานะที่เป็นบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เคารพสิทธิเสรีภาพ เสมอภาค และความยุติธรรมของปวงชนตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ จึงต้องประพฤติชีวิตส่วนตัวไม่ให้เสื่อมเสีย เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ประชาชน และธำรงความซื่อสัตย์ ยุติธรรม มีมโนธรรมในการธำรงชีวิตส่วนตัว และจะรักษาความลับของทางราชการ เว้นแต่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และจะไม่ยินยอมให้การปฏิบัติหน้าที่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพล อันเป็นผลเกิดมาจากความลำเอียง อกติส่วนบุคคล จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล เหมาะสม เสริมสร้างศรัทธาของประชาชนต่อบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีตราบเท่าที่ได้ปฏิบัติหน้าที่

ด้วยความเชื่อตรงต่อหลักจริยธรรมของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำ
จังหวัดชลบุรี และจะปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มข้นให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์แห่งอุดมการณ์ของตำรวจ
และอุทิศตนให้แก่อาชีพตำรวจ

กล่าวโดยสรุป จริยธรรมจึงเป็นหลักปรัชญาแห่งการดำรงชีวิตประจำวันที่มีความหมาย
และความสำคัญเหมือนหนึ่งศาสนาของมนุษย์ในฐานะที่เป็นสื่อความหวัง ความเชื่อ ในคุณงามความดี
อันเป็นรากฐานสำคัญแห่งการประสานประโยชน์ของสังคม รวมทั้งเป็นการรักษาความสงบทางจิตใจ
ของบุคคล ฉะนั้น การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำ
จังหวัดชลบุรีที่ผ่านการกลั่นกรองอย่างมีเหตุผลภายใต้จิตสำนึกที่ผูกพันกับการใช้จริยธรรม
ของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต
ความรับผิดชอบ ความมีวินัยต่อตนเองและสังคม ย่อมเป็นคุณประโยชน์ส่งผลก้าวไปสู่สัมพันธภาพ
อันราบรื่นระหว่างของบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีกับ
ประชาชนในที่สุด

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Boulding (1975, p. 91) นักวิชาการชาวตะวันตกได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็น
ความรู้ เป็นความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจาก
(Subjective knowledge) ซึ่งประกอบด้วย ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้ให้รวมกันอยู่ โดยบาวด์ลิ่ง
ได้เสนอว่า บุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective knowledge) เป็นการสะสม
เกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบ ๆ ตัวเราที่ได้รับประสบ ความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลนี้ จึงเป็นที่รวม
ของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้น
ได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้นด้วย
ตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเข้าเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลก
และพฤติกรรมของเราจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มีเพียง
ประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัว ซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น และได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้น
เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความ
และให้ความหมายสำหรับตนเองเสมอ ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (Subjective
representation) ของสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้มา เป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted sensation)
หรือความประทับใจ ภาพปรากฏ (Appearance) ความคล้ายคลึงหรือเป็นการแทนความหมาย
ของการรับรู้ (Perception) กระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร ตีความ และให้ความหมาย

ต่อสิ่งต่าง ๆ นี้ คือ กระบวนการก่อเกิดจินตภาพ (Process of image) ซึ่งมักจะมีความสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

องค์ประกอบของภาพลักษณ์แยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในทางเป็นจริงองค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาด

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับจากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ ความรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้ จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

ความสำคัญของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรหรือหน่วยงานมิใช่น้อย โดยเป็นที่ยอมรับกันว่าการอยู่รอดของการดำเนินงานองค์กรขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์อยู่มิใช่น้อย หากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ให้ความไว้วางใจและให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้น ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ มีชื่อเสียงเสื่อมเสีย ประชาชนก็จะไม่ให้ความไว้วางใจ ไม่เชื่อถือ เกิดความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังหน่วยงานนั้นในที่สุด ซึ่งผลที่ตามมาก็คือหน่วยงานองค์กรนั้น ย่อมประสบอุปสรรค เกิดแรงต่อต้านจากบุคคลภายนอกองค์กร

Bernays (1961, p. 128) ได้กล่าวว่า หน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงาน องค์กรนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัยหรือเกลียดชัง รวมทั้งไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน

ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กรที่ย่อมสวยสดงดงาม เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ

ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์กรหรือสถาบันในสังคม ทั้งที่เป็นหน่วยงานของสถาบัน รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน และสาธารณสุขทางด้านช่วยเสริมสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นแก่กิจการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี หรืออาจจะดีกว่าที่เป็นอยู่เดิม เนื่องจากได้รับความเชื่อถือไว้วางใจปราศจากความเคลือบแคลงสงสัย รวมทั้งมีความประทับใจเกิดขึ้นในจิตใจของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง

ประเภทของภาพลักษณ์

Jefkins (1977, pp. 56-57) นักประชาสัมพันธ์ผู้มีชื่อเสียงชาวอังกฤษ ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ในเชิงการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple image) เป็นภาพลักษณ์ของหน่วยงานในสายตาของคนทั่วไป ซึ่งจะแตกต่างกันออกไป หรืออาจเป็นภาพลักษณ์ที่ตัวแทนขององค์กรหรือสถาบันทำให้เกิดขึ้น เช่น พนักงานขายของบริษัทแต่ละแห่ง ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทเหล่านั้นแตกต่างกันออกไป มีทั้งภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีต่อหน่วยงานแห่งเดียวกันนั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคน เป็นต้น

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบันที่กลุ่มชนมีต่อหน่วยงาน เช่น ภาพลักษณ์ไม่ดีของนักการเมือง ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของตำรวจ เป็นต้น ภาพลักษณ์ปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญมาก เพราะเป็นภาพลักษณ์ในปัจจุบันที่สะท้อนจุดยืนของหน่วยงานในขณะนั้น

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror image) เปรียบกับเวลาที่เราส่องกระจกก็จะเห็นภาพตนเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวยงาม สง่า หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ความนึกคิดของเขา เช่น ภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองว่าเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป ซึ่งโดยแท้จริงแล้วอาจเป็นการปักใจเชื่อที่ผิดก็ได้ หรือเป็นข้อผิดพลาดของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ไม่รายงานสถานะของภาพลักษณ์ที่แท้จริงให้ฝ่ายบริหารทราบ หรือเป็นข้อผิดพลาดของฝ่ายบริหารเองที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์รายงานให้ทราบแล้ว แต่ไม่สนใจหรือไม่ยอมเชื่อถือ

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish image) เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารต้องการให้เกิดขึ้นกับหน่วยงาน กับสินค้าหรือบริการ และพยายามทำทุกอย่าง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ปรารถนาขึ้น

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยตระหนักในความเป็นจริง และการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อต่าง ๆ และสื่อมวลชน รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ยากต่อการควบคุม และอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตน

และตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งมากเกินไปจนความเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and incorrect image) เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ และหรือกระบวนการสื่อสาร และหรือการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่งเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้ คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่จะต่างกันว่าภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/ บริการ (Product/ Service image) สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กร สินค้าหรือบริการบางอย่างอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี เช่น บุหรี่ หรือสถานอาบอบนวด แต่สินค้าหรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม เช่น ยาสีฟัน โรงพยาบาล ซึ่งสินค้าหรือบริการที่องค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือลบ หรือกลาง ๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์สินค้านี้ก็มีความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่กรณีเป็น “ตราสินค้า” “ยี่ห้อสินค้า” หรือ “Logo” “สัญลักษณ์” เช่น ตราสิงห์ ตราช้าง เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) เป็นภาพลักษณ์องค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กร โดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง บุคลากรมีคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional image) ซึ่งคล้ายกับภาพลักษณ์องค์กรดังข้างต้น เพียงแต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้าหรือการตลาด หรือตราสินค้าอะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

สำหรับบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เป็นภาพลักษณ์องค์กร เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม การเลือกตั้งด้วยความโปร่งใส สุจริต เทียบธรรม ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีจึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร

การสร้างภาพลักษณ์

หลักการสำคัญประการหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์ก็คือ จะต้องเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหาในยามเกิดเหตุการณ์วิกฤต การสร้างภาพลักษณ์จึงจำเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะเมื่อองค์กรได้สร้างภาพลักษณ์ไว้ดีแล้วก็เท่ากับวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นอนหนา เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น องค์กรย่อมไม่สั่นคลอนมากนักและสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้องค์กรมีเพื่อนที่พร้อมจะเข้าช่วยเหลือในยามวิกฤต

อย่างไรก็ตาม การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีมิใช่จะกระทำได้ง่าย เพราะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและพฤติกรรมหลายประการขององค์กร

องค์กรที่มีกิจกรรมหรือภารกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อสาธารณชนมักจะมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ เป็นองค์กรที่มีหน้าที่ในการจัดการเลือกตั้ง

แต่ทฤษฎีดังกล่าวนี้ไม่เป็นจริงเสมอไป เพราะแม้ว่าภาระหน้าที่ขององค์กรจะเอื้อประโยชน์ให้แก่ประชาชน แต่หากองค์กรมีพฤติกรรมที่ไม่สร้างความประทับใจแก่ประชาชน เช่น การบริการเลว เจ้าหน้าที่ใช้ภาษาไม่สุภาพ ไม่เอื้ออำนวยความสะดวก ค่าเช่า คอรัปชั่น ฯลฯ ในทางตรงกันข้าม องค์กรที่มีภารกิจที่สร้างความรู้สึที่ดีแก่ประชาชน มีพฤติกรรมที่ดี เช่น การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การบริการที่ดี การอำนวยความสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส ฯลฯ ก็ย่อมสร้างภาพที่ดีได้

ดังนั้น การที่จะแก้ไขวิกฤตการณ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพก็ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเสียก่อน

การสร้างภาพลักษณ์จริง ๆ แล้ว เกิดจากการกระทำขององค์กรหรืองานที่เราทำกันอยู่เป็นประจำนั่นเอง แต่เราไม่ควรมองปล่อยให้ภาพลักษณ์เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ซึ่งองค์กรขนาดใหญ่ยังต้องคำนึงถึงการปรุงแต่ง การเตรียมสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นระบบ เป็นไปตามความเป็นจริง เพราะการปล่อยให้ภาพลักษณ์เป็นไปตามธรรมชาติ อาจทำให้ลักษณะที่แท้จริงขององค์กรที่ปรากฏสู่สายตาของประชาชนไม่ตรงกับงานหรือบิดเบือนไปได้

ภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการเป็นภาพลักษณ์ที่ดูอย่างถาวร ไม่ใช่เป็นภาพลักษณ์ชั่วคราวตามฤดูกาล ดังนั้น ในการบริหารงานสร้างภาพลักษณ์จึงต้องถือเป็นเรื่องสำคัญ การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ภาพลักษณ์ที่ดูอย่างถาวร คือ ภาพลักษณ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง การสร้างภาพลักษณ์กับพฤติกรรมขององค์กรจะต้องสอดคล้องกันและการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง

ภาพลักษณ์ที่ดีจะต้องเกิดจากผลของการกระทำอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน สม่ำเสมอ และด้วยวิธีการหลายอย่าง โดยอิงความถูกต้องและความเป็นจริง

อย่างไรก็ตาม แม้จะสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้นแล้ว สิ่งที่ต้องการไม่ควรมองข้ามก็คือ ความรู้สึกนึกคิดของคนเรานั้นมักจะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ซึ่งในสังคมที่มีการสื่อสารหลายรูปแบบเกิดขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ ย่อมจะกระทบไปสู่มวลชนมากขึ้น ทำให้เกิดการตื่นตัว ดังนั้น องค์กรจึงต้องไหวทันต่อความรู้สึกของประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายขององค์กรและกลุ่มมหาชนทั่วไป

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดี มีการกระทำอย่างต่อเนื่อง และต้องอาศัยเวลาในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย การสร้างภาพลักษณ์ไม่สามารถกระทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วหรือในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อยและค่อย ๆ สะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนฝังรากฐานแน่นหนาในจิตใจและทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบัน ควรยึดหลักดังนี้ (เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ, 2533, หน้า 80)

1. ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่อง หรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาเส้นทางและการวางแผนดำเนินการในขั้นต่อไป การค้นหานี้ อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กรหรือสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เช่น อาจถามตนเองว่าสถาบันคืออะไร ทำอะไร จุดยืนของสถาบันคืออะไร และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใด หรือต้องการให้เกิดความรู้สึกนึกคิด มีท่าทีต่อหน่วยงานสถาบันของเราอย่างไรบ้าง เป็นต้น หลังจากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผน เพื่อดำเนินงานต่อไป

3. คิดหัวข้อ (Theme) ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้คือ เนื้อหาข่าวสารที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน หัวข้อเหล่านี้อาจใช้คำขวัญ (Slogan) หรือข้อความสั้น ๆ ที่กินความและชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญ คือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจและมีอิทธิพลโน้มน้าวชัดจงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่เราต้องการ

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากหลักทั้ง 4 ข้อดังกล่าวข้างต้นแล้ว การสร้างภาพลักษณ์ที่ดียังมีส่วนประกอบต่าง ๆ อีกหลายประการ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่สมบูรณ์ คือ

1. บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม เป็นข้อสำคัญที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ เพราะจะเป็นสิ่งแรกที่กระทบกับความรู้สึกของคนส่วนใหญ่เมื่อแรกพบเห็น เพราะจะก่อให้เกิดความประทับใจ ความนิยมเลื่อมใส น่าเชื่อถือมากหรือน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะท่าที การแต่งกายที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การพูดจา สิ่งเหล่านี้สร้างและเรียนรู้ได้หากต้องการ ซึ่งบุคคล องค์กร หรือสถาบันจะต้องรู้ถึงจุดดี จุดบกพร่อง หรือจุดอ่อนของตนหรือหน่วยงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การใฝ่หาความรู้ศึกษาให้เข้าใจถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการให้ได้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายจะต้องอาศัยความมีชั้นเชิงในการพูดและการกระทำที่โน้มน้าวใจคนด้วยวิธีการ และเทคนิคที่นุ่มนวล ข้อสำคัญ คือ ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เสมอ และมีไหวพริบ วิจารณ์ญาณ โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์หรือการแสดงออก ซึ่งมีความละเอียดอ่อนมากกว่าปกติ

2. เทคนิคที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ ต้องเป็นเทคนิคที่มีประสิทธิภาพสูงพอที่จะดึงดูดความสนใจ หรือมีอิทธิพลที่จะโน้มน้าวชักจูงให้คนทั่วไปเกิดภาพลักษณ์ตามที่เรากำลังต้องการ เพราะในบางกรณีการสร้างภาพลักษณ์นั้นต้องแข่งขันกับข่าวสารของหน่วยงานอื่นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ น่าประทับใจลูกค้า เป็นต้น ซึ่งหากใครทำให้ประชาชนสนใจได้ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะส่วนตัวหรือโดยรวม การเข้าถึง และสื่อความเข้าใจจะเป็นไปได้ไม่ยาก เทคนิคที่ใช้อาจเป็นสื่อต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้ใช้นำมาพิจารณาถึงความเหมาะสมก่อนที่จะเผยแพร่สู่มวลชน

3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความศรัทธาอย่างแรงกล้าในการทำงานร่วมกับบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย และศรัทธาดังกล่าวจะต้องมั่นคงสม่ำเสมอในทุกสถานการณ์ สามารถเข้ากับกลุ่มชนทั่วไปได้ เป็นอย่างดี รวมไปถึงกริยามารยาท ท่าทางที่น่าประทับใจในการติดต่อกับบุคคลหลายประเภท สนใจในผู้อื่นมากกว่าตนเอง และไม่นำตนเองเป็นหลักในการดำเนินงานหรือตัดสินใจ

ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีมีความจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของประชาชนด้วยวิธีการองค์ประกอบต่าง ๆ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น รวมทั้งจะต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนั้นไว้ให้ได้ตลอดไป ทั้งนี้ เพราะภาพลักษณ์ในจิตใจของประชาชนสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยง่าย

ข้อมูลทั่วไปสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ที่ตั้ง

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี 339 ถนนนารณมตเสวี 1
ตำบลเสม็ด อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 20000 E-mail chonburi@ect.go.th โทร 0-3846-7891
โทรสาร 0-3846-7892

ผู้อำนวยการการเลือกตั้ง

ผู้อำนวยการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี คือ นายสมควร มั่นคง

การจัดองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

การจัดองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

1. งานอำนวยการ ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดแผนงาน โครงการ แผนปฏิบัติงาน

การจัดทำคำของบประมาณ รายจ่าย รวมทั้งการประสานงานด้านแผน การติดตาม ประเมินผล และ
จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด ประสานงาน
กับส่วนงาน ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นในการรวบรวมข้อมูล สถิติ ตัวเลขจัดทำระบบข้อมูล
สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานและการเผยแพร่ดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุครุภัณฑ์
วัสดุอุปกรณ์ และการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด
ตรวจสอบเอกสารเพื่อเบิกจ่ายเงิน บันทึกบัญชี และรายงานบัญชีแยกประเภทดำเนินการเกี่ยวกับการ
การควบคุมตรวจสอบการมาปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้างของจังหวัด ตลอดจนข้อมูล
ด้านบุคคลเบื้องต้น

2. งานจัดการเลือกตั้ง ประสานงานและดำเนินการจัดให้มีการเลือกตั้งตามกฎหมาย

ประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา การออกเสียงประชามติ
ตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการออกเสียงประชามติ การเลือกตั้งตามกฎหมายว่าด้วย
การเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น

3. งานการมีส่วนร่วม ประสานงานและดำเนินการส่งเสริมการมีส่วนร่วมใน

กระบวนการเลือกตั้ง เสนอความเห็นเกี่ยวกับการรับรององค์กรเอกชน ตรวจสอบการเลือกตั้ง
ดำเนินการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการปกครอง
ระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

4. งานพรรคการเมือง ประสานและดำเนินการสนับสนุนกิจการของพรรคการเมือง

และสาขาพรรคการเมืองในเขตพื้นที่

5. งานสืบสวนสอบสวน ดำเนินการสืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายเลือกตั้งตามที่คณะกรรมการการเลือกตั้ง และสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง มอบหมาย

คณะกรรมการการเลือกตั้ง

คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

1. นายธีระพันธุ์ แก่นจันทร์ ปช.กต.จว.ชลบุรี รับผิดชอบงานอำนวยการ
2. นายมานิตย์ อธิเรกกุลลักษณ์ กต.จว.ชลบุรี รับผิดชอบงานพรรคการเมือง
3. นางอชลิยา นิยมไทย กต.จว.ชลบุรี รับผิดชอบงานจัดการเลือกตั้ง
4. พันตำรวจเอกพิสิฎฐ์ โปยรุ่งโรจน์ กต.จว.ชลบุรี รับผิดชอบงานสืบสวนสอบสวน
5. นายกิตติ ตติยเกียรติถาวร กต.จว.ชลบุรี รับผิดชอบงานการมีส่วนร่วม

ข้อมูลพื้นฐานด้านการปกครอง

1. จังหวัดชลบุรี แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอบางละมุง อำเภอศรีราชา อำเภอสัตหีบ อำเภอพนัสนิคม อำเภอบ้านบึง อำเภอเกาะสีชัง อำเภอบ่อทอง อำเภอพานทอง อำเภอหนองใหญ่ และอำเภอเกาะจันทร์
2. การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี มีการปกครองในรูปขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งเทศบาลเมือง 10 แห่ง เทศบาลตำบล 35 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 50 แห่ง และการปกครองท้องถิ่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณก วิโรจน์ศรีกุล (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนยังมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในระดับน้อยมาก สื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ รองลงมา คือ สื่อบุคคลและโทรทัศน์ ทางด้านทัศนคติของประชาชนต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลาง และมีภาพลักษณ์ต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นบวก รวมทั้งการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของประชาชนมีความสัมพันธ์กัน ส่วนด้านปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียน เป็นภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุงเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในระดับน้อย แต่ภาพลักษณ์ในสายตาประชาชนที่มีต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้นยังคงอยู่ในระดับบวก ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเด่นในด้านการเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เก่ง มีความพร้อมด้านการเรียนการสอน เป็นมหาวิทยาลัย แห่งแรกของประเทศ เป็นสถาบันที่ประชาชนยอมรับในฐานะเป็นผู้นำทาง

การศึกษา ภาพลักษณ์อีกด้านหนึ่งของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีแต่คน ร่ำรวย มีสังคมที่เลิศจุฬาร ในด้านการบำเพ็ญประโยชน์และรับใช้สังคมมีน้อย

จิตลาวัลย์ บุณนาค (2539, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในสายตาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับดี โดยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน เพราะสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้ สามารถ จะเลือกคณะที่ต้องการและสาขาวิชาที่มีคุณภาพดี เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ภาพลักษณ์ ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ มหาวิทยาลัย เอกชนนั้น มีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การปฏิบัติอย่างเพียงพอ ในขณะที่ภาพลักษณ์เชิงลบ คือ การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา

พรรณี อังสกุล (2543, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่พัสดุในสายตา ของผู้ประกอบการจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับระเบียบในงานที่ติดต่อในระดับปานกลาง ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่พัสดุในสายตา ผู้ประกอบการอยู่ในระดับดี ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่พัสดุ คือ ความถี่ในการติดต่อกับสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบทจังหวัดสงขลา ระหว่างปี พ.ศ. 2541-2543 โดยผู้ประกอบการที่มีความถี่ในการติดต่อแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่พัสดุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทการติดต่อ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบในงานที่ติดต่อ และประสบการณ์ที่ติดต่อกับหน่วยงานอื่น โดยเมื่อทดสอบสมมติฐานแล้ว พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เพชรณีย์ อุดมสินสิริกุล (2551) ได้วิจัย ภาพลักษณ์ในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี พบว่า ประชาชนเห็นว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี มีภาพลักษณ์องค์การธรรมาภิบาล ทั้ง 6 หลัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากผลการวิจัยภาพลักษณ์ในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ในหลักนิติธรรม, หลักคุณธรรม จัดอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ปฏิบัติงาน โดยใช้กฎหมายและกฎข้อบังคับได้ ทันสมัยและเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสังคม อันจะทำให้สังคมยินยอมพร้อมใจกันปฏิบัติตาม กฎหมาย และกฎข้อบังคับด้านหลักความมีส่วนร่วม อยู่ในระดับน้อยที่สุด รองลงมา ด้านความโปร่งใส ระดับรองลงมา ด้านหลักความรับผิดชอบ และเนื่องจากภาพรวมภาพลักษณ์ธรรมาภิบาล ในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรียังอยู่ในระดับน้อย ควรจะประชาสัมพันธ์ ผลงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ พัฒนาบุคลากร

ควรใช้วิธีฝึกอบรมและศึกษาดูงาน กำหนดกลุ่มประชากรเพิ่มขึ้น ควรเพิ่มระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ควรศึกษาเรื่องผู้นำการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี

ลักษณะ วัฒนธรรม (2552) ได้วิจัย การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู โดยรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านการยอมรับ อันดับที่สอง คือ ด้านการปฏิบัติงาน และอันดับที่สาม คือ ด้านความศรัทธา การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู โรงเรียนชลราษฎรอำรุง จำแนกตามสถานภาพ อายุราชการ และวุฒิการศึกษา ภาพลักษณ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีภาพลักษณ์บางด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแต่ละด้าน มีดังนี้

1. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามเพศ พบว่า ข้าราชการครูที่มีเพศต่างกัน มีภาพลักษณ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามเพศเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อ ด้านความศรัทธา ด้านความยอมรับ ด้านบุคลิกภาพ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านการปฏิบัติงาน มีภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามอายุราชการ พบว่า ข้าราชการครูที่มีอายุราชการต่างกัน มีภาพลักษณ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามอายุราชการเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อ ด้านความศรัทธา ด้านความยอมรับ ด้านบุคลิกภาพ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านการปฏิบัติงาน มีภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า ข้าราชการครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีภาพลักษณ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามวุฒิการศึกษาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อ ด้านความศรัทธา ด้านความยอมรับ ด้านบุคลิกภาพ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านการปฏิบัติงาน มีภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการวิจัยพบว่า ระดับภาพลักษณ์โรงเรียนชลราษฎรอำรุง ตามการรับรู้ของข้าราชการครู โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี

มโนพร รัชตะหิรัญ (2543, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพานิชยการ จริยสุนิทวงศ์ในสายตาผู้ปกครอง พบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพานิชยการจริยสุนิทวงศ์ โดยภาพรวมเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุด คือ ด้านทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน รองลงไป คือ ด้านกิจการนักเรียนนักศึกษา ด้านหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน

อดิษฐ์ นิมิตรสถาพร (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตา ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับศาลปกครองแตกต่างกัน ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสาร ของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อศาลปกครอง และยังมีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตาประชาชน นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตา ของประชาชน คือ เป็นองค์กรที่มีความยุติธรรม ให้ความเป็นธรรม ในขณะที่ภาพลักษณ์ในทางลบ ของศาลปกครองในสายตาประชาชนส่วนใหญ่ คือ ศาลปกครองยังมีความคลุมเครือในบทบาทหน้าที่ ส่วนภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง คือ ศาลปกครองเป็นองค์กรอิสระที่ตั้งใหม่ อีกทั้งระดับภาพลักษณ์โดยรวม ของศาลปกครองในสายตาประชาชนเป็นกลาง โดยภาพลักษณ์ศาลปกครองด้านบวกที่สูงที่สุด คือ ประเด็นองค์กรที่มีความโปร่งใสในการทำงาน และประเด็นที่เป็นองค์กรทางการเมืองที่มีความน่าเชื่อถือ

รัตนา ปัญญาดี (2542, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาประชาชนและสื่อมวลชน พบว่า ภาพลักษณ์รวมของสำนักงาน อัยการสูงสุดในสายตาประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกภาพลักษณ์แต่ละด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ด้านบทบาทและการปฏิบัติงานอยู่ในระดับไม่ดี ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรและการบริการ และภาพลักษณ์ด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพลักษณ์ผู้บริหารอยู่ในระดับดี ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยสื่อมวลชน ตั้งข้อสังเกตว่า สำนักงานอัยการสูงสุดขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและควรทำงานเพื่อประชาชน อย่างจริงจัง

สิริวิมล ปันณราช (2540) ศึกษาถึงภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในมุมมองของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนสายอาชีวศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 550 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample random sampling) ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ที่คล้ายคลึงกัน คือ มีความสนใจจะเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งเหตุผลในการตัดสินใจเข้าศึกษา ใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ พิจารณาชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สอบเข้ามหาวิทยาลัย ของรัฐไม่ได้ และความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ ในด้านการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์

เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ คือ โทรทัศน์ รองลงมา คือ แผ่นพับและหนังสือพิมพ์ ส่วนที่ได้รับข่าวสารน้อยที่สุด คือ สื่อพิเศษ เช่น ที่คั่นหนังสือ ปากกา เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รับข่าวสารผ่านการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การแนะแนวศึกษาต่อตามโรงเรียน มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การจัดโครงการต่าง ๆ ของสถาบัน และการจัดกิจกรรมเพื่อช่วยสังคม ของมหาวิทยาลัยเอกชน

ปริญา เศรษฐมณี (2550) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธร อำเภอบึงน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอบึงน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธร อำเภอบึงน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เนื้อหา จากแบบสอบถามปลายปิด สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชากรมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธร อำเภอบึงน้ำร้อน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธร อำเภอบึงน้ำร้อน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ในด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาระเบียบวินัย และด้านจริยธรรม และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชากรที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระยะเวลาในการอยู่อาศัยในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา มีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary research) โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมจากตำรา สิ่งพิมพ์ วารสาร งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ โดยนำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของการอธิบายเชิงพรรณนา (Descriptive method) เพื่อให้การศึกษานี้มีความถูกต้องที่สุด

2. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ในเรื่อง ภาพลักษณ์การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาจากประชากรที่อยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา มีประชากรทั้งหมด 25,905 คน ตามข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาลเมืองอ่างศิลา, 2558)

กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนอาศัยในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา โดยใช้สูตรคำนวณของ Yamana (1967 อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, หน้า 284) ที่ระดับความเชื่อมั่น

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในการศึกษาครั้งนี้ให้เท่ากับ 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 393 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการใช้วิธีคำนวณจากสูตรของทอโรยามาเน่ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกำหนดให้เท่ากับ 0.05

โดยแทนค่าลงในสูตรดังนี้

$$n = \frac{25,905}{1+25,905(0.05)^2}$$

$$n = 393$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม
2. ด้านการปฏิบัติงาน
3. ด้านการรักษาระเบียบวินัย
4. ด้านจริยธรรม

โดยจะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ดีมาก	ให้คะแนน	4 คะแนน
ดี	ให้คะแนน	3 คะแนน
ไม่ค่อยดี	ให้คะแนน	2 คะแนน
ไม่ดี	ให้คะแนน	1 คะแนน

การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบบสอบถามภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดวิจัย และนิยามตัวแปรในการวิจัย และศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือและเอกสารวิจัยต่าง ๆ

2. สร้างแบบสอบถามโดยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดวิจัย และครอบคลุมตัวแปรของการวิจัยทั้งหมด

3. จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบแบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ผู้เชี่ยวชาญ

3 ท่าน

4.1 ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา

4.2 นายป๋องปรากการ สุนุช รองผู้อำนวยการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

4.3 นางสาวพร สมบูรณ์ทรัพย์ หัวหน้างานการมีส่วนร่วม

เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรที่จะนำมาศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบารซ์

(Cronbach'alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.79 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไปได้

6. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือขอความอนุเคราะห์จากมหาวิทยาลัยบูรพาไปยังสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อขอความร่วมมือและขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามไปดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 คน ด้วยตนเอง พร้อมกับอธิบายการตอบแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย
5. จากเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 400 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน และมีความสมบูรณ์จำนวน 396 ชุด

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาความถี่ ร้อยละ อธิบายลักษณะส่วนบุคคลของประชากร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อบอกถึงลักษณะของข้อมูลทั่วไปโดยการบรรยายเชิงพรรณนา แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย
2. ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา โดยใช้สถิติ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการบอกลักษณะของข้อมูล โดยการบรรยายเชิงพรรณนา แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) นำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติ t-test เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างตัวแปร และค่าสถิติ One-way ANOVA เพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปรของภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

เกณฑ์การแปลความหมาย

การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยระดับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายไว้ 4 ระดับ โดยแบ่งช่วงคะแนนในแต่ละระดับออกเป็นอันตรภาคชั้น (Class interval) ที่มีช่วงชั้นเท่า ๆ กัน ดังนี้ (ลือชัย วงษ์ทอง, 2555, หน้า 91)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\ &= \frac{4-1}{4} \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยมี ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ระดับภาพลักษณ์
3.26-4.00	มีระดับภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี
2.51-3.25	มีระดับภาพลักษณ์อยู่ในระดับค่อนข้างดี
1.76-2.50	มีระดับภาพลักษณ์อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี
1.00-1.75	มีระดับภาพลักษณ์อยู่ในระดับไม่ดี

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ในทัศนะของประชาชนใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบุคลิกภาพ และการเป็นผู้ นำทางสังคม 2) ด้านการปฏิบัติงาน 3) ด้านการรักษาระเบียบวินัย 4) ด้านจริยธรรม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 396 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare means)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้ นำทางสังคม ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการรักษา ระเบียบวินัย และด้านจริยธรรม

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	156	39.39
หญิง	240	60.61
รวม	396	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ตั้งแต่ 20 ปีลงมา	12	3.03
21 ปี-30 ปี	56	14.14
31 ปี-40 ปี	153	38.64
41 ปี-50 ปี	125	31.57
51 ปี-60 ปี	36	9.09
มากกว่า 60 ปี	14	3.54
รวม	396	100.00
รายได้/ ต่อเดือน		
ตั้งแต่ 5,000 บาท/ เดือนลงมา	25	6.31
5,001-10,000 บาท/ เดือน	125	31.57
10,001-15,000 บาท/ เดือน	159	40.15
15,001-20,000 บาท/ เดือน	46	11.62
21,001 บาทขึ้นไป	41	10.35
รวม	396	100.00
อาชีพหลัก		
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	10.86
รับจ้างทั่วไป	92	23.23
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	131	33.08
เกษตรกร	66	16.67
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	27	6.82
พนักงานบริษัทเอกชน	37	9.34
รวม	396	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา		
ต่ำกว่า 1 ปี	23	5.81
1 ปี-2 ปี	39	9.85
3 ปี-4 ปี	189	47.73
5 ปี-6 ปี	73	18.43
7 ปีขึ้นไป	72	18.18
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป มีดังนี้

เพศของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.61 รองลงมา เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.39

อายุของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 31 ปี-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.64 รองลงมา มีอายุระหว่าง 4 ปี-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.57 ช่วงอายุ 21 ปี-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.14 ช่วงอายุ 51 ปี-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.09 ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.54 และช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีลงมา คิดเป็นร้อยละ 3.03

รายได้ต่อ/เดือนของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่รายได้ 10,001-15,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 40.15 รองลงมา รายได้ 5,001-10,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.57 รายได้ 15,001-20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 11.62 รายได้ 21,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.35 และรายได้ตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือน ลงมา คิดเป็นร้อยละ 6.31

อาชีพหลักของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 38.08 รองลงมา รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 23.23 เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 16.67 รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.86 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 9.34 และนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.82

ระยะเวลาของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา 3 ปี-4 ปี คิดเป็นร้อยละ

47.73 รองลงมา ระยะเวลา 5 ปี-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.43 ระยะเวลา 7 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.18
ระยะเวลา 1 ปี-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.85 และระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.81

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ
การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี**

ตารางที่ 3 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติ
ของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม

ด้านบุคลิกภาพ	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี							
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
1. วางตนเหมาะสม น่าเคารพนับถือ เช่น แต่งกาย เรียบร้อย เหมาะสมกาลเทศะ พุดจาสุภาพ เป็นต้น	248 (62.63)	143 (36.11)	5 (1.26)	-	3.61	0.51	ดี	3
2. เจ้าหน้าที่ให้การบริการกับประชาชนทุกระดับชั้น อย่างเสมอภาค	288 (72.73)	75 (18.94)	33 (8.33)	-	3.64	0.63	ดี	2
3. เจ้าหน้าที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการรับ และช่วยแก้ปัญหาได้	309 (78.03)	38 (9.60)	48 (12.12)	1 (0.25)	3.65	0.70	ดี	1
4. มีความสามารถและทักษะทางการที่ใช้ประโยชน์ใน การจูงใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือทุกฝ่าย	246 (62.12)	66 (16.67)	81 (20.45)	3 (0.76)	3.40	0.83	ดี	5
5. มีมนุษยสัมพันธ์ต่อบุคคลทั้งภายในและภายนอก องค์กรในระดับสูง	241 (60.86)	91 (22.98)	64 (16.16)	- (0.25)	3.45	0.76	ดี	4
	ภาพรวม				3.55	0.37	ดี	

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาด้านบุคลิกภาพ พบว่า โดยภาพรวมการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.55, SD = 0.37$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้

เจ้าหน้าที่ที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการรับและช่วยแก้ปัญหาได้ พบว่า ภาพลักษณ์ปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.65, SD = 0.70$) เป็นอันดับ 1

เจ้าหน้าที่ให้บริการกับประชาชนทุกระดับชั้นอย่างเสมอภาค พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.64, SD = 0.63$) เป็นอันดับ 2

วางตนเหมาะสม นำเคารพนับถือ เช่น แต่งกายเรียบร้อย เหมาะสมกาลเทศะ พุดจาสุภาพ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.61, SD = 0.51$) เป็นอันดับ 3

มีมนุษยสัมพันธ์ต่อบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กรในระดับสูง พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.45, SD = 0.76$) เป็นอันดับ 4

มีความสามารถและทักษะทางการที่ใช้ประโยชน์ในการจูงใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือทุกฝ่าย พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.40, SD = 0.83$) เป็นอันดับ 5

ตารางที่ 4 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติ
ของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านการปฏิบัติงาน

ด้านการปฏิบัติงาน	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี							
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
1. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในพื้นที่ได้อย่าง มีประสิทธิภาพและทั่วถึง	263 (66.41)	59 (14.90)	74 (18.69)	-	3.48	0.79	ดี	2
2. การบริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั่วถึง และยุติธรรม โปร่งใส เทียบธรรม	177 (44.70)	193 (48.74)	26 (6.57)	-	3.38	0.61	ดี	5
3. มีการอำนวยความสะดวกสบายในการติดต่อ สอบถาม และรับเรื่องแจ้งความร้องเรียนต่าง ๆ	235 (59.34)	115 (29.04)	46 (11.62)	-	3.48	0.70	ดี	2
4. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเรียนร้อยรวดเร็ว รวมถึงการ ปฏิบัติในสำนักงานภายในเวลาตามที่มีระเบียบกำหนด	232 (58.59)	93 (23.48)	70 (17.68)	1 (0.25)	3.40	0.78	ดี	4
5. การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปด้วยความเที่ยงธรรม และยุติธรรมต่อประชาชน	280 (70.71)	77 (19.44)	39 (9.85)	-	3.60	0.66	ดี	1

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ด้านการปฏิบัติงาน	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
	6. มีการติดตามงานที่ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ จนผลงานสำเร็จเรียบร้อย	246 (70.71)	53 (19.44)	97 (9.85)				
7. มีความละเอียด รอบคอบ และสามารถตรวจสอบ การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	268 (67.68)	26 (6.57)	102 (25.76)	-	3.42	0.87	ดี	3
ภาพรวม					3.45	0.49	ดี	

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาด้านการปฏิบัติงาน พบว่า โดยภาพรวมภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.45$, $SD = 0.49$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้

การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปด้วยความเที่ยงธรรมและยุติธรรมต่อประชาชน พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.66$) เป็นอันดับที่ 1

ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 0.79$) เป็นอันดับที่ 2

มีการอำนวยความสะดวกสบายในการติดต่อสอบถามและรับเรื่องแจ้งความร้องเรียนต่าง ๆ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 0.70$) เป็นอันดับที่ 2

มีความละเอียด รอบคอบ และสามารถตรวจสอบการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.42$, $SD = 0.87$) เป็นอันดับที่ 3

ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเรียนร้อยรวดเร็ว รวมถึงการปฏิบัติในสำนักงานภายในเวลาตามที่มีระเบียบกำหนด พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.40$, $SD = 0.78$) เป็นอันดับที่ 4

มีการติดตามงานที่ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนผลงานสำเร็จเรียบร้อย พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.38$, $SD = 0.85$) เป็นอันดับที่ 5

การบริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั่วถึง และยุติธรรม โปร่งใส เที่ยงธรรม พบว่าภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.38$, $SD = 0.61$) เป็นอันดับที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติ
ของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านการรักษาระเบียบวินัย

ด้านการรักษาระเบียบวินัย	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี							
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
1. บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ	230 (58.08)	103 (26.01)	63 (15.91)	-	3.42	0.75	ดี	7
2. การแต่งกายของบุคลากรถูกต้องตามระเบียบ ข้อบังคับ สุภาพ และเรียบร้อย	228 (57.58)	138 (34.85)	30 (7.85)	-	3.50	0.63	ดี	4
3. รักษาชื่อเสียงของบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต	299 (75.51)	72 (18.18)	24 (6.06)	1 (0.25)	3.69	0.59	ดี	1
4. อุทิศเวลาของตนให้กับองค์กรอย่างเต็มกำลัง ความสามารถ	255 (64.39)	81 (20.45)	66 (15.15)	-	3.49	0.74	ดี	5
5. สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลและตั้งใจปฏิบัติ หน้าที่ตามกฎหมายและระเบียบแบบแผนของ กกต.	231 (58.33)	117 (29.55)	48 (12.12)	-	3.45	0.70	ดี	6

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ด้านการรักษาระเบียบวินัย	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
	6. สามารถสร้างความเชื่อมั่นการปฏิบัติงานให้กับ ประชาชนได้	275 (69.44)	94 (23.74)	26 (6.57)				
7. ไม่กระทำการหาผลประโยชน์ อันอาจทำให้ เสียความเที่ยงธรรม	253 (63.89)	102 (25.76)	41 (10.35)	-	3.53	0.68	ดี	3
ภาพรวม					3.53	0.31	ดี	

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาด้านการรักษาระเบียบวินัย พบว่า โดยภาพรวมภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านการรักษาระเบียบวินัย อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.31$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้

รักษาชื่อเสียงของบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.59$) เป็นอันดับที่ 1

สามารถสร้างความเชื่อมั่นการปฏิบัติงานให้กับประชาชนได้ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 0.62$) เป็นอันดับที่ 2

ไม่กระทำการหาผลประโยชน์อันอาจทำให้เสียความเที่ยงธรรม พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.68$) เป็นอันดับที่ 3

การแต่งกายของบุคลากรถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับ สุภาพ และเรียบร้อย พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.50$, $SD = 0.63$) เป็นอันดับที่ 4

อุทิศเวลาของตนให้กับองค์กรอย่างเต็มกำลังความสามารถ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 0.74$) เป็นอันดับที่ 5

สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลและตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายและระเบียบแบบแผนของ กกต. พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.45$, $SD = 0.70$) เป็นอันดับที่ 6

บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.42$, $SD = 0.75$) เป็นอันดับที่ 7

ตารางที่ 6 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีในทัศนคติ
ของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านจริยธรรม

ด้านจริยธรรม	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี							
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
1. บุคลากรเป็นผู้ยึดมั่นในศีลธรรมอันดี	263 (66.41)	81 (20.45)	34 (8.59)	18 (4.55)	3.49	0.83	ดี	5
2. บุคลากรเป็นผู้มีความซื่อสัตย์ สุจริต	292 (73.74)	65 (16.41)	38 (9.60)	1 (0.25)	3.63	0.66	ดี	3
3. บุคลากรเป็นผู้ประพฤติตนตามประเพณีอันดีงาม ของสังคม	287 (72.47)	90 (22.73)	19 (4.80)	-	3.68	0.56	ดี	1
4. บุคลากรมีความเสียสละทั้งเวลา แรงกาย และแรงใจ ห่มเทากำลังความสามารถอย่างเต็มที่	228 (57.58)	130 (32.83)	38 (9.60)	-	3.48	0.67	ดี	6
5. บุคลากรปฏิบัติตนเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมอันดี	301 (76.01)	49 (12.37)	46 (11.62)	-	3.64	0.68	ดี	2
6. บุคลากรเป็นผู้มีมานะอดทน	262 (66.16)	78 (19.70)	56 (14.14)	-	3.52	0.73	ดี	4

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านการรักษาระเบียบวินัย	ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี				\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	ดี	ค่อนข้างดี	ไม่ค่อยดี	ไม่ดี				
	7. บุคลากรเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อเวลา และหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ	279 (70.45)	93 (23.48)	24 (6.06)				
8. บุคลากรเป็นผู้วางตนเหมาะสมตามกาลเทศะ	237 (59.85)	86 (21.72)	62 (15.66)	11 (2.78)	3.39	0.85	ดี	7
	ภาพรวม				3.56	0.40	ดี	

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาด้านจริยธรรม พบว่า โดยภาพรวมระดับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านการรักษาระเบียบวินัย อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 0.40$) เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้

บุคลากรเป็นผู้ประพฤติตนตามประเพณีอันดีงามของสังคม พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.68$, $SD = 0.56$) เป็นอันดับที่ 1

บุคลากรปฏิบัติตนเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมอันดี พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.68$) เป็นอันดับที่ 2

บุคลากรเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อเวลาและหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.59$) เป็นอันดับที่ 2

บุคลากรเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.66$) เป็นอันดับที่ 3

บุคลากรเป็นผู้มีมานะอดทน พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.52$, $SD = 0.73$) เป็นอันดับที่ 4

บุคลากรเป็นผู้ยึดมั่นในศีลธรรมอันดี พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.49$, $SD = 0.83$) เป็นอันดับที่ 5

บุคลากรมีความเสียสละ ทั้งเวลา แรงกาย และแรงใจ ทุ่มเทกำลังความสามารถอย่างเต็มที่ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.48$, $SD = 0.67$) เป็นอันดับที่ 6

บุคลากรเป็นผู้วางตนเหมาะสมตามกาลเทศะ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.39$, $SD = 0.85$) เป็นอันดับที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนคติของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านจริยธรรม

ด้านจริยธรรม	ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ประจำจังหวัดชลบุรี			
	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. ด้านบุคลิกภาพ	3.55	0.37	ดี	2
2. ด้านการปฏิบัติงาน	3.44	0.49	ดี	4
3. ด้านการรักษาระเบียบวินัย	3.53	0.31	ดี	3
4. ด้านจริยธรรม	3.56	0.40	ดี	1
ภาพรวม	3.52	0.29	ดี	

จากตารางที่ 7 ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า โดยภาพรวมด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.52, SD = 0.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านจริยธรรมต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.55, SD = 0.40$) เป็นอันดับที่ 1

ด้านภาพรวมบุคลิกภาพต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.55, SD = 0.37$) เป็นอันดับที่ 2

ด้านภาพรวมการรักษาระเบียบวินัยต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.53, SD = 0.31$) เป็นอันดับที่ 3

ด้านภาพรวมการปฏิบัติงานต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.44, SD = 0.49$) เป็นอันดับที่ 4

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบเพศของประชาชนที่ต่างกันมีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

เพศ	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	156	3.54	0.27	0.76	0.451
หญิง	240	3.51	0.29		

สมมติฐานที่ 1 เพศของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากตารางที่ 8 การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
ประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติค่า t-test พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีทัศน
ต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน
($t = 0.76$, Sig. = 0.451) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบอาชีพของประชาชนที่ต่างกันมีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

อายุ	Df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5	5.036	1.007	14.326	0.000*
ภายในกลุ่ม	390	27.418	0.070		
รวม	395	32.453			

* $P < .05$

สมมติฐานที่ 2 อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน โดยในสถิติ One-way ANOVA
ในการหาค่าความแตกต่างของภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
จำแนกตามอายุ พบว่า อาชีพของอายุที่ต่างกัน มีทัศนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ
การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ($F = 14.326$, Sig. = 0.000*) อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทำการจับรายคู่ตามสูตร LSD ได้ดังนี้

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบคู่อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

อายุ	\bar{X}	ตั้งแต่ 20 ปี ลงมา	21 ปี-30 ปี	31 ปี-40 ปี	41 ปี-50 ปี	51 ปี-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ตั้งแต่ 20 ปีลงมา	3.59	-	-0.22024*		0.25573*	0.22222*	
21 ปี-30 ปี	3.72		-	0.23266*	0.47597*	0.44246*	0.41071*
31 ปี-40 ปี	3.57			-	0.24332*	0.20980*	
41 ปี-50 ปี	3.39				-		
51 ปี-60 ปี	3.46					-	
มากกว่า 60 ปี	3.51						-

จากตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบระหว่างอายุของประชาชนที่ต่างกัน
มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ตั้งแต่ 20 ปีลงมา	แตกต่างไปจาก	21 ปี-30 ปี
ตั้งแต่ 20 ปีลงมา	แตกต่างไปจาก	41 ปี-50 ปี
ตั้งแต่ 20 ปีลงมา	แตกต่างไปจาก	51 ปี-60 ปี
21 ปี-30 ปี	แตกต่างไปจาก	31 ปี-40 ปี
21 ปี-30 ปี	แตกต่างไปจาก	41 ปี-50 ปี
21 ปี-30 ปี	แตกต่างไปจาก	51 ปี-60 ปี
31 ปี-40 ปี	แตกต่างไปจาก	มากกว่า 60 ปี
31 ปี-40 ปี	แตกต่างไปจาก	41 ปี-50 ปี
31 ปี-40 ปี	แตกต่างไปจาก	51 ปี-60 ปี

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบอาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

อาชีพ	Df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5	3.149	0.630	8.383	0.000*
ภายในกลุ่ม	390	29.304	0.075		
รวม	395	32.453			

*P < .05

สมมติฐานที่ 3 อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากตารางที่ 11 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน โดยในสถิติ One-way ANOVA
ในการหาค่าความแตกต่างของภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน (F = 8.383, Sig. = 0.000*)
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทำการจับรายคู่ตามสูตร
LSD ได้ดังนี้

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบรายค่าชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป	ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.71	-					
รับจ้างทั่วไป	3.59		0.12020*	0.27420*	0.18131*	0.14350*	0.25916*
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	3.43		-	0.15400*			0.13896*
เกษตรกร	3.52				-		
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	3.56					-	
พนักงานบริษัทเอกชน	3.45						-

จากตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบระหว่างอาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ดังนี้

รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แตกต่างกัน	รับจ้างทั่วไป
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แตกต่างกัน	ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แตกต่างกัน	เกษตรกร
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แตกต่างกัน	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แตกต่างกัน	พนักงานบริษัทเอกชน
รับจ้างทั่วไป	แตกต่างกัน	ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
รับจ้างทั่วไป	แตกต่างกัน	พนักงานบริษัทเอกชน
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	แตกต่างกัน	เกษตรกร
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	แตกต่างกัน	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบรายได้ของประชาชนที่ต่างกันมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

รายได้	Df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	1.654	0.414	5.251	0.000*
ภายในกลุ่ม	391	30.799	0.079		
รวม	395	32.453			

*P < .05

สมมติฐานที่ 4 รายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน โดยในสถิติ One-way ANOVA ในการหาค่าความแตกต่างของภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน (F = 5.251, Sig. = 0.000*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบรายคู่รายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

รายได้	\bar{X}	ตั้งแต่ 5,000 บาท/ เดือนลงมา	5,001-10,000 บาท/เดือน	10,001-15,000 บาท/เดือน	15,001-20,000 บาท/เดือน	20,001 บาทขึ้นไป
ตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือนลงมา	3.61	-	0.15520*		0.37583*	0.37190*
5,001-10,000 บาท/เดือน	3.58		-		0.22063*	0.21670*
10,001-15,000 บาท/เดือน	3.52			-	0.26418*	0.26025*
15,001-20,000 บาท/เดือน	3.42				-	
20,001 บาทขึ้นไป	3.40					-

จากตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ตั้งแต่ 5,000 บาท/ เดือนลงมา	แตกต่างกันไปจาก	5,001-10,000 บาท/ เดือน
ตั้งแต่ 5,000 บาท/ เดือนลงมา	แตกต่างกันไปจาก	15,001-20,000 บาท/ เดือน
ตั้งแต่ 5,000 บาท/ เดือนลงมา	แตกต่างกันไปจาก	20,001 บาทขึ้นไป
5,001-10,000 บาท/ เดือน	แตกต่างกันไปจาก	15,001-20,000 บาท/ เดือน
5,001-10,000 บาท/ เดือน	แตกต่างกันไปจาก	20,001 บาทขึ้นไป
10,001-15,000 บาท/ เดือน	แตกต่างกันไปจาก	15,001-20,000 บาท/ เดือน
10,001-15,000 บาท/ เดือน	แตกต่างกันไปจาก	20,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

ระยะเวลา	Df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	0.833	0.208	2.576	0.037*
ภายในกลุ่ม	391	31.620	0.081		
รวม	395	32.453			

*P < .05

สมมติฐานที่ 5 ระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน โดยในสถิติ One-way ANOVA ในการหาค่าความแตกต่างของภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระยะเวลา พบว่า ระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน (F = 2.576, Sig. = 0.37) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบรายคู่รายระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์
ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

ระยะเวลา	\bar{X}	ต่ำกว่า 1 ปี	1 ปี-2 ปี	3 ปี-4 ปี	5 ปี-6 ปี	7 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 1 ปี	3.61	-				0.37729*
1 ปี-2 ปี	3.61		-			0.32735*
3 ปี-4 ปี	3.49			-		0.23545*
5 ปี-6 ปี	3.56				-	0.22268*
7 ปีขึ้นไป	3.49					-

จากตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ต่ำกว่า 1 ปี	แตกต่างไปจาก	7 ปีขึ้นไป
1 ปี-2 ปี	แตกต่างไปจาก	7 ปีขึ้นไป
3 ปี-4 ปี	แตกต่างไปจาก	7 ปีขึ้นไป
5 ปี-6 ปี	แตกต่างไปจาก	7 ปีขึ้นไป

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระยะเวลา ในทัศนของประชาชนใน 4 ด้าน 1) ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม 2) ด้านการปฏิบัติงาน 3) ด้านการรักษาระเบียบวินัย 4) ด้านจริยธรรม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 396 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare means)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาระเบียบวินัย และด้านจริยธรรม

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนมากเป็นกลุ่มอายุ 31-40 ปี มีรายได้ 10,001-15,000 บาท/ เดือน มากที่สุด มีอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว เป็นส่วนมาก และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา 3 ปี-4 ปี เป็นส่วนใหญ่

ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า โดยภาพรวมด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

ด้านจริยธรรมต่อภาพลักษณ์การปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 1

ด้านภาพรวมบุคลิกภาพต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2

ผลการศึกษาด้านบุคลิกภาพ พบว่า โดยภาพรวมการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

เจ้าหน้าที่ที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการรับและช่วยแก้ปัญหาได้ พบว่า ภาพลักษณ์การปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 1

เจ้าหน้าที่ให้บริการกับประชาชนทุกระดับชั้นอย่างเสมอภาค พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2

ผลการศึกษาด้านการปฏิบัติงาน พบว่า โดยภาพรวมภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปด้วยความเที่ยงธรรมและยุติธรรมต่อประชาชน พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 1

ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2

ผลการศึกษาด้านการรักษาระเบียบวินัย พบว่า โดยภาพรวมภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านการรักษาระเบียบวินัย อยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

รักษาชื่อเสียงของบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 1

สามารถสร้างความเชื่อมั่นการปฏิบัติงานให้กับประชาชนได้ พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2

ผลการศึกษาด้านจริยธรรม พบว่า โดยภาพรวมระดับภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในด้านการรักษาระเบียบวินัย อยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

บุคลากรเป็นผู้ประพฤติตนตามประเพณีอันดีงามของสังคม พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 1

บุคลากรปฏิบัติตนเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมอันดี พบว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับดี เป็นอันดับที่ 2

การเปรียบเทียบเพศของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

เพศชายและเพศหญิง มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี พบว่า โดยภาพรวมด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับดี โดยมีความสอดคล้องกับแนวคิดของปริญญา เศรษฐกรมฤทธิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชากรมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอโป่งน้ำร้อน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของลัทธนา วัฒนะ (2552) ได้วิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี จากการวิจัยพบว่า ระดับภาพลักษณ์โรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ของข้าราชการครู โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี

เพศชายและเพศหญิง มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของลัทธนา วัฒนะ (2552) ได้วิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ของข้าราชการครู

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ของข้าราชการครู จำแนกตามเพศ พบว่า ข้าราชการครูที่มีเพศต่างกัน มีภาพลักษณ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน

อายุที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำ จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องของลักษณะ วัฒนธนะ (2552) ได้วิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี พบว่า อายุของข้าราชการครูโรงเรียนชลราษฎรอำรุง มีภาพลักษณ์ของโรงเรียน ชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ จำแนกตามสถานภาพอายุ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสอดคล้อง กับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของปริญญา เศรษฐกรมฤทธิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรอำเภอ โป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี พบว่า อาชีพประชาชนที่ต่างกัน มีภาพลักษณ์ ข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอ โป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน

รายได้ของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการศึกษา ต่างไปจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของลักษณะ วัฒนธนะ (2552) ได้วิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน ชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ข้าราชการครูที่มีรายได้ต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่างกัน มีภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ของข้าราชการครู ไม่แตกต่างกัน

ระยะเวลาของประชาชนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการศึกษา ต่างไปจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของลักษณะ วัฒนธนะ (2552) ได้วิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ข้าราชการครูที่มีอายุราชการต่างกัน มีภาพลักษณ์ ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุงตามการรับรู้ของข้าราชการครู ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด ชลบุรี ในทัศนคติของประชาชนจังหวัดชลบุรีนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีควรมีนโยบายให้ความรู้กับ เจ้าหน้าที่ รวมทั้งจัดอบรมภาพลักษณ์ในทุก ๆ ด้าน เพื่อเป็นการให้เจ้าหน้าที่ตระหนักถึงความสำคัญ

ของบุคลิกภาพ การปฏิบัติงาน การรักษาระเบียบวินัย และจริยธรรม อันจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี

2. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี มีนโยบายการทำงานด้วยความโปร่งใส เป็นไปตามระเบียบ ระบบ และข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการวิจัยภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านบุคลิกภาพ พบว่า คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ควรมีการจัดอบรมด้านบุคลิกภาพ เรื่องการแต่งกายให้เหมาะสม

และการปฏิบัติตนให้เหมาะสม เพื่อให้เจ้าหน้าที่เห็นเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพที่ดีและน่าเชื่อถือ

2. จากผลการวิจัยภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านการปฏิบัติงาน พบว่า คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ทำงานเป็นไปตามระเบียบ ระบบ และข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

3. จากผลการวิจัยภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านการรักษาระเบียบวินัย พบว่า คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจแก่เจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติตามระเบียบและธรรมเนียมอันดีของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งความขยันหมั่นเพียรในหน้าที่ จะทำให้ประชาชนมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีด้านการรักษาวินัยดียิ่งขึ้น

4. จากผลการวิจัยภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ด้านจริยธรรม พบว่า คณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ควรมีการจัดกิจกรรมให้สร้างจิตสำนึกให้แก่เจ้าหน้าที่ เพราะเจ้าหน้าที่ควรมีความซื่อสัตย์สุจริต ความเมตตากรุณาให้แก่ประชาชน ให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ปฏิบัติงานตามระเบียบ กฎหมาย และข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ส่งเสริมศีลธรรมอันดี

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. นอกจากศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรีของงานแต่ละด้าน เพื่อจะได้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนมากขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรกำหนดกลุ่มประชากรเพิ่มขึ้นและเวลาในการเก็บข้อมูล เนื่องจากยังมีเรื่องที่น่าสนใจ

บรรณานุกรม

- กมล นาคสมบุรณ์. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียน โรงเรียนเอกชน ในจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- กรกนก วิโรจน์ศรีกุล. (2546). *ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ. (2533). *การสร้างภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ. (2540). *การสร้างและรักษาภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- ครูบ้านนอก.คอม. (2550). *การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.kroobannok.com/>
- จรัสลักษณ์ ผลบริบูรณ์เจริญ. (2542). *ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดหางานเอกชนกับการใช้บริการของผู้หางาน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์การพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตลาวัณย์ บุญนาค. (2539). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลาย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. (2537). *การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อินท์ไทม์เทรค.
- เทศบาลเมืองอ่างศิลา. (2558). *แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2556-2560)*. เข้าถึงได้จาก <http://angsilacity.go.th/public/>
- ธงชัย สันติวงศ์. (2534). *การวางแผน*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นาวิน สินธุรัตน์. (2548). *ภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจราชกร สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมืองตราด จังหวัดตราด*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- บุญญลิตี วี่องไว. (2542). *ภาพลักษณ์ของข้าราชการตำรวจภูธรจังหวัดชลบุรี*. ปัญหาพิเศษ
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ,
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประจวบ อินออด. (2532). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประจวบ อินออด. (2537). *ภาวะวิกฤติและการแก้ไข ในภาพพจน์อันสำคัญยิ่ง: การ
ประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- ประเสริฐ เมฆมณี. (2525). *หลักทันทวิทยา*. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ปริญญา เดชธรรมฤทธิ์. (2550). *ภาพลักษณ์ข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรอำเภอโป่งน้ำร้อน
จังหวัดจันทบุรี*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป,
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิ่น มุกข์กันต์. (2541). *พุทธวิธีครองใจคน*. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์บุ๊ค.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). *การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2537). *ภาพพจน์อันสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*.
กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- พรรณี อังสกุล. (2543). *ภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่พัสดุในสายตาผู้ประกอบการ*. ภาคนิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 8)*.
กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- เพชรณี อุดมสินศิริกุล. (2551). *ภาพลักษณ์ในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การ
บริหารส่วนจังหวัดชลบุรีตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี*.
ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการ
บริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มโนพร รัชตะหิรัญ. (2543). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพณิชยการจรัญสนิทวงศ์ในสายตาผู้ปกครอง*.
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา,
บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2526). *โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในโลกของการประชาสัมพันธ์*.
กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2537). *เส้นทางนักบริหาร*. กรุงเทพฯ: มณีทัศน์.

- รัตนา ปัญญาดี. (2542). *ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุด ในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ลัดดา วัฒนะ. (2552). *การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ลือชัย วงษ์ทอง. (2555). *เอกสารประกอบการสอนวิชาการเปรียบเทียบวิธีวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์*. ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2535). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ศศิพรรณ บิลมาโนช. (2538). *การศึกษาปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์(ร.ส.พ.)*. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สมบุญ ต้นสกุล. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี หลักสูตรอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 3(2), 13-39.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2550). *รายงานผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ประจำปีงบประมาณ 2550*. ชลบุรี: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.
- สำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี. (2554). *รายงานสถิติจำนวนประชากร และจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2554 ของสำนักงานเทศบาลเมืองอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี*. ชลบุรี: สำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี.
- สิริวิมล ปันณราช. (2540). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนสายอาชีพศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สุทธวรรณ แสงดอกไม้. (2550). *ภาพลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวรรณา แซ่เฮง. (2542). *ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของชาวกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แสงเดือน อินทร์ลือ. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาของนักเรียนในเขตอำเภอเมืองพะเยา*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

อดิษฐ นิमितสถาพร. (2544). *ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bernays, E. L (1961). *Your future in public relations*. New York: Richard Rosen Press.

Boulding, K. E. (1975). *The image: Knowledge in life and society*. Michigan: The University of Michigan.

Gove, P. B. (1976). *Webster's third new international dictionary*. Massachusetts: G&C Merriam Company.

Jefkins, F. (1977). *Planned press and public relations*. London: International Textbook

Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning implementation and control*. (9th ed.). New Jersey: Asimmon & Schuster.

Megginson, L. C. (1968). *Human resources: Cases and concepts*. New York: Harcourt, Brace & World.

Robinson, C., & Barlow, W. (1959). Corporate image-fad, or the real McCoy. *Public Relations Journal*, 15, 10-13.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

คำชี้แจงประกอบการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบงานนิพนธ์ของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี ในทัศนะของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา โดยแบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา

คำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและนำข้อมูลไปวิเคราะห์เป็นภาพรวมเพื่อการวิจัย และจะนำผลที่ได้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี เขตเทศบาลเมืองอ่างศิลา ต่อไป

- 4 หมายถึง มีภาพลักษณ์ดีมาก
- 3 หมายถึง มีภาพลักษณ์ดี
- 2 หมายถึง มีภาพลักษณ์ไม่ค่อยดี
- 1 หมายถึง มีภาพลักษณ์ไม่ดี

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามเหล่านี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ _____ (1) ชาย _____ (2) หญิง

2. อายุ

_____ (1) ตั้งแต่ 20 ปี ลงมา _____ (2) 21 ปี-30 ปี

_____ (3) 31 ปี-40 ปี _____ (4) 41-50 ปี

_____ (5) 51-60 ปี _____ (6) มากกว่า 60 ปี

3. รายได้/ เดือน

- _____ (1) ตั้งแต่ 5,000 บาท/ เดือนลงมา _____ (2) 5,001-10,000 บาท/ เดือน
 _____ (3) 10,001-15,000 บาท/ เดือน _____ (4) 15,001-20,000 บาท/ เดือน
 _____ (5) 20,001 บาทขึ้นไป

4. อาชีพหลัก

- _____ (1) รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ _____ (2) รับจ้างทั่วไป
 _____ (3) ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว _____ (4) เกษตรกร
 _____ (5) นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา _____ (6) พนักงานบริษัทเอกชน

5. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

- _____ (1) ต่ำกว่า 1 ปี _____ (2) 1 ปี-2 ปี
 _____ (3) 3 ปี-4 ปี _____ (4) 5 ปี-6 ปี

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดชลบุรี
 ในทัศนของประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองอ่างศิลา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ และเติมลงในช่องว่างที่เป็นคำตอบตรงกับความคิดเห็นของท่าน
 ตามสภาพความเป็นจริง

ข้อที่	ประเด็น	ระดับคุณภาพการให้บริการ			
		ดี (4)	ค่อนข้างดี (3)	ไม่ค่อยดี (2)	ไม่ดี (1)
ด้านบุคลิกภาพและการเป็นผู้นำทางสังคม					
1	วางตนเหมาะสม นำเคารพนับถือ เช่น แต่งกายเรียบร้อย เหมาะสมกาลเทศะ พูดจาสุภาพ เป็นต้น				
2	เจ้าหน้าที่ให้การบริการกับประชาชน ทุกระดับชั้นอย่างเสมอภาค				
3	เจ้าหน้าที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดี ในการรับและช่วยแก้ปัญหาได้				

ข้อที่	ประเด็น	ระดับคุณภาพการให้บริการ			
		ดี (4)	ค่อนข้างดี (3)	ไม่ค่อยดี (2)	ไม่ดี (1)
4	มีความสามารถและทักษะทางการ ที่ใช้ประโยชน์ในการจูงใจ เพื่อให้เกิด ความร่วมมือทุกฝ่าย				
5	มีมนุษยสัมพันธ์ต่อบุคคล ทั้งภายใน และภายนอกองค์กรในระดับสูง				
ด้านการปฏิบัติงาน					
1	ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในพื้นที่ได้ อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง				
2	การบริการมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั่วถึง และยุติธรรม โปร่งใส เทียบธรรม				
3	มีการอำนวยความสะดวกสบายในการติดต่อ สอบถามและรับเรื่องแจ้งความร้องเรียนต่าง ๆ				
4	ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเรียบร้อย รวดเร็ว รวมถึงการปฏิบัติในสำนักงานภายในเวลา ตามที่มีระเบียบกำหนด				
5	การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปด้วย ความเที่ยงธรรมและยุติธรรมต่อประชาชน				
6	มีการติดตามงานที่ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ จนผลงานสำเร็จเรียบร้อย				
7	มีความละเอียด รอบคอบ และสามารถ ตรวจสอบการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
ด้านการรักษาระเบียบวินัย					
1	บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลัง ความสามารถ				

ข้อที่	ประเด็น	ระดับคุณภาพการให้บริการ			
		ดี (4)	ค่อนข้างดี (3)	ไม่ค่อยดี (2)	ไม่ดี (1)
2	การแต่งกายของบุคลากรถูกต้องตามระเบียบ ข้อบังคับ สุภาพ และเรียบร้อย				
3	รักษาชื่อเสียงของบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต				
4	อุทิศเวลาของตนให้กับองค์กรอย่างเต็มกำลัง ความสามารถ				
5	สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลและตั้งใจ ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายและระเบียบ แบบแผนของ กกต.				
6	สามารถสร้างความเชื่อมั่นการปฏิบัติงาน ให้กับประชาชนได้				
7	ไม่กระทำการหาผลประโยชน์ อันอาจทำให้ เสียความเที่ยงธรรม				
ด้านจริยธรรม					
1	บุคลากรเป็นผู้ยึดมั่นในศีลธรรมอันดี				
2	บุคลากรเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต				
3	บุคลากรเป็นผู้ประพฤติตนตามประเพณี อันดีงามของสังคม				
4	บุคลากรมีความเสียสละทั้งเวลา แรงกาย และแรงใจทุ่มเทกำลังความสามารถอย่างเต็มที่				
5	บุคลากรปฏิบัติตนเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมอันดี				
6	บุคลากรเป็นผู้มีมานะอดทน				
7	บุคลากรเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อเวลา และหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ				
8	บุคลากรเป็นผู้วางตนเหมาะสมตามกาลเทศะ				

ขอขอบพระคุณที่ทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม