



รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

เสนอ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จัดทำโดย

ผศ.ดร.สิทธิรัตน์ วิวัฒนาพรชัย

คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

กรกฎาคม 2565

บทนำ

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

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรหลักที่มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย 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 ทัศนคติภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการตลาดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการ ในการรับบริการต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ของสถาบัน
 2. เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นต่อการให้บริการตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าของสถาบัน
-

3. เพื่อสำรวจทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของสถาบัน ในเชิงเปรียบเทียบกับห้องปฏิบัติการ สถาบันฝึกอบรม และ certify agents อื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน
4. เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต รวมถึงประเมินประสิทธิภาพของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และพฤติกรรมการใช้สื่อ
5. เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการในด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์สถาบัน ตลอดจนเป็นแนวนโยบายด้านการบริการด้านสื่อและการตลาดต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

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

ขอบเขตการศึกษา

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่เคยรับบริการจากสถาบันที่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2565 (Active User) รวมถึง ผู้ที่ไม่มาใช้บริการสถาบันในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (Non-Active User) และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ (Non User) ในงานบริการต่างๆ ต่อไปนี้

- (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ
- (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า
- (3) งานบริการฝึกอบรม
- (4) งานบริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th
- (5) งานบริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ
- (6) งานบริการห้องสมุด และ e-Library

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในครั้งนี้ จะเลือกใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อระดมความคิดเห็นที่มีต่อสถาบันฯ และสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นตัวแทนการใช้บริการในงานบริการต่างๆ ทั้งหมด 8 กลุ่ม และกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการ 1 กลุ่ม รวมทั้งหมด 9 กลุ่มสนทนา จากรายชื่อผู้ใช้บริการสถาบันฯ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และเมื่อได้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แล้ว จะวิเคราะห์และประเมินผลการศึกษา พร้อมเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานของสถาบันให้เกิดประสิทธิภาพ

ในส่วนของการวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- (1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- (2) ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการของผู้รับบริการ (Customer Trust) ในการตรวจสอบและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และการตรวจสอบโลหะมีค่า
- (3) การรับรู้และภาพลักษณ์ (Brand Image and Perception) ในเชิงเปรียบเทียบกับหน่วยงานที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน โดยเฉพาะในประเด็นการเป็นองค์กรดิจิทัลที่มีสมรรถนะสูง และความเป็นมืออาชีพขององค์กร จากการเป็นที่รู้จักและยอมรับ ทั้งในและต่างประเทศ
- (4) ทศนคติการรับรู้การบริการต่างๆ (Customer's Attitude) ในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน
- (5) พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
- (6) เหตุผลที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และเหตุผลที่ไม่ใช้บริการสถาบัน
- (7) พฤติกรรมการรับสื่อ และประสิทธิภาพของการสื่อสาร (Media Effectiveness) เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการเข้าถึง (Accessibility) และสร้างความเข้าใจกับกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของผู้ให้ข้อมูล และเป็นบุคคลที่สามารถให้คำตอบในประเด็นที่ต้องการศึกษาวิจัยได้ โดยในนี้ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการที่สถาบันฯ ในปี พ.ศ. 2565 รวมทั้ง ผู้ที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามประเภทงานบริการต่างๆ ประกอบด้วย (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรอง

คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 3 กลุ่มสนทนา (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า จำนวน 1 กลุ่มสนทนา (3) งานบริการฝึกอบรม จำนวน 1 กลุ่มสนทนา (4) งานบริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th จำนวน 1 กลุ่มสนทนา (5) งานบริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 1 กลุ่มสนทนา และ (6) งานบริการห้องสมุดและ e-Library จำนวน 1 กลุ่มสนทนา และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่รู้จักสถาบันฯ แต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 1 กลุ่มสนทนา รวมทั้งสิ้น 9 กลุ่มสนทนา

ทั้งนี้ เทคนิควิธีการสนทนากลุ่มจะเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ที่ถูกคัดเลือกจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรง หรือผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะหลายๆ ประการที่คล้ายคลึงกัน (Homogeneity) โดยคนกลุ่มนี้จะถูกเชิญให้มาร่วมนสนทนากันอย่างเป็นธรรมชาติ ในบรรยากาศที่เหมาะสม มีจำนวนสมาชิกอยู่ระหว่าง 6-12 คน ซึ่งในการวิจัยนี้กำหนดให้เป็นผู้ใช้บริการประเภทบริการเดียวกันอยู่ในกลุ่มสนทนาเดียวกัน เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสนทนาสามารถพูดคุยโต้ตอบโต้แย้งกันดีที่สุด และในการสนทนากลุ่มจะต้องมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง ในระหว่างการสนทนากลุ่มที่มีผู้ดำเนินการสนทนาอยู่ ต้องมีผู้จดบันทึกเป็นผู้จดย่อเนื้อหาการสนทนา และมีเทปบันทึกเสียงบันทึกรายละเอียดของการพูดคุย เมื่อเสร็จสิ้นการสนทนา ผู้บันทึกจะถอดรายละเอียดจากเทปที่บันทึกไว้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ก็คือ แบบบันทึกประเด็นการสนทนา เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม และต้องมีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสนทนา ทั้งนี้ แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม จะเป็นแนวคำถามเพื่อการสนทนาแบบมีโครงสร้าง (Structure Discussion Question)

2. การกำหนดกลุ่มสนทนา

จากสถิติการใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ถึงปัจจุบัน พบว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละประเภทการให้บริการ รวมทั้งหมด 772 ราย และมีจำนวนผู้ที่เคยใช้บริการและไม่ได้มาใช้บริการ จำนวน 1,187 ราย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ให้บริการและจำนวนไม่ได้มาใช้บริการ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (มหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ประเภทการให้บริการ	ผู้ให้บริการในปี 2565 (active user)	ผู้ไม่ใช้บริการในปี 2565 (non-active user)
1. การตรวจสอบคุณภาพอัญมณีฯ	255	587
2. การตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า	202	447
3. การฝึกอบรมและสัมมนา	78	153
4. บริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th	133	-
5. บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ	34	-
6. บริการห้องสมุด และ e-library	70	-
รวมทั้งหมด	772	1,187

ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (มหาชน) (2565)

จากตารางที่ 1 เมื่อกำหนดกลุ่มผู้ให้บริการที่มีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกันในแต่ละกลุ่มสนทนา จะเห็นว่า สามารถกำหนดกลุ่มสนทนาผู้ให้บริการหน่วยงานได้ขั้นต่ำ 6 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ให้บริการฝึกอบรมและสัมมนา กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้ให้บริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th กลุ่มที่ 5 กลุ่มผู้ให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มที่ 6 กลุ่มผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-library สำหรับกลุ่มที่ 1 ซึ่งมีจำนวนผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก และหลากหลาย จึงกำหนดกลุ่มย่อยตาม 3 กลุ่มตามลักษณะธุรกิจ คือ กลุ่มย่อยที่ 1 ผู้ประกอบพลอยร่วง ประกอบด้วย โรงงานเผา/เจียรระโนพลอย 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 กำหนดกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการ (non-user) เพิ่มอีก 1 กลุ่มสนทนา รวมจำนวนทั้งหมด 9 กลุ่มสนทนา และมีการกำหนดคุณลักษณะของผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาในแต่ละกลุ่ม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาในแต่ละกลุ่มสนทนาเพื่อการประเมินความพึงพอใจของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กลุ่มที่	รายละเอียด
1. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองอัญมณีและ เครื่องประดับ (G1-1)	1. เป็นผู้ประกอบการพลอยร่วง (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ผู้ประกอบการโรงงานเผา/เจียรระโนพลอย ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.2 ผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.3 ผู้ประกอบการค้าปลีก/ค้าส่ง ที่เป็น active user 2 คน และ non-active user 1 คน 1.4 ผู้ประกอบการ online ที่เป็น active user 1 คน 2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2565 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ทั้งผู้ใช้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย 4. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
2. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองอัญมณีและ เครื่องประดับ (G1-2)	1. เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ผู้ประกอบการโรงงานผลิตเครื่องประดับ ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.2 ผู้ประกอบการนำเข้า/ส่งออก ที่เป็น active user 1 คน และ non-active user 1 คน 1.3 ผู้ประกอบการค้าปลีก/ค้าส่ง ที่เป็น active user 2 คน และ non-active user 1 คน 1.3 ผู้ประกอบการ online ที่เป็น active user 1 คน 2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2565 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ทั้งผู้ใช้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย 4. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
3. ผู้ใช้บริการตรวจสอบ คุณภาพและออก ใบรับรองอัญมณีและ เครื่องประดับ (G1-3)	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

กลุ่มที่	รายละเอียด
	2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2565 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ทั้งผู้ใช้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับกับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย 4. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา 5. ผู้ใช้บริการที่เป็นตัวแทนหน่วยงานราชการ ต้องเป็นผู้ที่รับผิดชอบในการส่งอัญมณีและเครื่องประดับมาตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองคุณภาพ
4. ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองโลหะมีค่า (G2)	1. เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโลหะมีค่า ที่เป็น active user 5 คน และ non-active user 3 คน (จำนวน 8 คน) 2. ผู้ใช้บริการ active user เป็นผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2565 มีประสบการณ์การใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ทั้งผู้ใช้บริการ active user และ non active user จะต้องเคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า กับหน่วยงานอื่นร่วมด้วย 4. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
5. กลุ่มผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา (G3)	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 2565 มีประสบการณ์การใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา 1 ครั้ง หรือมากกว่า 3. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
6. กลุ่มผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล (G4)	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

กลุ่มที่	รายละเอียด
7. กลุ่มผู้ให้บริการ พิพิธภัณฑสถานและ เครื่องประดับ (G5)	1. เป็นผู้ให้บริการพิพิธภัณฑสถานและเครื่องประดับ (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ตัวแทนที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 4 คน 1.2 ตัวแทนที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 4 คน 2. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
8. กลุ่มผู้ให้บริการห้องสมุด และ e-library (G6)	1. เป็นผู้ให้บริการห้องสมุด และ e-library (จำนวน 8 คน) ที่มีลักษณะดังนี้ 1.1 ตัวแทนกลุ่มผู้ให้บริการห้องสมุด จำนวน 4 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มสมาชิก (member) ที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (2) กลุ่มสมาชิก (member) ที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (3) กลุ่มนักศึกษา/นักเรียน (student) และ (4) กลุ่มบุคคลทั่วไป 1.2 ตัวแทนกลุ่มผู้ให้บริการ e-library จำนวน 4 คน จำแนกเป็น (1) กลุ่มบุคคลที่อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และ (2) กลุ่มบุคคลที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา
9. กลุ่มผู้ไม่เคยใช้บริการ (G7)	1. เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และไม่เคยใช้บริการที่ GIT มาเป็นระยะเวลา 5 ปี (จำนวน 8 คน) จำแนกเป็น 1.1 ผู้ที่ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กับหน่วยงานอื่นๆ เป็นประจำ จำนวน 4 คน 1.2 ผู้ที่ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า กับหน่วยงานอื่นๆ เป็นประจำ จำนวน 2 คน 1.3 ผู้ที่เคยผ่านการฝึกอบรม/สัมมนากับหน่วยงานอื่นๆ เป็นประจำ จำนวน 2 คน 2. กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการทุกคนรู้จัก GIT เป็นอย่างดี 3. ไม่จำกัด เพศ อายุ และระดับการศึกษา

3. การพัฒนาเครื่องมือในการสนทนากลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ก็คือ แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่มแบบมีโครงสร้าง (structure discussion question) และทำการจัดบันทึกด้วยแบบบันทึกข้อมูลที่จัดเรียงตามประเด็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม ประเด็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่มสามารถแบ่งออกได้ทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สนทนา ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ โดยมีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสนทนา ดังนี้

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)
 - การใช้บริการพิพิธภัณฑสถานอัญมณีและเครื่องประดับ (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 ประสิทธิภาพของการสื่อสาร (ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และคุณภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน)
- 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 infocenter.git.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)
 - ด้านขั้นตอน / ความรวดเร็ว ในการให้บริการ
 - ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัย
 - ด้านองค์ความรู้และการถ่ายทอด
 - ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (จำนวน คุณภาพ ทักษะในการให้บริการ)
 - ด้านคุณภาพการให้บริการ (ผลลัพธ์การให้บริการ และการใช้ประโยชน์)
 - อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ
- 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
 - การสื่อสารกับผู้ให้บริการ
- 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เริ่มต้นจากการถอดเทปบทสนทนาของแต่ละกลุ่มออกมาอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และต้องไม่ใส่ความคิดของตนเองที่ถือเป็นข้อสรุปไปด้วย และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความหมายในรูปของการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นร่วมกันหลายๆ คน เพื่อเป็นการอภิปรายร่วมกัน ถึงเหตุและผลในแต่ละประเด็นของการสนทนา และทำการสรุปข้อมูลการให้บริการ ระดับความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทักษะคุณภาพลักษณะ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้/ไม่ใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ตลอดจนนโยบายด้านการบริการและการตลาด

5. ข้อจำกัดของการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่ม มักจะเกิดปัญหาในเรื่องหลุมพรางทางความคิด (cognitive bias) หรือที่เรียกว่า Halo effect¹ ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ของบุคคล (perception) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วตัดสินใจ (decision) เชื่อมตาม อันเนื่องมาจากปฏิกิริยาความพยายามของสมองในการลดความซับซ้อนของการประมวลผล แม้ว่าสมองมนุษย์จะมีศักยภาพในการจัดการ แต่ทุกอย่างมีข้อจำกัดทั้งสิ้น ดังนั้น จึงทำให้เกิดความเอนเอียง (bias) จนมีผลต่อการให้ข้อมูล ซึ่งปรากฏการณ์นี้มักจะเกิดขึ้นจากการสนทนากลุ่ม และมีตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลที่มีความสามารถในการพูดและโน้มน้าวผู้อื่นได้ ทำให้ผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาอื่นๆ มีความคิดเห็นคล้อยตามไปด้วย ซึ่งอาจไม่รู้ตัวและเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

นอกจากนั้น ในการสนทนากลุ่มในครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างบางรายไม่สามารถมาเข้าร่วมกลุ่มสนทนาได้ภายในวันและเวลาที่กำหนด ทางคณะผู้วิจัยจึงได้มีการปรับรูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา โดยการสัมภาษณ์ในประเด็นคำถามเดียวกันกับประเด็นการสนทนากลุ่ม และจากนั้นจึงนำความคิดเห็นที่ได้ทั้งหมดมารวมกับความคิดเห็นที่ได้จากการสนทนากลุ่ม แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

แผนการดำเนินการ

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีระยะเวลาทั้งสิ้น 120 วัน มีรายละเอียดของกิจกรรมและช่วงระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม แสดงดังตารางที่ 3

¹ Lucker, G. W., W. E. Beane, and R. L. Helmreich. 1981. The Strength of Halo effect in physical attractiveness research. *The Journal of Psychology*. 107:69-75.

ตารางที่ 3 แผนกิจกรรมการดำเนินงานของโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

กิจกรรม	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 1			
	1	2	3	4	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 9 กลุ่ม							✓	✓	✓							
8. การถอดเทปบทสนทนาของแต่ละกลุ่ม										✓	✓					
9. วิเคราะห์และประมวลผล												✓	✓	✓	✓	
10. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์															✓	✓
** ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																X

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ในส่วนของผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จากการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ที่รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล (key informant) ทั้งผู้ให้บริการในปี พ.ศ. 2565 ผู้ที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการ จำแนกตามประเภทงานบริการต่างๆ ประกอบด้วย (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า (3) งานบริการฝักอบรม (4) งานบริการระบบฐานข้อมูล (5) งานบริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ และ (6) งานบริการห้องสมุด และ e-Library และในการศึกษาวิจัยนี้ จัดการสนทนากลุ่มช่วงวันที่ 21 - 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถสรุปได้ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่

การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 เป็นการพิจารณาความพึงพอใจในภาพรวมจากการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ คุณภาพการให้บริการ จากการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า การเข้าร่วมการฝักอบรม การสืบค้นในฐานข้อมูลการตลาด การใช้บริการ ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library สามารถสรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ได้ดังนี้

จากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการสถาบันฯ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมทั้งหมดของทุกประเภทการให้บริการ เท่ากับ 4.42 หรือกล่าวได้ว่า การให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ทำให้ผู้บริการร้อยละ 88.34 มีความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทการให้บริการได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ประเภท	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
1. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ	4.46	89.20
2. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า	4.64	92.80
3. การฝึกอบรมและสัมมนา	4.67	93.40
4. การเข้าสืบค้นในระบบฐานข้อมูลการตลาด	4.40	88.00
5. การใช้บริการพิพิธภัณฑ์	4.25	85.00
6. การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ	4.33	86.67
7. การใช้บริการ e-Library	4.17	83.33
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	4.42	88.34

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ในการสนทนากลุ่มแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ (1) ผู้ประกอบการพลอยร่วง (2) ผู้ประกอบการเครื่องประดับ และ (3) บุคคลธรรมดา ในภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 89.20 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ สามารถสรุปได้ดังนี้

(1) กลุ่มผู้บริการในปัจุบันประมาณ พ.ศ. 2565 (active user) มีความคิดเห็นที่ค่อนข้างไปในทางที่เป็นบวกต่อขั้นตอนการให้บริการและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการว่า GIT มีขั้นตอนการให้บริการรวดเร็วกว่าหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม และสถานที่ในการรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับมีความสะดวกมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม มีบางประเด็นที่ต้องการให้ GIT ปรับปรุง ก็คือ สถานที่รับส่งอัญมณีและเครื่องประดับ สำหรับผู้บริการที่อยู่ต่างจังหวัด อาทิ จันทบุรี เชียงใหม่ เชียงราย ที่เป็นจังหวัดที่มีตลาดการค้าอัญมณีที่มีการเติบโตเป็นอย่างมาก อาทิ จังหวัดเชียงราย ที่มีธุรกิจค้าหยกเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนมากส่งหยกไปตรวจสอบคุณภาพกับห้องปฏิบัติการ (Lab) ต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งความน่าเชื่อถือในคุณภาพไม่เท่ากับ GIT

ในส่วนของเทคโนโลยีความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนาล้วนส่วนใหญ่รับทราบว่า GIT มีเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และไม่ต่างจากหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในรูปแบบเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงมาใช้บริการที่ GIT เป็นหลัก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ รวมทั้งมีการให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับผลตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และสามารถนำมาใช้ตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการของ GIT ที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นพ้องร่วมกันว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการในการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับมีมาตรฐานที่ชัดเจน ซึ่งเป็นผลมาจากการตรวจสอบด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีข้อมูลงานวิจัยสนับสนุนอยู่

(2) กลุ่มผู้ไม่ได้มาใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (non-active user) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นใกล้เคียงกับผู้ให้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ทั้งนี้ เหตุผลที่มีการใช้บริการน้อยลง เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ยังไม่บรรเทาลง ทำให้ธุรกิจบางส่วนยังคงชะลอตัว แต่ก็ยังมีการส่งอัญมณีและเครื่องประดับมาตรวจสอบคุณภาพบ้าง ทั้งนี้ ก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ว่าต้องการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองกับหน่วยงานใด ทั้ง GIT, GRS, AGIS หรือ GIA

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 มีข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ GIT ปรับปรุงดังนี้

- อัตราค่าบริการการตรวจสอบชุดเครื่องประดับอัญมณีของ GIT ต้องออกไปรับรองคุณภาพหลายใบ ซึ่งรวมมูลค่าการตรวจสอบคุณภาพแล้วจะค่อนข้างสูง และอัตราค่าบริการแบบเร่งด่วน สูงเกินไป
- รายละเอียดการให้ข้อมูลของอัญมณี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสีของพลอยแดง หรือสีเหลืองในหยก ที่ GIT ไม่สามารถแสดงข้อมูลในใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับได้อย่างครบถ้วน (ตามความต้องการของลูกค้า) แต่อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมสนทนาต่างก็ยอมรับถึงความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบคุณภาพของ GIT เป็นอย่างมาก
- ระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ จาก 5-10 วันทำการ ควรลดลงเหลือเพียง 3-4 วันทำการ และควรเพิ่มวันทำการในวันเสาร์ด้วย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับหน่วยงานอื่นๆ ได้
- การแจ้งผลการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับทางโทรศัพท์ หรือทาง e-mail และการดำเนินการให้เสร็จสิ้นก่อนระยะเวลาที่กำหนด

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.64 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 92.80 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ทั้งนี้ จากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ส่วนมากจะมีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับร่วมด้วย ซึ่งส่วนมากพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ทั้งเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ความแม่นยำในการตรวจสอบคุณภาพ มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม เจ้าหน้าที่มีการให้บริการเป็นอย่างดี เป็นมิตร และมีความเต็มใจในการให้บริการ

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา

ผู้ให้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.67 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 93.40 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา และจากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- วิทยากรมีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี และมีความเอาใจใส่ผู้เรียนเป็นอย่างมาก สามารถตอบคำถามให้ความกระจ่างได้
- หลักสูตรมีความหลากหลาย ครอบคลุมตามความต้องการ และเนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความครบถ้วน เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการทั้งในแบบเบื้องต้น และแบบขั้นสูง ที่ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ทั้งภาพกว้าง และเชิงลึก สามารถปฏิบัติการได้จริง ให้เกิดความชำนาญ แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ผู้ให้บริการฝึกอบรมมีความต้องการให้ GIT ปรับปรุงเพิ่มเติม ก็คือ การจัดสัมมนาเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารความรู้ทางด้านตลาดอัญมณี หรือกระแสความนิยมของผู้บริโภค ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนมีความทันสมัย การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง และก็มีความต้องการให้มีการปรับปรุง เช่น การเพิ่มตัวอย่างอัญมณีที่ใช้ในการเรียนการสอนให้มีความเป็นปัจจุบัน ทันสมัย ตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก เช่น หยกสีเหลือง
- บรรยากาศ อาคารสถานที่ ห้องเรียน มีความเหมาะสม รวมทั้ง อาหารกลางวัน อาหารว่างที่มีอยู่อย่างเพียงพอสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม

กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.40 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ให้บริการ ร้อยละ 88.00 มีความพึงพอใจต่อระบบฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับมีความน่าเชื่อถือ เป็นฐานข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด และครบถ้วน ข้อมูลมีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน และข้อมูลเป็นประโยชน์สามารถใช้งานได้จริง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงได้ เพราะว่าเป็นข้อมูลที่สรุปมาจากหน่วยงานภาครัฐที่มีความเฉพาะเจาะจงด้านทางอัญมณีศาสตร์
- ฐานข้อมูลงานวิชาการหรืองานวิจัยถูกรวบรวมและจัดทำมาเป็นภาษาไทย ซึ่งสะดวกสำหรับการสืบค้นของนิสิต/นักศึกษา สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
- การเข้าถึงฐานข้อมูลทำได้ง่าย สะดวก หน้าโฮมเพจสวยงาม น่าสนใจ โทนมสี และตัวหนังสือสวยงาม

แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากขึ้นสำหรับในเรื่องการจัดการระบบฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ จากผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มอาจารย์มหาวิทยาลัย นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่การตลาด ที่ต้องการข้อมูลสถิติต่างๆ ของ GIT ไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจหรือแนวโน้มภายในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการเป็นจำนวนมาก มีความต้องการให้ GIT จัดระบบการสืบค้นข้อมูลสถิติย้อนหลังให้สะดวกในการค้นหา นอกจากนั้น ควรมีการสรุปเนื้อหา (content) ที่น่าสนใจจากหนังสือ/วารสารใหม่ๆ หรือจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลต่างๆ ทั้งในเรื่องของการผลิตหรือการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อนำออกมาสื่อสารกับผู้ใช้บริการผ่านหน้าเว็บไซต์ หรือจัดเป็นหัวข้อ What's Going on เพื่อให้ผู้ให้บริการเห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน

กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับมีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ให้บริการ ร้อยละ 85.00 มีความพึงพอใจต่อพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ จากการสนทนากลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีประเด็นที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ และสามารถสรุปได้ดังนี้

- พิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ เป็นแหล่งรวบรวมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความหลากหลาย มีการจัดหมวดหมู่ที่ชัดเจน แต่รูปแบบการจัดแสดงยังไม่มีที่น่าสนใจ ยังคงเป็นแบบพิพิธภัณฑ์สมัยเก่า จัดตั้งแสดงอัญมณีและเครื่องประดับ และมีป้ายบรรยายให้ข้อมูลความรู้ ที่ยังไม่น่าสนใจหรือดึงดูดเท่าที่ควร GIT ควรปรับปรุงแบบการนำเสนอ รวมถึงการจัดบรรยากาศและภูมิทัศน์ ภายในพิพิธภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สวยงาม และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือการใช้แสงสีมาร่วมใช้ในการนำเสนอ หรือแม้กระทั่งการนำเสนอ สร้างเรื่องราว “การเกิดอัญมณีไปจนถึงการเป็นเครื่องประดับ” หรือ “เส้นทางอัญมณี” เพื่อให้เกิดรูปแบบ การจัดแสดงที่น่าสนใจ

- เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ นอกเหนือจากภัณฑารักษ์ ควรเพิ่มบุคลากร/เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ทางด้านอัญมณีศาสตร์ มาเป็นผู้ช่วยในการนำเข้าเยี่ยมชม และให้ข้อมูลความรู้ กับผู้บริการได้

- การให้จัดการความรู้ภายใต้รูปแบบการให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ควรก้าว ออกจากการนำเสนอในรูปแบบความรู้เชิงทฤษฎี ซึ่งเป็นการนำเสนอที่ทำให้ผู้เข้าชมเกิดความรู้สึกเบื่อ หน่ายได้ บทความนำเสนออาจปรับมาเป็นรูปแบบของเสียงที่นำเสนอในแต่ละจุดผ่านวิทยุสื่อสาร/หูฟัง และ แต่ละจุดไม่ควรเกิน 3 นาที และสิ่งสำคัญที่ควรปรับปรุง คือ main content ของพิพิธภัณฑ์ หรืออัญมณี ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ในการเล่าเรื่อง และค่อยเชื่อมโยงไปยังเรื่องอื่นๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ

- การนำเสนอพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับในรูปแบบ online มีความน่าสนใจ แต่การ ถ่ายภาพเพื่อการนำเสนอ ไม่ควรถ่ายภาพผ่านตู้กระจก เพราะว่ารูปลักษณ์ที่นำเสนอจะมีการสะท้อนแสง และ ภาพก็ไม่มีสวยงามคมชัด ควรนำอัญมณีออกจากตู้แสดง และถ่ายภาพให้เป็นลักษณะสามมิติเพื่อให้ สามารถคลิกเมาส์เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองได้

กลุ่มที่ 6 ผู้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library

ผู้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 และ 4.17 ตามลำดับ หรือกล่าวได้ว่า ผู้บริการ ร้อยละ 86.67 และร้อยละ 83.33 มีความพึงพอใจต่อ ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library ตามลำดับ จากการสนทนากลุ่มผู้บริการ พบว่า กลุ่ม ผู้บริการมีประเด็นที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ และสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้บริการทั้งหมดมีความพึงพอใจกับ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการ มีการให้บริการด้วยความสุภาพ ความเอาใจ ใส่ กระตือรือร้น มีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ในส่วนสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด พบว่า บรรยากาศโดยรวม การจัดสถานที่ และแสงสว่าง เอื้ออำนวยในการศึกษาค้นคว้า และหนังสือ/ วารสาร/นิตยสาร/บทความงานวิจัยต่างๆ ภายในห้องสมุด มีอย่างครบถ้วน หลากหลาย เป็นปัจจุบัน มี

การจัดหมวดหมู่เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ดี กลุ่มนิสิตนักศึกษาที่เข้ามาใช้บริการในห้องสมุดที่ค่อนข้างน้อย จะมีความรู้สึกว่าหนังสือวารสารต่างๆ ไม่ค่อยเป็นปัจจุบัน ไม่ update และมีหนังสือในกลุ่มเครื่องประดับ หรือเครื่องประดับสมัยใหม่ ค่อนข้างน้อย

ในส่วนของงานวิจัยและวารสารบทความทางวิชาการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ GIT เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่สำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับนั้น มีการจัดเก็บไว้ในส่วนท้ายของห้องสมุดทำให้ผู้ใช้บริการมีความยากลำบากในการค้นหา แต่บรรณารักษ์ก็สามารถช่วยในการสืบค้นหาให้ได้ ซึ่ง GIT ควรปรับห้องสมุดหรือจัด zoning ใหม่ มีการเพิ่มเติมพื้นที่ส่วนงานวิจัยเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดความง่ายและสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ หรือกล่าวได้ว่า เพื่อให้เป็นพื้นที่เพิ่มเติมกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น จากกลุ่มลูกค้าหลัก คือ ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มลูกค้ารอง คือ ผู้ใช้ข้อมูลทางวิชาการ ทั้งนิสิตนักศึกษาและอาจารย์ หรือแม้กระทั่ง กลุ่มบริษัทที่ปรึกษาต่างๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

(2) การใช้บริการ e-Library พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจกับระบบ e-Library เนื่องจาก e-Library มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร online เป็นจำนวนมาก และมีการจัดหมวดหมู่ออกเป็น eBooks, eMagazines, eArticles, หรือ Multimedia แต่หนังสือ วารสาร หรือบทความต่างๆ ยังไม่ได้มีการจัดหมวดหมู่ภายในกลุ่ม ควรแยกหมวดหมู่ออกเป็นอัญมณี เครื่องประดับ หรือการออกแบบเครื่องประดับ และงานวิจัย ออกจากกัน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการค้นหา นอกจากนี้ ยังมีหนังสือที่พร้อมจำหน่าย โดยมีการระบุราคาเต็มและส่วนลด เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่มีความสนใจเข้าไปซื้อได้ที่ห้องสมุด และสิ่งที่โดดเด่นของ e-Library คือ มีการนำบทความใหม่ นำเสนอในหน้าแรกๆ ของ e-Library

นอกจากนั้น ในส่วน Multimedia ควรมีการ review หนังสือหรือวารสารใหม่ๆ ที่ GIT นำเข้ามาไว้ในห้องสมุด โดยอาจใช้บุคลากร/อาจารย์ ภายในหน่วยงาน หรือคนมีชื่อเสียงในวงการอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อดึงดูดให้มีการเข้าใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น

2. ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ (Customer Trust)

ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT จากการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า พบว่า จากการสนทนากลุ่ม ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นเฉลี่ย 4.83 และ 4.79 ตามลำดับ หรือกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้อยละ 96.60 และร้อยละ 95.80 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ตามลำดับ

ทั้งนี้ จากการที่ผู้ให้บริการทั้งสองกลุ่มมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้เข้าร่วมสนทนามีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานระดับประเทศที่ให้บริการเฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นหน่วยงานที่เริ่มต้นมาจากสถาบันการศึกษา เป็นหน่วยงานที่มีอุปกรณ์ เครื่องมือเทคโนโลยีขั้นสูง ทันสมัย และได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ทำให้ได้ผลการตรวจสอบคุณภาพที่น่าเชื่อถือ ประกอบกับความรู้ความชำนาญของบุคลากร/เจ้าหน้าที่ในการตรวจวิเคราะห์ รวมทั้ง มีระบบฐานข้อมูลเฉพาะทางที่เป็นที่ยอมรับ มีงานวิจัยสนับสนุนผลการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพ

3. การรับรู้และภาพลักษณ์ (Brand Image and Perception)

การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร จากการสนทนากลุ่มทั้งผู้ให้บริการและผู้ที่ไม่เคยใช้บริการที่มีต่อ GIT สามารถสรุปตามกลุ่มผู้ให้บริการได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการอัญมณี เครื่องประดับ บุคคลทั่วไป หรือหน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่า GIT เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในระดับประเทศไทย มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล เป็นองค์กรให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นหน่วยงานที่มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัย และได้มาตรฐาน แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ที่ผู้ให้บริการส่วนมาก กล่าวถึง GIT ว่าเป็น *หน่วยงานที่มีการดำเนินงานยังมีกลิ่นความเป็นราชการ* จากความรู้สึกที่ว่าขั้นตอนการให้บริการต่างๆ ตั้งแต่การรับอัญมณี การตรวจสอบ การรับผลตรวจวิเคราะห์ หรือการจ่ายเงิน ก็ยังคงเหมือนกับหน่วยงานราชการ มีขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน และไม่รวดเร็วทันตามความต้องการของภาคเอกชน และ *เป็นหน่วยงานในระดับประเทศ* ความเป็นหน่วยงาน local ยังไม่มีความ international เหมือนหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน เช่น GIA หรือ GRS ที่มีการทำการตลาด การทำ branding ให้กลุ่มลูกค้ารู้สึกว่าเป็นองค์กรระดับนานาชาติ นอกจากนั้น ยังมีบางส่วนที่มองว่า GIT เป็นที่มีความน่าเชื่อถือ จากการที่กลุ่มผู้ให้บริการจะเรียก GIT ว่า *แล็บจุฬา* และมองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีเทคโนโลยี เครื่องมือและอุปกรณ์ในการตรวจสอบคุณภาพ และการฝึกอบรมต่างๆ ที่ทันสมัย และได้มาตรฐาน

ในมุมมองในภาพรวมของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับนั้น สามารถสรุปได้ว่า *ผู้ให้บริการมองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นที่ยอมรับภายในประเทศไทย* และประเด็นที่

GIT จำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ก็คือ **การปรับภาพลักษณ์ให้เป็นหน่วยงานในระดับสากล** เพื่อให้ผู้ใช้บริการยอมรับเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนมากตระหนักถึงความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้าต่างชาติที่มีความต้องการใบรับรองคุณภาพจากหน่วยงานอื่นๆ เช่น ลูกค้าประเทศจีน หรือในกลุ่มประเทศยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ที่ต้องการใบรับรองคุณภาพของ บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) มากกว่า เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ลูกค้ารู้จักและยอมรับในคุณภาพและใบรับรองของ GRS มากกว่า ทั้งที่มีอัตราค่าบริการสูงกว่า GIT และระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพก็นานกว่า GIT หรือใช้บริการที่สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) ซึ่งก็เป็นหน่วยงานที่ลูกค้าต่างประเทศยอมรับในความเป็นมาตรฐานสากลมากกว่า ในส่วนของการตรวจสอบคุณภาพเพชร กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการตรวจสอบคุณภาพเพชรกับสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA)

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ในภาพรวม มีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัยในการให้บริการ นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการส่วนมากกล่าวถึง GIT ก็มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับว่าเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นราชการสูง ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ มีการทำงานเป็นระบบ ดำเนินงานเป็นขั้นตอน และมีระยะเวลาในการให้บริการที่ค่อนข้างช้า และเป็นหน่วยงานที่ดูเก่าแก่มาก และ เป็นหน่วยงานที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย ซึ่งไม่ต่างจากหน่วยงานอื่นที่มีบริการในลักษณะเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์สำคัญของ GIT เมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชนอื่นๆ ก็คือการเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด และมีมาตรฐานในการให้บริการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ แต่ก็มีค่าบริการที่สูงกว่าหน่วยงานเอกชนอื่นๆ

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา

ในส่วนของภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ หรือผ่านการสัมมนา พบว่า ภาพลักษณ์ของ GIT มีความเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัยในการให้บริการ และเป็นหน่วยงานที่มีผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อการพัฒนาในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ซึ่งสะท้อนถึงการเป็นหน่วยงานที่มีความรอบรู้ รู้ลึก

และรู้จักจริงทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของประเทศไทย

กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ในส่วนของภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสนทนากลุ่ม ก็คือ การเป็นสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่ทันสมัย เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ มีข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และจากผู้ใช้บริการที่เป็นทั้งผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ บริษัทที่ปรึกษา อาจารย์และนิสิตนักศึกษา ที่เข้าใช้บริการระบบฐานข้อมูลของ GIT ผ่านหน้าโฮมเพจอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ภาพลักษณ์ในมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มีความแตกต่างออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่ทันสมัยและคล่องแคล่ว (smart and active) ซึ่งภาพลักษณ์นี้ เกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้บริการได้เห็นภาพและการนำเสนอของผู้บริหารขององค์กร ที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากหน่วยงานราชการอื่นๆ และมีความเป็นกันเอง (friendly) กับผู้ใช้บริการในทุกระดับ ซึ่งสะท้อนถึงภาพลักษณ์การเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่ง ก็คือ การเป็นหน่วยงานที่ปรับตัวตลอดเวลา เป็นองค์กรที่มีการปรับรูปแบบการให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานปรับบทบาทหน้าที่ของตนเองจากหน่วยงานที่ให้บริการในเชิงวิชาการ มาพัฒนางานวิจัยเพื่อแสวงหาคำตอบต่อโจทย์อุตสาหกรรมมากขึ้น และจากการใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดของ GIT อย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นว่า GIT มีการปรับตัวทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ก็ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิด impact ที่กว้างขวาง จนทำให้หน่วยงานเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก หรือแม้กระทั่ง การตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นที่หนึ่งในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นศูนย์กลางของธุรกิจอัญมณีโลก

กลุ่มที่ 5 ผู้บริการพิพิธภัณฑอัญมณีและเครื่องประดับ

ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งเป็นผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งมองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่มาตรฐาน เป็นองค์กรที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ และยังคงเป็นหน่วยงานที่มีการดำเนินงานแบบราชการ ทำให้รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดเป็นแบบเดิมๆ ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปรู้จัก ซึ่งในปัจจุบัน GIT เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เท่านั้น และในส่วนของพิพิธภัณฑอัญมณีและ

เครื่องประดับ ภาพลักษณ์ในมุมมองของผู้ใช้บริการก็ยังคงมองว่าเป็นพิพิธภัณฑ์เฉพาะด้านอัญมณีศาสตร์ และเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้ที่ดี และมีประโยชน์กับสาธารณชน แต่สถานที่ตั้งและการเข้าถึง (place and accessability) ก็เหมือนไม่เปิดสำหรับบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ กอปรกับการประชาสัมพันธ์ที่น้อยมาก ยังไม่บ่งบอกถึงการให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ

กลุ่มที่ 6 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library

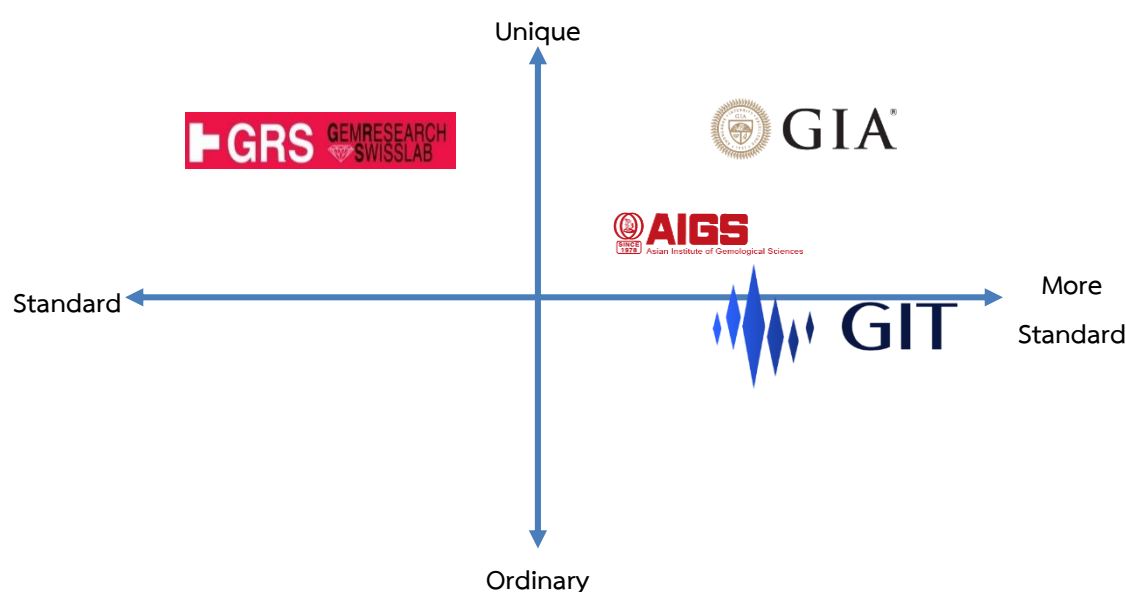
ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีกับหน่วยงาน โดยส่วนมากมองว่า GIT เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เพราะว่าเป็นหน่วยงานแรกที่นึกถึงเมื่อต้องการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบคุณภาพ การฝึกอบรม/สัมมนา หรือหาข้อมูลต่างๆ ก็จะเข้ามาที่หน้าโฮมเพจของหน่วยงานก่อนเป็นลำดับแรก เปรียบเสมือนเป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ขนาดใหญ่ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีทุกอย่างครบถ้วน หลากหลาย และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของ GIT ที่ผู้ให้บริการคาดหวังเพิ่มเติม คือ การเป็น GIT เป็นหน่วยงานที่สามารถให้บริการกลุ่มผู้ใช้บริการได้ทุกกลุ่ม ไม่เฉพาะเจาะจงไปเฉพาะผู้ที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ แต่อย่างไรก็ตาม มุมมองหนึ่งที่สำคัญของผู้ใช้บริการ ก็คือ เป็นหน่วยงานที่ให้บริการครอบคลุมตลอดโซ่อุปทาน (supply chain) ตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่มีการให้บริการทั้งทางด้านวิชาการ (ต้นน้ำ) การพัฒนาออกแบบและการผลิต (กลางน้ำ) และการตลาด (ปลายน้ำ) ซึ่งสามารถช่วยยกระดับอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 6 ผู้ไม่ใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ในส่วนของผู้ไม่ใช้บริการ GIT หรือกลุ่ม non-user ที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจเหล่านี้ต่างกล่าวว่ารู้จัก GIT เป็นอย่างดี และมองว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นราชการสูง และพยายามปรับตัวเข้าหาภาคเอกชนเพิ่มขึ้น ในส่วนของเทคโนโลยีการให้บริการต่างๆ ก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย มีความน่าเชื่อถือในเรื่องมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย แต่ก็ไม่ยังไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมไม่แพงเหมือนสถาบันอื่นๆ แต่ระยะเวลาการให้บริการค่อนข้างช้า (เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการรับฟังจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ มาอีกที) และเป็นหน่วยงานที่มีการให้บริการที่หลากหลายเกินไป จนทำให้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานไม่มีความชัดเจน

ทางด้านการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ จึงทำให้กลุ่มลูกค้า (end consumer) ในต่างประเทศ ไม่เกิดการรับรู้และยอมรับความน่าเชื่อถือของหน่วยงานในระดับประเทศ ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ประกอบการไม่เลือกใช้บริการ

จากการสนทนากลุ่มผู้ใช้บริการในปัจุบันประมาณ พ.ศ. 2565 (active user) ผู้ไม่ใช้บริการในช่วงระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (non-active user) และผู้ไม่ใช้บริการ (non-user) ทั้งหมด 9 กลุ่ม สามารถสรุปในภาพรวมถึงการรับรู้และภาพลักษณ์ของ GIT ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตำแหน่งทางการตลาดของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)

ในภาพที่ 1 แสดงถึงตำแหน่งทางการตลาด (marketing positioning) หรือภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ จากการสนทนากลุ่มของผู้ที่ได้ใช้บริการและไม่ได้ใช้บริการที่ GIT โดยการแสดงความคิดเห็นเชิงเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ GIT กับหน่วยงานอื่นที่ให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ใน 2 ประเด็นหลัก ก็คือ มาตรฐานการให้บริการ และความเฉพาะเจาะจงในการใช้บริการ จากภาพที่ 1 กำหนดให้แกนนอน คือ มาตรฐานการให้บริการ และแกนตั้ง คือ ความเฉพาะเจาะจงในการใช้บริการ ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานในการให้บริการในระดับที่สูง และความสามารถให้บริการได้หลากหลาย ซึ่งแตกต่างจาก GIA ที่เป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานสูงเช่นกัน แต่มีความเฉพาะเจาะจงมากกว่าในเรื่องการตรวจสอบคุณภาพเพชร และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ พบว่า GRS เป็นหน่วยงานที่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับการ

ตรวจสอบคุณภาพพลอย และมีมาตรฐานการให้บริการที่น้อยกว่าหน่วยงานอื่นๆ ทั้งในเรื่องระยะเวลา อัตราค่าบริการ และความโปร่งใสในผลการตรวจสอบคุณภาพ ที่แตกต่างจาก AIGS ที่มีมาตรฐานในการให้บริการที่สูงกว่า GRS และเป็นหน่วยงานที่มีความเฉพาะเจาะจงในการตรวจสอบคุณภาพพลอย เช่นเดียวกับ GRS

นอกจากนั้น มุมมองภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของ GIT เมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ อาทิ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หรือแม้กระทั่ง ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ที่ผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาด พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ต่างมีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานหลักที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นแกนกลางสำคัญของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ควรมีการสร้างความร่วมมือกันในการแบ่งปันองค์ความรู้ของแต่ละหน่วยงาน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานก็必将มีความโดดเด่นในองค์ความรู้ที่เหมือนหรือแตกต่างกันในบางประเด็น และเมื่อมีการบูรณาการกันแล้ว ก็ย่อมทำให้เกิดความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยตลอดโซ่อุปทาน กอปรกับกระแสความนิยมการใช้เครื่องประดับที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างหลากหลาย

4. ทศนคติการรับรู้การบริการต่างๆ (Customer's Attitude)

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ ก็คือ การที่ผู้ให้บริการประเมินว่าการให้บริการของ GIT เป็นอย่างไร และผู้ให้บริการมีการตอบสนองต่อการให้บริการของ GIT ไปในทิศทางใด โดยการพิจารณาระดับความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจ และแนวโน้มการใช้บริการต่อไปในอนาคต นอกจากนั้น การประเมินทัศนคติของผู้ใช้บริการอาจพิจารณาได้จากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (brand's attitude) ซึ่งได้จากผลการประเมินภาพลักษณ์หรือประเมินจากประสบการณ์การใช้บริการที่สามารถสะท้อนออกมาได้ว่ามีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT

ในภาพรวม จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการ (active user) ทั้งหมดมีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ (repurchase) ในการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากการยอมรับและเชื่อมั่นในคุณภาพการตรวจสอบที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล **“GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ”** ส่วนกลุ่มผู้ให้บริการฝึกอบรม/สัมมนาต่างก็มีความต้องการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่นกัน โดยจะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพ และกลุ่มผู้ให้บริการฝึกอบรม/สัมมนา ส่วนมากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการรายเดียวกัน นั่นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการ GIT มีความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ และมีความเชื่อมั่นใน

มาตรฐานการให้บริการของ GIT เป็นอย่างมาก รวมทั้ง มีการบอกต่อ (word of mouth) ให้เพื่อนร่วมธุรกิจ หรือลูกน้อง เข้ามาใช้บริการประเภทต่างๆ กับ GIT ส่วนหลักสูตรการฝึกอบรม ผู้ใช้บริการต้องการให้ GIT พัฒนาพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ การพิจารณาอัญมณีของเลียนแบบ สีของอัญมณี (หยก) การพัฒนาและออกแบบเครื่องประดับจากวัสดุอื่น การส่วนหลักสูตรในรูปแบบ online ก็สามารถดำเนินการได้ในหลักสูตรที่เป็นบรรยาย อาทิ การออกแบบ หรือทางด้านการตลาด ส่วน หลักสูตรอัญมณีศาสตร์และโลหะมีค่า ก็สามารถจัดในรูปแบบ online ได้เฉพาะในส่วนที่เป็นภาคบรรยาย เท่านั้น แต่ก็จำเป็นจะต้องมีภาคปฏิบัติการอยู่ อัตราค่าฝึกอบรม ประมาณ 10,000-15,000 บาท/หลักสูตร

ผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ก็ยังคงต้องการใช้บริการสืบค้นข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากระบบฐานข้อมูลเข้าถึงง่าย ใช้งานได้สะดวก ฐานข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด ครบถ้วน มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ส่วนผู้ให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ กลับพบว่า ความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ให้บริการไม่ค่อยประทับใจในรูปแบบการนำเสนอ การจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ รวมถึงบรรยากาศโดยรวม ทั้งนี้ การใช้บริการพิพิธภัณฑ์ของผู้ใช้บริการในปัจจุบันส่วนมากเป็นการใช้บริการเพื่อรอเวลา ก่อนที่จะใช้บริการประเภทอื่นของ GIT ส่วนการให้บริการพิพิธภัณฑ์ online พบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนมากแสดงความคิดเห็นว่า รูปแบบการนำเสนอยังไม่น่าสนใจ เป็นแบบรูปถ่ายที่ไม่มีความคมชัด และไม่สามารถมองได้แบบสามมิติ

สำหรับผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ยังมีความต้องการกลับมาใช้บริการอยู่อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสารทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ อย่างครบถ้วน หลากหลาย เป็นปัจจุบัน มีการจัดหมวดหมู่เป็นอย่างดี และมีความต้องการให้จัดพื้นที่สำหรับงานวิจัย เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มนักวิชาการหรือนิสิตนักศึกษา และในส่วน of e-Library ผู้ใช้บริการต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องของการจัดหมวดหมู่ของหนังสือ/วารสาร รวมทั้ง การ review หนังสือ/วารสารที่มีออกใหม่หรือที่นำออกจำหน่าย

ในขณะที่กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (non-active user) ส่วนมากก็ยังคงมีความต้องการใช้บริการที่ GIT อยู่ แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทำให้ธุรกิจอัญมณีซบเซาลง รวมทั้งผู้ประกอบการหลายรายมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ต่างจังหวัด และกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการ (non-user) จะมาใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับที่ GIT ก็ขึ้นอยู่กับ ความต้องการของลูกค้า ถ้าหาก GIT มีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้ ก็อาจจะทำให้กลับมาใช้บริการ

5. พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

5.1 พฤติกรรมการใช้บริการ GIT ของผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า กลุ่มผู้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (active user) ส่วนมากนำอัญมณีและเครื่องประดับมาตรวจสอบคุณภาพที่ GIT ตั้งแต่ 2-4 ครั้ง/เดือน หรือโดยเฉลี่ย 3 ครั้ง/เดือน และนำชิ้นงานมาตรวจสอบตั้งแต่ 1-10 ชิ้นงาน/ครั้ง และมีบางรายที่มีจำนวนมากถึง 20 ชิ้น/ครั้ง ส่วนกลุ่มผู้ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (non-active user) มีการใช้บริการในปีก่อนหน้า ประมาณ 1-2 ครั้ง/เดือน และปริมาณชิ้นงานที่นำเข้ามาตรวจสอบใกล้เคียงกัน ตั้งแต่ 1-10 ชิ้นงาน/ครั้ง และส่วนมากใช้บริการตรวจวิเคราะห์จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ

ผู้บริการกลุ่มนี้ส่วนมากใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับที่บริษัท 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 กลุ่มผู้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (active user) ส่วนมากนำเครื่องประดับที่มีองค์ประกอบของโลหะมีค่ามาตรวจสอบคุณภาพที่ GIT เฉลี่ยประมาณ 1-2 ครั้ง/เดือน และนำชิ้นงานมาตรวจสอบประมาณ 10 ชิ้นงาน/ครั้ง ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (non-active user) ไม่มีการใช้บริการในปีก่อนหน้าเลย เนื่องจากไม่มีชิ้นงานที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพ และผู้บริการส่วนมากใช้บริการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่ม และตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของวัตถุดิบและเครื่องประดับ และมีบางส่วนตรวจค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay

กลุ่มที่ 3 ผู้บริการฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้บริการเข้ามารับการฝึกอบรมเฉลี่ย 1-2 หลักสูตร/ปี และส่วนมากเป็นการเข้าฝึกอบรมในหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ ทั้งการประเมินคุณภาพเพชร ฐานิจอัญมณีและเครื่องประดับ หลักสูตรด้านการผลิต หลักสูตรการออกแบบ เทคนิคการถ่ายภาพ และเข้าร่วมสัมมนา online บ้าง 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 สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้อยู่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเป็นอาจารย์/นักศึกษา หรือนักวิเคราะห์/นักวิจัย ส่วนใหญ่เข้ามาสืบค้นข้อมูลบทความทางวิชาการ และสถิติการค้าไทย

กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ มีการใช้บริการประมาณ 1 ครั้ง/ปี ทั้งนี้ในการใช้บริการ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาอยู่ในพิพิธภัณฑ์ประมาณ 1-2 ชั่วโมง เป็นการเดินดูโซนการจัดแสดงในส่วนต่างๆ ตั้งแต่ โซน A - H และมีผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับบางรายที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับได้มีการใช้บริการห้อง Theatre ที่มีการจัดแสดงวิถีทัศน์ตั้งแต่การกำเนิดอัญมณีไปจนถึงการผลิตเครื่องประดับ

กลุ่มที่ 6 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีการใช้บริการเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/เดือน ซึ่งน้อยกว่าผู้บริการที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีการใช้บริการ 3-4 ครั้ง/เดือน ส่วนมากเป็นกลุ่มนักวิชาการและนักศึกษา ทั้งนี้ผู้บริการที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากจะเข้ามาสืบค้นข้อมูล หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (gemology mineral gemstones diamonds) และหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (jewelry design) ส่วนผู้บริการที่ไม่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเข้ามาสืบค้นรายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (thesis & research) หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (gemology mineral gemstones diamonds) และหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (jewelry making)

ในส่วนของ e-Library พบว่า ผู้บริการส่วนมากมีการใช้บริการประมาณ 3-4 ครั้ง/เดือน ซึ่งเป็นการติดตามความเคลื่อนไหวของบริการในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ว่ามีหนังสือ วารสาร หรือบทความใหม่ๆ หรือไม่ รวมทั้ง ติดตามหนังสือ วารสารที่ GIT นำมาจำหน่าย

5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ส่วนมากเลือกใช้บริการที่ GIT เพราะมีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล เป็นหน่วยงานที่มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่มีความโปร่งใสตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับด้วยความเที่ยงตรง และแม่นยำ **“GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือสูง”** รวมทั้ง มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม นอกจากนั้น ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการที่ GIT ก็คือ การเป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศ GIT มีการให้บริการที่หลากหลาย สามารถนำเครื่องประดับที่นำมาตรวจสอบคุณภาพได้อย่างเบ็ดเสร็จภายในทีเดียว การเป็นหน่วยงานที่มีผู้เชี่ยวชาญหรือนักอัญมณีศาสตร์ที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยต่างจากกลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ โดยปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่าที่ GIT เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด และให้บริการตามมาตรฐานสากล เมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ เป็นหน่วยงานหลักของประเทศไทยในการให้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า และอัญมณีและเครื่องประดับ และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม นอกจากนั้น ผู้ใช้บริการที่เป็นหน่วยงานราชการ มีความประสงค์เลือกใช้บริการกับหน่วยงานราชการด้วยกันเองเป็นหลัก

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากมาฝึกอบรมที่ GIT ในหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ เนื่องจาก GIT เป็นหน่วยงานทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับหลักของประเทศ เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียง GIT มีหลักสูตรที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการ มีทั้งหลักสูตรที่เป็นภาพกว้าง และหลักสูตรเชิงลึกในแต่ละอัญมณี รวมถึง มีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม สำหรับผู้ที่ไม่ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (non-active user) เนื่องจากฝึกอบรมในหลักสูตรครบตามความต้องการแล้ว และมีการแนะนำให้ผู้ประกอบการรายอื่น หรือส่งพนักงานในบริษัทตนเองมาฝึกอบรมที่ GIT เนื่องจากเนื้อหาและหลักสูตรมีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้งานได้จริง และค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมมีความเหมาะสมกับเนื้อหาในหลักสูตร หรือราคาสมเหตุสมผล และมีหลายหลักสูตรที่สามารถเรียน online ได้ ลดระยะเวลาในการเดินทางและลดค่าใช้จ่ายได้ รวมทั้ง วิทยากร/อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรม และบรรยากาศโดยรวมของการฝึกอบรมเหมาะสม

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 ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้บริการที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมาใช้บริการเนื่องจากมาใช้บริการประเภทอื่นๆ ของหน่วยงานอยู่แล้ว และกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากมาใช้บริการเนื่องจากมีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย และเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ ประกอบกับต้องการมาใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับด้วย

กลุ่มที่ 6 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ e-Library พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มีความคิดเห็นใกล้เคียงกับผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาด โดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการห้องสมุด GIT เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ มีหนังสือ วารสาร นิตยสาร และบทความทางวิชาการ ที่เป็นข้อมูลทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ครบถ้วน หลากหลาย ทันสมัย (up to date) สอดคล้องกับความต้องการ สามารถนำไปใช้งานได้จริง ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้อ้างอิงในงานวิชาการ นำใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ หรือใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำธุรกิจ

6. เหตุผลที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และเหตุผลที่ไม่ใช้บริการ

ในส่วนของกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565) (non-active user) เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทการให้บริการ พบว่า

กลุ่มที่ 1 ผู้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ไม่ใช้บริการที่ GIT เนื่องจาก (1) อัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองมีราคาไม่สูงมาก จึงใช้บริการที่มหาวิทยาลัยบูรพา หรือบริษัทรับตรวจสอบคุณภาพเล็กๆ ภายในจังหวัดจันทบุรี หรือเชียงใหม่ ที่อยู่ในบริเวณใกล้ๆ (2) ความต้องการของลูกค้า (end consumer) ของผู้ประกอบการธุรกิจพลอยและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน หรือกลุ่มประเทศยุโรป ซึ่งต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพที่ GRS หรือ AGIS เป็นหลัก หรือถ้าเป็นลูกค้าประเทศญี่ปุ่น ก็ต้องเป็น

สถาบันของประเทศญี่ปุ่น (ซึ่งเป็นปัญหาทางด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการของ GIT) และ (3) ไม่มีอัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพ ทำให้ไม่ใช้บริการที่ GIT

นอกจากนั้น ยังมีเหตุผลอื่นๆ อาทิ (4) ถ้าหากต้องการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีที่มีขนาดใหญ่ ก็ จะตรวจสอบคุณภาพกับหน่วยงานที่มีความเป็นสากลมากกว่า เช่น GRS, AGIS หรือ GIA เพราะจะทำให้สามารถซื้อขายได้ง่าย และลูกค้ายอมรับและเชื่อถือในใบรับรองคุณภาพ (5) มาตรฐานสีอัญมณีของ GIT อาทิ Pigeon's blood Ruby, Royal Blue Sapphire หรือ Cornflower Blue Sapphire ยังไม่เป็นที่ยอมรับ และเกณฑ์มีความแตกต่างจากหน่วยงานต่างประเทศ ซึ่งทำให้เกิดความยากลำบากในการทำธุรกิจซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับ หรือแม้กระทั่ง หยกที่มีสีเหลืองที่ใบรับรองไม่สามารถระบุได้

กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าที่ไม่ใช้บริการที่ GIT มีเหตุผลที่ใกล้เคียงกับกลุ่มที่ 1 คือ เนื่องจาก (1) ลูกค้าต่างประเทศต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องประดับและโลหะมีค่าที่หน่วยงานอื่น (2) อัตราค่าบริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่าของ GIT สูงกว่าบริษัทรับตรวจสอบคุณภาพขนาดเล็ก และ (3) ระยะเวลาการให้บริการนานเกินไป ไม่ควรเกิน 3 วัน

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 และมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ยังเข้าใจว่า GIT เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีการบริหารจัดการ หรือการให้ดำเนินงานแบบหน่วยงานภาครัฐอยู่ ซึ่งน่าจะมีการให้บริการที่ไม่เป็นมืออาชีพ (professional) และมีขั้นตอนยุ่งยาก ไม่สะดวก ให้บริการล่าช้าเทียบกับบริษัทเอกชนไม่ได้ และมีบางส่วน (ไม่เกินร้อยละ 20) ที่ยังคงไม่มีการเข้ามาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT ผ่านหน้าโฮมเพจของสถาบัน

7. ประสิทธิภาพการใช้สื่อต่างๆ และพฤติกรรมกรรับสื่อ (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 ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรับสื่อของผู้รับบริการ ก็คือ ช่องทาง line ซึ่งสามารถใช้ติดต่อสื่อสารพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของ GIT ได้ โดยที่กลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบ

คุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า เห็นว่าเป็นช่องทางในการติดต่อส่งข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพและแจ้งวันเวลาในรับผลการตรวจสอบคุณภาพ ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนาเห็นว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้ามาพูดคุยปรึกษาเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่หรือวิทยากรในการฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี และในบางครั้งก็ผู้ใช้บริการได้เข้ามาใช้บริการหลายประเภท ทำให้มีไลน์กลุ่มที่ค่อนข้างมากทำให้เกิดความสับสนได้ในบางครั้ง แต่อย่างไรก็ตาม ช่องทางไลน์ก็ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่ง่ายและสะดวก รวมถึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่ทำให้รู้สึกได้ว่า GIT มีความเป็นมิตรในการให้บริการเป็นอย่างมาก

ในส่วนช่องทาง website ของ GIT ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มมีความคิดเห็นว่าเป็นช่องทางที่มีความเป็นทางการที่สามารถเข้ามาสืบค้นข้อมูล และติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหัวข้อการจัดฝึกอบรม/สัมมนา หรือข้อมูลข่าวสารอื่นๆ และช่องทาง facebook ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่ดี และมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา สามารถเข้ามาติดตามข้อมูล หรือรับฟังหัวข้อการบรรยายหรือสัมมนาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และท้ายที่สุด คือ ช่องทาง e-mail เป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้ใช้บริการต้องการใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นทางการ เช่น การแจ้งวันเวลาในการรับผลการตรวจสอบคุณภาพอัญมณี การแจ้งยืนยันการเข้าร่วมฝึกอบรม เป็นต้น แต่ก็ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่ไม่ค่อยได้ใช้งานหรือไม่ค่อยได้ใช้ในการตอบโต้มีปฏิสัมพันธ์กับ GIT ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด

8. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น รวมถึง ผู้ที่ไม่ใช้บริการ GIT หรือที่ใช้บริการไม่ต่อเนื่องจะกลับมาใช้บริการต่อไป ในที่นี้สามารถสรุปออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะในภาพรวมของหน่วยงาน และส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการแต่ละประเภท ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะในภาพรวมของหน่วยงาน

1. การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า โดยอาศัยความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (brand royalty) ของกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีการใช้บริการเป็นประจำ ทั้งกลุ่ม active user และ non-active user ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้ต่างมีทัศนคติที่ดีกับ GIT เป็นอย่างมาก รวมทั้งมีการใช้บริการกับ GIT ที่หลายหลายประเภท การบริการ โดยอาศัยการประชาสัมพันธ์บอกต่อกับผู้ประกอบการอื่นๆ ภายในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบันนี้ ภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ก็คือ “GIT เป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีของประเทศ” และ “GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดในการอุตสาหกรรมอัญมณีไทย” ซึ่ง

การรับรู้ตราสินค้า (brand awareness) เป็นการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการหรือตราสินค้าที่ GIT สร้างขึ้น ถ้าหากได้รับการบอกต่อหรือประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ก็ย่อมทำให้ผู้ประกอบการอื่นๆ ที่ยังไม่รับทราบข้อมูลข่าวสาร หรือการให้บริการของ GIT มีโอกาสเข้ามาใช้บริการที่ GIT เพื่อเป็นการขยายฐานการตลาดของ GIT ต่อไป และก่อให้เกิดความผูกพันระยะยาว นอกจากนี้ **ควรปรับบุคลิกภาพของตราสินค้า (personality)** ของ GIT ให้มีความทันสมัย กระฉับกระเฉง (businesslike) และมีความเป็นมืออาชีพ (professional) เสริมกับความเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ การมีมาตรฐานในการให้บริการ เพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ยังติดภาพลักษณ์ GIT เป็นเหมือนหน่วยงานราชการที่มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ล่าช้า

2. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (proactive marketing public relations) โดยการสร้างความเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ นอกเหนือจากการออก road show ประชาสัมพันธ์ ตามงานแฟร์ในต่างประเทศ หรือการเปิดศูนย์ให้บริการของ GIT ที่ต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศจีน หรือกลุ่มประเทศยุโรป เพื่อสร้างความตระหนัก การรู้จัก และยอมรับถึงคุณภาพมาตรฐานในการตรวจสอบคุณภาพของ GIT ในตลาดต่างประเทศ เพิ่มมากขึ้น และในส่วนของการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศไทย ก็ยังคงต้องเน้นกระบวนการสื่อสารผ่านหน้าโฮมเพจ website หรือ facebook ของหน่วยงาน รวมถึง การติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง e-mail และ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่องทาง line เพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (customer relationship) เป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น การตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ การฝึกอบรมหรือการสัมมนา หรือแม้กระทั่ง ความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุดหรือพิพิธภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการแต่ละประเภท

1. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่าพบว่า ผู้ใช้บริการต้องการให้ (1) GIT เพิ่มสาขาการให้บริการในต่างจังหวัดที่แหล่งธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ หรือสาขาในระดับภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ เชียงราย จันทบุรี ตาก เป็นต้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งอัญมณีและเครื่องประดับเข้ามาตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพ (2) อัตราค่าบริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ควรกำหนดแบบเป็นราคาเดียว ไม่ควรแยกตามขนาดหรือน้ำหนัก และมีการตรวจสอบครบทุกอย่าง (สี แหล่งผลิต กระบวนการ) เพื่อให้ได้ใบรับรองคุณภาพแบบใบเดียว และเพื่อความสะดวกในการอธิบายกับลูกค้าที่มาซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ และควรลดอัตราค่าตรวจวิเคราะห์คุณภาพโลหะมีค่าเพื่อให้แข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ ที่รับจ้างตรวจวิเคราะห์คุณภาพ

รวมถึง การปรับลดค่าตรวจสอบแบบเร่งด่วน (3) ควรเพิ่มบริการการแจ้งผลการตรวจสอบคุณภาพหรือใบรับรองคุณภาพแบบ online และส่งทาง e-mail รวมถึง การระบุวันเวลาที่ชัดเจนในการมารับผลตรวจสอบคุณภาพกับผู้ให้บริการ และ (4) ควรปรับคุณภาพของรูปถ่าย พื้นหลังรูปภาพ และสีที่ใช้ในการถ่ายภาพอัญมณีและเครื่องประดับให้สวยงามและชัดเจน สีไม่เข้มเกินความเป็นจริง

นอกจากนั้น มีข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า อาทิ (5) ปรับอายุระยะเวลาการใช้คูปองของ GIT ให้นานขึ้น (6) ปรับลดระยะเวลาในการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับให้ไม่เกิน 5 วันทำการ หรือโลหะมีค่า ไม่ควรเกิน 3 วันทำการ (7) ปรับจุดรับส่งของการตรวจวิเคราะห์คุณภาพของ GIT ลงมาอยู่ที่ชั้น 1 หรือจัดพื้นที่แบบ drive thru เพื่อรับส่งได้ทันที และไม่ต้องเสียเวลาในการหาที่จอดรถหรือวนรถ

2. การฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากกับการให้บริการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ หรือสัมมนาที่ทาง GIT จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่สามารถเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า (customer relationship) ได้เป็นอย่างดี ทั้งจากกลุ่มผู้ใช้บริการเดิม และผู้ใช้บริการรายใหม่ ซึ่งข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและยกระดับคุณภาพการให้บริการทางด้านการฝึกอบรมของ GIT คือ ควรพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้ครอบคลุมครบทุกด้านของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ตลอดโซ่อุปทาน อาทิ หลักสูตรการพัฒนาเครื่องประดับจากวัสดุอื่น (ไม่ใช่อัญมณี) หลักสูตรการพัฒนาเครื่องประดับสมัยใหม่ และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์หลักสูตร/สัมมนาของหน่วยงาน ผ่านการทำคลิปนำเสนอสั้นๆ ประมาณ 3-5 นาที หรือให้อาจารย์/ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ทั้งคนไทยหรือชาวต่างชาติ (บุคคลที่เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรม) มาให้ความรู้ผ่านหน้าโฮมเพจ หรือ facebook เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือและสร้างการยอมรับในระดับนานาชาติ รวมทั้ง เพิ่มเติมตัวอย่างอัญมณีที่ใช้ประกอบในการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจของหลักสูตร

3. การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจกับระบบฐานข้อมูลการตลาดของ GIT ทั้งในเรื่องของข้อมูลและหน้าโฮมเพจหรือ website ฐานข้อมูลแล้ว และข้อเสนอแนะเพื่อทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น อาทิ การสรุปเนื้อหา (content) ที่น่าสนใจจากหนังสือ/วารสารใหม่ๆ หรือจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลต่างๆ ทั้งในเรื่องของการผลิตหรือการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อนำออกมาสื่อสารกับผู้ใช้บริการผ่านหน้าเว็บไซต์ หรือจัดเป็นหัวข้อ What's Going on เพื่อให้ผู้ใช้บริการเห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน

4. การให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการไม่ค่อยพึงพอใจกับการให้บริการของพิพิธภัณฑ์ โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย (1) ปรับรูปแบบการจัดแสดงและการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ โดยการจัดแสดง สี และเสียง ประกอบบรรยากาศภายในพิพิธภัณฑ์ รวมถึงการจัดภูมิทัศน์การจัดแสดงให้มีความทันสมัย สวยงาม และมีการจัดทำเสียงบรรยายประกอบการชมพิพิธภัณฑ์ผ่านวิทยุสื่อสารหรือหูฟัง (headphone) ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ (2) ควรปรับปรุง main content ของพิพิธภัณฑ์หรืออัญมณี ควรให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่อง และค่อยเชื่อมโยงไปยังเรื่องอื่นๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือจัดหัวข้อการนำเสนอ (theme) เป็นเรื่องราวต่างๆ โดยอาจแบ่งการจัดแสดงการนำเสนอเป็นรายเดือนที่มีความแตกต่างกัน โดยไม่จำเป็นต้องเอาทุกสิ่งที่มีในพิพิธภัณฑ์ออกมานำเสนอพร้อมกันทั้งหมด ตัวอย่างหัวข้อการจัดอาทิ “การเกิดอัญมณีไปจนถึงการเป็นเครื่องประดับ” หรือ “เส้นทางอัญมณี” เพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดแสดงที่มีความน่าสนใจ (3) เพิ่มเติมภัณฑารักษ์ที่มีความรู้ทางด้านอัญมณีศาสตร์ และสามารถให้ข้อมูลความรู้กับผู้เข้าใช้บริการได้ โดยอาจทำหน้าที่เป็นผู้ที่ร่วมเดินนำเสนอให้กับผู้เข้าเยี่ยมชม และ (4) Virtual Museum ควรปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ หรืออาจนำเสนอภาพอัญมณีและเครื่องประดับในรูปแบบสามมิติ เพื่อให้สามารถมองได้ในมุมต่างๆ หลังจากนั้น (5) ควรส่งเสริมและปรับภาพลักษณ์ให้พิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือเป็น tourist destination สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างประเทศ เพื่อยกระดับการรับรู้ถึงการเป็นหน่วยงานหลักด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

5. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT (1) ควรขยายระยะเวลาการเปิดให้บริการจนถึง 20.00 น. หรือควรเปิดให้บริการในวันเสาร์ (2) ควรจัดพื้นที่ หรือ zoning ใหม่ เพิ่มเติมพื้นที่สำหรับงานวิจัย เพื่อให้เกิดความง่ายและสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ หรือกล่าวได้ว่า เป็นการปรับพื้นที่เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าผู้บริการ จากกลุ่มลูกค้าหลัก คือ ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และเพิ่มเติมกลุ่มลูกค้ารอง คือ ผู้ใช้ข้อมูลทางวิชาการ ทั้งนิสิตนักศึกษาและอาจารย์ หรือบริษัทที่ปรึกษาต่างๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในปัจจุบัน (3) e-Library ควรจัดหมวดหมู่ย่อยของหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ให้ชัดเจน อาทิ หมวดอัญมณี เครื่องประดับ หรือการออกแบบเครื่องประดับ หรือหมวดบทความงานวิจัย เพื่อให้เกิดความสะดวกในการสืบค้น และ (4) ควรทำ content ในรูปแบบ multimedia เพื่อ review หนังสือหรือวารสารใหม่ๆ ที่ GIT นำเข้ามาไว้ในห้องสมุด หรือเพื่อจำหน่าย โดยใช้บุคลากรหรือบุคคลมีชื่อเสียงในวงการอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อดึงดูดให้มีการเข้าใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้น (5) ควรสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอื่นๆ ที่มีการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อเป็นเครือข่ายทางด้านฐานข้อมูลทางวิชาการด้านอัญมณีศาสตร์ และเพื่อให้เกิดความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้บริการ และขยายฐานลูกค้าผู้บริการที่อยู่นอกธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

แนวคำถามเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่ม (จำแนกกลุ่มการใช้บริการ)

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม

สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (G1)

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 / ลูกค้าต้องการผลจากหน่วยงานอื่นๆ / มีการติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆ / ไม่เชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ

2.6 การใช้บริการประเภทอื่นๆ ของ GIT และประเภทการให้บริการ *เพิ่มเติม* ที่ต้องการจาก GIT

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน

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

3.2. ทิศนคติการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ 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
- อัตราค่าบริการในการตรวจวิเคราะห์และออกใบรับรองคุณภาพ

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

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม

สำหรับกลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (G2)

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

- การตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของวัตถุดิบและเครื่องประดับ

- 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 การใช้บริการประเภทอื่นๆ ของ GIT และประเภทการให้บริการ **เพิ่มเติม** ที่ต้องการจาก GIT

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
- อัตราค่าบริการในการตรวจวิเคราะห์และออกใบรับรองคุณภาพ

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
- การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา (G3)

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 TCDC วิทยาลัย

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (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 ความน่าสนใจ ตรงความต้องการ ใช้
งานได้จริง / คุณภาพการให้บริการ / ค่าใช้จ่ายในการอบรม / ความทันสมัยของเครื่องมือ / ความน่าเชื่อถือ
ของหน่วยงาน / วิทยากร / ช่วงเวลา และระยะเวลาในการฝึกอบรม/สัมมนา / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ เช่น AIG GIA TCDC วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
(ประเด็นเดียวกันกับข้อ 2.3)

2.5 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกใช้บริการที่ GIT สำหรับ Inactive user อาทิ อบรมครบตามหลักสูตร / ไม่มีเวลามาเข้า
ร่วม / ค่าบริการไม่เหมาะสม / เจ้าหน้าที่/วิทยากร บริการไม่ดี / หัวข้อที่ต้องการไม่มีแบบออนไลน์ / ไม่
สะดวกในการเดินทาง

2.6 หลักสูตร และหัวข้อสัมมนา ที่ต้องการให้ GIT จัดเพิ่มเติม ทั้ง on site / online

2.7 การใช้บริการประเภทอื่นๆ ของ GIT และประเภทการให้บริการ **เพิ่มเติม** ที่ต้องการจาก GIT

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 / สไลด์ทัศนูปกรณ์
- ด้านองค์ความรู้ เช่น เนื้อหาสาระ มีความครบถ้วน การใช้ประโยชน์
- ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ / วิทยากร ความสามารถในการถ่ายทอด /ความเป็นกันเอง /การเอาใจใส่
- อัตราค่าบริการการฝึกอบรม

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 (G4)

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 / เกาะติดสถานการณ์การตลาด / เรื่องเล่าอัญมณีและเครื่องประดับ)
- ข้อมูลธุรกิจ (ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรม / ข้อมูลอุตสาหกรรมรายประเทศ / อัตราภาษีนำเข้าและกฎระเบียบการค้า / งานแสดงสินค้า/งานสัมมนา / ชัดความสามารถในการแข่งขันรายสินค้า / รายชื่อหน่วยงานนานาชาติ / รายชื่อผู้นำเข้าในต่างประเทศ / รายชื่อผู้ประกอบการไทย)
- ข่าวธุรกิจ (จับประเด็นข่าวเด่น / ข่าวธุรกิจรายวัน)

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT อาทิ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / ความน่าเชื่อถือแหล่งข้อมูล / ข้อมูล น่าสนใจ ตรงความต้องการ ใช้งานได้จริง / ข้อมูลทันสมัย / การจัดหมวดหมู่ง่ายต่อการค้นหา

2.4 ฐานข้อมูลที่ต้องการให้ GIT **เพิ่มเติม** ในระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th>

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 / เป็นข้อมูลเชิงลึก ละเอียดและครบถ้วน / 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 สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ (G5)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

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

ส่วนที่ 2 การใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.1 ความถี่ในการเข้าใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ (ครั้ง/เดือน) และ

<https://www.git.or.th/Museum/> (online) (ครั้ง/เดือน)

2.2 การใช้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ (โซนการจัดแสดง : โซน A : การกำเนิด และเหมืองพลอยในประเทศไทย / โซน B : ประเภทอัญมณี / โซน C : เพชร / โซน D : การเจียระไนและการทำเครื่องประดับ / โซน E : อัญมณีอินทรีย์ / โซน F : อัญมณีสังเคราะห์ / โซน G : เหมืองทองและโลหะมีค่า / โซน H : เครื่องประดับตามสมัยนิยม / ห้อง Theatre : จัดแสดงวิวัฒนาการตั้งแต่การกำเนิดอัญมณีไปจนถึงการผลิตเครื่องประดับ และจัดแสดงอัญมณีเรื่องแสง)

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT อาทิ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / ความน่าเชื่อถือแหล่งข้อมูล / พิพิธภัณฑ์มีความน่าสนใจ / ความทันสมัยของพิพิธภัณฑ์

2.4 สิ่งที่ต้องการให้ GIT **เพิ่มเติม** ในพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ และ <https://www.git.or.th/Museum/>

2.5 การใช้บริการประเภทอื่นๆ ของ GIT และประเภทการให้บริการ **เพิ่มเติม** ที่ต้องการจาก GIT

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

3.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ GIT และประสิทธิภาพของช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงาน (อาทิ Website Social network email สื่อโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือคนรู้จัก (word of mouth))

3.2. ทิศนคติการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของ 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)

- พิพิธภัณฑสถานและเครื่องประดับ
 - บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ ภายในพิพิธภัณฑสถาน
 - รูปแบบการจัดแสดง และความน่าสนใจ
 - ป้ายอธิบายข้อมูล / ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
 - การให้บริการของเจ้าหน้าที่
- <https://www.git.or.th/Museum/>
 - การเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์สืบค้นได้ง่าย และสะดวก
 - หน้าโฮมเพจ (ความสวยงาม / น่าสนใจ / สามารถใช้งานหรือค้นหาได้ง่าย (friendly user))
 - ความน่าสนใจของ <https://www.git.or.th/Museum/> ในด้านต่างๆ (ความทันสมัย สวยงาม การแสดงข้อมูลความรู้ / เป็นประโยชน์ สามารถใช้งานได้จริง)

4.3 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.3 แนวโน้มการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการของ GIT กับผู้อื่น

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องต่างๆ

- คุณภาพการให้บริการ (เนื้อหา/ข้อมูล/องค์ความรู้)
- กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
- เจ้าหน้าที่/บุคลากร
- สถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
- การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ
- ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หน้าโฮมเพจ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการ

แนวคำถามเพื่อการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการห้องสมุด และ e-library (G6)

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 / บรรยากาศห้องสมุด / 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 ใช้งานได้จริง)
- สถานที่ตั้งและบรรยากาศ (สะดวกในการเดินทาง / สภาพแวดล้อมสวยงาม / สิ่งอำนวยความสะดวก / wifi)
- ขั้นตอนการให้บริการ (ระยะเวลาเปิดปิด / ค่าบริการ)
- บุคลากร/เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ความเอาใจใส่ / สุภาพ / มีความรู้และสามารถตอบคำถามได้)

4.2 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.3 แนวโน้มการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำการให้บริการห้องสมุดของ GIT กับผู้อื่น

4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ e-library ในด้านต่างๆ (ถามถึงประเด็นที่ไม่พึงพอใจด้วย)

- การเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์สืบค้นได้ง่าย และสะดวก
- ระบบ eLibrary (ความสวยงาม / น่าสนใจ / สามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (friendly user))
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร (หลากหลาย ทันสมัย ตรงความต้องการ ใช้งานได้จริง)

4.5 เหตุผลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ

4.6 แนวโน้มการใช้บริการ 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

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 / อัตราค่าบริการ / ความทันสมัย / ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน / กระบวนการขั้นตอน / ความรวดเร็ว / มาตรฐานการให้บริการ / ใบรับรองคุณภาพ / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่เลือกใช้บริการ GIT อาทิ คุณภาพการให้บริการ / อัตราค่าบริการ / 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 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 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