

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

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)

ในการวิเคราะห์จากลักษณะทางประชากรศาสตร์กับภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) โดยค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม และค่า F-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาและแสดงความคิดเห็น เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ โดยส่วนใหญ่จะมีรายได้ส่วนตัวระหว่าง 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน

ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างรู้จักภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ทั้งหมด และช่องทางที่ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) คือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมา รู้จักจากสื่อวิทยุ ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ จำนวน 2-3 ครั้ง สำหรับผู้ที่รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ส่วนใหญ่รู้จักงานบริการของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ในเรื่องการบริการข้อมูลภาครัฐ (บัตรประชาชน ใบขับขี่ ประกันสังคม เสียภาษี หนังสือเดินทาง สภาพอากาศ ราคาอาหารสด ราคาน้ำมัน) มากที่สุด รองลงมา คือ บริการรับเรื่องร้องเรียน เสนอแนะ ดิชมหน่วยงานภาครัฐและเบาะแสแจ้งเหตุต่าง ๆ

พฤติกรรมการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

ประชาชนที่รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา โดยสาเหตุที่ไม่ได้ใช้บริการในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่ยังไม่มีปัญหา

สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์ฯ ส่วนใหญ่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา โดยช่วงเวลา 12.01-16.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ประชาชนสนใจใช้บริการมากที่สุด และสำหรับผู้ที่เคยใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการสอบถามข้อมูลภาครัฐ (บัตรประชาชน ใบขับขี่ ประกันสังคม เสียภาษี หนังสือเดินทาง สภาพอากาศ ราคาอาหารสด ราคาน้ำมัน)

ภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

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

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ประชาชนมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในด้านองค์กร อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า การมีหมายเลขที่จดจำง่ายและสามารถสอบถามข้อมูลภาครัฐได้ทุกหน่วยงาน เป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่ประชาชนรู้สึกปานกลาง ในประเด็นความทันสมัยขององค์กร ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่หยุดนิ่ง

ภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ ประชาชนรู้สึกปานกลางต่อภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 โดยรู้สึกปานกลางกับประเด็นการประชาสัมพันธ์การให้บริการต่าง ๆ อยู่เสมอ มากกว่าการเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

ภาพลักษณ์ด้านบริการ ประชาชนมีภาพลักษณ์ด้านบริการของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า การให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free of Charge) จากทุกเครือข่าย เป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่ ประชาชนรู้สึกปานกลางการให้บริการรวดเร็ว ทันสมัยเทียบเท่าบริษัทเอกชน

สำหรับภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า ประชาชนรู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ในประเด็นที่เจ้าหน้าที่มีน้ำเสียงเหมาะสมและใช้คำพูดสุภาพ ดีที่สุดในขณะที่ประชาชนรู้สึกปานกลางกับประเด็นที่เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ภาพลักษณ์ด้านข้อมูล พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ด้านข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ประเด็นที่ข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ เป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด ในขณะที่รู้สึกปานกลางกับประเด็นที่ข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ในขณะที่ประชาชนรู้สึกปานกลางในภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ไม่ว่าจะประเด็นใด ๆ

ภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) แต่ละด้าน พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรที่ดีของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า การมีหมายเลขที่จดจำง่ายและสามารถสอบถามข้อมูลภาครัฐได้ทุกหน่วยงาน เป็นภาพลักษณ์ที่ประชาชนรู้สึกดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่ เป็นองค์กรที่ทันสมัย มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่หยุดนิ่ง สำหรับภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง สำหรับภาพลักษณ์ด้านบริการ พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free of Charge) จากทุกเครือข่าย เป็น

ภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่ ประชาชนรู้สึกปานกลางกับการให้บริการรวดเร็ว ทันท่วงทีเทียบเท่าบริษัทเอกชน สำหรับภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า ประชาชนรู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) สำหรับภาพลักษณ์ด้านข้อมูล พบว่า ประชาชนมีภาพลักษณ์ในด้านดังกล่าวของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า การที่ข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ เป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด ในขณะที่รู้สึกปานกลางกับข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

รายละเอียดภาพลักษณ์จำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า ประชาชนที่เป็นเพศชายมีภาพลักษณ์ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า เพศชายมีภาพลักษณ์ด้านองค์กรที่ดีที่สุด ในขณะที่รู้สึกปานกลางในภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) สำหรับเพศหญิงมีภาพลักษณ์ ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เช่นกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า เพศหญิงมีภาพลักษณ์องค์กรที่สุด ภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

ประชาชนในทุกช่วงระดับอายุ มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ด้านข้อมูลดีที่สุด อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในด้านองค์กรดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ด้านองค์กรดีที่สุด อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สึกปานกลางในภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในด้านองค์กรดีที่สุด ในขณะที่มีภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์น้อยกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี เช่นกัน สำหรับผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด ในขณะที่รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

ประชาชนในทุกระดับการศึกษาจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีการ

ศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา มีภาพลักษณ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ดีที่สุด ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มีภาพลักษณ์ด้านองค์กรดีที่สุด โดยภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่มีภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ดีน้อยกว่าด้านอื่น ๆ โดยภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีในสายตาของประชาชน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีภาพลักษณ์ในด้านบริการดีที่สุดในขณะที่มีภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ดีน้อยกว่าด้านอื่น ๆ แต่ยังคงอยู่ในระดับดี สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด โดยภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด โดยภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

ประชาชนที่มีอาชีพต่าง ๆ จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี สำหรับผู้ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จะมีภาพลักษณ์ด้านองค์กรดีที่สุด โดยภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่เป็นพนักงานของรัฐวิสาหกิจ จะมีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด โดยภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กร ดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่ประกอบวิชาชีพอิสระ จะมีภาพลักษณ์ในด้านบริการดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับมีภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด แต่ยังรู้สีกลปานกลางในภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ มีภาพลักษณ์ในด้านข้อมูลดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่เป็นนักเรียน นิสิต/นักศึกษา มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่ว่างงาน/กำลังรองาน มีภาพลักษณ์ในด้านองค์กรดีที่สุด ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีภาพลักษณ์องค์กรดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ในระดับดี ในขณะที่รู้สีกลปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี สำหรับผู้ที่มีรายได้ทุกระดับ จะมีภาพลักษณ์ในด้าน

องค์การที่ดีที่สุด โดยมีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ในด้านประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่ สำหรับผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป รู้สึกปานกลางกับภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์

ประชาชนที่การรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือน ต่าง ๆ กัน จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาจากคะแนนค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือน มากขึ้นจะยิ่งให้มีภาพลักษณ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีมากขึ้น ยกเว้นผู้ที่ได้รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ มากกว่าหรือเท่ากับ 6 ครั้ง จะมีภาพลักษณ์ดีน้อยกว่าผู้ที่ได้รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ 4-5 ครั้ง ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และพบว่าผู้ที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) จะรู้สึกปานกลางต่อภาพลักษณ์

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาอภิปรายผลให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้เสนอไปในบทที่ 2 ดังต่อไปนี้ การวิเคราะห์จากข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ประชาชนที่รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา โดยสาเหตุที่ไม่ได้ใช้บริการในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่ยังไม่มีปัญหา หรือความจำเป็นที่จะต้องการข้อมูลภาครัฐ เนื่องจากยังไม่มีมีความจำเป็นต้องติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ หรือจะกล่าวได้อีกข้อหนึ่งว่า ความต้องการใช้บริการจะมีผลต่อการรับรู้ ดังที่แคลปเปอ (Klapper)¹ ได้แบ่งขั้นตอนการรับรู้ไว้ 4 ขั้น ซึ่งขั้นแรก กล่าวว่าการเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองตอบความต้องการของตน... นั่นก็คือ เมื่อ

¹ Joseph T. Klapper, *The Effect of Mass Communication* (New York: The Free Press, 1960), p. 35.

ยังไม่พบปัญหา หรือยังไม่มีความต้องการก็ยังไม่จำเป็นจะต้องสอบถามข้อมูลการใช้บริการผ่าน เลขหมาย 1111 ซึ่งสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้โดยตรง อีกทั้งยังไม่จำเป็นต้องเดินทางไปขอรับ บริการต่าง ๆ ตามสถานที่หน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมให้มาใช้บริการสอบถามข้อมูลผ่านเลข หมาย 1111 แทนการให้ตอบคำถามจาก เจ้าหน้าที่ ณ จุดให้บริการ นอกจากลดภาระของเจ้าหน้าที่ ประจำหน่วยงานนั้น ๆ ลงและยังสามารถให้บริการประชาชนที่เข้ามาติดต่อด้านอื่น ๆ ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จากแนวทางดังกล่าวอาจจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ นอกจากนั้น เมื่อผู้ใช้บริการจะโทรศัพท์เพื่อติดต่อ สอบถามก็มักจะสอบถามสิ่งที่ตนเองสนใจ ตรงความต้องการของตนเอง รองลงมา คือ บริการรับเรื่อง ร้องเรียน เสนอแนะ ตีชม หน่วยงานภาครัฐและเบาะแส แจ้งเหตุต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล (Inter personal communication) โดยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการต่าง ๆ ตามสถานที่หน่วยงาน ภาครัฐต่าง ๆ ให้มาใช้บริการสอบถามข้อมูลผ่านเลขหมาย 1111 แทนการให้ตอบคำถามจาก เจ้าหน้าที่ ณ จุดให้บริการ นอกจากลดภาระของเจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงานนั้น ๆ ลงและยัง สามารถให้บริการประชาชนที่เข้ามาติดต่อด้านอื่น ๆ ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จากแนวทางดังกล่าวอาจจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ (ข้อความไม่ต่อเนื่องนะ ให้อะไรไม่รู้)

นอกจากนั้น เมื่อผู้ใช้บริการจะโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามก็มักจะสอบถามสิ่งที่ตนเอง สนใจ ตรงความต้องการของตนเอง รองลงมา คือ บริการรับเรื่องร้องเรียน เสนอแนะ ตีชม หน่วยงานภาครัฐและเบาะแส แจ้งเหตุต่าง ๆ

สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์ฯ ส่วนใหญ่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง ในระยะเวลา 6 เดือนที่ ผ่านมา โดยช่วงเวลา 12.01-16.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ประชาชนสนใจใช้บ่อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ รายงานสถิติประจำไตรมาสแรก ของปี พ.ศ. 2550 และ ไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2549 ของศูนย์ บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ที่ระบุว่าช่วงเวลาที่มีการใช้ บริการสูงสุดในช่วงเวลาระหว่าง 14.00-16.00 น. แต่หากพิจารณาสถิติประจำปีไตรมาสที่ 1 ถึง 3 ที่ระบุว่าช่วงเวลาที่มีการใช้บริการสูงสุดในช่วงเวลาระหว่าง 10.00-12.00 น. ซึ่งแตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการสูงสุดดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุมาจาก กลุ่มผู้ใช้บริการอาจ จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างออกไป โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้ บริการ 2-3 ครั้งซึ่งเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ที่สุด มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ที่พอมีเวลาว่างใน ช่วงบ่าย หลังจากกลับจากการรับประทานอาหาร ล่วงเลยไปถึงหลังเวลาเลิกงาน ซึ่งเป็นเวลาที่ สะดวกในการรับบริการต่าง ๆ

มากไปกว่านั้นประชาชนส่วนใหญ่ยังรู้จักบริการไม่ครบถ้วนทุกประเภท โดยเฉพาะ บริการบริการแบบฟอร์มเอกสาร (แบบคำร้องต่าง ๆ หนังสือมอบอำนาจฯ) จากกลุ่มตัวอย่างรู้จัก บริการนี้เพียง ร้อยละ 8.8 และบริการข้อมูลจัดหางาน (Job matching) จากกลุ่มตัวอย่างรู้จัก

บริการนี้เพียง ร้อยละ 7.7 เมื่อผู้รู้จักบริการของศูนย์ฯไม่ครบถ้วน ก็อาจจะทำให้ไม่เข้ามาใช้บริการ แม้ว่าจะรู้จักและเคยใช้บริการอื่น ๆ มาแล้วก็ตาม มากไปกว่านั้นหากพิจารณาจากแบบสอบถาม กลุ่มผู้ว่างงาน/รองาน ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 คนนั้น รู้จักบริการข้อมูลจัดหางาน (Job matching) เพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อาจแสดงว่า นอกจากการประชาสัมพันธ์ที่น้อยแล้ว ศูนย์ฯยังไม่ได้ประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักของบริการในแต่ละประเภทอีกด้วย

ประชาชนมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในภาพลักษณ์ที่ดี เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละด้านของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ประชาชนมีภาพลักษณ์ด้านองค์กรเป็นภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีเห็นว่าดีกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ด้านบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาพลักษณ์ด้านองค์กรในข้อมีหมายเลขที่จดจำง่ายและสามารถสอบถามข้อมูลภาครัฐได้ทุกหน่วยงาน เนื่องจากในปัจจุบัน ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call center) และ ศูนย์บริการข้อมูล (Contact Center) มักจะต้องมีเลขหมายพิเศษ 3 ถึง 4 หลัก² โดยแต่ละหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ รวมถึงเอกชน ต้องการมีหมายเลขพิเศษที่จดจำได้ง่ายมากที่สุด ซึ่งในปัจจุบัน เลขหมายตัวแรกจะขึ้นต้นด้วยเลข 1 และตามด้วยเลขหมายตามมาอีก 3 หลัก ในรูปแบบ 1XXX ดังนั้น เลขหมาย 1111 จึงเป็นหมายเลขเดียวที่มีเลขซ้ำกันถึง 4 หลัก ที่ทาง บมจ. ทีโอที สำรองเลขหมายดังกล่าวไว้ก่อนที่จะ โอนอำนาจการจัดสรรเลขหมายทั้งเลขหมายโทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และหมายเลขด่วน และหมายเลขพิเศษ ไปให้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ส่วนสามารถสอบถามข้อมูลภาครัฐได้ทุกหน่วยงานนั้น เป็นมติคณะรัฐมนตรี³ เมื่อสิงหาคม ปี พ.ศ. 2546 เรื่องการจัดตั้งศูนย์บริการทางโทรศัพท์ที่ให้ข้อมูลทุกส่วนราชการร่วมใช้

²“ประกาศองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เรื่องการจัดสรรหมายเลขด่วน และหมายเลขพิเศษ พ.ศ. 2541.”

³“มติคณะรัฐมนตรี ประจำเดือนธันวาคม 2546 เรื่องให้ทุกส่วนราชการให้บริการศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์.”

สมมติฐานการศึกษา

1. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐ เพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน

1.1 เพศชายและเพศหญิงจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศชายและเพศหญิงจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ไม่แตกต่างกัน

1.2 ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และ ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี สำหรับผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่าผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และ ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

1.3 ประชาชนที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่า ผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่า ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา และผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

1.4 ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักเรียน นิสิต/นักศึกษา สำหรับผู้ที่ประกอบวิชาชีพอิสระและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่าผู้ที่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

1.5 ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ไม่แตกต่างกัน

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชนที่แตกต่างกันจะมีผลต่อภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ประชาชนที่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป ในระยะ 6 เดือนที่ผ่านมา จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 ดีกว่าผู้ที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูล และ รับรู้ข่าวสาร 1 ครั้งในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา

1. เพศ เพศที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ซ้ำให้เห็นว่า ประชากรทั้งเพศชายและหญิง มีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า มีภาพลักษณ์ด้านองค์การดีที่สุดในขณะที่รู้สึกปานกลางในภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติ จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า เพศไม่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) อาจมาจากภาพลักษณ์ขององค์การใดองค์การหนึ่งเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาแตกต่างกันโดยไม่มีเรื่องเพศเข้าไปเกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่าเพศไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) สอดคล้องงานวิจัยของ สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา⁴ ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และ

⁴ สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา, “ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

ศัลยา อักขรมัต⁵ ภาพลักษณ์ของสำนักงานส่งเสริมการลงทุนในทัศนะของนิสิต-นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

2. อายุ อายุที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ซึ่งให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี แม้จะมีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี แต่ก็มีระดับค่าต่ำที่สุดคือ 3.43 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่คนที่อยู่ในวัยดังกล่าวเป็นวัยที่กำลังศึกษาและหรือกำลังเริ่มต้นชีวิตการทำงาน ชอบค้นคว้าหาสิ่งที่ดีกับตัวเอง ก็ย่อมมีความคาดหวังกับบริการที่ควรจะได้รับไว้สูงเช่นเดียวกัน มากไปกว่านั้นเมื่อพิจารณาถึงช่องทางการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นกลุ่มที่มีช่องทางการเปิดรับสื่อมากที่สุดด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวที่จัดเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีชีวิตความเป็นอยู่แบบคนเมืองหลวงที่จะต้องเร่งรีบ และพบกับสื่อและ/หรือ ช่องทางการรับรู้ได้มากและบ่อยกว่า ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ระหว่างเดินทางไปกลับระหว่าง ที่พักและที่ทำงาน อนึ่งการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตด้วยตัวเองสามารถทำได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น อาจจะสามารถสืบและเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของภาครัฐได้มากและละเอียดกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลที่เตรียมไว้สำหรับบริการทางโทรศัพท์ที่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เหมาะสม

3. ระดับการศึกษา มีภาพลักษณ์ ต่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับคะแนน 3.98 และรองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มีระดับคะแนน 3.85 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับคะแนนต่ำที่สุดเพียง 3.50 จากแนวคิด ภาพลักษณ์ของ เคนเนธ อี. โบลดิ้ง (Kenneth E. Boulding)⁶ การสร้างภาพลักษณ์ เป็นเรื่องของความรู้สึกและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ดังนั้นผู้ที่มีการศึกษาสูงย่อมจะต้องมีความรู้ความเข้าใจต่อภาพลักษณ์และมีความคาดหวังต่อบริการหรือองค์กรมมากกว่า ดังนั้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา มีภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านบริการ อยู่ในระดับรู้สึกปานกลาง เมื่อพิจารณาจะพบว่า เป็นกลุ่มที่มีช่องทางที่รู้จักน้อย และไม่เคยใช้บริการ

⁵ศัลยา อักขรมัต, “ภาพลักษณ์ของสำนักงานส่งเสริมการลงทุนในทัศนะของนิสิต-นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

⁶Kenneth E. Boulding, *The Image of Life and Society* (Michigan: The University of Michigan, 1975), p. 91.

ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีภาพลักษณ์ที่ว่า ยิ่งมีความถี่ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ก็ยิ่งมีผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ๆ

4. อาชีพ อาชีพที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ ต่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) แตกต่างกันอย่างมีนัย โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ที่อยู่ในเกณฑ์ ดี ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ซึ่งมาจากการประกอบอาชีพที่จำเป็นจะต้องแข่งขันอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากสภาพการทำงานและลักษณะงานของบริษัทเอกชนที่จะต้องรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ยิ่งไปกว่านั้น พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชนมีประสบการณ์ที่ได้รับมาจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน หากพิจารณาไปในรายละเอียดจากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะมีไม่เคยใช้บริการในระยะเวลา 6 เดือน ภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวอาจจะเคยใช้บริการก่อนหน้านี้เป็นระยะเวลานาน ซึ่งศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ได้มีการพัฒนาบริการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ใช้บริการ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ ต่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดี ดังนั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ต่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ ในด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นใจ (Mental Picture) ของคนเราอาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเรา หรืออาจเป็นภาพที่เราเนื้กสร้างเองได้ซึ่งตรงกับแนวคิดของ วิรัช ลภีรัตนกุล⁷ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า ทุกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับ รู้สึกปานกลางทั้งสิ้น

6. ความถี่ในการรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือน ประชาชนที่การรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือน ต่าง ๆ กัน จะมีภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับดี เมื่อพิจารณาจากคะแนน

⁷วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ, พิมพ์ครั้งที่ 9 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), น. 76.

ค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ในระยะเวลา 6 เดือน มากขึ้น จะยิ่งให้มีภาพลักษณ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ดีมากขึ้น ยกเว้นผู้ที่ได้รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ มากกว่าหรือเท่ากับ 6 ครั้ง จะมีภาพลักษณ์ดี น้อยกว่าผู้ที่ได้รับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ 4-5 ครั้ง ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และพบว่าผู้ที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) จะรู้สึกไม่ปานกลางต่อภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) สอดคล้องกับ แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ ยิ่งมีความถี่จากรับรู้มากยิ่งขึ้นทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยจะเห็นได้ว่าผู้ที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูลภายในระยะเวลา 6 เดือนจะมีภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง เพียงกลุ่มเดียว และมีระดับคะแนนต่ำสุด เพียง 3.29

ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

การวัดทัศนคติของภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ถือเป็นหัวใจหลักของการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากจะทำให้ทราบได้ว่า ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาได้นำมาเป็นตัวช่วยในการทดสอบนั้น ซึ่งผลสรุปออกมาว่าอยู่ในระดับดี ซึ่งความรู้ความเข้าใจ และภาพลักษณ์นั้น เหมือนกับแนวคิดเบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมตามความมุ่งหมาย โดยมีประชาติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย ดังที่ สะอาด ตัณศุภผล^๑ ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้

ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) เป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ด้านองค์กรอยู่ในระดับที่ดี ในข้อต่อไปนี้มีหมายเลขที่จดจำง่ายและสามารถสอบถามข้อมูลภาครัฐได้ทุกหน่วยงาน เป็นองค์กรที่ทำให้ท่านคิดว่าการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐเป็นเรื่องง่าย เป็นองค์กรที่ให้บริการด้านความรู้แก่ประชาชน เป็นองค์กรที่ทันสมัย มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่หยุดนิ่ง ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และ บริการสาธารณะที่เป็นประโยชน์

^๑ สะอาด ตัณศุภผล, การประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มิ่งมงคลการพิมพ์, 2520), น. 40-51.

แก่ประชาชนมีภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ในข้อต่อไปนี้มี การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และ มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการต่าง ๆ อยู่เสมอ

ภาพลักษณ์ด้านการบริการอยู่ในระดับดี ในข้อต่อไปนี้มี การพัฒนาบริการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (Free of Charge) จากทุกเครือข่าย สามารถติดต่อได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมงยกเว้นในข้อ การให้บริการรวดเร็ว ทันสมัยเทียบเท่าบริษัทเอกชน

ภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดี ในข้อเจ้าหน้าที่มีน้ำเสียงเหมาะสมและใช้คำพูดสุภาพ ซึ่งเป็นหัวใจของการบริการในปัจจุบัน เจ้าหน้าที่แต่ละคนก่อนจะเข้าทำงานจะได้รับการอบรมไม่ว่าจะเป็นการใช้น้ำเสียง การใช้ภาษาที่เหมาะสม การเรียกคู่สนทนาที่ถูกต้องรวมถึงกลวิธีการรับมือกับลูกค้าที่กำลังโมโห เพราะเนื่องจากประชาชนไม่ได้ต้องการเพียงข้อมูลที่ถูกต่อนั้นแต่ยังต้องได้รับการที่ดีจากรัฐอีกด้วย ทางศูนย์ฯ จึงให้ความสำคัญโดดเด่น ในข้อน้ำเสียงเหมาะสมและคำพูดสุภาพเป็นจุดแข็ง

ภาพลักษณ์ด้านข้อมูลอยู่ในระดับดี ในข้อต่อไปนี้มี ข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ข้อมูลมีหลากหลาย เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานของรัฐที่มีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่น จะส่งข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงมากให้ทุก ๆ วัน ทำให้ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) เปรียบเสมือนช่องทางแรกในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐได้สะดวกมากที่สุด

ดังนั้นศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน โทร. 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) มีภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี แต่สามารถที่จะพัฒนาภาพลักษณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นโดยเฉพาะการปรับปรุงภาพลักษณ์ ด้านประชาสัมพันธ์เนื่องจากหน่วยงานได้รับงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ประจำปีงบประมาณ 2550 จำนวน 35 ล้านบาท โดยงบประมาณส่วนใหญ่หมดไปกับการลงโฆษณาเต็มหน้าหลังในหนังสือพิมพ์รายวันได้เพียงไม่กี่ครั้ง เนื่องจากจะมีปัญหาด้านการตรวจรับ ตามระเบียบราชการ ซึ่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ผู้รับผิดชอบก็ไม่อยากจะใช้สื่อหลาย ๆ ประเภท ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาการตรวจรับงาน ซึ่งอาจเป็นการทำการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ไม่ครอบคลุมในสื่อแต่ละประเภท ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดด้านการสร้างภาพลักษณ์ รวมทั้งความใช้การวัดภาพลักษณ์เป็นหนึ่งในบรรดาชี้วัดผลงานของหน่วยงานนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนั้นแล้วควรปรับปรุงภาพลักษณ์ด้านการบริการในข้อ การให้บริการรวดเร็ว ทันสมัยเทียบเท่าบริษัทเอกชน เช่นเดียวกับ ภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่ ในข้อเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและในข้อ เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ รวมถึงภาพลักษณ์ด้านข้อมูล ในข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะและ

ความคิดเห็นว่า เห็นควรให้เริ่มต้นที่การปรับปรุงการให้บริการของพนักงานรับสาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการให้บริการข้อมูล เพราะหากได้จัดการรณรงค์ปรับปรุงภาพลักษณ์ในข้อดังกล่าว แต่เมื่อประชาชน โทรศัพท์ไปสอบถามก็ยังคงพบกับความล่าช้าแบบราชการอยู่ก็ไม่สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ในข้อดังกล่าวให้ดีขึ้นได้ นอกจากนั้นแล้วกลุ่มตัวอย่างยังมีความเห็นว่า การแก้ไขภาพลักษณ์ควรจะแก้ไขด้านการให้บริการไปพร้อม ๆ กันด้วย ไม่สามารถแก้ไขเพียงด้านหนึ่งด้านใดเพียงด้านเดียว

ข้อเสนอแนะ

1. จากการสำรวจ พบว่าประชาชนมากกว่าร้อยละ 50 ไม่รู้จัก/ไม่เคยได้ยินชื่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ทั้งที่ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2550 ถึง พฤษภาคม 2550 มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดย ฯพณฯ พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี โดยประกาศให้ประชาชนทราบบริการของรัฐ ที่ได้บูรณาการกับช่องทางอื่น ๆ โดยใช้แนว 1111 หนึ่งสี่ตัวกับ 4 ช่องทางในการติดต่อกับรัฐ ซึ่งสามารถติดต่อโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในทุกช่อง ไม่ว่าจะเป็น สายด่วนของรัฐบาล 1111 ตู้ป.ณ. 1111 เว็บไซต์ www.1111.go.th และ ทางจุดบริการประชาชน 1111 ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ สื่อวิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร) เอกสารประชาสัมพันธ์ (ใบปลิว แผ่นพับ สติกเกอร์) ออกран/จัดนิทรรศการ ในงานวัน ก.พ.ร. งานไอซีที เอ็กซ์โป งานคู่สมรสคณะรัฐมนตรี งานกาชาด สื่อกลางแจ้ง/สื่อเคลื่อนที่ (บิลบอร์ด รถประจำทาง) แม้ว่าจะมีการจัดงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องอาจยังไม่เพียงพอ ควรเพิ่มความถี่ของสื่อที่ใช้ให้ครอบคลุมประชากรทุกระดับ นอกจากนั้นควรจัดการประชาสัมพันธ์ในภูมิภาคอีกด้วย

2. กลุ่มตัวอย่างที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและเสนอแนะภาพลักษณ์ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ระบุว่ายังขาดการประชาสัมพันธ์แก่ ประชาชนทั่วไป รวมถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ดังนั้นควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ และมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลผ่านช่องในระยะเวลา 6 เดือนมากที่สุด โดยอยู่ในรูปแบบของ โฆษณา ข่าวประชาสัมพันธ์ ในช่วงเวลาช่วงเวลาที่ผู้ชมโทรทัศน์มากที่สุดของแต่ละสถานี ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีและรู้จักมากขึ้น อีกทั้งควรปรับปรุงรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้จดจำง่าย สดใส และมีความทันสมัย อีกทั้งปรับปรุงการดำเนินเรื่องราวให้กระชับ และจับใจกับเป็นบริการยุคใหม่อย่างแท้จริง

3. ควรมุ่งทำการประชาสัมพันธ์ ณ จุดบริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึง หน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่มีประชาชนไปติดต่อ โดยติดโปสเตอร์แนะนำบริการ แจกแผ่นพับ ใบปลิว แนบไปพร้อม กับเอกสารต่าง ๆ ที่ประชาชนร้องขอ โดยคาดว่าจะสามารถเพิ่มความถี่ในการรับรู้บริการที่เป็น ประโยชน์แก่ประชาชน นอกจากนั้นยังทำให้ประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อศูนย์บริการข้อมูลภาค รัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ไปพร้อม ๆ กับการลดภาระในการตอบคำถามของ เจ้าหน้าที่ได้อีกทางหนึ่ง

4. ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ควรแก้ไข ภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ด้านเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 2 อันดับ ทั้งงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและใช้สื่อหลากหลายรูปแบบช่วย สร้างความรู้จักศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) อาจจะช่วย เพิ่มภาพลักษณ์ด้านบวกได้มากขึ้น และด้านเจ้าหน้าที่ จะต้องเพิ่มการจัดฝึกอบรมพนักงาน รับสายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงสร้างแรงจูงใจในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมกำลัง ใจในการทำงาน ก็จะทำให้ภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่มีภาพลักษณ์ที่เป็นบวกมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ ต้องรักษาภาพลักษณ์ด้านองค์กรอันเป็นภาพลักษณ์ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไว้ ถึง 3.75 เพื่อให้ ภาพลักษณ์โดยรวมเพิ่มสูงขึ้น

5. ควรเพิ่มบริการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ได้แก่ บริการส่งข้อความสั้น (Short Message Service : SMS) อาทิ การเตือนภัยแผ่นดินไหว น้ำท่วม โคลนถล่ม ตลอดจน คลื่นยักษ์สึนามิ ให้แก่ผู้ที่อาศัยอยู่ในแหล่งเสี่ยงภัย รวมถึงหาพันธมิตร ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงาน ภาครัฐ หรือเอกชนเพื่อบริการที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เกิดความสะดวก สบายและทำให้ประชาชนรู้สึกว่าคุณฯ เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อภาพ ลักษณ์ที่ดีแก่ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล)

6. ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ควรเร่งการ เชื่อมโยงกับในหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ผ่านโครงข่ายสารสนเทศของรัฐบาล (Government Information Network : GIN) เพราะปัญหาของศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ในปัจจุบัน ยังไม่ได้เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบทำให้ ผู้ประสบปัญหาที่จะร้องทุกข์ไปทุก ๆ ช่องทางทำ ให้เกิดการรับเรื่องซ้ำซ้อน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรทำการวิจัย/การศึกษาประชากรที่รู้จักศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปในเขตภูมิภาคเพื่อให้ทราบภาพลักษณ์ของศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ในระดับประเทศ

2. ควรมีการวิจัย/การศึกษา ทักษะคิด และ/หรือ ความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบความคิดเห็นในข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งปัญหาเหล่านี้อาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้การบริการในด้านต่าง ๆ ด้อยประสิทธิภาพ แล้วนำข้อด้อยดังกล่าวมาแก้ไข เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิผล เพื่อให้บริการอย่างมีคุณภาพสูงสุด

3. ควรมีการวิจัย/การศึกษา พฤติกรรมในการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมและสิ่งที่ต้องการจากศูนย์ ซึ่งอาจจะช่วยสร้างสรรค์บริการใหม่ ๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน อาจจะเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง รวมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการให้ตอบสนองชีวิตประจำวันของประชาชน

4. การศึกษาในครั้งต่อไปควรวิจัย/ศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่าง ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) กับศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ตลอดจนเอกชน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ต่อหน่วยงานที่สนใจจะจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ และพัฒนาแนวทางการให้บริการการจัดการ ศูนย์บริการข้อมูลภาครัฐเพื่อประชาชน 1111 (สายด่วนของรัฐบาล) ให้ดียิ่งขึ้น

5. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ได้ศึกษาแบบเจาะลึกเพราะเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป หากใช้รูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) หรือ หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) จะทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์และปัญหา แนวทางการสร้างแผนการรณรงค์ ตลอดจนแผนการทำประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น