

กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด*

STRATEGIES FOR IMAGE PUBLIC RELATIONS OF PROVINCIAL COURTS

ถาวรีย งามสุต

Tavaree Ramasut

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Kamphaengphet Rajabhat University, Thailand

E-mail: rabbit_ramasut@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้และความต้องการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของศาลจังหวัด 2) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของศาลจังหวัด 3) พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด และ 4) ทดลองใช้ ประเมินผลการทดลองใช้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด การวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี คือ วิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรศาลจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก จำนวน 136 คน ผู้รับบริการ จำนวน 377 คน ผู้ให้ข้อมูลสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ แจกแจงความถี่ วิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้และความต้องการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ได้แก่ 2.1 ปัจจัยภายใน คือ ผู้บริหาร บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ การบริหารจัดการ 2.2 ปัจจัยภายนอก คือ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ ผู้รับบริการ การเมือง กฎหมาย 3) การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ กลยุทธ์ 1 พัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากร กลยุทธ์ 2 พัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย กลยุทธ์ 3 พัฒนากลไกการประเมินผลการปฏิบัติงาน กลยุทธ์ 4 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ 5 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย 4) ทดลองใช้ ประเมินผลการทดลองใช้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ ทดลองใช้ คือ บุคลากรของศาลและประชาชน เอกสารการสร้างภาพลักษณ์ และนวัตกรรม ประเมินผลการทดลองใช้ จำนวน 21 คน และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ ความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์

* Received 9 October 2020; Revised 18 December 2020; Accepted 19 December 2020



คำสำคัญ: กลยุทธ์, การสร้างภาพลักษณ์, การประชาสัมพันธ์, ศาลจังหวัด

Abstract

The objectives of this research article were: 1) to study the images of provincial courts by perception and the needs related to images of provincial courts, 2) to study the factors related to the images of provincial courts. 3) to develop the strategies for creating public relation's images and 4) to try out and assess the strategies for creating public relation's images of provincial courts. This research uses the Mixed Methods Research. (Qualitative Research and Quantitative Research) The tools used in the research were questionnaires and focus group discussion. The sample consisted provincial court at Kamphaeng Phet, Phichit and Phitsanulok Province 136 people and customer of 377 people. Focus group discussion informant 12 people the data analyzed by average, percentage, frequency distribution and analyze the content. The results of research were found as follows: 1) the images of provincial courts through people's perception and the needs related to images were as follows: for services, social responsibility, management and sufficient working. 2) The factors related to the images were as follows: 2.1 internal factors such as Administrator, Personnel, Budget, Materials and Management. 2.2 External factors such as Social and Culture, Technology, Economics, Customers and Politics. 3) The strategies for creating public relation's images as follows: The first strategy develops personnel's performance guideline. The second strategy develops modern services. The third strategy develops performance evaluation. The fourth strategy promotes innovation, public relations, and the fifth strategy, supporting modern informational technology systems. 4) The experiment and evaluate strategies for creating public relation's images were as follows: The experiment included court personnel and people, documents and innovation Agreement, appropriateness, possibility and utility.

Keywords: Strategy, Image Building, Public Relations, Provincial Courts



บทนำ

วิกฤตที่สังคมไทยเผชิญอยู่ในยุคแห่งความแตกแยกทางความคิด มักมีวาทะกรรมว่า “สองมาตรฐาน” ขยายออกไปอย่างกว้างขวาง ขัดกับหลักการที่ควรจะเป็น คือ Equality before the Law ตามที่ระบุไว้ในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ทำให้ระบบกระบวนการยุติธรรมของไทยมักถูกตั้งคำถามมาอย่างต่อเนื่องถึงความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรม ส่วนหนึ่งเกิดจากข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนรับรู้อย่างต่อเนื่องในหลายๆ กรณี อย่างกรณีทำให้สังคมไทยและประชาคมโลกเห็นอย่างชัดเจนมากขึ้นว่า ระบบยุติธรรมซื้อได้และถูกแทรกแซงโดยผู้มีอำนาจ ผลสะท้อนของสิ่งนี้อาจจะรุนแรง ปัญหาการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นธรรมและความทัดเทียมกันโดยไม่มี ความเหลื่อมล้ำทางสังคม เป็นการแสดงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 หมวด 16 การปฏิรูปประเทศ ตามมาตรา 257 (2) ได้กำหนดให้การปฏิรูปประเทศต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ สังคมมีความสุข เป็นธรรมและมีโอกาสทัดเทียมกัน เพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ประกอบกับตามมาตรา 258 ได้กำหนดให้ดำเนินการปฏิรูปประเทศในด้านต่าง ๆ ด้านกฎหมาย มีการกำหนดให้พัฒนาระบบฐานข้อมูลกฎหมายของรัฐโดยใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลกฎหมายได้สะดวก และสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระของกฎหมายได้ง่าย และด้านกระบวนการยุติธรรม ได้กำหนดระยะเวลาดำเนินงานในทุกขั้นตอนของกระบวนการยุติธรรม เพื่อให้ประชาชนได้รับความยุติธรรม และมีกลไกช่วยเหลือประชาชนผู้ขาดแคลนทุนทรัพย์ให้เข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้ รวมทั้งมีการบังคับตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและความไม่เป็นธรรมในสังคม รวมทั้งการเสริมสร้างและพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่เกี่ยวข้องในกระบวนการยุติธรรมให้แก่ประชาชน (คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560)

พระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. 2560 หมวด 1 การปฏิรูปประเทศ ตามมาตรา 5 กำหนดถึงการปฏิรูปประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญโดยกำหนดเป้าหมายว่า สังคมมีความสุข เป็นธรรม และมีโอกาสทัดเทียมกันเพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งการปฏิรูปประเทศต้องสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งในแผนปฏิรูปประเทศด้านกระบวนการยุติธรรม พ.ศ. 2560 – 2564 ได้กล่าวถึงกระบวนการยุติธรรมของไทยที่ผ่านมา ได้มีการปฏิรูปด้านโครงสร้างกระบวนการทำงานและการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนมาหลายครั้ง แต่ยังคงปรากฏข้อวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินงานของกระบวนการยุติธรรมทั้งในแง่ของความล่าช้า ข้อจำกัดในการเข้าถึงความเหลื่อมล้ำในการบังคับใช้กฎหมาย และความถูกต้องของการดำเนินงาน อันเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความไม่เชื่อมั่นของประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรมของประเทศ (พระราชบัญญัติยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560, 2560) สถาบันศาลมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2561 – 2564 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและพัฒนาองค์กรศาลยุติธรรม



ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติว่าศาลยุติธรรมเป็นสถาบันที่อำนวยความสะดวกเพื่อให้สังคมสงบสุข เป็นธรรมและเสมอภาคโดยยึดหลักนิติธรรม กำหนดพันธกิจ 4 ข้อ คือ 1) อำนวยความสะดวกเพื่อสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม 2) พัฒนาและสร้างระบบสนับสนุนการอำนวยความสะดวกให้มีความรวดเร็ว สะดวกทันสมัยและเป็นสากล 3) เสริมสร้างความร่วมมือทางการศาลและกระบวนการศาลยุติธรรมไทยและต่างประเทศ 4) อำนวยความศรัทธาและความเชื่อมั่นในการอำนวยความสะดวกเพื่อความสงบสุขและความมั่นคงของสังคมไทยที่ยั่งยืน (สำนักแผนงานและงบประมาณ สำนักงานศาลยุติธรรม, 2561)

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นหัวใจในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และทัศนคติในเชิงบวกของประชาชนต่อองค์กร ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ของศาลยังขาดระบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ เช่น การจัดหาบุคคลมาทำหน้าที่ในงานประชาสัมพันธ์ ต้องคำนึงถึงบุคลิกภาพที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของทุกคน ผิดพลาดในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ศาล สร้างความประทับใจให้แก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการศาล เดิมมีการแต่งตั้งประชาสัมพันธ์ประจำโต๊ะทำงานเพื่อแนะนำข้อกฎหมาย เขียนคำร้อง คำแถลง ทำคำร้องขอให้ปล่อยตัวชั่วคราวแก่ประชาชนผู้ไม่รู้กฎหมายไม่มีทนายความ แต่ปัจจุบันยุคแข่งขันเสนอข้อมูลข่าวสาร ต้องทำงานในเชิงรุก ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในศาลหรือภายนอกศาล จำเป็นต้องปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพพร้อมที่จะทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก รวมถึงกรณีที่ผู้บริหารของศาล คือ ผู้พิพากษาหัวหน้าศาลหรือผู้อำนวยการศาลต้องย้ายตามวาระ งานประชาสัมพันธ์ไม่สามารถกระทำต่อเนื่อง ทำให้งานไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ศักดา ร่ำริน, 2551)

ปัจจุบัน องค์กรให้ความสนใจต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์เป็นองค์ประกอบการบริหารงานที่ช่วยให้องค์กรดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน ภาพลักษณ์องค์กรเปรียบเสมือนสินทรัพย์อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินได้ การสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อมีความชื่นชมและเชื่อถือ เพราะภาพลักษณ์ (Image) คือ ข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว กลายเป็นภาพที่ฝังอยู่ในความรู้สึกของบุคคล มาจากการรับรู้ในความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กร หากมีภาพลักษณ์ที่ดีประชาชนก็จะไว้วางใจ ศรัทธา ยอมรับและให้ความร่วมมือ สนับสนุน หากมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ ประชาชนจะขาดความไว้วางใจ ไม่ยอมรับนับถือและขาดความร่วมมือ ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อทุก ๆ องค์กร (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

จากความเป็นมาข้างต้น ความรู้สึกของประชาชนการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรม การได้รับความเป็นธรรม และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ยังเป็นทัศนคติเชิงลบ การติดต่อราชการศาลยังมีความรู้สึกสับสน ยุ่งยาก ไม่ได้ความสะดวก เป็นเหตุให้ประชาชนไม่



อยากมาติดต่อ ภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่ควรสร้างขึ้น เพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อประชาชนในการมาติดต่อราชการ ทำให้ประชาชนรู้สึกได้ถึงการอำนวยความสะดวกที่เสมอภาค มีระบบที่รวดเร็ว สะดวก ทันสมัยและเป็นสากล มีความใกล้ชิดและเป็นที่พักของประชาชน สามารถสอบถามหรือหาความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ แม้ไม่มีคติความ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในระบบกระบวนการยุติธรรมในด้านการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับสำหรับประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้และความต้องการเกี่ยวกับภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของศาลจังหวัด
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด
4. เพื่อทดลองใช้ ประเมินผลการทดลองใช้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัยบทความทางวิชาการต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการที่ได้จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อทางเว็บไซต์ต่าง ๆ ดังนี้

1. วิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร ได้แก่ บุคลากรศาลปฏิบัติงานในศาลจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และพิษณุโลก จำนวน 156 คน และประชาชนผู้รับบริการศาล ไม่จำกัดจำนวน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรศาลปฏิบัติงานศาลจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และพิษณุโลก จำนวน 136 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการตัดสินใจของผู้วิจัย และผู้รับบริการ จำนวน 377 คน ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accident Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่มีหลักเกณฑ์ ใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D. W., 1970)

1.2 เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม

1.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1.3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ศาลจังหวัด



1.3.2 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อประธานและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ

1.3.3 นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิในด้านภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ (Content Validity) ด้านความสอดคล้อง ความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุม และความครบถ้วนของข้อคำถาม จำนวน 5 ท่าน

1.3.4 นำผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (พิสนุ พองศรี, 2554) และพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

1.3.5 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ และนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีของครอนบาค

1.3.6 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.1 ขออนุญาตขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานประสานชุมชนสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เพื่อขอความอนุเคราะห์หัวหน้าศาล จังหวัดอนุญาตให้ดำเนินการเก็บข้อมูล

1.4.2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม ติดตามรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และนำข้อมูล ที่ได้ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ในลำดับต่อไป

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล หาความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และวิเคราะห์เนื้อหา

2. วิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ศึกษาเอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการที่ได้จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ

2.2 ผู้ให้ข้อมูลการสนทนากลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้พิพากษาสมทบมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 3 คน 2) ประนีประนอมประจำศาลจังหวัด มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน 3) ทนายความมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 3 คน และ 4) ผู้อำนวยการศาลระดับหัวหน้าฝ่าย ส่วนงานช่วยอำนวยการ ส่วนคลัง ส่วนช่วยพิจารณาคดี ส่วนบริการประชาชนและ



ประชาสัมพันธ์ ส่วนใกล้เคียงและประณอมข้อพิพาท ส่วนคดี ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 4 คน

2.3 เครื่องมือในการวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.4.1 ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรถึงศาลจังหวัด เพื่อเชิญบุคลากรเข้าร่วมในการสนทนากลุ่ม โดยส่งหนังสือและประเด็นในการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มด้วยตนเอง

2.4.2 จัดประชุมการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด ในวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุมศาลเยาวชน และครอบครัวจังหวัดกำแพงเพชร

2.4.3 ดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยนำเสนอประเด็น ในการสนทนากลุ่มตามการรับรู้ของประชาชนและความต้องการเกี่ยวกับภาพลักษณ์เพื่อ การประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด โดยให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นเพื่อยืนยันผลที่ได้ จากแบบสอบถามและขอความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว และสรุปผลที่ได้

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.5.1 วิเคราะห์เนื้อหาจากความเห็นของผู้ร่วมสนทนากลุ่มใน ประเด็นสภาพที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้ของประชาชนจาก การจดบันทึกที่ได้จากการสนทนากลุ่ม

2.5.2 ผู้วิจัยสรุปประเด็นการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับสภาพ ความต้องการ ในด้านภาพลักษณ์

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

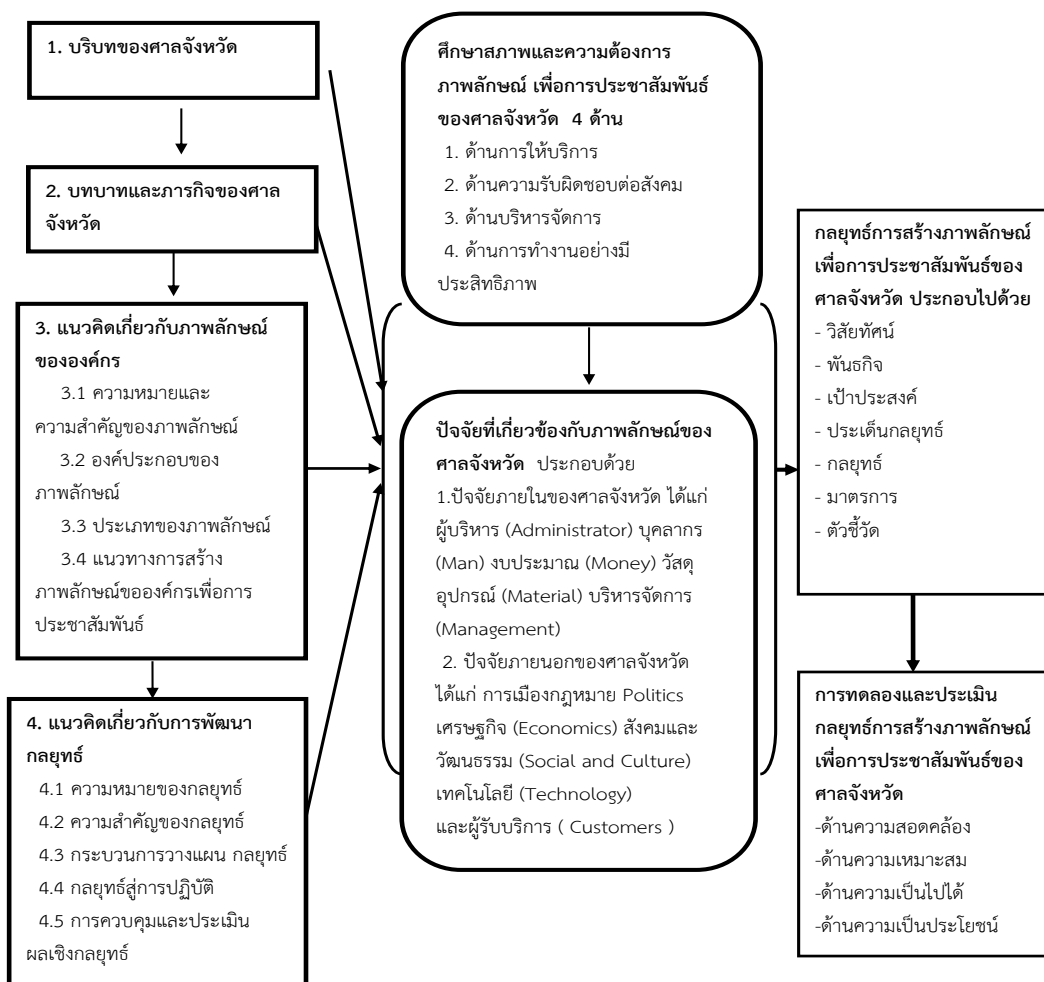
1. ภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้และความต้องการเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ และด้านการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากรงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ ผู้รับบริการ และการเมือง กฎหมาย

3. พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ 1 พัฒนาการ ปฏิบัติงานของบุคลากร กลยุทธ์ 2 พัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย กลยุทธ์ 3 พัฒนากลไก การประเมินผลการปฏิบัติงาน กลยุทธ์ 4 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ และ กลยุทธ์ 5 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย



4. การทดลองใช้ ประเมินผลการทดลองใช้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) การทดลองใช้ คือ บุคลากรของศาลและประชาชนทั่วไป เอกสารการสร้างภาพลักษณ์ และนวัตกรรม 2) ประเมินผลการทดลองใช้ จำนวน 21 คน ได้แก่ ผู้พิพากษาสมทบ จำนวน 7 คน ผู้ประนีประนอมประจำศาล จำนวน 3 คน ผู้อำนวยการข้าราชการศาลระดับชำนาญการพิเศษผู้ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนงานช่วยอำนวยการ ส่วนคลัง ส่วนช่วยพิจารณาคดี ส่วนบริการประชาชนและประชาสัมพันธ์ ส่วนไกล่เกลี่ยและประนอมข้อพิพาท ส่วนคดี จำนวน 5 คน ทนายความ จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน และ 3) ประเมินกลยุทธ์ ได้แก่ ความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



ผลการวิจัย

1. ภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้และความต้องการเกี่ยวกับภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการให้บริการ มีบุคลากรเพียงพอ ตอบคำถามถูกต้อง ชัดเจน ตรงตามความต้องการของผู้สอบถาม บริการด้วยความเสมอภาค ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยเหลือประชาชนที่มีปัญหาด้านทนายและการจัดการคดี ไม่คิดค่าใช้จ่าย การประกันตัวโดยใช้เครื่องติดตามตัวระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการบริหารจัดการ อาคารสถานที่ทันสมัย เหมาะสมต่อกระบวนการยุติธรรม มีมาตรการรักษาความปลอดภัย การสร้างภาพลักษณ์ และความโปร่งใสในการบริหารงานงบประมาณ ด้านการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติหน้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง ซื่อสัตย์ สุจริต

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของศาลจังหวัด การสนทนากลุ่ม พบว่า 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านผู้บริหาร มีทักษะในการบริหารงานตามหลักนิติธรรม มีความโปร่งใส ด้านบุคลากร มีความรับผิดชอบในหน้าที่ และมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ด้านงบประมาณ เหมาะสมและเพียงพอ จัดทำระบบควบคุมงบประมาณที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ ด้านวัสดุอุปกรณ์ เหมาะสม สะดวกต่อการใช้งาน และด้านการบริหารจัดการ การบริหารงานบุคลากรมีความเหมาะสม 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สังคมและวัฒนธรรม มีการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น เทคโนโลยี ประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่องกฎหมายที่หลากหลาย ระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างศาลจังหวัดทั่วประเทศ เศรษฐกิจ กลุ่มจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก พิจิตร มีกิจกรรมทางการค้าและการเกษตรค่อนข้างดี ส่งผลให้ประชาชนมีรายได้ค่อนข้างสูง ประชาชนเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของโซเชียลมีเดียได้ง่ายขึ้น ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการตรงกับความต้องการกับผู้รับบริการ ได้รับการบริการที่เสมอภาค เป็นธรรม และการเมือง กฎหมาย มีนโยบายแบบบูรณาการของสำนักงานศาลยุติธรรม ที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของศาล

3. พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด พบว่า กลยุทธ์ 1 พัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากร กลยุทธ์ 2 พัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย กลยุทธ์ 3 พัฒนากลไกการประเมินผลการปฏิบัติงาน กลยุทธ์ 4 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชน กลยุทธ์ 5 สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และครอบคลุมแก่ผู้รับบริการ ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์

4. ทดลองใช้ ประเมินผลการทดลองใช้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ พบว่า 1) ทดลองใช้ ได้แก่ กลยุทธ์ 2 พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเกิดการรับรู้ อย่างแพร่หลายและทั่วถึง และกลยุทธ์ 5 สนับสนุนการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และครอบคลุมแก่ผู้รับบริการ 2) ประเมินผลการทดลองใช้กับบุคลากรและประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกณฑ์การคัดเลือกบุคลากรและประชาชนเป็นผู้ทดลองใช้ ระดับความเหมาะสมอยู่ใน



ระดับมาก คู่มือการทดลองใช้มีการเขียนขั้นตอนชัดเจน 3) ประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ พบว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

1. ภาพลักษณ์ของศาลจังหวัดตามการรับรู้และความต้องการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ดังนี้ ด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมาก พบว่า ศาลมีบุคลากรเพียงพอ สนทนากลุ่ม พบว่า บุคลากรสามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง ชัดเจน มีการฝึกอบรม และประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ให้บริการด้วยความเสมอภาค มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิยะดา ลพโกชน์ เรื่อง การพัฒนาการให้บริการประชาชนของศาลแขวงพระนครเหนือ พบว่า ด้านบุคลากร จัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรในการให้บริการประชาชนเพื่อสร้างจิตสำนึก มีการจัดประกวดให้รางวัลเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการที่เป็นเลิศ และประเมินผลการปฏิบัติของบุคลากรทุก 3 เดือน (วิยะดา ลพโกชน์, 2558)

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก สนทนากลุ่ม พบว่า ศาลให้ความช่วยเหลือประชาชนด้านทนายและจัดการคดี โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย การประกันตัวโดยใช้เครื่องติดตามตัวระบบอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณเพ็ญ วงษ์คำลือ เรื่อง แนวทางพัฒนาการบริการของศาลจังหวัด แม่สอด พบว่า ศาลยุติธรรมเป็นหน่วยงานของรัฐ มีข้าราชการฝ่ายตุลาการศาลยุติธรรมเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาคดีเป็นที่พึ่งของสังคมในความเป็นกลางและความถูกต้อง จึงมีการปรับปรุงแก้ไขให้มีการพัฒนาการบริการของศาลยุติธรรม (พรณเพ็ญ วงษ์คำลือ, 2553)

ด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับมาก สนทนากลุ่ม พบว่า จัดอาคารสถานที่ทันสมัย เหมาะสม มีมาตรการรักษาความปลอดภัย มีนโยบายในการสร้างภาพลักษณ์ และโปร่งใสในการบริหารงานงบประมาณ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kevin Lane Keller ที่กล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Working Environment) เช่น สถานที่เอื้ออำนวยต่อผู้ที่มาติดต่อในองค์กร มีสิ่งแวดล้อมที่ดี อาคารและสถานที่มีความทันสมัย ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้ที่มาติดต่อด้วย (Kevin Lane Keller, 2008)

ด้านการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก สนทนากลุ่ม พบว่า บุคลากรปฏิบัติหน้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง ซื่อสัตย์ สุจริต มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับต่อประชาชน บุคลากรต้องเพิ่มความเชื่อมั่นศรัทธาในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน สอดคล้องกับแนวคิดของ รัชณี วงศ์สุมิตร กล่าวถึง กลยุทธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่น่าเชื่อถือ และสอดคล้องต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน เพราะบุคลากรในหน่วยงานเปรียบเสมือนตัวแทนที่สร้างความประทับใจหรือความเกลียดชังให้แก่ผู้มาติดต่อกับองค์กร (รัชณี วงศ์สุมิตร, 2547)



2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด ได้แก่

2.1 ปัจจัยภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร สนทนากลุ่ม พบว่า มีทักษะในการบริหารงานตามหลักนิติธรรม มีความโปร่งใส มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ อภิวิมลลักษณ์ เรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้พิพากษาหัวหน้าศาลในศาลยุติธรรม พบว่า องค์ประกอบภาวะผู้นำมี 4 อย่าง คือ ความรู้และประสบการณ์ในวิชาชีพ มนุษย์สัมพันธ์และบุคลิกภาพ ความรู้และทักษะในการบริหารคุณธรรมและจริยธรรม (นพรัตน์ อภิวิมลลักษณ์, 2559)

บุคลากร พบว่า สนทนากลุ่ม มีความผิดชอบในหน้าที่ และมีส่วนร่วมของการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด มีบุคลากรเพียงพอ สามารถถ่ายทอดความรู้และทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วียะดา ลพโภชน์ เรื่อง การพัฒนาการให้บริการประชาชนของศาลแขวงพระนครเหนือ พบว่า บุคลากรต้องมีความรับผิดชอบมีจิตสำนึกและกระตือรือร้นต่อการปฏิบัติหน้าที่ ร่วมมือร่วมใจใน

งบประมาณ การปฏิบัติงานนโยบายที่ได้กำหนดไว้ ให้บริการที่กระชับลดเวลา ประหยัดทรัพยากร (วียะดา ลพโภชน์, 2558) พบว่า ศาลจังหวัดมีการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมและเพียงพอ สนทนากลุ่ม คือ จัดทำระบบควบคุมงบประมาณที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ชุมพล จันทราทิพย์ กล่าวถึง การแบ่งส่วนราชการภายในศาลจังหวัด ประกอบด้วยส่วนงานที่มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์และบริการทั้งประชาชนและผู้ติดต่อราชการ ส่วนคลังมีหน้าที่ คือ การเงินนอก - ในงบประมาณ รับ - จ่ายเงินในคดี การสำรวจงบประมาณจ่ายและการเก็บรักษาเงินและเอกสารทางการเงิน (ชุมพล จันทราทิพย์, 2550)

วัสดุอุปกรณ์ พบว่า อุปกรณ์ของศาล เหมาะสม สะดวกต่อการใช้งาน สนทนากลุ่ม คือ มีความพร้อมต่อการใช้งานประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งนภา พัตรปรีชา ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ถึงองค์กรที่ดี น่าเชื่อถือ ยอมรับได้ ดังนี้ คุณภาพการจัดการ (Quality of Management) คุณภาพสินค้าบริการ (Quality of Products and Services) นวัตกรรมใหม่ ๆ (รุ่งนภา พัตรปรีชา, 2556)

บริหารจัดการ พบว่า การบริหารงานบุคลากรมีความเหมาะสม ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สนทนากลุ่ม คือ ผู้บริหารมีการบริหารงาน เพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดของการสร้างภาพลักษณ์องค์กร James R. Gregory & Jack G. Wiechmann กล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร 1) รับรู้ความต้องการกลุ่มเป้าหมาย 2) กำหนดทิศทางชัดเจน 3) รู้จักภาพลักษณ์ขององค์กร 4) จุดเน้น 5) การสร้างสรรค์ 6) ความคงเส้นคงวา 7) การประชาสัมพันธ์ (James R. Gregory & Jack G. Wiechmann, 2002)



2.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สังคมและวัฒนธรรม พบว่า ส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น ความช่วยเหลือจากองค์กรอื่น ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการประชาสัมพันธ์ยังมีน้อย สนทนากลุ่ม พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ สร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกับประชาชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สอดคล้องกับการแนวคิดของ รัชนี้ วงศ์สุมิตร กล่าวถึงกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี น่าเชื่อถือ และสอดคล้องต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน การสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ การกระทำที่สร้างประโยชน์และรับผิดชอบต่อสังคม (รัชนี้ วงศ์สุมิตร, 2547)

เทคโนโลยี พบว่า การประชาสัมพันธ์เรื่องกฎหมายที่หลากหลายทำให้เกิดประสิทธิภาพ ระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างศาลจังหวัดทั่วประเทศ สนทนากลุ่ม พบว่า สามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้ข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว แต่เครื่องมือและเทคโนโลยียังไม่เพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัษฎ์สุนัน ทิตาสิริจิราส เรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานศาลยุติธรรมประจำภาค 1 พบว่า สภาพการจัดการความรู้ขององค์กร ส่วนใหญ่ คือ การอบรม รองลงมา คือ การสอนงานและการประชุม โดยเฉพาะระบบโปรแกรมศาล (ญัษฎ์สุนัน ทิตาสิริจิราส, 2561)

เศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร มีการค้าและการเกษตรค่อนข้างดี มีรายได้ค่อนข้างสูง เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโซเชียลมีเดีย สนทนากลุ่ม พบว่า ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง ปัจจัยหลักของแผนฟื้นฟูกิจการที่ดี: ผลต่อการพิจารณาคดีของศาล เพื่อความสำเร็จของธุรกิจและเศรษฐกิจไทย สำหรับโอกาส คือ สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศที่ดีสังคมยอมรับ การฟื้นฟูกิจการ มีการสนับสนุนของรัฐบาล ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและมีความเชื่อมั่นในกระบวนการเพิ่มมากขึ้น (ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548)

ผู้รับบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในการให้บริการที่เสมอภาคเป็นธรรม แต่ไม่ได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว สนทนากลุ่ม พบว่า มีการประชาสัมพันธ์และมีความรู้สึกที่ดีต่อภาพลักษณ์ การทำงานของศาลมีความซับซ้อน เพราะยึดหลักนิติธรรมในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ มนตรี กวีนิฏฐยานนท์ เรื่อง การเสริมสร้างจริยธรรมของส่วนราชการในกระทรวงมหาดไทยโดยคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด: ศึกษากรณีการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ พบว่า กระทรวงมหาดไทยมีจริยธรรมปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส (มนตรี กวีนิฏฐยานนท์, 2554)

การเมือง กฎหมาย พบว่า มีนโยบายแบบบูรณาการของสำนักงานศาลยุติธรรมที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของศาล แต่กฎหมาย ข้องก้ำกัณฑ์ และนโยบายมีความซับซ้อน สนทนากลุ่ม พบว่า ศาลมีนโยบายแบบบูรณาการ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตาม



นโยบายทางการเมือง และนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬาลักษณ์ ญ ลำปาง เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ในศาลยุติธรรม ประกอบด้วย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในศาลยุติธรรมมีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับสมรรถนะหลักของข้าราชการศาลยุติธรรมทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์การ ได้แก่ โครงสร้างองค์การ (จุฬาลักษณ์ ญ ลำปาง, 2557)

3. การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากร ผู้บริหารให้บุคลากรพัฒนา อย่างต่อเนื่อง มีความพร้อมในการแข่งขัน และพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปรีณ บุญฉวย เรื่อง วัฒนธรรมองค์กร องค์การการเรียนรู้ กับประสิทธิผลองค์การ ของศาลยุติธรรม: ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า ระดับประสิทธิผลองค์การ ระดับปัจจัยด้าน วัฒนธรรมองค์การ และระดับปัจจัยด้านองค์การการเรียนรู้ของศาลยุติธรรม อยู่ในระดับสูง และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ปัจจัยด้านองค์การการเรียนรู้และประสิทธิผลองค์การใน ภาพรวม ต่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ปรีณ บุญฉวย, 2556)

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบการให้บริการที่ทันสมัย ผู้รับบริการมีความประทับใจ และชื่นชมองค์กร งานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน งานประชาสัมพันธ์ งานบริการ วิชาการ ต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ต้องขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรวลัย รัตนมา เรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้ บริการประชาชนของข้าราชการศาลยุติธรรม จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ควรมีแผนผังและ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ (ไพรวลัย รัตนมา, 2560)

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนากลไกการประเมินผลกระบวนการปฏิบัติงาน กระบวนการ เป็นระบบ ทันสมัย สามารถทำการวัดคุณค่าของบุคคลในการปฏิบัติงานภายในช่วงระยะเวลาที่ กำหนดว่าเหมาะสมกับมาตรฐานหรือไม่ ทั้งด้านบุคคลและผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ รัชณี นิธากร เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในของ มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง พบว่า องค์ประกอบของระบบการประกัน คุณภาพภายใน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า คือ บุคลากร รองลงมา คือ การบริหารจัดการ จุดแข็ง คือ การมีระบบและกลไกในการประกันคุณภาพและมีผู้รับผิดชอบองค์ประกอบที่ชัดเจน (รัชณี นิธากร, 2555)

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงประชาชน ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ รวมถึงกระบวนการใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดผลดีในงานที่ปฏิบัติ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งภาพลักษณ์ในมุมมอง ของประชาชน สอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช ลภีรัตนกุล ที่กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ควรใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เข้าถึงประชาชน และ เป้าหมาย (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2549)



กลยุทธ์ที่ 5 สนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและครอบคลุมแก่ผู้รับบริการอย่างเหมาะสม และการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์และเกิดผลดีทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัตติสุนทร ทิตาสิริจิราภาส เรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานศาลยุติธรรมประจำภาค 1 พบว่า สภาพการจัดการความรู้ขององค์กร มีการจัดการความรู้ด้วยวิธีการอบรม รองลงมา คือ การสอนงานและการประชุม นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ โดยเฉพาะระบบโปรแกรมศาล (ญัตติสุนทร ทิตาสิริจิราภาส, 2561)

4. ทดลองใช้ ประเมินผลการทดลองใช้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด

4.1 การทดลองใช้ คือ กลยุทธ์ 2 พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้อย่างแพร่หลายและทั่วถึง และกลยุทธ์ 5 สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยครอบคลุมแก่ผู้รับบริการ ประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ ดิเรกฤทธิ์ เจนครองธรรม การพัฒนาสำนักงานศาลปกครองสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง พบว่า การบริหารเป็นไปอย่างต่อเนื่อง แต่มาตรการไม่ชัดเจน ไม่สามารถส่งผลที่เป็นรูปธรรมได้ คุณลักษณะร่วมที่พึงมีของสำนักงานศาลฯ ทั้ง 7 ปัจจัยว่า มุ่งสู่การพัฒนาที่ต่อเนื่อง การปฏิบัติชัดเจนเป็นรูปธรรม การปรับตัว การมีส่วนร่วม การพัฒนาศักยภาพบุคลากร ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ คุณธรรม และความถูกต้อง (ดิเรกฤทธิ์ เจนครองธรรม, 2558)

4.2 ประเมินผลการทดลองใช้ กับบุคลากรและประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เภทการคัดเลือกเพื่อเป็นผู้ทดลองใช้ ระยะเวลา คู่มือ กระบวนการ วางแผน ดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูล สรุปผลการทดลอง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ คู่มือการทดลอง ใช้มีการเขียนขั้นตอนชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของ วิยะดา ธนสรรรณิข ที่แสดงแนวคิดการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เป็นผลงานที่แสดงความเป็นชำนาญการ/เชี่ยวชาญในอาชีพ พัฒนาศักยภาพ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติราชการ (วิยะดา ธนสรรรณิข, 2558)

4.3 ประเมินกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด พบว่า ผลการประเมินในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก กระบวนการเหมาะสม สอดคล้อง ศึกษาปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยแบบสอบถามและยืนยันข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร พงศ์ภิญโญโอภาส เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ผลการประเมิน มีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด (สุภาพร พงศ์ภิญโญโอภาส, 2555)



สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นถึงการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัดมีความสำคัญ เนื่องจากมีประชาชนมาติดต่อที่ศาลเป็นจำนวนมาก และสิ่งสำคัญ คือ บุคลากรต้องมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน โดยเน้นความซื่อสัตย์ สุจริต มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ และสามารถช่วยเหลือประชาชนที่มีปัญหาได้นั่นก็คือ หากองค์กรใดมีสมาชิกที่เข้มแข็ง มีผลงานเป็นที่ปรากฏเป็นรูปธรรม มีการบริการที่เป็นเลิศ มีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ภาพขององค์กรที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมเป็นภาพที่ดีน่าเชื่อถือ มีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรบรรลุเป้าหมายได้ ข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1) ควรมีการประชุมบุคลากรในหน่วยงานศาลเพื่อชี้แจงวิธีการดำเนินงานและนำกลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยนำไปใช้ 2) ควรมำกลยุทธ์ที่ได้เชื่อมโยงสู่ภาคีเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัดมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 3) ควรมีการจัดทำวิจัยในหลากหลายด้านเพื่อค้นหามุมมองในสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัด

กิตติกรรมประกาศ

บทความเรื่องกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัดจากเนื้อหาที่นำมาเขียนนี้ในบทความฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศาลจังหวัดผู้วิจัยได้นำมาปรับเนื้อหาให้มีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และเป็นประโยชน์กับสถานการณ์ปัจจุบันของภาพลักษณ์ศาล

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. กรุงเทพมหานคร: สำนักการพิมพ์.
- จุฬาลักษณ์ ญ ลำปาง. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสมรรถนะหลักของข้าราชการศาลยุติธรรม. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชุมพล จันทราทิพย์. (2550). พระธรรมนูญศาลยุติธรรม. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐสุมน ทิตาสิริจิราส. (2561). รูปแบบการจัดการความรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 1. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารองค์ความรู้. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



- ดิเรกฤทธิ์ เจนครองธรรม. (2558). การพัฒนาสำนักงานศาลปกครองสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง. ใน *ดัชนีนิพนธ์รัฐศาสตร์ดัชนีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นพรัตน์ อภิวิมลลักษณ์. (2559). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้พิพากษาหัวหน้าศาลในศาลยุติธรรม. ใน *ดัชนีนิพนธ์รัฐศาสตร์ดัชนีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษาระดับปริญญาโท*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ปริญ บุญฉวย. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร องค์การการเรียนรู้กับประสิทธิภาพองค์กรของศาลยุติธรรม: ตัวแบบสมการโครงสร้าง. ใน *ดัชนีนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนสังคมและการจัดการสิ่งแวดล้อม*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรรณเพ็ญ วงษ์คำลือ. (2553). แนวทางพัฒนาการบริการของศาลจังหวัดแม่สอด. ใน *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- พระราชบัญญัติยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560. (2560). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 79 ก (31 กรกฎาคม 2560).
- พิสนุ พองศรี. (2554). การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ต้นแก้ว.
- ไพโรจน์ รัตนมา. (2560). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนของข้าราชการศาลยุติธรรม จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ใน *วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- มนตรี กวินัญชานนท์. (2554). การเสริมสร้างจริยธรรมของส่วนราชการในกระทรวงมหาดไทยโดยคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด: ศึกษากรณีการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้. ใน *ดัชนีนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชนิ วงศ์สุเมต. (2547). หลักการประชาสัมพันธ์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัชนิ นิธกร. (2555). กลยุทธ์การพัฒนาระบบการประกันคุณภาพภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง. ใน *ดัชนีนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- รุ่งนภา พัตร์ปรีชา. (2556). พลังแห่งการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิยะดา ธนสรรรณิข. (2558). การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.



- วิยะดา ลพโกชน. (2558). การพัฒนาการให้บริการประชาชนของศาลแขวงพระนครเหนือ. ใน ดุษฎีนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). หลักการประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดา รำริน. (2551). งานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการศาลยุติธรรม.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2548). ปัจจัยหลักของแผนฟื้นฟูกิจการที่ดี: ผลต่อการพิจารณาคดีของศาลเพื่อความสำเร็จของธุรกิจและเศรษฐกิจไทย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อทิตยา มิเลนเนียม.
- สำนักแผนงานและงบประมาณ สำนักงานศาลยุติธรรม. (2561). รายงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ศาลยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักแผนงานและงบประมาณ สำนักงานศาลยุติธรรม.
- สุภาพร พงศ์ปัญญาโอภาส. (2555). การพัฒนากยุทธ์การบริหารงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์จำกัด.
- James R. Gregory & Jack G. Wiechmann. (2002). Branding Across Borders: A Guide to Global Brand Marketing. Retrieved January 5, 2016, from <https://www.amazon.com/Branding-Across-Borders-Global-Marketing/dp/0658009451>
- Kevin Lane Keller. (2008). Strategic Brand Management. (3rd ed.). Upper Saddle River: NJ: Pearson Prentice-Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607-610.