



รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

เสนอ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จัดทำโดย

ดร.สิทธินันท์ วิวัฒนาพรชัย

คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

สิงหาคม 2564

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรของรัฐในรูปแบบองค์การมหาชนตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 จัดตั้งขึ้นตาม พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณี และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ในกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรหลักที่มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย สนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศของผู้ประกอบการไทย มีการจัดตั้งศูนย์บริการด้านการตรวจสอบคุณภาพเพชร พลอย โลหะมีค่า โดยห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย มีนักอัญมณีศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่มีหลักสูตรครอบคลุมเนื้อหาในทุกด้าน ตั้งแต่พื้นฐานด้านอัญมณีศาสตร์ พื้นฐานการออกแบบ การออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และหลักสูตรด้านการตลาดขั้นสูง โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ มีศูนย์บริการด้านข้อมูลอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่มีบริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการรวบรวมวารสาร นิตยสาร และหนังสืออ้างอิงด้านอัญมณีและเครื่องประดับทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึง พิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับที่รวบรวมและอนุรักษ์อัญมณีต่างๆ อย่างครบวงจร จัดแสดงตามหลักวิชาการ เปิดให้บริการนิสิต นักศึกษา บุคคลทั่วไปที่สนใจ รวมถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ให้สามารถแข่งขันในเวทีโลก

จากการดำเนินงานในการให้บริการในด้านต่างๆ ของสถาบันฯ ที่มีผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานจากการสำรวจความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการตลาดต่อไปในอนาคต

1. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการ ในการรับบริการต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ของสถาบัน

2. เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชีและโลหะมีค่าของสถาบัน

3. เพื่อสำรวจทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของสถาบัน ในเชิงเปรียบเทียบกับห้องปฏิบัติการ สถาบันฝึกอบรม และ certify agents อื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน

4. เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต รวมถึงประเมินประสิทธิภาพของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และพฤติกรรมการใช้สื่อ

5. เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการในด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์สถาบัน ตลอดจนเป็นแนวโน้มนโยบายด้านการบริการด้านสื่อและการตลาดต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สามารถนำผลการสำรวจความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ตลอดจนนโยบายด้านการบริการด้านสื่อและการตลาดต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่เคยรับบริการจากสถาบันที่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2564 (active user) รวมถึง ผู้ที่ไม่มาใช้บริการสถาบันในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (non-active user) และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ (non-user) ในงานบริการต่างๆ ต่อไปนี้

- (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ
- (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า
- (3) งานบริการฝึกอบรม
- (4) งานบริการระบบฐานข้อมูล
- (5) งานบริการห้องสมุด และ e-Library

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) จะเลือกใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นตัวแทนการให้บริการในงานบริการต่างๆ ทั้งหมด 7

กลุ่ม และกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการ 1 กลุ่ม รวมทั้งหมด 8 กลุ่มสนทนา จากรายชื่อผู้ให้บริการสถาบันในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 และเมื่อได้ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) แล้วจะนำมาทำการวิเคราะห์และประเมินผลการศึกษา พร้อมเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานของสถาบันให้เกิดประสิทธิภาพ

ในส่วนของการวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- (1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (customer satisfaction) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- (2) ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการของสถาบันของผู้รับบริการ (customer trust) ในงานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับและงานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า
- (3) การรับรู้และภาพลักษณ์ (brand image and perception) ในเชิงเปรียบเทียบกับหน่วยงานที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน
- (4) ทศนคติการรับรู้การบริการต่างๆ (customer's attitude) ในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน
- (5) พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
- (6) เหตุผลที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และเหตุผลที่ไม่ใช้บริการสถาบัน
- (7) ประสิทธิภาพการใช้สื่อต่างๆ และพฤติกรรมการรับสื่อ (media effectiveness)

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของผู้ให้ข้อมูล และเป็นบุคคลที่สามารถให้คำตอบในประเด็นที่ต้องการศึกษาวิจัยได้ ในครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการที่สถาบันในปี พ.ศ. 2564 รวมทั้ง ผู้ที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ โดยจำแนกตามประเภทงานบริการต่างๆ ของสถาบัน ประกอบด้วย (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า (3) งานบริการฝึกอบรม (4) งานบริการระบบฐานข้อมูล และ (5) งานบริการห้องสมุด และ e-Library

ทั้งนี้ เทคนิควิธีการสนทนากลุ่มจะเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ที่ถูกคัดเลือกจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรง หรือผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ และผู้เข้าร่วมสนทนา

รายงานการศึกษาขั้นต้น:

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กลุ่มจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะหลายๆ ประการที่คล้ายคลึงกัน (homogeneity) โดยคนกลุ่มนี้จะถูกเชิญให้มาร่วมวงสนทนากันอย่างเป็นธรรมชาติ ในบรรยากาศที่เหมาะสม มีจำนวนสมาชิกอยู่ระหว่าง 6-12 คน ซึ่งในการวิจัยนี้กำหนดให้เป็นผู้ใช้บริการประเภทบริการเดียวกันอยู่ในกลุ่มสนทนาเดียวกัน เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสนทนาสามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ดีที่สุด และในการสนทนาดังกล่าวจะต้องมีผู้ดำเนินการสนทนา (moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง และในระหว่างการสนทนาดังกล่าวที่มีผู้ดำเนินการสนทนาอยู่ ต้องมีผู้จดบันทึกเป็นผู้จดย่อเนื้อหาการสนทนา และมีเทปบันทึกเสียงบันทึกรายละเอียดของการพูดคุย เมื่อเสร็จสิ้นการสนทนา ผู้บันทึกจะถอดรายละเอียดจากเทปที่บันทึกไว้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป

2. การกำหนดกลุ่มสนทนา

จากสถิติการใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ถึงปัจจุบัน พบว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละประเภทการให้บริการ รวมทั้ง 2,051 ราย และมีจำนวนผู้ที่เคยใช้บริการและไม่ได้มาใช้บริการ จำนวน 1,081 ราย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้บริการและจำนวนไม่ได้มาใช้บริการ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (มหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

ประเภทการให้บริการ	ผู้ใช้บริการในปีงบประมาณ 2564 ^{1/} (active user)	ผู้ใช้บริการที่ไม่ได้มาใช้บริการในปีงบประมาณ 2564 ^{1/} (non-active user)
1. ตรวจสอบคุณภาพอัญมณี	797	661
2. ตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า	476	181
3. ฝึกอบรมและสัมมนา	213	239
4. บริการระบบฐานข้อมูล	117	-
5. บริการห้องสมุด และ e-library	448	-
รวมทั้งหมด	2,051	1,081

ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (มหาชน) (2564)

จากตารางที่ 1 เมื่อกำหนดกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกันในแต่ละกลุ่มสนทนา จะเห็นได้ว่า สามารถกำหนดกลุ่มสนทนาผู้ใช้บริการหน่วยงานได้ขั้นต่ำ 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล และกลุ่ม

ที่ 5 กลุ่มผู้ให้บริการห้องสมุด และ e-library สำหรับกลุ่มที่ 1 ซึ่งมีจำนวนผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก และหลากหลาย จึงกำหนดกลุ่มย่อยตาม 3 กลุ่มตามลักษณะธุรกิจ คือ กลุ่มย่อยที่ 1 ผู้ประกอบพลอยร่วง ประกอบด้วย โรงงานเผา/เจียรไนพลอย ผู้นำเข้า/ส่งออก ผู้ค้าปลีก/ค้าส่ง และผู้จำหน่าย online กลุ่มย่อยที่ 2 ผู้ประกอบการเครื่องประดับ ประกอบด้วย โรงงานผลิตเครื่องประดับ ผู้นำเข้า/ส่งออก ผู้ค้าปลีก/ค้าส่ง และผู้จำหน่าย online และกลุ่มย่อยที่ 3 หน่วยงานราชการ และบุคคลธรรมดาที่เป็นผู้ค้าปลีก/ค้าส่ง และผู้จำหน่าย online นอกจากนั้น ยังมีการกำหนดกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการ (non-user) เพิ่มเติมอีก 1 กลุ่ม สนทนา ในการศึกษาวิจัยนี้ สรุปคุณลักษณะของผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาในแต่ละกลุ่ม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาในแต่ละกลุ่มสนทนา

กลุ่มที่	รายละเอียด
1. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองอัญมณีและ เครื่องประดับ (G1)	- เป็นผู้ประกอบการพลอยร่วง (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ - ผู้ประกอบการโรงงานเผา/เจียรไนพลอย ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน - ผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน - ผู้ประกอบการค้าปลีก/ค้าส่ง ที่เป็น active user 2 คน และ non-active user 1 คน - ผู้ประกอบการ online ที่เป็น active user 1 คน - ผู้ให้บริการ active user เป็นผู้ให้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2564 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี 1 ครั้ง หรือมากกว่า - ทั้งผู้ให้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย - ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
2. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองอัญมณีและ เครื่องประดับ (G2)	- เป็นผู้ประกอบการเครื่องประดับ (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ - ผู้ประกอบการโรงงานผลิตเครื่องประดับ ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน - ผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน - ผู้ประกอบการค้าปลีก/ค้าส่ง ที่เป็น active user 2 คน และ non-active user 1 คน - ผู้ประกอบการ online ที่เป็น active user 1 คน - ผู้ให้บริการ active user เป็นผู้ให้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2564 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี 1 ครั้ง หรือมากกว่า - ทั้งผู้ให้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย - ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา

รายงานการศึกษาขั้นต้น:

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กลุ่มที่	รายละเอียด
3. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองอัญมณีและ เครื่องประดับ (G3)	1. เป็นหน่วยงานราชการ และบุคคลธรรมดา (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ตัวแทนหน่วยงานราชการ ที่เป็น active user 2 คน 1.2 บุคคลธรรมดาที่เป็นผู้จำหน่ายอัญมณีแบบค้าปลีก/ค้าส่ง ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.3 บุคคลธรรมดาที่เป็นผู้จำหน่ายอัญมณีแบบ online ที่เป็น active user 1 คน 1.4 บุคคลธรรมดาที่เป็นผู้จำหน่ายเครื่องประดับแบบค้าปลีก/ค้าส่ง ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.5 บุคคลธรรมดาที่เป็นผู้จำหน่ายเครื่องประดับแบบ online ที่เป็น active user 1 คน 2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2564 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ทั้งผู้ให้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย 4. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา 5. ผู้ใช้บริการที่เป็นตัวแทนหน่วยงานราชการ ต้องเป็นผู้ที่รับผิดชอบในการส่งอัญมณีและเครื่องประดับมาตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพ
4. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองโลหะมีค่า (G4)	1. เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโลหะมีค่า ที่เป็น active user 5 คน และ non-active user 3 คน (จำนวน 8 คน) 2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2564 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ทั้งผู้ให้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า กับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย 4. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
5. กลุ่มผู้ให้บริการฝึกอบรม และสัมมนา (G5)	1. เป็นผู้เข้าร่วมฝึกอบรมและสัมมนา (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ตัวแทนหน่วยงานราชการ ที่เป็น active user 2 คน 1.2 ตัวแทนนิติบุคคล ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.3 ตัวแทนบุคคลธรรมดา ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.4 ตัวแทนบุคคลธรรมดา ที่ไม่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2564 มีประสบการณ์การใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา

กลุ่มที่	รายละเอียด
6. กลุ่มผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล (G6)	1. เป็นผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ตัวแทนกลุ่มสมาชิกกลุ่ม Big Fan จำนวน 3 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มผู้ที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2 คน และ (2) กลุ่มผู้ที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 1 คน 1.2 ตัวแทนสมาชิกกลุ่ม Active จำนวน 3 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มผู้ที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2 คน และ (2) กลุ่มผู้ที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 1 คน 1.3 ตัวแทนสมาชิกกลุ่ม Temporary Users จำนวน 2 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มผู้ที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และ (2) กลุ่มผู้ที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
7. กลุ่มผู้ใช้บริการห้องสมุด และ e-library (G7)	1. เป็นผู้ใช้บริการห้องสมุด และ e-library (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ตัวแทนกลุ่มผู้ใช้บริการห้องสมุด จำนวน 4 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มสมาชิก (member) ที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (2) กลุ่มสมาชิก (member) ที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (3) กลุ่มนักศึกษา/นักเรียน (student) และ (4) กลุ่มบุคคลทั่วไป 1.2 ตัวแทนกลุ่มผู้ใช้บริการ e-library จำนวน 4 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มบุคคลที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และ (2) กลุ่มบุคคลที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
8. กลุ่มผู้ไม่เคยใช้บริการ (G8)	1. เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และไม่เคยใช้บริการที่ GIT มาเป็นระยะเวลา 5 ปี (จำนวน 8 คน) จำแนกเป็น 1.1 ผู้ที่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กับหน่วยงานอื่นๆ เป็นประจำ จำนวน 4 คน 1.2 ผู้ที่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า กับหน่วยงานอื่นๆ เป็นประจำ จำนวน 2 คน 1.3 ผู้ที่เคยผ่านการฝึกอบรม/สัมมนากับหน่วยงานอื่นๆ เป็นประจำ จำนวน 2 คน 2. กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการทุกคนรู้จัก GIT เป็นอย่างดี 3. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา

3. การพัฒนาเครื่องมือในการสนทนากลุ่ม

ในส่วน of เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ก็คือ แบบบันทึกประเด็นการสนทนา เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม และต้องมีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสนทนา ทั้งนี้ แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม จะเป็นแนวคำถามเพื่อการสนทนาแบบมีโครงสร้าง (structure discussion question) ประเด็นในการสนทนาสามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สนทนา ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการใช้บริการ GIT และความถี่ในการใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ (ในแต่ละกลุ่มจะถามถึงความถี่ในแต่ละประเด็น)

- การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (จำนวนครั้ง/ปี และจำนวนชิ้น/การใช้บริการ)
- การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (จำนวนครั้ง/ปี และจำนวนชิ้น/การใช้บริการ)
- การฝึกอบรม / สัมมนา (จำนวนครั้ง/ปี)
- การใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ (จำนวนครั้ง/เดือน)
- การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ / e-Library (จำนวนครั้ง/เดือน)

2.2 ลักษณะการใช้บริการที่ GIT (ในแต่ละประเภทการให้บริการ)

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น GRS, AIGS, GIA, IGI, ICA ฯลฯ

2.5 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกใช้บริการที่ GIT

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

3.2 ทักษะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ และผู้ไม่ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน
- ระบบฐานข้อมูล www.inforcenter.or.th (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ

- 4.1 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT ที่ได้รับ
- 4.2 เหตุผลที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น/ไม่เชื่อมั่น
- 4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)
 - ด้านขั้นตอนการให้บริการ
 - ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัย
 - ด้านองค์ความรู้และการถ่ายทอด
 - ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
 - ด้านคุณภาพการให้บริการ
- 4.4 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ
- 4.5 แนวโน้มการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

- 5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ
 - คุณภาพการให้บริการ
 - กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
 - เจ้าหน้าที่/บุคลากร
 - สถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
 - การสื่อสารกับผู้ให้บริการ
- 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เริ่มต้นจากการถอดเทปบทสนทนาของแต่ละกลุ่มออกมาอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความหมายในรูปของการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นร่วมกันหลายๆ คน เพื่อเป็นการอภิปรายร่วมกัน ถึงเหตุและผลของแต่ละประเด็นในการสนทนา และทำการสรุปข้อมูลการใช้บริการ ระดับความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้/ไม่ใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ตลอดจนนโยบายด้านการจัดการการให้บริการและการตลาด

รายงานการศึกษาขั้นต้น:

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แผนการดำเนินการ

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีระยะเวลาทั้งสิ้น 90 วัน มีรายละเอียดของกิจกรรมและช่วงระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แผนกิจกรรมการดำเนินงานของโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กิจกรรม	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. จัดทำแผนการดำเนินงาน	✓	✓										
2. รวบรวมฐานข้อมูลผู้ให้บริการของ GIT		✓										
3. จัดทำแผนการดำเนินงานโครงการ			✓									
4. จัดกลุ่มสนทนา และกำหนดคุณลักษณะของผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา			✓									
5. จัดทำเครื่องมือในการศึกษา (แนวคำถามในการสนทนา)				✓								
** สร้างรายงานการศึกษาขั้นตอน (แผนการดำเนินงานและแนวคำถามในการสนทนา)				X								
6. ติดต่อประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างที่จะเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม					✓	✓	✓					
7. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) ทั้งหมด 8 กลุ่ม								✓				
8. การถอดเทปบทสนทนาของแต่ละกลุ่ม								✓	✓			
9. วิเคราะห์และประมวลผล										✓	✓	
10. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์											✓	✓
** ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)												X

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2564

ในส่วนของการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 จากการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) ที่รวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของผู้ให้ข้อมูล (key informant) ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการที่สถาบันในปี พ.ศ. 2564 รวมทั้ง ผู้ที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ โดยจำแนกตามประเภทงานบริการต่างๆ ของสถาบัน ประกอบด้วย (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า (3) งานบริการฝึกอบรม (4) งานบริการระบบฐานข้อมูล และ (5) งานบริการห้องสมุด และ e-Library และในการศึกษาค้นคว้านี้ทำการสนทนากลุ่มในช่วงวันที่ 30 กรกฎาคม 2564 – 7 สิงหาคม 2564 โดยผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถสรุปได้ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่

การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GAT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นการพิจารณาความพึงพอใจในภาพรวมจากการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ คุณภาพการให้บริการ จากการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า การเข้าร่วมการฝึกอบรม การสืบค้นในฐานข้อมูล การใช้บริการห้องสมุด และ e-Library ซึ่งสามารถสรุปผลการประเมินได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ประเภท	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
1. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ	4.43	88.57
2. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า	3.80	76.00
3. การฝึกอบรมและสัมมนา	4.40	88.00
4. การสืบค้นในระบบฐานข้อมูลการตลาดอัญมณี	4.83	96.67
5. การใช้บริการห้องสมุดและ e-Library	3.60	72.00
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	4.31	86.19

จากการประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มผู้ให้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมทั้งหมดของทุกประเภทการให้บริการ เท่ากับ 4.31 หรือกล่าวได้ว่า การให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ทำให้ผู้บริการร้อยละ 86.19 มีความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทการให้บริการได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ในการสนทนากลุ่มแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ (1) ผู้ประกอบการพลอยร่วง (2) ผู้ประกอบการเครื่องประดับ และ (3) บุคคลธรรมดา ในภาพรวม จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.43 หรือกล่าวได้ว่า ผู้บริการ ร้อยละ 88.57 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ สามารถสรุปได้ดังนี้

(1) กลุ่มผู้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (active user) มีความคิดเห็นต่อขั้นตอนการให้บริการว่า สถานที่ในการรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับมีความสะดวกมากขึ้น และขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็วกว่าหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม แต่ก็มีบางประเด็นที่ต้องการให้ GIT มีการปรับปรุงเพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้นในส่วนขั้นตอนการให้บริการ คือ

- สถานที่รับส่งอัญมณีและเครื่องประดับ ควรมีห้องเฉพาะเจาะจง ไม่เปิดเผยมาก
- สถานที่จอดรถที่ห่างไกล จำเป็นต้องมีการเดินข้ามตึก ต้องการความปลอดภัย
- การรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับและใบรับรองคุณภาพ ควรมีรูปแบบ delivery
- ปรับปรุงระบบการให้บริการเบ็ดเสร็จภายในจุดเดียว (รวมถึงการจ่ายเงิน)

ในส่วนและเทคโนโลยีความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนมากมีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีมาตรฐานที่ดีเป็นที่ยอมรับ แต่อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ต่างจากหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในรูปแบบเดียวกัน และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการหน้าเคาเตอร์ควรมี service mind และมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นมิตรมากกว่านี้ และควรมีความรู้หรือสามารถตอบคำถามของผู้บริการได้มากกว่าที่เป็นอยู่

ในด้านของคุณภาพการให้บริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการในการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับของ GIT มีมาตรฐานที่ชัดเจน ซึ่งเป็นผลมาจากการตรวจสอบด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีข้อมูลงานวิจัยสนับสนุนอยู่

(2) กลุ่มผู้ไม่ได้มาใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (non-active user) ส่วนมากมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันกับผู้ให้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 แต่มีประเด็นเหตุผลเพิ่มเติมที่ทำให้ไม่สามารถมาใช้บริการได้ เนื่องจาก สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทำให้ธุรกิจมีการชะลอตัว รวมทั้งลูกค้ามีความต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองกับหน่วยงานอื่นๆ อาทิ GRS, AGIS หรือ GIA แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ไม่ได้มาใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีข้อเสนอแนะ ก็คือ การคิดอัตราค่าบริการ มีความต้องการให้เป็นแบบเบ็ดเสร็จภายในครั้งเดียว ไม่ต้องการให้มีการจ่ายเงินเพิ่ม (add on) ตามความต้องการตรวจสอบ และเพิ่มช่องทางการบริการหรือศูนย์ให้บริการตามภูมิภาคต่างๆ รวมทั้ง การแจ้งผลการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับทางโทรศัพท์ ในเบื้องต้น และการดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนระยะเวลาที่กำหนด

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 76.00 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ทั้งนี้ จากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการพบประเด็นที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจสามารถสรุปได้ดังนี้

- เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีของ GIT มีความทันสมัย แต่ของหน่วยงานเอกชนอื่นๆ ก็มีเครื่องมืออุปกรณ์ในลักษณะเดียวกันให้บริการ (เครื่องทันสมัย แม่นยำ แต่ค่อนข้างโบราณ)
- ค่าบริการเมื่อพิจารณาเทียบกับหน่วยงานเอกชนอื่น พบว่า GIT มีความบริการสูงกว่า
- เจ้าหน้าที่บางคนให้บริการดี และมีบางคนให้บริการไม่ดี ยังไม่มีความรู้ความชำนาญเพียงพอในการตอบคำถาม
- ต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพของรูปถ่ายในใบรับรองคุณภาพให้มีสีสันทันสวยงาม และคมชัดมากกว่าที่เป็นอยู่

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา

ผู้ให้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.40 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 88.00 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา และจากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการพบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- วิทยากรมีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี และมีความเอาใจใส่ผู้เรียนเป็นอย่างมาก สามารถตอบคำถามให้ความกระจ่างได้
- หลักสูตรมีความหลากหลาย ครอบคลุมตามความต้องการ และเนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความครบถ้วน เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการทั้งในแบบเบื้องต้นที่ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ในภาพกว้าง และแบบขั้นสูงที่ทำให้ผู้เรียนมีความรู้เชิงลึก สามารถปฏิบัติการได้จริง ให้ความรู้ความชำนาญ แต่อย่างไรก็ตามในบางหลักสูตร เช่น หลักสูตรการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ต้องการให้ขยายระยะเวลาในการเรียนเพิ่มขึ้นจาก 30 วัน เป็น 45 วัน เพื่อให้รู้สึกอึดแน่นเกินไปในระหว่างเรียน และบางหลักสูตรต้องการให้สอนเป็นภาษาอังกฤษ
- เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการเรียนมีความทันสมัย การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม มีบางประเด็นที่ต้องการให้ปรับปรุง เช่น การเพิ่มตัวอย่างอัญมณีที่ใช้ในการเรียนการสอน และเอกสารประกอบการเรียนที่ตัวหนังสือค่อนข้างเล็ก
- บรรยากาศ อาคารสถานที่ ห้องเรียน มีความเหมาะสม รวมทั้ง อาหารว่างที่มีอย่างเพียงพอสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม

กลุ่มที่ 4 ผู้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.83 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 96.67 มีความพึงพอใจต่อระบบฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสนทนากลุ่มผู้บริการพบว่า กลุ่มผู้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับมีความน่าเชื่อถือ เป็นฐานข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด และครบถ้วน ข้อมูลมีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน และข้อมูลเป็นประโยชน์สามารถใช้งานได้จริง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้ เพราะว่าเป็นข้อมูลที่สรุปมาจากหน่วยงานเฉพาะด้านทางอัญมณีศาสตร์

- การเข้าถึงฐานข้อมูลทำได้ง่าย สะดวก หน้าโฮมเพจสวยงาม น่าสนใจ โทนสี และตัวหนังสือสวยงาม

กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library

ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 3.60 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 72.00 มีความพึงพอใจต่อห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library จากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีประเด็นที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ และสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งหมดมีความพึงพอใจกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ มีการให้บริการด้วยความสุภาพ ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น มีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ส่วนสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด พบว่า บรรยากาศโดยรวม การจัดสถานที่และแสงสว่าง เอื้ออำนวยในการศึกษาค้นคว้า แต่ต้องการให้มีการเพิ่มพื้นที่สำหรับศึกษาเดี่ยว และหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร/บทความงานวิจัยต่างๆ ภายในห้องสมุด มีอย่างครบถ้วน หลากหลาย เป็นปัจจุบัน มีการจัดหมวดหมู่เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม หนังสือวารสารต่างๆ ส่วนมากเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งกลุ่มผู้ให้บริการบางส่วนต้องการให้มีหนังสือภาษาไทยเพิ่มขึ้น รวมถึง วารสารบทความทางวิชาการทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ควรมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่สำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

(2) การใช้บริการ e-Library พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยพึงพอใจกับระบบ e-Library เนื่องจาก e-Library มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร online ให้ดาวน์โหลดน้อย และหนังสือที่ปรากฏใน e-Library มีเพียงหน้าปกและสารบัญ ควรมีหนังสือฉบับเต็มให้ดาวน์โหลดได้ และควรจัดหมวดหมู่ให้เกิดความชัดเจน มีการแยกหมวดอัญมณี เครื่องประดับ หรือการออกแบบเครื่องประดับ และงานวิจัยออกจากรัน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการสืบค้น หรือควรนำบทความงานวิจัยใหม่ นำเสนอในหน้าแรกๆ ของ e-Library นอกจากนั้น ควรเชื่อมโยงฐานข้อมูลห้องสมุดกับฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ร่วมกับฐานข้อมูลลูกค้าผู้ให้บริการด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถติดตาม หรือ subscribe เนื้อหา บทความ หรือหัวข้อที่สนใจได้ และมีการแจ้งเตือนอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีหนังสือ วารสาร หรือบทความวิชาการใหม่ เข้าสู่ระบบ

2. ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ (Customer Trust)

ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT จากการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า จากการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า มีความเชื่อมั่นเฉลี่ย เท่ากับ 4.83 และ 4.25 หรือกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการ ร้อยละ 96.50 และร้อยละ 85.00 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ทั้งนี้ เนื่องจาก

(1) ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการ เนื่องจาก GIT เป็นหน่วยงานระดับประเทศ เป็นหน่วยงานเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และมีอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีขั้นสูง ทันสมัย และได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ทำให้ได้ผลการตรวจสอบคุณภาพที่น่าเชื่อถือ ประกอบกับ มีระบบฐานข้อมูลเฉพาะทางที่เป็นที่ยอมรับ มีงานวิจัยสนับสนุนผลการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพ รวมทั้ง บุคลากร/เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความชำนาญในการตรวจวิเคราะห์

(2) ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นใกล้เคียงกับผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ คือ การเป็นหน่วยงานเฉพาะทาง มีความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นที่น้อยกว่าการตรวจวิเคราะห์คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจาก การตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า อาทิ ทอง มีการกำหนดจุดในการตรวจสอบ อาจทำให้มีโอกาสเกิดความคลาดเคลื่อน (error) ได้ ขึ้นอยู่กับว่าตรวจวัดตรงจุดไหน ทำให้ผู้เข้าร่วมสนทนามีความเชื่อมั่นน้อยกว่าการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ

3. การรับรู้และภาพลักษณ์ (Brand Image and Perception)

การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร จากการสนทนากลุ่มทั้งผู้ใช้บริการและผู้ที่ไม่เคยใช้บริการที่มีต่อสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สามารถสรุปตามกลุ่มผู้ใช้บริการได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการพลอย เครื่องประดับ และบุคคลทั่วไป ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่า GIT เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในระดับประเทศไทย มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล เป็นองค์กรให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ เป็นหน่วยงานที่มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยและได้มาตรฐาน แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ที่ผู้ให้บริการส่วนมาก กล่าวถึง GIT ว่าเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นนักวิทยาศาสตร์ ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ ความได้มาตรฐาน และความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นราชการ แต่ก็พยายามจะปรับตัวเป็นนักธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ผู้ให้บริการเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีระบบการดำเนินงานและการให้บริการโดยอิงกับความเป็นราชการ มีขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน และไม่รวดเร็ว และเป็นหน่วยงานที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง เป็นแหล่งรวบรวมความเชี่ยวชาญ ความรู้ ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ภาพลักษณ์ที่ GIT จำเป็นต้องพัฒนาเพื่อให้ผู้ให้บริการมีการยอมรับเพิ่มขึ้น ก็คือ การปรับตนเองให้เป็นหน่วยงานในระดับสากล ทั้งนี้เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนมากกล่าวว่า ถ้าหากจะตรวจสอบคุณภาพพลอยเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้าประเทศจีน หรือในกลุ่มประเทศยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการที่ บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) มากกว่า เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ลูกค้ารู้จักและยอมรับในคุณภาพและใบรับรองของ GRS มากกว่า ทั้งที่ค่าบริการสูงกว่า GIT และระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพก็นานกว่า GIT หรือใช้บริการที่สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) ซึ่งก็เป็นหน่วยงานที่ลูกค้าต่างประเทศยอมรับในความเป็นมาตรฐานสากลมากกว่า ในส่วนของการตรวจสอบคุณภาพเพชร กลุ่มลูกค้าส่วนมากมีความต้องการตรวจสอบคุณภาพเพชรกับสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ในมุมมองของผู้ใช้บริการที่ตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับนั้น ผู้ใช้บริการจะมองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นที่ยอมรับเฉพาะลูกค้าภายในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของ GIT อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญในมุมมองผู้ให้บริการ ก็คือ การเป็นหน่วยงานที่สามารถให้บริการได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า การให้บริการฝึกอบรม การให้บริการฐานข้อมูลการตลาด ห้องสมุด และพิพิธภัณฑ์ ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการบางคนกล่าวว่า “มีความเก่งหลายด้าน แต่ยังไม่มิด้านไหนโดดเด่นจะเป็นที่ยอมรับของนานาชาติ” แต่ก็เพราะว่า GIT มีการให้บริการที่หลากหลาย ก็ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการเครื่องประดับส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการที่ GIT เป็นการให้บริการที่เบ็ดเสร็จภายในแห่งเดียว

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ในภาพรวม มีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัยในการให้บริการ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการส่วนมากกล่าวถึง GIT ก็มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับว่าเป็น **หน่วยงานที่มีความเป็นราชการสูง** ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ มีการทำงานเป็นระบบ ดำเนินงานเป็นขั้นตอน และมีระยะเวลาในการให้บริการที่ค่อนข้างช้า รวมทั้ง การเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ แต่ก็ยังเป็นประเด็นที่ผู้ใช้บริการเห็นว่าหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการให้บริการในลักษณะเดียวกันต่างก็มีการปรับตัวในเรื่องของความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์เช่นกัน ซึ่งหมายความว่าความน่าเชื่อถือในเรื่องของคุณภาพการให้บริการของ GIT ไม่ต่างจากหน่วยงานอื่นๆ

แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์สำคัญของ GIT เมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชนอื่นๆ ก็คือ การเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด และมีมาตรฐานในการให้บริการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ แต่ก็มีค่าบริการที่สูงกว่าหน่วยงานเอกชนอื่นๆ

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา

ในส่วนของภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ หรือผ่านการสัมมนา พบว่า ภาพลักษณ์ของ GIT มีความเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งสะท้อนถึงการเป็นหน่วยงานที่มีความรอบรู้ รู้ลึก และรู้จริงทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับหลักของประเทศไทย ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในทุกช่องทาง รวมทั้ง การเป็นหน่วยงานที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับได้อย่างชัดเจน ทันสมัย หรือทันกระแสสังคม

กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ในส่วนของผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีความคิดเห็นถึงภาพลักษณ์ของ GIT ที่แตกต่างจากผู้บริการกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ส่วนมากจะมีการเข้าใช้บริการฐานข้อมูลของ GIT ผ่านหน้าโฮมเพจอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์

หน่วยงาน โดยผู้ให้บริการส่วนมากมีความเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่ดี (smart) และมีความเป็นกันเอง (friendly) กับผู้ให้บริการ ซึ่งสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าถึงได้ง่าย และเป็นหน่วยงานที่เป็นมิตร หรือเมื่อเข้ามาใช้บริการแล้ว ก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำไปเรื่อยๆ รวมทั้ง เป็นหน่วยงานที่มีความชำนาญเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library

ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library ซึ่งผู้ให้บริการกลุ่มนี้มีทัศนคติค่อนข้างดีกับหน่วยงาน เพราะผู้ให้บริการมีความคาดหวังเป็นอย่างมากกับหน่วยงาน โดยส่วนใหญ่มองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เปรียบเสมือนเป็นหน่วยงานวิชาการทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีความรู้ ความชำนาญ ข้อมูลข่าวสาร ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ อย่างครบถ้วน หลากหลาย และมีประโยชน์สำหรับทุกคน ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมหรือไม่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของ GIT ที่ผู้ให้บริการคาดหวังเพิ่มเติม คือ การเป็นหน่วยงานที่มีฐานข้อมูลในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library ที่หลากหลายมากกว่าที่เป็นอยู่ปัจจุบัน มีการจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ และมีการนำเสนอฐานข้อมูล หนังสือ วารสาร นิตยสาร และบทความ ที่น่าสนใจ เต็มรูปแบบ (full paper) นอกจากนั้น อาจมีการใช้มัลติมีเดียในการนำเสนอตัวอย่างอัญมณีในรูปแบบสามมิติ เพื่อให้ e-Library เปรียบเสมือนเป็นห้องสมุดมีชีวิตที่สามารถเห็นการเคลื่อนไหวได้ รวมถึงช่องทางในการติดต่อสื่อสาร หรือการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการที่มีความหลากหลาย

กลุ่มที่ 6 ผู้ไม่ใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สำหรับผู้ที่ไม่ใช้บริการ GIT หรือกลุ่ม non-user ที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความคิดเห็นถึงภาพลักษณ์ของ GIT ว่าเป็นหน่วยงานที่มีลักษณะการดำเนินงานที่มีความเป็นราชการสูงมาก เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นหน่วยงานที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย รวมถึงในเรื่องของความโปร่งใสในการให้บริการที่สามารถตรวจสอบได้ แต่อย่างไรก็ตาม ก็มองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีจุดด้อยในการประชาสัมพันธ์หรือการตลาดที่ไม่สามารถเข้าถึงและสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มลูกค้า (end consumer) ในต่างประเทศได้ ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ไม่เข้ามาใช้บริการที่ GIT

4. ทศนคติการรับรู้การบริการต่างๆ (Customer's Attitude)

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ ในที่นี้ คือ การที่ผู้ให้บริการประเมินว่าการให้บริการของ GIT เป็นอย่างไร และผู้ให้บริการจะมีการตอบสนองต่อการให้บริการของ GIT ไปในทิศทางใด โดยการพิจารณาระดับความพึงพอใจ หรือความไม่พึงพอใจ และแนวโน้มการให้บริการต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ การประเมินทัศนคติของผู้ใช้บริการอาจพิจารณาได้จากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (brand's attitude) ซึ่งได้จากผลการประเมินภาพลักษณ์หรือประเมินจากประสบการณ์การให้บริการที่สามารถสะท้อนออกมาได้ว่ามีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT

ในภาพรวม จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการ (active user) ทั้งหมดมีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากการยอมรับและเชื่อมั่นในคุณภาพการตรวจสอบที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล *“GIT เป็นหน่วยงาน third party ที่การันตีคุณภาพ”* ส่วนกลุ่มผู้บริการฝึกอบรม/สัมมนาต่างก็มีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง และมีความต้องการให้ GIT จัดทำ content การให้ความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การออกแบบเครื่องประดับ และข่าวสารการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับผ่านทางสื่อ facebook live อย่างสม่ำเสมอ ในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่วนหลักสูตรการฝึกอบรมควรเน้นไปทางด้านการตลาด หรือการออกแบบผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ส่วนหลักสูตรอัญมณีศาสตร์และโลหะมีค่า ก็สามารถจัดในรูปแบบ online ได้ เฉพาะในส่วนที่เป็นภาคบรรยายเท่านั้น และลดราคาค่าฝึกอบรมเหลือเพียง 10,000-15,000 บาท/หลักสูตร

นอกจากนั้น ผู้บริการฐานข้อมูลการตลาด และห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ก็ยังคงมีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำในการสืบค้นฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และต้องการกลับมาใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ ถ้าหากสามารถเดินทางได้อย่างปกติ และในส่วน of e-Library ผู้บริการต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของบทความ หนังสือ วารสาร ให้สามารถเข้ามาอ่านฉบับเต็มได้ เหมือนเข้าห้องสมุดด้วยตนเอง รวมทั้ง การให้บริการยืมหนังสือแบบ online และมีการรับส่งหนังสือแบบ delivery

ในขณะที่กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการในปัจจุบันประมาณ พ.ศ. 2564 (non-active user) ส่วนมากก็ยังคงมีความต้องการใช้บริการที่ GIT อยู่ แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางมาใช้บริการได้ และกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการ (non-user) จะมาใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับที่ GIT ก็ขึ้นอยู่กับ ความต้องการของลูกค้า ถ้าหาก GIT มีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้ ก็อาจจะทำให้กลับมาใช้บริการ

5. พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

5.1 พฤติกรรมการใช้บริการ GIT ของผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (active user) ส่วนมากนำอัญมณีและเครื่องประดับมาตรวจสอบคุณภาพที่ GIT ตั้งแต่ 1-4 ครั้ง/เดือน หรือโดยเฉลี่ย 2 ครั้ง/เดือน และนำชิ้นงานมาตรวจสอบตั้งแต่ 1-10 ชิ้นงาน/ครั้ง ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (non-active user) มีการใช้บริการในปีก่อนหน้า ประมาณ 1-2 ครั้ง/เดือน และปริมาณชิ้นงานที่นำเข้ามาตรวจสอบใกล้เคียงกัน ตั้งแต่ 1-10 ชิ้นงาน/ครั้ง และส่วนมากใช้บริการตรวจวิเคราะห์จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ

ผู้ให้บริการกลุ่มนี้ส่วนมากใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับที่บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) และสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) ในการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี โดยเฉพาะพลอยและไพลิน ส่วนการใช้บริการที่สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA) เป็นการตรวจสอบคุณภาพเพชรเป็นหลัก นอกจากนั้น ก็มีบางส่วนที่มีการใช้บริการที่สถาบันอัญมณีศาสตร์นานาชาติ (IGI) และ International Colored Gemstone Association (ICA)

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (active user) ส่วนมากนำเครื่องประดับที่มีองค์ประกอบของโลหะมีค่ามาตรวจสอบคุณภาพที่ GIT เฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน และนำชิ้นงานมาตรวจสอบ ตั้งแต่ 10-30 ชิ้นงาน/ครั้ง ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (non-active user) ไม่มีการใช้บริการในปีก่อนหน้าเลย เนื่องจากชิ้นงานที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพได้ถูกตรวจสอบไปหมดแล้ว ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทำให้ไม่สามารถส่งชิ้นงานมาตรวจสอบได้ ในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัด และผู้ให้บริการส่วนมากใช้บริการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่ม และตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของวัตถุดิบและเครื่องประดับ และมีส่วนตรวจค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการเข้ามารับการฝึกอบรมเฉลี่ย 1-2 หลักสูตร/ปี และส่วนมากเข้าอบรมหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรด้านการออกแบบ และเข้าร่วมสัมมนา และมีบางส่วนเข้าร่วมอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับทองและโลหะมีค่า

กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่ม Big Fan ลงทะเบียนเข้าในระบบหรือ log in เข้าสู่ <https://infocenter.git.or.th> เพื่อสืบค้นข้อมูล ประมาณ 5-10 ครั้ง/เดือน ส่วนกลุ่ม Active ลงทะเบียนเข้าในระบบเพื่อสืบค้นข้อมูล ประมาณ 2-3 ครั้ง/เดือน และกลุ่ม Temporary Users ประมาณ 1-2 ครั้ง/เดือน ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเข้ามาสืบค้นข้อมูลและข่าวธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อัตราภาษี/กฎระเบียบการค้า ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากจะเป็นอาจารย์/นักศึกษา หรือนักวิเคราะห์/นักวิจัย ที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลบทความทางวิชาการ สถิติการค้าไทย

กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ มีการใช้บริการประมาณ 1-2 ครั้ง/เดือน ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเข้ามาสืบค้นข้อมูล หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (gemology mineral gemstones diamonds) และหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (jewelry design) ส่วนผู้บริการที่ไม่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ อาจารย์ นักศึกษา นักวิจัย หรือบุคคลทั่วไป ส่วนมากเข้ามาสืบค้นรายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (thesis & research) หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (gemology mineral gemstones diamonds) และหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (jewelry making) นอกจากนั้น ผู้ใช้บริการส่วนมากไม่ใช้บริการ e-Library เนื่องจากผู้ที่เคยลองดาวน์โหลด e-Library มาใช้บริการแล้วมีความคิดเห็นว่า หนังสือวารสารหรือบทความใน e-Library ไม่หลากหลาย และครบถ้วน ตรงตามความต้องการหรือความคาดหวัง ก่อนที่จะดาวน์โหลด และมีบางส่วนที่ไม่รู้ว่า GIT มีการให้บริการ e-Library

5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ส่วนมากเลือกใช้บริการที่ GIT เพราะมีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล เป็นหน่วยงานที่มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่มีความโปร่งใสตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับด้วยความเที่ยงตรง และแม่นยำ “GIT มีความน่าเชื่อถือสูง เรียกว่าตรงไปตรงมาที่สุดแล้ว ในเรื่องของกาวิเคราะห์ผล” รวมทั้ง อัตราค่าบริการที่เหมาะสม และระยะเวลาในการให้บริการที่รวดเร็วกว่า GRS

นอกจากนั้น ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการที่ GIT ก็คือ การเป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย GIT มีการให้บริการที่หลากหลาย สามารถนำเครื่องประดับที่นำมาตรวจสอบคุณภาพได้อย่างเบ็ดเสร็จภายในทีเดียว การเป็นหน่วยงานที่มีผู้เชี่ยวชาญหรือนักอัญมณีศาสตร์ที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน มีกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด (promotion) ที่น่าสนใจ

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นหน่วยงานหลักของประเทศไทยในการให้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า และอัญมณีและเครื่องประดับ มีการให้บริการด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และเป็นไปตามมาตรฐานสากล

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากมาฝึกอบรมที่ GIT ในหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ เนื่องจาก GIT เป็นหน่วยงานทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับหลักของประเทศ เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียง GIT มีหลักสูตรที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม สำหรับผู้ที่ไม่ใช้บริการในปัจจุบันประมาณ พ.ศ. 2564 (non-active user) เนื่องจากฝึกอบรมครบตามความต้องการแล้ว และมีการแนะนำให้ผู้ประกอบการอื่นหรือพนักงานในบริษัท มาเข้ารับการฝึกอบรมที่ GIT เนื่องจากเนื้อหาในหลักสูตรมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้งานได้จริง และค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมมีความเหมาะสมกับเนื้อหาในหลักสูตร หรือราคาสมเหตุสมผล รวมทั้ง วิทยากรหรืออาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี กอปรกับบรรยากาศในการฝึกอบรม และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการฝึกอบรมที่มีความเหมาะสม นอกจากนี้ ยังมีหลักสูตรที่สามารถฝึกอบรมแบบออนไลน์ได้ด้วย ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เรียนรู้ในภาคปฏิบัติการ

กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดมีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นแหล่งที่มีการรวบรวมข้อมูล ครบถ้วน หลากหลาย ทันสมัย (up to date) สอดคล้องกับความต้องการ สามารถนำไปใช้งานได้จริง อาทิ ใช้ประกอบการเรียนการสอน การทำวิจัย หรือการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ และระบบ <https://infocenter.git.or.th> ง่ายต่อการใช้งาน

กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library พบว่า ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ มีความคิดเห็นใกล้เคียงกับผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาด โดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการห้องสมุด GIT เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่

มีความน่าเชื่อถือ มีหนังสือ วารสาร นิตยสาร และบทความทางวิชาการ ที่เป็นข้อมูลทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ครบถ้วน หลากหลาย ทันสมัย (up to date) สอดคล้องกับความต้องการ สามารถนำไปใช้งานได้จริง อาทิ สามารถใช้ในการอ้างอิง ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ หรือใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำธุรกิจ

6. เหตุผลที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และเหตุผลที่ไม่ใช้บริการ

ในส่วนของกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564) (non-active user) เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทการให้บริการ พบว่า

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ไม่ใช้บริการที่ GIT เนื่องจาก (1) ความต้องการของลูกค้า (end consumer) ของผู้ประกอบการธุรกิจพลอยและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพที่ GRS หรือ AGIS เป็นหลัก หรือถ้าเป็นลูกค้าประเทศญี่ปุ่น ก็ต้องเป็นสถาบันของประเทศญี่ปุ่น (ซึ่งเป็นปัญหาทางด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการของ GIT) และ (2) ไม่มีอัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพ ทำให้ไม่ใช้บริการที่ GIT

นอกจากนั้น ยังมีเหตุผลอื่นๆ อาทิ (3) ถ้าหากต้องการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีที่มีขนาดใหญ่ ก็ จะตรวจสอบคุณภาพกับหน่วยงานที่มีความเป็นสากลมากกว่า เช่น GRS, AGIS หรือ GIA เพราะจะทำให้สามารถซื้อขายอัญมณีได้ง่าย และลูกค้ายอมรับและเชื่อถือใบรับรองคุณภาพ (4) บรรยากาศในการให้บริการและความเป็นส่วนตัว (private room) ของแต่ละหน่วยงาน ก็มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการเลือกไปใช้บริการที่ GRS หรือ GIA (5) มาตรฐานสีอัญมณีของ GIT อาทิ Pigeon's blood Ruby, Royal Blue Sapphire หรือ Cornflower Blue Sapphire ยังไม่เป็นที่ยอมรับ และเฉดสีมีความแตกต่างจากหน่วยงานต่างประเทศ ซึ่งทำให้เกิดความยากลำบากในการทำธุรกิจซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับ และ (6) สถานที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ที่ต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ จันทบุรี หรือภูเก็ต ทำให้ไม่สามารถมาใช้บริการ GIT ได้ที่กรุงเทพฯ

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าที่ไม่ใช้บริการที่ GIT มีเหตุผลที่ใกล้เคียงกับกลุ่มที่ 1 คือ เนื่องจาก (1) ลูกค้าต่างประเทศต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องประดับ และโลหะมีค่าที่หน่วยงานอื่น (2) สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ไม่สามารถมาใช้บริการได้ (3) อัตราค่าบริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่าของ GIT สูงกว่า มีการ

ตรวจสอบเป็นจุดๆ แต่เมื่อมีความต้องการให้ตรวจสอบเพิ่ม มีค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่ม (add on) และ (4) ระยะเวลาในการให้บริการที่นานเกินไป ไม่ควรเกิน 3 วัน นอกจากนั้น จากการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่าที่มีการตรวจเป็นจุดๆ ซึ่งผู้ให้บริการท่านหนึ่งมีประสบการณ์ส่งชิ้นงาน (พระเครื่อง) มาตรวจสอบซ้ำ แต่กลับได้ผลการตรวจสอบคุณภาพที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ และไม่กลับมาใช้บริการ

เหตุผลหลักของกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการ (non- user) ที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ก็คือ กลุ่มลูกค้ามีความต้องการและมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ หรือโลหะมีค่า ที่หน่วยงานอื่น อาทิ บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) ในการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี โดยเฉพาะพลอยและไพลิน หรือสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA) ในการตรวจสอบคุณภาพเพชร มากกว่า GIT นอกจากนั้น ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนยังคงเข้าใจว่า กระบวนการหรือขั้นตอนในการใช้บริการที่ GIT นั้น มีความยุ่งยาก ไม่สะดวก ระยะเวลาในการให้บริการช้า และอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม รวมทั้ง ไม่ทราบถึงกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ GIT จัดออกมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อต่างๆ

7. ประสิทธิภาพการใช้สื่อต่างๆ และพฤติกรรมการรับสื่อ (Media Effectiveness)

เมื่อพิจารณาช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของ GIT กับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากรับทราบข้อมูลข่าวสารจาก 4 แหล่งหลัก ประกอบด้วย (1) website ของสถาบัน (www.git.or.th) (2) facebook (3) line และ (4) e-mail ทั้งนี้ ช่องทางการสื่อสารกับผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับบริการ ก็คือ ช่องทาง line ซึ่งสามารถใช้ติดต่อสื่อสารพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของ GIT ได้ โดยที่กลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า เห็นว่าเป็นช่องทางการติดต่อส่งข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพและแจ้งวันเวลาในรับผลการตรวจสอบคุณภาพ ส่วนกลุ่มผู้ให้บริการฝึกอบรม/สัมมนาเห็นว่าเป็นช่องทางการที่สามารถเข้ามาพูดคุยปรึกษากับเจ้าหน้าที่หรือวิทยากรในการฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของช่องทาง website ของสถาบัน ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มมีความคิดเห็นว่าเป็นช่องทางที่มีความเป็นทางการที่สามารถเข้ามาสืบค้นข้อมูล และติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหัวข้อการจัดฝึกอบรม/สัมมนา หรือข้อมูลข่าวสารอื่นๆ และช่องทาง facebook ของสถาบัน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่ดี และมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา สามารถเข้ามาติดตามข้อมูล หรือรับฟัง

หัวข้อการบรรยายหรือสัมมนาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และท้ายที่สุด คือ ช่องทาง e-mail เป็นช่องทางที่ผู้ให้บริการส่วนมากไม่ค่อยจะได้ใช้ หรือไม่ค่อยจะได้เปิดอ่าน e-mail จึงเป็นช่องทางที่ผู้ให้บริการส่วนมากคิดว่าเป็นช่องทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับ GIT ที่น้อยที่สุด

8. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น รวมถึง ผู้ที่ไม่ใช้บริการ GIT หรือที่ให้บริการไม่ต่อเนื่องจะกลับมาใช้บริการต่อไป ในที่นี้สามารถสรุปออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะในภาพรวมของหน่วยงาน และส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการแต่ละประเภท ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะในภาพรวมของหน่วยงาน

1. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (proactive marketing public relations) โดยการมุ่งเน้นการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ หรือฐานลูกค้าใหม่ ในที่นี้ กลุ่มผู้ให้บริการมีความต้องการให้ GIT ทำการประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยอาจอาศัยการออกบูทประชาสัมพันธ์ หรือ road show ตามงานแฟร์ในต่างประเทศ หรือการเปิดศูนย์ให้บริการของ GIT ที่ต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศจีน หรือกลุ่มประเทศยุโรป ซึ่งเป็นประเทศที่ลูกค้ามีกำลังซื้อสูง เพื่อให้ลูกค้าได้จดจำและรู้จัก GIT พร้อมทั้ง การนำเสนอมาตรฐานพลอยไทย หรือมาตรฐานสีของ GIT ให้ลูกค้าต่างประเทศ มีความรู้และความเข้าใจว่ามาตรฐานสีของพลอยไทยเป็นอย่างไร โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความตระหนักและเกิดการรับรู้ถึงคุณภาพมาตรฐานในการตรวจสอบคุณภาพและการให้บริการของ GIT จนกระทั่ง ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติยอมรับใบรับรองคุณภาพของ GIT นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถใช้ร่วมกับเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าที่ใช้บริการ GIT อย่างมีความน่าเชื่อถือที่มากขึ้น

2. การจัดการระบบฐานข้อมูลผู้ให้บริการ GIT โดยจัดหมวดหมู่กลุ่มผู้ให้บริการ เช่น กลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการพลอย อัญมณี เครื่องประดับ กลุ่มนักวิชาการ/นักวิทยาศาสตร์ หรือกลุ่มบุคคลทั่วไป และจัดหมวดหมู่ความสนใจของผู้ใช้บริการ ร่วมกับการจัดการฐานข้อมูลการตลาดในหน้าโฮมเพจ ร่วมกับฐานข้อมูลต่างๆ ในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library ให้เป็นฐานข้อมูลระบบเดียวกัน และจำแนกจัดหมวดหมู่ข้อมูล เพื่อการสื่อสารกับผู้ให้บริการตามความสนใจ (ไม่ส่งทุกข้อความ) ผ่านช่องทาง e-mail หรือทาง line เพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (customer relationship) เพื่อ

เป็นการกระตุ้นให้ผู้ให้บริการมาให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น เรื่องการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ หลักสูตรการฝึกอบรม หัวข้อการสัมมนาต่างๆ บทความทางวิชาการ หนังสือวารสาร นิตยสารทางด้านการตลาด หรือการออกแบบเครื่องประดับ เป็นต้น ทั้งนี้ โดยรวมแล้ว GIT จะกลายเป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความสำคัญในระดับประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการแต่ละประเภท

1. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการให้ (1) เพิ่มสถานที่ให้บริการหรือรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับ ตามแหล่งธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในต่างจังหวัดหรือในระดับภูมิภาค (2) ขั้นตอนการรับงาน (หน้างาน) การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพ ควรปรับปรุงเรื่องสถานที่ให้มีความเป็นส่วนตัวเพื่อความปลอดภัย และกระชับระยะเวลาในการดำเนินงานให้เสร็จสิ้นภายในที่เดียว รวมทั้ง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการหน้าเคาเตอร์ควรมีเจ้าหน้าที่ประจำตลอดเวลา อบรมพนักงานในเรื่องของ service mind และควรสามารถตอบคำถามในการให้บริการได้อย่างมืออาชีพ (3) ควรเพิ่มบริการส่งผลการตรวจสอบคุณภาพหรือใบรับรองแบบ online หรือการโทรศัพท์แจ้งผลตรวจสอบคุณภาพให้กับผู้ใช้บริการ หรือการแจ้งให้ผู้ใช้บริการมารับผลการตรวจสอบคุณภาพก่อนระยะเวลาที่กำหนด (4) อัตราค่าบริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ควรกำหนดแบบเป็นราคาเดียวและมีการตรวจสอบครบทุกอย่าง (สี แหล่งผลิต กระบวนการ) เพื่อให้ได้ใบรับรองคุณภาพแบบใบเดียว และเพื่อความสะดวกในการอธิบายกับลูกค้าที่มาซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ

นอกจากนั้น มีข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ การปรับปรุงคุณภาพของภาพถ่ายและสีที่ใช้ในการถ่ายภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ให้มีความสวยงามและชัดเจน สีไม่เข้มเกินความเป็นจริง หรือการออกแบบใบรับรองคุณภาพให้มีความสวยงามหรือสีสันโดดเด่น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ประกอบการเมื่อนำมาใช้ประกอบการเสนอขายอัญมณีและเครื่องประดับ และเพื่อสร้างการรับรู้ที่โดดเด่นในเรื่องตราสินค้า (brand awareness) ให้กับลูกค้าต่างประเทศ

2. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการให้การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองให้ดำเนินการเสร็จภายในวันเดียว หรือรอรับผลการตรวจสอบได้เลย หรืออย่างช้าที่สุด ไม่ควรเกิน 3 วันทำการ และลดอัตราค่าบริการการตรวจสอบคุณภาพและออก

ใบรับรองโลหะมีค่าลง เนื่องจากคู่แข่งบริษัทเอกชนหลายแห่งราคาอัตราค่าบริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า ไม่ถึง 100 บาท/จุด

3. การฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นทางด้านหลักสูตรการฝึกอบรม/สัมมนาดังนี้ (1) ควรเพิ่มหลักสูตรการฝึกอบรมให้ครอบคลุมครบทุกด้านของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ หลักสูตรการขึ้นรูปเครื่องประดับ และควรเปิดหลักสูตรการฝึกอบรมที่มีอยู่แล้วอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากผู้ฝึกอบรมในบางหลักสูตร เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วมีความต้องการเรียนในหลักสูตรอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่สูญเสียโอกาสในการเรียนการสอน (2) ในสถานการณ์ปัจจุบัน GIT ควรปรับหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ และโลหะมีค่า ให้เป็นหลักสูตร online เฉพาะในส่วนของภาคทฤษฎี โดยการบรรยายเป็นคลิปวิดีโอ และเปิดโอกาสให้ผู้ลงทะเบียนเรียนเข้ามาฟังก่อน (จำกัดช่วงเวลา) และเปิดโอกาสให้มีการสอนบรรยายแบบ live ร่วมด้วย เพื่อให้ผู้เรียนได้เข้ามาซักถามพูดคุยกับอาจารย์ผู้สอน ส่วนในภาคปฏิบัติคงยังไม่สามารถดำเนินการได้ และควรลดราคาค่าฝึกอบรมอยู่ประมาณ 10,000 – 15,000 บาท/หลักสูตร ส่วนหลักสูตรทางด้านการตลาด ราคาไม่ควรเกิน 10,000 บาท/หลักสูตร ในรูปแบบ online เช่นกัน (3) ระยะเวลาในการฝึกอบรมในบางหลักสูตร ควรเพิ่มระยะเวลาในการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเรียนรู้เนื้อหาได้อย่างเข้าใจ อาทิ หลักสูตรการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ (4) ผู้ใช้บริการเห็นว่าบุคลากรที่เป็นวิทยากรควรมีจำนวนมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของความรู้ในองค์ความรู้ด้านต่างๆ ทั้งนี้ อาจอาศัยความร่วมมือกับอาจารย์ในสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมทั้ง เพิ่มเติมตัวอย่างอัญมณีที่ใช้ประกอบในการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจของหลักสูตร นอกจากนั้น (5) ควรให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ออกมาให้ความรู้ผ่านหน้าโฮมเพจ หรือ facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงความเชี่ยวชาญของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง

4. การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากพึงพอใจกับโฮมเพจหรือหน้า website ฐานข้อมูลของ GIT แล้ว แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความสะดวกในการถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่างๆ ระบบฐานข้อมูลการตลาด (1) ควรเชื่อมโยงกับระบบ e-Library เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (2) การทำ e-book ควรจัดทำเป็นหนังสือฉบับเต็มทั้งเล่ม ไม่เฉพาะหน้าปกและสารบัญ และควรคิดค่าบริการสำหรับสมาชิกที่ต้องการดาวน์โหลดหนังสือฉบับเต็มมาอ่าน (3) ควรเพิ่มฐานข้อมูลวารสารวิชาการทางด้านอัญมณีศาสตร์จากต่างประเทศ หรือบทความงานวิจัยต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึก (4) ควรจัดหมวดหมู่ของฐานข้อมูลออกตั้งแต่เบื้องต้นไปจนถึงแบบเจาะลึก หรือการจัดทำ hashtag เพื่อให้เกิดความสะดวกในการสืบค้นฐานข้อมูล เพื่อให้ผู้ให้บริการฐานข้อมูลสามารถเลือกเข้าใช้บริการตามความต้องการ (5) ควรมีระบบการแจ้งเตือนผ่าน e-mail หรือ line ถึงฐานข้อมูลใหม่ หนังสือใหม่ หรือบทความใหม่ ไป

ยังกลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิกที่มีการลงทะเบียนไว้ เพื่อให้ได้รับข้อมูลใหม่ตามความต้องการใช้ฐานข้อมูลของแต่ละประเภทกลุ่มผู้ให้บริการ อาทิ นักธุรกิจต้องการข้อมูลการตลาด นักวิชาการต้องการข้อมูลวิทยาศาสตร์ คนทั่วไปต้องการความรู้ทั่วไป ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือผู้ให้บริการ และ (6) ในระบบฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ควรเพิ่มคลิปวิดีโอการสัมมนา (ฟรี) ที่จัดในรูปแบบ online เข้ามาเป็นอีกหมวดหมู่หนึ่งในหน้าโฮมเพจ นอกจากนี้ (7) ควรมีการนำเสนอลักษณะของอัญมณีและการออกแบบอัญมณี ในรูปแบบสามมิติในหน้าโฮมเพจ หรือใน e-Library

5. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น GIT (1) ควรขยายระยะเวลาการเปิดให้บริการจนถึง 20.00 น. และควรเปิดให้บริการทุกวัน (2) ควรเพิ่มหนังสือ/วารสารใหม่ๆ ทางด้านการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ หรืองานวิจัยทางด้านอัญมณีศาสตร์ เพื่อให้เป็นคลังความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (3) เพิ่มพื้นที่สำหรับการศึกษาเดี่ยวภายในห้องสมุด (4) ควรมีระบบการยืมและส่งคืนหนังสือแบบ delivery และ (5) ควรเพิ่มความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนทางด้านอัญมณีศาสตร์ หรือการออกแบบเครื่องประดับ เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างฐานข้อมูลภายในห้องสมุด (document sharing) และเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างหลากหลาย

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม

สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (G1-3)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ (ลักษณะการดำเนินธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการใช้บริการ GIT และความถี่ในการใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น GRS AIGS GIA IGI ICA

- การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (จำนวนครั้ง/ปี และจำนวนชิ้น/การใช้บริการ)

2.2 ลักษณะการใช้บริการที่ GIT

- การตรวจวิเคราะห์จำแนก อัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ
- การตรวจวิเคราะห์จำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร
- การตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพอัญมณี
- การตรวจสอบเพชรที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพ
- การตรวจสอบชนิดของมุกและการปรับปรุงคุณภาพ
- การการจัดระดับมาตรฐานคุณภาพ (4C's) ของเพชร
- การตรวจวิเคราะห์เพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน มรกต)
- การตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT อาทิ คุณภาพการให้บริการ / ค่าบริการ / ความทันสมัย / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / กระบวนการขั้นตอน / ความรวดเร็ว / มาตรฐานการให้บริการ / ใบรับรองคุณภาพ / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น GRS, AIGS, GIA, IGI, ICA (ประเด็นเดียวกันกับข้อ 2.3)

2.5 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกใช้บริการที่ GIT สำหรับ Inactive user อาทิ ไม่มีลูกค้า / ไม่มีสินค้า / ค่าบริการ / เจ้าหน้าที่ / ลูกค้าต้องการ / มีการติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆ

2.6 นอกจากประเภทการให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอยู่ในปัจจุบันของ GIT ท่านมีความต้องการให้ GIT เพิ่มเติมการบริการใดบ้าง

2.7 นอกเหนือจากการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับ GIT แล้ว ยังมีการใช้บริการอื่นใดบ้าง เพราะอะไร

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

- (อาทิ Website Social network email สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth))

3.2 ทศนคติการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ และผู้ไม่ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน
- ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ (ข้อเด่น / ข้อด้อย ของหน่วยงาน)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ

4.1 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT ที่ได้รับ

4.2 เหตุผลที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น/ไม่เชื่อมั่น

4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- ด้านขั้นตอนการให้บริการ
- ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัย
- ด้านองค์ความรู้และการถ่ายทอด
- ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- ด้านคุณภาพการให้บริการ

4.4 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.5 แนวโน้มการให้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ

- คุณภาพการให้บริการ
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
- เจ้าหน้าที่/บุคลากร
- สถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
- การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

รายงานการศึกษาขั้นต้น:

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (G4)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ (ลักษณะการดำเนินธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการใช้บริการ GIT และความถี่ในการใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น Bangkok Assay Office, Alpha Precious Metal, Intertek, Gold Field Refinery

- การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (จำนวนครั้ง/ปี และจำนวนชิ้น/การใช้บริการ)

2.2 ลักษณะการใช้บริการที่ GIT

- การตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินัม

- การตรวจโลหะเจืออันตรายในเครื่องประดับ เช่น ตะกั่ว นิกเกิล แคดเมียม

- การตรวจวัดความหนา

- การตรวจค่าบริสุทธิ์ด้วยเทคนิค X-Ray

- การตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของวัสดุดิบและเครื่องประดับ

- การตรวจค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay

- การแกะสลักโลหะมีค่าด้วยเลเซอร์

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT อาทิ คุณภาพการให้บริการ / ค่าบริการ / ความทันสมัย / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / กระบวนการขั้นตอน / ความรวดเร็ว / มาตรฐานการให้บริการ / ใบรับรองคุณภาพ / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น Bangkok Assay Office, Alpha Precious Metal, Intertek, Gold Field Refinery (ประเด็นเดียวกันกับข้อ 2.3)

2.5 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกใช้บริการที่ GIT สำหรับ Inactive user อาทิ ไม่มีลูกค้า / ไม่มีสินค้า / ค่าบริการ / เจ้าหน้าที่ / ลูกค้าต้องการ / มีการติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆ

2.6 นอกจากประเภทการให้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่าที่มีอยู่ในปัจจุบันของ GIT ท่านมีความต้องการให้ GIT เพิ่มเติมการบริการใดบ้าง

2.7 นอกเหนือจากการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่ากับ GIT แล้ว ยังมีการใช้บริการอื่นใดบ้าง เพราะอะไร

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

(อาทิ Website, Social network, email, สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth)

3.2 ทักษะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ และผู้ไม่ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน
- ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ (ข้อเด่น / ข้อด้อย ของหน่วยงาน)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ

4.1 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT ที่ได้รับ

4.2 เหตุผลที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น/ไม่เชื่อมั่น

4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- ด้านขั้นตอนการให้บริการ
- ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัย
- ด้านองค์ความรู้และการถ่ายทอด
- ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- ด้านคุณภาพการให้บริการ

4.4 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.5 แนวโน้มการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ

- คุณภาพการให้บริการ
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
- เจ้าหน้าที่/บุคลากร
- สถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
- การสื่อสารกับผู้ให้บริการ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม
สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา (G5)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ (ลักษณะการดำเนินธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการใช้บริการ GIT และความถี่ในการใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น AIG GIA วิทยาลัยอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ TCDC (จำแนกเป็น on site / online)

- การฝึกอบรม (หลักสูตร/ปี) - สัมมนา (ครั้ง/ปี)

2.2 หัวข้อการฝึกอบรม

- หลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์
- หลักสูตรด้านการออกแบบ
- หลักสูตรด้านการตลาดอัญมณี
- หลักสูตรเกี่ยวกับทองและโลหะมีค่า
- Workshop / สัมมนา

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT อาทิ หัวข้อหลักสูตร/สัมมนา น่าสนใจ ตรงความต้องการ ใช้งานได้ง่าย / คุณภาพการให้บริการ / ค่าใช้จ่ายในการอบรม / ความทันสมัยของเครื่องมือ / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / วิทยากร / ช่วงเวลา และระยะเวลาในการฝึกอบรม/สัมมนา / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น AIG GIA วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ TCDC (ประเด็นเดียวกันกับข้อ 2.3)

2.5 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกใช้บริการที่ GIT สำหรับ Inactive user อาทิ อบรมครบตามหลักสูตร / ไม่มีเวลาเข้าร่วม / ค่าบริการไม่เหมาะสม / เจ้าหน้าที่/วิทยากร บริการไม่ดี / หัวข้อที่ต้องการไม่มีแบบออนไลน์ / ไม่สะดวกในการเดินทาง

2.6 หลักสูตร และหัวข้อสัมมนา ที่ต้องการให้ GIT จัดเพิ่มเติม ทั้ง on site / online ทั้งในสถานการณ์ปกติ และช่วงวิกฤติการระบาดของโรคโควิด-19

2.7 นอกเหนือจากการเข้าร่วมฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ หรือสัมมนา กับ GIT แล้ว ท่านใช้บริการอื่นใดบ้าง เพราะอะไร

2.8 ถ้าหาก GIT มุ่งเน้นการจัดฝึกอบรมแบบ Online มากขึ้น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

(อาทิ Website Social network email สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth)

3.2 ทศนคติการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ และผู้ไม่ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน
- ระบบฐานข้อมูล (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ (ข้อเด่น / ข้อด้อย ของหน่วยงาน)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- ด้านขั้นตอนการให้บริการ เช่น ระยะเวลาในการฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม ระบบการฝึกอบรม/สัมมนา แบบ online
- ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัย ของเครื่องมือที่ใช้ในการฝึกอบรม / สื่อดัดแปลงอุปกรณ์
- ด้านองค์ความรู้ เช่น เนื้อหาสาระ มีความครบถ้วน การใช้ประโยชน์
- ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ / วิทยากร ความสามารถในการถ่ายทอด / ความเป็นกันเอง / การเอาใจใส่

4.2 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.3 แนวโน้มการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ

- คุณภาพการให้บริการ
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
- เจ้าหน้าที่/บุคลากร
- สถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
- การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

5.2 ความเห็นต่อราคาและระยะเวลาที่เหมาะสม

- การฝึกอบรม online เกี่ยวกับวิเคราะห์อัญมณี
- การฝึกอบรม online เกี่ยวกับธุรกิจโลหะมีค่า
- การฝึกอบรม online เกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับ

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม
สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล (G6)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ (ลักษณะการดำเนินธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการ Log in เข้าสู่ <https://infocenter.git.or.th> (ครั้ง/เดือน)

2.2 หัวข้อการสืบค้นข้อมูลของ <https://infocenter.git.or.th>

- สถิติการค้าไทย
- บทความ (บทวิเคราะห์การนำเข้าส่งออกไทย / บทความวิชาการ / เกษตติดสถานการณ์การตลาด / เรื่องเล่าอัญมณีและเครื่องประดับ)
- ข้อมูลธุรกิจ (ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรม / ข้อมูลอุตสาหกรรมรายประเทศ / อัตราภาษีนำเข้าและกฎระเบียบการค้า / งานแสดงสินค้า/งานสัมมนา / ชัดความสามารถในการแข่งขันรายสินค้า / รายชื่อหน่วยงานนานาชาติ / รายชื่อผู้นำเข้าในต่างประเทศ / รายชื่อผู้ประกอบการไทย)
- ข่าวธุรกิจ (จับประเด็นข่าวเด่น / ข่าวธุรกิจรายวัน๗

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT อาทิ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / ความน่าเชื่อถือแหล่งข้อมูล / ข้อมูลน่าสนใจ ตรงความต้องการ ใช้งานได้จริง / ข้อมูลทันสมัย / การจัดหมวดหมู่ข้อมูลต่อการค้นหา

2.4 ฐานข้อมูลที่ต้องการให้ GIT เพิ่มเติมในระบบ

2.5 นอกเหนือจากการใช้ข้อมูลการตลาดของ ฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> แล้ว ท่านใช้บริการอื่นใดบ้าง เพราะอะไร

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

(อาทิ Website Social network email สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth)

3.2 ทักษะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน
- ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ (ข้อเด่น / ข้อด้อย ของหน่วยงาน)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- การเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์สืบค้นได้ง่าย และสะดวก
- หน้าโฮมเพจ (ความสวยงาม / น่าสนใจ / สามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (friendly user))
- ฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> (ความน่าเชื่อถือ / หลากหลาย ตรงความต้องการ / เป็นข้อมูลเชิงลึกละเอียดและครบถ้วน / ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน / เป็นประโยชน์ สามารถใช้งานได้จริง)

4.3 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.3 แนวโน้มการให้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ

- ด้านคุณภาพการให้บริการ (เนื้อหา/ข้อมูล/องค์ความรู้)
- ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หน้าโฮมเพจ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม
สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการห้องสมุด และ e-library (G7)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ (ลักษณะการดำเนินธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการใช้บริการห้องสมุด (ครั้ง/เดือน) และ e-library (ครั้ง/เดือน)

2.2 การสืบค้นข้อมูลภายในห้องสมุด และ e-library

- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds)
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making)
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านโลหะมีค่า เช่น เงิน ทองคำ (Precious Metals)
- รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research)

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องสมุด GIT อาทิ เป็นห้องสมุดเฉพาะทาง / บรรณารักษ์ห้องสมุด / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย ทันสมัย ตรงความต้องการ ใช้งานได้จริง / การจัดหมวดหมู่ง่ายต่อการค้นหา

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ e-library อาทิ เป็นห้องสมุด online เฉพาะทาง / สะดวก ไม่ต้องเดินทาง / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย ทันสมัย ตรงความต้องการ ใช้งานได้จริง / การจัดหมวดหมู่ง่ายต่อการค้นหา

2.4 หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หรือสิ่งที่ต้องการให้ห้องสมุด และ e-library จัดหาเพิ่มเติม

2.5 นอกเหนือจากการใช้บริการห้องสมุด และ e-library แล้ว ท่านใช้บริการอื่นใดบ้าง เพราะอะไร

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

(อาทิ Website Social network email สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth))

3.2 ทักษะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน

-
- ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ (ข้อเด่น / ข้อด้อย ของหน่วยงาน)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการห้องสมุด ของ GIT ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร (หลากหลาย ทันสมัย ตรงความต้องการ ใช้งานได้ง่าย)
- สถานที่ตั้งและบรรยากาศ (สะดวกในการเดินทาง / สภาพแวดล้อมสวยงาม / สิ่งอำนวยความสะดวก / wifi)
- ขั้นตอนการให้บริการ (ระยะเวลาเปิดปิด / ค่าบริการ)
- บุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ความเอาใจใส่ / สุภาพ / มีความรู้และสามารถตอบคำถามได้)

4.2 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.3 แนวโน้มการให้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการห้องสมุดของ GIT กับผู้อื่น

4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ e-library ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- การเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์สืบค้นได้ง่าย และสะดวก
- ระบบ e-Library (ความสวยงาม / น่าสนใจ / สามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (friendly user))
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร (หลากหลาย ทันสมัย ตรงความต้องการ ใช้งานได้ง่าย)

4.5 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.6 แนวโน้มการให้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการ e-library ของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ

- ด้านความเพียงพอของ หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร
- ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
- ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
- ด้านระบบ e-library และการเข้าถึง (Accessibility)

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

รายงานการศึกษาขั้นต้น:

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มผู้ไม่เคยใช้บริการ (G8)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้นำการสนทนากลุ่ม ให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง ประกอบด้วย (1) ชื่อ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) การประกอบอาชีพ / ประเภทธุรกิจ (ลักษณะการดำเนินธุรกิจ)

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 หน่วยงานที่ท่านไปใช้บริการ และจำนวนครั้ง/ปี

- การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ
- การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพโลหะมีค่า
- การฝึกอบรม/สัมมนาในหลักสูตรเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า หรือการออกแบบอัญมณี

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหน่วยงานในข้อ 2.1 อาทิ คุณภาพการให้บริการ / ค่าบริการ / ความทันสมัย / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / กระบวนการขั้นตอน / ความรวดเร็ว / มาตรฐานการให้บริการ / ใบรับรองคุณภาพ / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่เลือกใช้บริการ GIT อาทิ คุณภาพการให้บริการ / ค่าบริการ / ความทันสมัย / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / กระบวนการขั้นตอน / ความรวดเร็ว / มาตรฐานการให้บริการ / ใบรับรองคุณภาพ / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

(อาทิ Website Social network email สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth))

3.2 ทศนคติการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ GIT และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ ในประเด็นต่างๆ อาทิ

- การเป็นที่ยอมรับ/ความน่าเชื่อถือ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
- มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
- ความทันสมัยและความได้มาตรฐานของเครื่องมือ/อุปกรณ์
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ/ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการให้บริการ
- การปรับตัวในการให้บริการของหน่วยงาน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
- ช่องทางการเข้าถึงหน่วยงาน
- ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> (ความถูกต้อง/น่าเชื่อถือ) และการให้บริการ

3.4 ภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยใช้บริการ (ข้อเด่น / ข้อด้อย ของหน่วยงาน)

ส่วนที่ 4 ความต้องการใช้บริการในอนาคต

4.1 ในอนาคต ท่านคิดว่าจะมาใช้บริการที่ GIT หรือไม่ เพราะอะไร

- จะมาใช้บริการ และจะมาใช้บริการประเภทใด
- ไม่แน่ใจ
- ยังไม่คิดใช้บริการ

4.2 ในมุมมองของท่าน GIT ต้องปรับปรุงประเด็นใดบ้าง เพื่อให้ท่านมาใช้บริการ อาทิ คุณภาพการให้บริการ / เทคโนโลยีและความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ / ระยะเวลา และขั้นตอนการให้บริการ / ค่าบริการ / ช่องทางการเข้าถึงแหล่งข้อมูล website