

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่รู้จักและเคยใช้บริการข้อมูลสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละในการแจกแจงความถี่ รวมทั้งการหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในการแจกแจงข้อมูล ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเป็นสถิติเพื่อบรรยายเบื้องต้น ส่วนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และใช้สถิติแบบ One-way ANOVA เพื่อหาค่าความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง โดยกลุ่มที่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 42.2 ส่วนเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 57.8 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.5 ส่วนผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.3 ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.2 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.2

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.2 พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รับจ้าง/งานอิสระ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ค้าขาย/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ อื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.2 ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.3 และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.3

ในเรื่องของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารพบดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์มีจำนวนมากที่สุดโดยเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 5.1 วัน รองลงมาอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 4.5 วัน หนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 2.9 วัน วิทยุกลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 2.1 วัน และอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างเปิดน้อยที่สุดเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 0.2 วัน และกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสถิติแห่งชาติจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากที่สุด โดยเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 1.5 วัน รองลงมาโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 0.7 วัน หนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างเปิดเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 0.5 วัน วิทยุกลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 0.3 วัน และอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างเปิดน้อยที่สุดเฉลี่ยใน 7 วัน เปิดรับ 0.01 วัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติมากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ รายงานประจำปี แผ่นพับ สารสถิติ ป้ายไฟ วิถีชีวิต/วิถีดี การประชุม/สัมมนา พ็อกเก็ตบุ๊ก และต้องการให้สำนักงานสถิติแห่งชาติมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อเว็บไซต์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อพ็อกเก็ตบุ๊ก มีความต้องการเท่ากัน สื่อวิทยุ สื่อแผ่นพับ สื่อสารสถิติ สื่อวิถีชีวิต/วิถีดี/การประชุม/สัมมนา สื่อรายงานประจำปี และสื่ออื่น ๆ และต้องการให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลสถิติทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญ ที่สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดทำขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลสถิติที่สำนักงานสถิติแห่งชาติผลิตได้และมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ฯลฯ นำไปใช้ ส่วนข่าวสารเหตุการณ์ และกิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ บทบาทหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและอื่น ๆ ตามลำดับ

3. กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์โดยรวมต่อสำนักงานสถิติแห่งชาติในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการดำเนินงานและคุณภาพของงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.33 และการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.67

4. ตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติไม่แตกต่างกัน ยกเว้นตัวแปร อายุเท่านั้นที่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติแตกต่างกัน

5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานสถิติแห่งชาติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะว่า สำนักงานสถิติแห่งชาติควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสถิติแห่งชาติผ่านสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับสื่อ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ ให้มากขึ้น เพื่อให้ประชาชนรับทราบข้อมูลอันเป็นผลทำให้ประชาชนมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานสถิติแห่งชาติ

การเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสถิติ เนื่องจากเป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลข เป็นเรื่องที่น่าสนใจและมีความรู้สึกลัวว่าไกลตัว ต้องบูรณาการข้อมูลให้เข้าใจง่ายโดยใช้ภาษาที่อ่านแล้วเข้าใจไม่ต้องตีความ นอกจากนั้นต้องทำให้ข้อมูลที่ได้ทันสมัยและน่าสนใจ มองเห็นประโยชน์ที่จะเกิดกับตัวของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านการบริการข้อมูลสถิติควรจัดทำข้อมูลสถิติที่ให้บริการให้มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากกว่านี้ และทำให้ข้อมูลสถิติมีความน่าเชื่อถือโดยการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การส่งเจ้าหน้าที่ลงภาคสนามเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติด้วยความเป็นจริงทั้งผู้ที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลและผู้ที่ให้ข้อมูล นอกจากนั้นข้อมูลสถิติต้องทันสมัยอยู่เสมอ โดยการจัดเก็บข้อมูลที่หน่วยงานภาครัฐ เอกชน มีความต้องการและทำให้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นปัจจุบันตลอดเวลาและมีการจัดระบบของข้อมูลให้มีความหลากหลาย และให้บริการที่ครบวงจร รวมถึงเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลควรทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการข้อมูลสถิติเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงการบริการให้มากขึ้น และเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ในการค้นหาข้อมูล

Abstract

The research entitled “The Image of the National Statistical Office” was conducted as a survey research with target population who are familiar and users of the statistical data from the National Statistical Office residing in Bangkok Metropolis. The data were collected using questionnaires from 400 interviewed sample respondents. Data analyzed were presented by percentage, frequency distribution and mean. The data parameters were taken to determine the general perception of the target group with regards to the dissemination of information, efficiency on the access and quality of the statistical data. Data were analyzed using Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient to determine the relationship between the dependent and independent variables. The one-way ANOVA was used to determine the correlation between the variables.

The results of the study revealed that majority or 57.8 percent of the respondents were female and 42.2 were male. The age range distribution were between 21-30 years (52.5 percent), between 31-40 years (20.5 percent), between 41-50 years (15.3 percent), less than 20 years (8.2 percent), and more than 50 years (3.5 percent).

The educational background of the respondents includes college degree or diploma level or 62.3 percent, graduate degree level or 30 percent, and lower than the college degree level or 7.2 percent.

Majority of the respondents were students (49.5 percent), followed by civil service officials/state enterprise (22.2 percent), private employees (15.0 percent), free lancers (7.5 percent), merchants/businessmen (4.8 percent), and others (1.0 percent).

The income of the respondents ranged from 10,000 Baht or 44.2 percent, between 10,001-20,000 Baht or 25.2 percent, between 20,001-30,000 Baht or 18.3 percent, and income of more than 30,000 Baht at 11.3 percent.

The perception with regards to the access to information is as follows:

1. The respondents access general information from television at an average of 5 days/week access, newspaper at 2.9 days/week access, radio at 2.1 days/week access, and others at 0.2 days/week access. Majority accessed information

from the National Statistical Office thru internet at an average of 1.5 day/week access, television at 0.7 days/week, newspaper at 0.5 days/week, radio at 0.3 days/week, and others at 0.01 days/week.

2. The respondents obtain data information thru National Statistical Office's website, internet, television, newspaper, radio, annual reports, leaflets, statistical journal, movingboard, VCD/DVD, conferences/seminar, and pocket books. Moreover has recommended the National Statistical Office to have public relation campaign programs thru television and websites, internet, newspaper, pocket book, radio, brochures, statistical journals/media, VCD/DVD, conference/seminars, annual reports and others, respectively, to enhance public awareness on the statistical and socio-economic data available useful for the public and private sectors, news information, events, activities, roles, services and media available at the National Statistical Office.

3. The respondents' perception on the image of the National Statistical Office in general was high at an average of 4.10 percent, perception on the personnel was high at an average of 4.20, perception on the role and effectiveness was high at 4.07, perception on the services was highest at an average of 4.33, and perception with regards to public relation was high at an average of 3.57.

4. Result showed significant correlation with demographic parameters such as gender, educational background, occupation, and income on the image perception of the National Statistical Office, except on the age variables that is not significantly correlated with the image perception to National Statistical Office.

5. The mode of access to the information of National Statistical Office in the Bangkok vicinity has no significant correlation on the perception to National Statistical Office.

The study recommends that the National Statistical Office has to disseminate information thru media that could be easily and effectively accessible to the public. There should be continuous public campaign. Among the effective media for public campaign includes websites, internet, television, and electric train, in order for the public to be informed on the information and to enhance public perception on the image of the NSO.

Since the statistical data are in numbers, and difficult to comprehend, the form of presentations should be easily understood, and be presented using modern and attractive media. Likewise, the users should be able to comprehend the usefulness of the data.

As to the services, the statistical data should be provided in variety of media that are responsive to the needs of the users. The statistical data should be credible and accurate, starting from field data collection, recording, and the data sources. There should be continuous updating of the statistical data and has to be based on the needs of the users from the public and private sector. There should also be efficient system to input data thru various media, and data search tools that are simple and easily accessible.