

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จาก 50 เขต และเก็บข้อมูลในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-shot Case Study) โดยใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire) โดยค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม และค่า F-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ทั้งหมด และช่องทางที่ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) คือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมา รู้จักจากสื่อวิทยุ

สำหรับภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร.1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ด้านองค์กรเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ด้านบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาพลักษณ์ด้านองค์กรในประเด็นที่มีหมายเลขที่จดจำง่ายและสามารถสอบถามข้อมูลภาครัฐได้ทุกหน่วยงาน