



รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

เสนอ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จัดทำโดย

ผศ.ดร.สิทธิรัตน์ วิวัฒนาพรชัย

คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
กรกฎาคม 2566

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ให้ความไว้วางใจในการดำเนินการ “โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566” และคณะกรรมการกำกับการศึกษาและตรวจการจ้างที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

ในการนี้ขอขอบคุณบุคลากรของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกทางด้านข้อมูลประกอบการวิจัย รวมทั้ง ขอขอบคุณผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ให้ความร่วมมือในการตอบข้อซักถามต่างๆ ตามแบบสอบถาม อันเป็นประโยชน์ต่อการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จนกระทั่ง สามารถดำเนินโครงการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อองค์กรจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผศ.ดร.สิทธินันท์ วิวัฒนาพรชัย

กรกฎาคม 2566

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566 เป็นการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกเป็น (1) ผู้ใช้บริการ (Active User) จำนวน 300 ตัวอย่าง (2) ผู้ที่เคยใช้บริการแต่ไม่ได้ใช้บริการในปี 2566 (Inactive User) จำนวน 60 ตัวอย่าง และ (3) ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเลย (Non User) จำนวน 40 ตัวอย่าง

ผู้ให้บริการ (1) ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 10.24 ครั้ง/ปี ส่วนมากเป็นการตรวจวิเคราะห์ จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ (2) ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า เฉลี่ย 5.55 ครั้ง/ปี เป็นการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่มด้วยเทคนิค ICP-OES (3) เข้าฝึกอบรมหรือสัมมนาเฉลี่ย 1.48 ครั้ง/ปี ส่วนมากฝึกอบรมในหลักสูตรอัญมณีศาสตร์ และการออกแบบเครื่องประดับ (4) ใช้บริการระบบฐานข้อมูล เฉลี่ย 3 ครั้ง/เดือน ส่วนมากเป็นการสืบค้นข้อมูลบทความ/บทวิเคราะห์/บทความวิชาการ/เกาะติดสถานการณ์การตลาด ข้อมูลธุรกิจ/ข้อมูลอุตสาหกรรม และสถิติการค้าไทย (5) ใช้บริการห้องสมุด เฉลี่ย 1.80 ครั้ง/เดือน และ GIT eLibrary เฉลี่ย 1.8 ครั้ง/เดือน เพื่อสืบค้นหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย ด้านการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ก็คือ Social Network และ Website (www.git.or.th)

ภาพลักษณ์ที่สำคัญของ GIT ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ และผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ GIT คือ (1) เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (2) ใบรับรองคุณภาพของ GIT มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (3) เครื่องมืออุปกรณ์ได้มาตรฐานและทันสมัย (4) เนื้อหาในหลักสูตรตรงตามความต้องการ ไปใช้งานได้จริง และวิทยากรมีความรู้ความสามารถ (5) ระบบฐานข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงลึก มีความน่าเชื่อถือ ใช้งานได้จริง สามารถสืบค้นได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย (6) ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับเป็นห้องสมุดเฉพาะทาง และเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ มีการบริการที่ดี และ (7) GIT eLibrary เป็นห้องสมุดออนไลน์เฉพาะทางที่สะดวกในการใช้งาน

ผู้ให้บริการร้อยละ 97.20 และร้อยละ 97.00 มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า เนื่องจากผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพมีความถูกต้องแม่นยำ มีมาตรฐาน น่าเชื่อถือในระดับสากล และผู้ให้บริการร้อยละ 91.20 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT และพึงพอใจมากในทุกประเภทการให้บริการ ทั้งการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า การฝึกอบรมและสัมมนา ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary ซึ่งทำให้ผู้บริการต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ GIT และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการมีความต้องการมาลองใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ประกอบด้วย (1) ควรเพิ่มสาขาการให้บริการในพื้นที่ต่างจังหวัดที่แหล่งธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ หรือสาขาในระดับภูมิภาค และ (2) ควรพัฒนา Application หรือระบบการให้บริการ GIT Online Service และข้อเสนอแนะในรายละเอียดการให้บริการ ประกอบด้วย (1) ลดระยะเวลาการให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ไม่เกิน 3 วัน และโลหะมีค่า ภายใน 1 วัน รวมทั้ง ปรับลดอัตราค่าบริการ หรือเพิ่ม Promotion และขยายระยะเวลาการให้บริการ (2) เพิ่มระยะเวลาการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับเนื้อหาหลักสูตร และเพิ่มเวลาในภาคปฏิบัติการ เพิ่มช่วงเวลาในการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ และจัดฝึกอบรมในสถานที่ที่มีพื้นที่จอดรถกว้างขวาง (3) ปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้สามารถโหลดข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น นำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน รวดเร็ว และมีความละเอียด รวมทั้ง เพิ่มระบบ Open Chat เพื่อการค้นหาและประมวลผลข้อมูล และ (4) ปรับระยะเวลาการให้บริการห้องสมุด และเพิ่มความหลากหลายของวารสาร นิตยสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์หรืองานวิจัยใหม่ๆ ในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	i
บทสรุปผู้บริหาร	iii
สารบัญ	v
สารบัญตาราง	vii
สารบัญภาพ	ix
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 บทนำ	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
1.5 แผนการดำเนินการวิจัย	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ	5
2.2 แนวคิดทฤษฎีความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจที่มีต่อองค์กร	8
2.3 แนวคิดทฤษฎีการวัดทัศนคติ	9
2.4 แนวคิดทฤษฎีการประเมินภาพลักษณ์	13
2.5 แนวคิดการเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง (Professional and High Performance Organization)	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	21
3.1 การกำหนดจำนวนตัวอย่าง	21
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	24
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	27
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	27
4.2 การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	30
4.3 การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร	42
4.4 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	54
4.5 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	55
4.6 ความต้องการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	60
4.7 ข้อจำกัดในการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	62
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	67
5.1 บทสรุป	67
5.2 ข้อเสนอแนะ	71
เอกสารอ้างอิง	75
ภาคผนวก	77

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แผนกิจกรรมในการดำเนินการโครงการวิจัย	4
3.1	การกระจายตัวของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการและไม่ได้ใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	28
4.2	ความถี่และประเภทการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566	31
4.3	ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	42
4.4	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	43
4.5	ความต้องการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	61
4.6	ข้อจำกัดในการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	63

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	การเกิดความพึงพอใจของบุคคล	6
3.1	กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	21
4.1	เพศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566	29
4.2	อายุของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566	29
4.3	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566	29
4.4	การประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566	30
4.5	ประเภทการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับของ GIT	33
4.6	ประเภทการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าของ GIT	34
4.7	ประเภทการใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนาแบบ On-site และ Online ของ GIT	34
4.8	ประเภทการใช้บริการระบบฐานข้อมูล https://infocenter.git.or.th ของ GIT	35
4.9	ประเภทการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary ของ GIT	36
4.10	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ	36
4.11	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า	37
4.12	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนาแบบ On-site และ Online	38
4.13	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบฐานข้อมูล https://infocenter.git.or.th ของ GIT	38
4.14	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary	39

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.15	ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการไม่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองกับ GIT ในปีงบประมาณ 2566	40
4.16	ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไม่ใช้บริการ GIT	41
4.17	ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ	44
4.18	ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า	46
4.19	ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา	47
4.20	ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล https://infocenter.git.or.th	48
4.21	ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับและ GIT eLibrary	49
4.22	ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ไม่ใช้บริการ (Non User)	51
4.23	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	52
4.24	ตำแหน่งทางการตลาดของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)	53
4.25	ความพึงพอใจจากการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า	56
4.26	ความพึงพอใจจากการใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนา	57
4.27	ความพึงพอใจจากการใช้บริการระบบฐานข้อมูล https://infocenter.git.or.th	58
4.28	ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary	59

1.1 บทนำ

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

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ เพื่อสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศของผู้ประกอบการไทย จึงได้มีการจัดตั้งศูนย์บริการด้านการตรวจคุณภาพเพชร พลอย โลหะมีค่า โดยห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย โดยนักอัญมณีศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่มีหลักสูตรครอบคลุมเนื้อหาในทุกด้าน ตั้งแต่พื้นฐานด้านอัญมณีศาสตร์ พื้นฐานการออกแบบ การออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และหลักสูตรด้านการตลาดขั้นสูง โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ศูนย์บริการด้านข้อมูลในอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่มีบริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับที่รวบรวมวารสาร นิตยสาร และหนังสืออ้างอิง ด้านอัญมณีและเครื่องประดับทั้งในและต่างประเทศ เปิดให้บริการสำหรับนักเรียน นักศึกษา บุคลากรในวิชาชีพอัญมณีและเครื่องประดับ และบุคคลทั่วไปที่สนใจ โดยสถาบันมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

จากการดำเนินงานในการให้บริการในแต่ละด้านของสถาบันฯ ซึ่งมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานจากการสำรวจความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทักษะคุณภาพลักษณะ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการตลาดต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการในการรับบริการต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ของสถาบัน
2. เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นต่อการให้บริการตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าของสถาบัน
3. เพื่อสำรวจทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของสถาบัน ในเชิงเปรียบเทียบกับห้องปฏิบัติการ สถาบันฝึกอบรม และ Certify Agents อื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน
4. เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต รวมถึงประเมินประสิทธิภาพของสื่อหลักต่างๆ ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และพฤติกรรมการใช้สื่อ
5. เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการในด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์สถาบัน ตลอดจนเป็นแนวนโยบายด้านการบริการด้านสื่อและการตลาดต่อไป

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

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

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 อาศัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่เคยรับบริการจากสถาบันที่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2566 ผู้ที่ไม่ใช้บริการสถาบันในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ ในงานบริการต่างๆ ต่อไปนี้

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

ในส่วนของการวิเคราะห์จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- (1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- (2) ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer Trust) ต่อมาตรฐานการตรวจสอบ และออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และการตรวจสอบโลหะมีค่า ของสถาบันฯ
- (3) การรับรู้และภาพลักษณ์ (Brand Image and Perception) ในเชิงเปรียบเทียบกับหน่วยงานที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน โดยเฉพาะในประเด็นการเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง (Professional and High Performance Organization) จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของสถาบันฯ
- (4) ทศนคติการรับรู้การบริการต่างๆ (Customer's Attitude) ในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน และการรับทราบผลการดำเนินงานสำคัญของสถาบัน
- (5) พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
- (6) เหตุผลที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา และเหตุผลที่ไม่ใช้บริการสถาบัน
- (7) พฤติกรรมการรับสื่อ และประสิทธิภาพของการสื่อสาร (Media Effectiveness) เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการเข้าถึง (Accessibility) และสร้างความเข้าใจกับกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

1.5 แผนการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครอบคลุมระยะเวลาทั้งสิ้น 150 วัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง มีรายละเอียดของกิจกรรม และผลงานที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละกิจกรรม แสดงดังตารางที่ 1.1

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 1.1 แผนกิจกรรมในการดำเนินการโครงการวิจัย

กิจกรรม	เดือนที่				
	1	2	3	4	5
1. ทบทวนวรรณกรรม จัดทำระเบียบวิธีวิจัย	X				
2. พัฒนาเครื่องมือในการวิจัย (แบบสอบถาม)		X			
** ส่งรายงานระเบียบวิธีวิจัย การดำเนินงาน และแบบสอบถาม		X			
3. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม			X		
4. วิเคราะห์และประมวลผล			X	X	
** สร้างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)				X	
5. ปรับปรุงและจัดทำรายงานการศึกษฉบับสมบูรณ์					X
** ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)					X

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ การวัดทัศนคติ การประเมินภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่มีต่อองค์กร ดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

2.1.1 นิยามของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีความหมายตามพจนานุกรมทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” นอกจากนั้น มีนักวิชาการและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายที่แตกต่างกันไว้ อาทิ

Vroom (1964) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

Wolman (1973) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

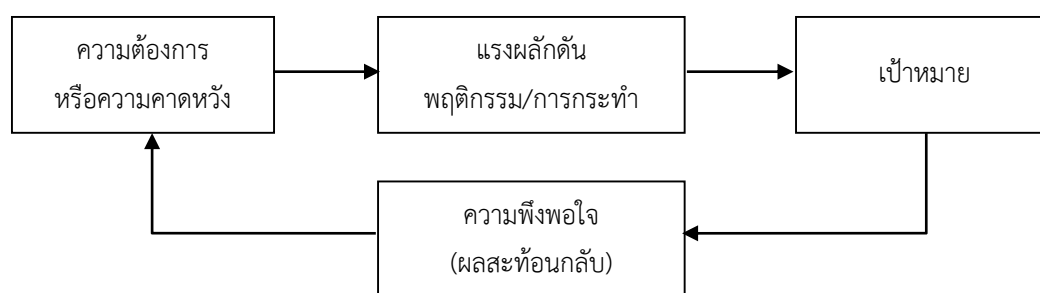
วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2543) ได้สรุปว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับนิยามและประสบการณ์ที่ได้รับ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดออกเป็น 2 ความหมาย คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยืดประสพการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ใช้ความหมายว่าความพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสพการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือ บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โดยรวมแล้ว สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หรือในด้านต่างๆ ที่เป็นผลสะท้อนกลับจากการกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย ทั้งนี้ ความพึงพอใจจะสะท้อนออกมาถึงความสอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังในเบื้องต้น อาทิ ถ้าหากมีความคาดหวังในเบื้องต้นในระดับที่น้อย และถ้าการกระทำนั้นๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือประสพความสำเร็จ บุคคลนั้นย่อมมีความพึงพอใจ หรือถ้าหากมีการตั้งความหวังไว้ในระดับสูง แต่ความสำเร็จที่เกิดขึ้นยังไม่ตรงตามความต้องการแล้ว ก็ย่อมมีความพึงพอใจน้อย โดยรวมแล้วสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2556)

ในการประเมินความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะเป็นการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการกับลักษณะการบริการที่ผู้รับบริการได้รับ ถ้าหากผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีกว่าที่คาดหวังไว้แล้ว ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากผู้รับบริการได้รับการบริการที่ด้อยกว่าที่คาดหวังไว้แล้ว ก็ย่อมจะเกิดความไม่พึงพอใจ นอกจากนั้น ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ จึงสามารถสรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลหรือผู้รับบริการที่แตกต่างกันตามความรู้ ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

2.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างและคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay: WTP) ของผู้รับบริการ และความคาดหวังที่เกิดขึ้นจากการรับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงข้ามกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารงานบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารงานบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้งานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าประสิทธิภาพของระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัว และสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

ในการศึกษานี้ สามารถสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อผลของการได้รับบริการจากสถาบันฯ ภายใต้ความต้องการหรือความคาดหวังในเบื้องต้นของผู้รับบริการ ประเด็นที่พิจารณาประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือคุณภาพการให้บริการ (2) อัตราค่าบริการ (3) เทคโนโลยี/เครื่องมือ/อุปกรณ์ (4) ผู้ให้บริการ (5) ขั้นตอนการให้บริการ และ (6) สถานที่ตั้ง ซึ่งประเด็นต่างๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดผลสะท้อนกลับมาในรูปของความพึงพอใจที่มีต่อการได้รับบริการที่สามารถนำไปพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการและการให้บริการที่ตรงตามความต้องการมากที่สุด

2.2 แนวคิดทฤษฎีความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจที่มีต่อองค์กร

ความเชื่อถือ (Reliability) และความไว้วางใจ (Trust) เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันและกันโดยยังคงอยู่ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความมั่นใจ ความไว้วางใจจะช่วยลดความไม่แน่นอนและลดความเสี่ยงและเพิ่มความระมัดระวังของกระบวนการดำเนินงานขององค์กรหรืออาจหมายถึงการที่บุคคลมีความเชื่อถือต่อองค์กรว่าเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและมีความน่าไว้วางใจซึ่งจะนำมาความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรนั้นๆ (ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์, 2556)

“ความเชื่อมั่น” ในตัวบุคคล ในสินค้าหรือบริการ และในองค์กรไม่ได้เกิดขึ้นและตั้งอยู่อย่างเลื่อนลอย แต่ต้องมี “ฐาน” รองรับ ก็คือ ผลงานการกระทำและพฤติกรรมของบุคคลและองค์กร หากต้องการให้เกิดความเชื่อมั่น ควรเริ่มที่ “การกำหนดแนวทางและการกระทำ” ที่น่าเชื่อถือ ถ้าผลของการกระทำนั้นมีความเหมาะสม ก็ย่อมจะทำให้เกิดความเชื่อถือขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเรียกร้องให้เชื่อถือ การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ประวัติองค์กร ผู้ให้บริการ รวมถึงผู้บริหาร ก็มีผลกระทบต่อความเชื่อถือ ความภาคภูมิใจ และความไว้วางใจ ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เกิดจากการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร และความเชื่อจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง

ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้ โดยองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ สมรรถนะหรือความรู้ความสามารถ (Competency) หมายความว่าบุคคลจะต้องมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานสูง มีความรู้ในสาขาวิชาใดสาขาวิชาหนึ่งหรือหลายๆ สาขาเป็นอย่างดี และมีความเป็นคนดี หรือมีคุณลักษณะดี โดยเนื้อแท้ (Credibility หรือ Character) หมายความว่าบุคคลหรือองค์กรจะต้องเป็นคนดีหรือองค์กรที่ดี มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบ ความยุติธรรม ความมีวุฒิภาวะ ความซื่อสัตย์ เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการศึกษาเพื่อประเมินความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและโลหะมีค่าของสถาบันฯ จะพิจารณาจากผลของการกระทำ หรือผลการตรวจสอบออกไปรับรองที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการจากหน่วยงาน ซึ่งได้จากประสบการณ์ทางตรงของตนเอง โดยการสอบถามถึงความรู้สึกที่มีต่อความเชื่อมั่นในการให้บริการ ตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

2.3 แนวคิดทฤษฎีการวัดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความเชื่อ และความรู้สึกเชิงประมาณค่าที่เป็นไปได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออก ตอบโต้ต่อสิ่งต่างๆ ทัศนคติจึงถือได้ว่าเป็นตัวการสำคัญหนึ่งในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งๆ หนึ่งหรือบุคคลๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

ทัศนคติมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบธุรกิจ โดยจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและการดำเนินงานในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเมืองการปกครอง การศึกษา ศาสนา แพชั่น การอบรมเลี้ยงดู นิสัยการรับประทานอาหาร การแข่งขัน หรือแม้กระทั่งการสื่อสารด้วยเหตุดังกล่าวเหล่านี้ การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใด ก็ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีที่จะทำให้รู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนนั้น ก็คือ การวัดทัศนคติ

Henerson et al. (1978) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการวัดทัศนคติไว้ว่าทัศนคติไม่ได้เป็นสิ่งที่จะสามารถตรวจสอบหรือวัดได้เช่นเดียวกับการตรวจสอบเซลล์ผิวหนังของมนุษย์หรือการวัดอัตราการเต้น

ของหัวใจแต่ทัศนคติของบุคคลหนึ่งอาจแสดงออกมาได้ด้วยการใช้คำพูดหรือการกระทำ จะเห็นได้ว่าแนวคิดนี้เน้นที่การแสดงออกทางพฤติกรรมเป็นหลักในการวัดทัศนคติซึ่งสอดคล้องกับที่ Ajzen (1988) ได้กล่าวเอาไว้ว่าโดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติของทัศนคติเป็นสิ่งที่วัดได้แม้ว่าทัศนคติจะเป็นเพียงภาวะของจิตใจไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรงแต่ทัศนคติก็อาจวัดได้โดยอาศัยจากผลของการตอบสนองซึ่งจะประเมินได้เป็นทางบวกหรือทางลบและมีระดับความมากน้อย

เทคนิควิธีที่ใช้ในการวัดทัศนคติมีวิธีการหลักๆ 3 วิธี ประกอบด้วย

1. การสังเกต (Observation) เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ศึกษาทัศนคติโดยใช้ประสาทหูและตาเป็นสำคัญการสังเกตเป็นวิธีการศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วนำข้อมูลที่สังเกตนั้นไปอนุมานว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นอย่างไร

2. การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาจะต้องออกไปสอบถามบุคคลนั้นๆด้วยตนเองโดยอาศัยการพูดคุยผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมวางแผนล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์ในเรื่องใดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุดในการสัมภาษณ์นี้ Scott (1975) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าเป็นการวัดทัศนคติโดยอาศัยการตอบสนองทางคำพูด (Verbal Responses) และเป็นวิธีวัดที่ถูกนำมาใช้บ่อยครั้งเพราะมีความสะดวกและง่ายต่อการวัดเช่นการใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ผู้สัมภาษณ์อาจตั้งคำถามว่า “คุณรู้สึกอย่างไรกับบริการเป็นอย่างไร” หรือ “คุณคิดว่าอัตราค่าบริการของสถาบันฯ เหมาะสมหรือไม่ เพราะอะไร” จะเห็นได้ว่า การใช้คำถามปลายเปิดนี้ ผู้สัมภาษณ์จะได้ข้อมูลมากมาย แต่มีข้อเสีย ก็คือ ผู้ตอบอาจไม่ตอบตามความเป็นจริง เพราะไม่กล้าเปิดเผยหรือตอบตามความคาดหวังของสังคมดังนั้นการวัดทัศนคติโดยอาศัยการสัมภาษณ์จึงควรใช้วิธีการอื่นๆ ร่วมด้วย

3. แบบรายงานตนเอง (Self-Report) เป็นวิธีการศึกษาทัศนคติของบุคคลโดยให้บุคคลนั้นเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นออกมาว่ารู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ซึ่งผู้เล่าจะบรรยายความรู้สึกนึกคิดของตัวเองออกมาตามประสบการณ์และความสามารถที่มีอยู่ ซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล วิธีการศึกษาทัศนคติโดยใช้แบบรายงานตัวเองนี้ มักจะถูกสร้างขึ้นในรูปแบบของเครื่องมือวัดที่เรียกว่ามาตรวัด (Scale) เช่น มาตรวัดทัศนคติของ Thurstone มาตรวัดทัศนคติของ Likert มาตรวัดทัศนคติของ Osgood มาตรวัดความห่างทางสังคมของ Bogardus มาตรวัดความคงที่ของทัศนคติตามวิธีของ Guttman และมาตรหน้ายิ้มสำหรับเด็ก (The Smiling Faces Scales) เป็นต้น

มาตรวัดทัศนคติของ Thurstone เครื่องมือวัดทัศนคติที่มีลักษณะพิเศษตรงที่ไม่แสดงมาตรวัดตัวเลขติดเอาไว้ให้ผู้ตอบเห็น คือจะมีแต่ข้อความแสดงความรู้สึกทางบวก กลาง และลบ ครบตามจำนวนมาตราที่กำหนดไว้ก่อนลงมือสร้างเครื่องมือวัดเท่านั้น เช่น ถ้ามีการกำหนด 11 คะแนน จำนวนข้อที่แสดงถึงความรู้สึกทางบวก เป็นกลาง และทางลบ อย่างน้อยต้องให้ใช้ได้ 11 ข้อ ทั้งนี้เครื่องมือวัดทัศนคติตามแนวคิดของ Thurstone แต่ละข้อนั้น ผู้ทดสอบจะตอบใน 2 ลักษณะ คือ เห็นด้วยกับไม่เห็นด้วย และในแต่ละข้อความอาจจะมียุทธศาสตร์ในการแปลผลไม่เท่ากัน ในการกำหนดมาตรวัดประจำข้อ (S) จะใช้วิธีการคำนวณค่าความถี่จากการประเมินระดับความเป็นจริงของแต่ละข้อความที่ให้ผู้เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า 30 ท่านพิจารณา มาคำนวณเป็นค่ามาตรวัดประจำข้อ โดยการหาค่ามัธยฐาน ซึ่งจะได้ค่ามาตราประจำ (S) ของแต่ละข้อความ ตามจำนวนมาตรวัดที่กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา เช่น ค่าตั้งแต่ 1-11 (กรณีกำหนด 11 คะแนน) ทั้งนี้ค่าประจำมาตรวัดที่ได้นั้นจะมีความเชื่อมั่นมากน้อยเพียงใดนั้น จะต้องนำมาหาค่าการกระจายของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้ค่าควอไทล์ วัดการกระจาย ซึ่งยอมรับกันไม่เกิน 2.0 หมายความว่า ค่าควอไทล์ยิ่งมีค่าน้อยยิ่งดี แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญเห็นสอดคล้องกันมาก จะทำให้ข้อความนั้นเชื่อถือได้มาก จากนั้นข้อความที่ได้จะถูกนำมาจัดเรียงค่ามาตรวัดประจำข้อจากน้อยไปมาก แล้วดึงเอาข้อความในแต่ละกลุ่ม ที่มีระดับความเชื่อมั่นสูงๆ กลุ่มละเท่าๆ กัน มาสลับกันโดยวิธีการสุ่ม เพื่อสร้างเป็นแบบวัดทัศนคติ ซึ่งเมื่อผู้ทดสอบตอบเห็นด้วยในข้อที่ 1 และเห็นด้วยในข้อที่ 2 ซึ่งการเห็นด้วยในข้อที่ 1 กับข้อที่ 2 ย่อมได้ค่าประจำข้อไม่เท่ากัน

การแปลผลระดับทัศนคติตามแนวคิดของ Thurstone นั้น จึงนำเอาค่ามาตรวัดประจำข้อ (S) มาหาค่าเฉลี่ย แปลผลตามเกณฑ์เป็นช่วงๆ (กรณีกำหนด 11 คะแนน) ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
1-3	ระดับต่ำมาก
3-5	ระดับต่ำ
5-7	ระดับปานกลาง
7-9	ระดับสูง
9-11	ระดับสูงมาก

Likert สร้างเครื่องมือวัดทัศนคติได้ง่ายกว่าแบบวัดทัศนคติของ Thurstone แบบวัดทัศนคติของ Likert มีลักษณะที่แตกต่างจาก Thurstone คือมีการกำหนดค่าน้ำหนักของแต่ละข้อความหลังจากการนำแบบวัดไปทดสอบแล้ว ข้อความอาจจะเป็นทางบวกทั้งหมดหรืออาจจะเป็นทางลบทั้งหมด หรือผสมกันก็ได้ ทำให้เป็นแบบวัดทัศนคติมีความเชื่อมั่นสูง

มาตรวัดแบบ Likert เกิดจากกระบวนการตรวจสอบข้อความแบบวัดทัศนคติ เป็นการตรวจสอบขั้นแรกเพื่อดูความเหมาะสมของข้อความที่จะนำไปใช้วัดทัศนคติตามเป้าหมาย ซึ่งแบ่งระดับการตอบออกมากกว่า 2 ระดับ ซึ่งละเอียดกว่าแบบวัดทัศนคติของ Thurstone เช่น การแบ่งเป็น 5 ระดับ (เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) เป็นต้น ทั้งนี้อาจจะเป็นไปได้ขึ้นอยู่กับข้อความที่แสดงความรู้สึก เช่น ปฏิบัติทุกครั้ง ปฏิบัติปานกลาง ไม่ปฏิบัติ เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาเอกสารวิชาการต่างๆ เกี่ยวกับแบบวัดทัศนคติตามแนวคิดของ Likert พบว่าส่วนใหญ่นักวิชาการนิยม แบ่งน้ำหนักของข้อความออกเป็น 5 ระดับ ทั้งนี้การจะบอกได้ว่าข้อความข้อนี้จะมีน้ำหนักความรู้สึกระดับใดนั้น Likert ใช้วิธีการคำนวณน้ำหนักข้อความ 3 วิธี คือ 1) วิธีหาน้ำหนักซิกมา (Sigma Deviate Weighting Method) ด้วยการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากจุดกลางของพื้นที่ของแต่ละตัวเลือกที่มีอยู่ 2) วิธีหาน้ำหนักคะแนนมาตรฐาน (Standard Score Weighting) ด้วยการหาคะแนนมาตรฐานที่จุดกลางของช่วงพอดี คลายเป็นคะแนนมาตรฐานเฉลี่ยของช่วงในตัวเลือกหนึ่งๆ 3) วิธีกำหนดน้ำหนักแบบพลการ (Arbitrary Weighting Method) เป็นการกำหนดโดยคิดว่าถ้ามากที่สุดให้ 5 ถัดมาเป็น 4 เป็น 3 จนถึง 1 หรือ 0 ตามลำดับ ทั้งนี้วิธีการหาค่าน้ำหนักระดับความรู้สึกของข้อความทั้ง 3 วิธีนี้ให้ค่าน้ำหนักใกล้เคียงกัน มีความสัมพันธ์กันสูงมากถึง 0.99 ดังนั้นวิธีกำหนดน้ำหนักแบบพลการ (Arbitrary Weighting Method) จึงได้รับความนิยมและใช้มากที่สุด

ส่วนในการแปลผลระดับทัศนคติตามแนวคิดของ Likert นั้น นิยมแปลผลเป็นตัวเลขตามระดับที่กำหนด ด้วยการนำจำนวนข้อไปหารคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์การแปลคะแนนแบบวัด (กรณีกำหนด 5 ระดับ) ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
1.00-1.50	ระดับต่ำมาก
1.51-2.50	ระดับต่ำ
2.51-3.50	ระดับปานกลาง
3.51-4.50	ระดับสูง
4.51-5.00	ระดับสูงมาก

มาตรการวัดทัศนคติตามแนวคิดของ Likert นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการสร้างแบบวัดทัศนคติเพราะสร้างได้ง่าย ไม่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญจำนวนมาก และวัดความรู้สึกได้หลายอย่าง ทั้งนี้ข้อระวังในการแปลผลซึ่งต้องกลับค่ามาตราในกรณีที่ข้อความทางลบก่อนเสมอเท่านั้น

ดังนั้นในการวัดทัศนคติในการศึกษานี้ เป็นการวัดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์องค์กร และความน่าเชื่อถือ ที่มีต่อสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) โดยการสอบถามตามแบบสอบถามที่มีการกำหนดมาตรวัดที่แน่นอน 5 ระดับ ตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert

2.4 แนวคิดทฤษฎีการประเมินภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์หรือมีความรู้ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันฯ อันเกิดจากการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์กร การบริหาร การให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กร เนื่องจากสามารถทำให้สถาบันฯ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และทำให้สถาบันฯ มีความเจริญก้าวหน้าได้

2.4.1 องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Kenneth (1975) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้และความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ที่สร้างขึ้นมาจากเฉพาะตนเป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ประกอบด้วย ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เป็นผู้กำหนดโดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัวที่ได้ประสบ และมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป มักได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเอง ความรู้เชิงอัตวิสัย จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่แสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ ที่มีอยู่ในความคิดด้วย สามารถแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วน ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรงแล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ความคิด หรือสิ่งของต่างๆ จะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่างๆ เหล่านี้ โดยผ่านการรับรู้ในเบื้องต้น
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถทำให้องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และทำให้องค์กรนั้นๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ ดังนั้น การรับรู้ว่าคุณค่าอื่นหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไปได้

2.4.2 การประเมินภาพลักษณ์

วิธีการประเมินภาพลักษณ์ขององค์กรจากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อาจได้จากการสำรวจความคิดเห็น การทำวิจัยการสอบถาม การสัมภาษณ์ และการรับฟังข้อมูลจากหลายๆ ฝ่าย หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินภาพลักษณ์ Kotler (2000) ได้เสนอแนะหลักเกณฑ์โดยจำแนกไว้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับแรก สำรวจความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร สินค้าและบริการ ทำได้โดยการวัดระดับความคุ้นเคย (Familiarity Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย (1) ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน (Never Heard of) (2) เคยได้ยินชื่อ (Heard of Only) (3) รู้จักบ้างเล็กน้อย (Know a Little Bit) (4) รู้จักพอสมควร (Know a Fair Amount) และ (5) รู้จักเป็นอย่างดี (Know Very Well) หากพบว่าคำตอบส่วนใหญ่จำกัดอยู่เพียงระดับ 1 และ 2 ก็แสดงว่าองค์กรจะต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้เกิดขึ้นโดยเร็ว

ระดับที่สอง สำรวจความชอบของผู้ที่รู้จักองค์กร สินค้าและบริการ โดยการวัดระดับความชอบ (Favorability Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย (1) ไม่ชอบเลย (Unfavorable) (2) ไม่ค่อยชอบ (Somewhat Unfavorable) (3) รู้สึกเฉยๆ (Indifference) (4) ค่อนข้างชอบ (Somewhat Favorable) และ (5) ชอบมาก (Very Favorable) ถ้าหากพบว่าคำตอบของกลุ่มเป้าหมายอยู่ใน 2 ระดับแรก หมายถึงองค์กรจะต้องแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์อย่างจริงจัง

ในการศึกษานี้ จะพิจารณาประเมินความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ขององค์กร จากองค์ประกอบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากการรับรู้ จากความรู้ที่มีจากความรู้สึก หรือจากองค์ประกอบเชิงการกระทำ หรือจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของตนเอง โดยการสอบถามถึงความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

2.4.3 แนวทางการประเมินภาพลักษณ์

ในส่วนของการวัดหรือประเมินภาพลักษณ์องค์กร ศุภลิน และพนม (2553) ทบทวนวรรณกรรมทั้งจากต่างประเทศ และในประเทศ เกี่ยวกับองค์ประกอบต่างๆ ของภาพลักษณ์ จำแนกออกทั้งหมด 6 มิติ ประกอบด้วย

มิติที่ 1 **ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร** มีประเด็นที่หลากหลายดังนี้ ความเป็นผู้นำ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือ เป็นผู้มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับนับถือ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีความสามารถในการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เป็นที่รู้จักในวงสังคม เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ เป็นคนซื่อสัตย์ มีความยุติธรรม หรือบริหารงานอย่างตรงไปตรงมา

มิติที่ 2 **ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน** มีประเด็นที่หลากหลายดังนี้ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความละเอียดรอบคอบ มีทักษะในการสื่อสาร ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีความกระตือรือร้น ความเป็นมิตร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสามารถให้ข้อมูลตรงตามความต้องการ สามารถตอบข้อซักถามได้ มีการแต่งกายที่เหมาะสม เป็นผู้มีความรู้ระดับการศึกษาดี มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ หรือมีนำเสียงในการสื่อสารที่ดี

มิติที่ 3 **ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ** มีประเด็นที่หลากหลายดังนี้ สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานสากล มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม สินค้าและบริการมีความน่าสนใจ การให้บริการก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดี สินค้าและบริการมีความหลากหลาย สินค้าและบริการมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราค่าบริการ สินค้าและบริการมีความทันสมัย ช่วงระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสม สินค้าและบริการมีคุณภาพที่ดี

มิติที่ 4 **ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ** ซึ่งมีประเด็นที่หลากหลายดังนี้ องค์กรมีระบบการบริหารที่ดี มีนโยบายการบริหารงานชัดเจน เป็นองค์กรที่มีความมั่นคง เป็นองค์กรที่มีความทันสมัย เป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ เป็นองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงาน เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการ

ให้บริการแก่สังคม เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เป็นแหล่งองค์ความรู้ที่น่าเชื่อถือ เป็นเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เป็นองค์กรที่มีความใกล้ชิดผู้ใช้บริการ เป็นองค์กรที่มีนโยบายสอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน เป็นองค์กรที่มีนโยบายสอดคล้องกับความต้องการของสังคม เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ เป็นองค์กรที่มีการอำนวยความสะดวกให้การให้บริการ เป็นองค์กรที่บริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย เป็นองค์กรที่มีจรรยาบรรณในการดำเนินงาน เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม เป็นองค์กรที่เปิดโอกาสให้ตรวจสอบความถูกต้องในการดำเนินงาน หรือเป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ

มิติที่ 5 **ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** มีประเด็นที่หลากหลายดังนี้ เป็นองค์กรที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย พื้นที่ภายในองค์กรมีการตกแต่งสวยงาม องค์กรมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ออกแบบอาคารสำนักงานเหมาะสม มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน มีระบบการดูแลความสะอาดที่มีประสิทธิภาพ หรือมีการเดินทางที่สะดวก

มิติที่ 6 **ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม** มีประเด็นที่หลากหลายดังนี้ เป็นองค์กรที่ส่วนช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ เป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการจ้างงาน เป็นองค์กรที่ให้ความสนใจกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมของสถานศึกษา เป็นองค์กรที่พัฒนาความเป็นอยู่ของคนในสังคม เป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน เป็นองค์กรที่ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เป็นองค์กรที่นำรายได้สู่ประเทศ หรือเป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ

2.5 แนวคิดการเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง (Professional and High Performance Organization)

ในภาวะการเปลี่ยนแปลงของศตวรรษที่ 21 ที่ทำให้หน่วยงานต่างๆ ต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นองค์กรมืออาชีพและสมรรถนะสูง เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจากนิยามของ พสุ (2549) และพสุ และชัยวัฒน์ (2553) เกี่ยวกับการบริหารจัดการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง ผู้บริหารต้องเป็นผู้ขับเคลื่อน การเปลี่ยนแปลง การจูงใจ และสร้างขวัญกำลังใจ และการกำกับดูแลตามหลักธรรมาภิบาล โดยลักษณะสำคัญขององค์กรสมรรถนะสูง ประกอบด้วย การมอบหมายงานบุคลากรที่ชัดเจน การปรับตัวได้กับการเปลี่ยนแปลง การติดตามการปฏิบัติงานให้สำเร็จ การรักษาคนเก่ง และการสร้างขวัญกำลังใจและยกย่องชมเชย

การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างยั่งยืน ต้องมีนวัตกรรมและบริการที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำส่วนดีของบุคลากรมาใช้ และรักษาให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด มีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ (1) เน้นการบริหารจัดการตนเองอย่างเป็นอิสระ มีเป้าหมายทิศทางที่ชัดเจน และมีการเรียนรู้ร่วมกัน (2) เน้นการปลูกฝัง ค่านิยมหลัก และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อการสร้างค่านิยม ความผูกพัน กับคุณภาพการทำงาน อย่างต่อเนื่อง (3) เน้นการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก โดยความต้องการขององค์กรและบุคลากรต้องสอดคล้องกัน ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร และ (4) การปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง และมีมาตรฐาน ภายใต้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสนับสนุนการทำงาน (ทิพวรรณ, 2551)

นิสตากร์ (2551) กล่าวถึง องค์ประกอบหลักของการเป็นองค์กรสมรรถนะสูง คือ (1) การมีภาวะผู้นำ (Leadership) ที่เหมาะสม ในที่นี้ หมายถึง องค์กรที่มีผู้นำที่สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ สามารถเชื่อมโยงวิสัยทัศน์ ค่านิยมให้เข้ากับกลยุทธ์ โครงสร้างต่างๆ สามารถบูรณาการระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน สามารถเรียนรู้ คัดสรร และเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ สามารถมอบอำนาจและกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ขึ้นในพนักงาน (2) การมีวิสัยทัศน์ (Vision) ควรเกิดจากการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร ซึ่งทำให้เกิดความร่วมมือจากระดับต่างๆ (3) การมีกระบวนการคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking Process) เป็นการกำหนดกลวิธีเพื่อให้บรรลุกลยุทธ์ มีการนำทรัพยากรมาสนับสนุนกลยุทธ์ รวมถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม และ (4) ระบบของค่านิยม (Value System) การมีค่านิยมจะนำมาซึ่งพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูง

จากการศึกษาของ ชลธิชา และคณะ (2564) ที่ได้มีการศึกษาองค์ประกอบขององค์กรสมรรถนะสูง จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดของนักวิชาการและนักวิจัยจากแหล่งต่างๆ และสังเคราะห์องค์ประกอบขององค์กรสมรรถนะสูง ออกทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการบุคลากร เป็นกระบวนการจัดการบุคลากรในองค์กรให้มีความเหมาะสมกับงาน (2) การบริหารจัดการคุณภาพ เป็นกระบวนการบริหารจัดการที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจและให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม (3) การจัดการความรู้องค์กร ซึ่งเป็นกระบวนการในการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และ (4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจทางการบริหารที่สามารถส่งผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร นอกจากนั้น ชลธิชา และคณะ (2564) ยังได้สังเคราะห์ตัวชี้วัดองค์กรสมรรถนะสูง จำแนกตามองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ได้ทั้งหมด 15 ตัวชี้วัด ดังนี้ (1) การบริหารจัดการบุคลากร มี 4 ตัวชี้วัด คือ การสรรหาคัดเลือก การธำรงรักษา การส่งเสริมพัฒนา และการให้รางวัลตอบแทน (2) การบริหารจัดการคุณภาพ มี 4 ตัวชี้วัด คือ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ การ

ปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงาน (3) การจัดการความรู้ องค์กร มี 4 ตัวชี้วัด คือ การกำหนดองค์ความรู้ การเก็บรวบรวมองค์ความรู้ การแบ่งปันองค์ความรู้ และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ และ (4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ มี 3 ตัวชี้วัด คือ การวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินการตามกลยุทธ์ และการควบคุมประเมินผลกลยุทธ์

เพยาร์ (2560) กล่าวถึง การพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูง จำเป็นต้องมีการดำเนินงาน ดังนี้ (1) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแบ่งปันวิสัยทัศน์ให้กับคนในองค์กรได้เห็นภาพร่วมกัน เป็นแบบอย่างให้กับบุคลากรในองค์กร เป็นที่ปรึกษาแนะนำและสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรในองค์กร มุ่งสู่วิสัยทัศน์ร่วมกันและตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน (2) กำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และนโยบาย วิเคราะห์สภาพแวดล้อม วางแผนเชิงกลยุทธ์ และจัดลำดับความสำคัญสิ่งที่ต้องเร่ง มีแผนการปฏิบัติงาน โครงการ กิจกรรมที่ระบุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการปฏิบัติ มีการถ่ายทอดลงสู่ผู้ปฏิบัติ มีการติดตามประเมินผลความก้าวหน้าของการดำเนินงาน และนำผลการประเมินไปปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ รวมทั้ง มีการจัดการความรู้ (KM) ที่มีอยู่ในองค์กรให้เป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง (3) วัฒนธรรมองค์กร มีการกำหนดค่านิยมหลักที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ปลูกฝังให้บุคลากรทุกระดับนำมาปฏิบัติ เสริมสร้างธรรมาภิบาล ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรอย่างต่อเนื่อง และให้บุคลากรในองค์กรมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน มีความผูกพันต่อองค์กร สร้างจิตสำนึกในการให้บริการประชาชนอย่างเท่าเทียม (4) ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีแผนยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร เพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาบุคลากร มีการเตรียมความพร้อมบุคลากรในระดับต่างๆ เพื่อขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น และมีความก้าวหน้าในสายอาชีพ มีการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีการพัฒนาระบบการบริหาร ผลการปฏิบัติงานและวิธีประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเชื่อมโยงกับค่าตอบแทน เงินเดือน ค่าจ้าง เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจต่อการทำงาน และ (5) กระบวนการและวิธีการทำงาน มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงานที่มีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และการให้บริการสามารถดำเนินงานอย่างรวดเร็ว ลดขั้นตอน ยืดหยุ่น มีการกระจายอำนาจในการตัดสินใจ สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างปลอดภัย และมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจนเพื่อลดความผิดพลาด ข้ำซ้อนและสูญเสียของกระบวนการทำงาน

จากแนวทางการยกระดับขีดสมรรถนะของบุคลากรภาครัฐ พ.ศ. 2556-2558 กล่าวถึง การเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นมืออาชีพ (Professional Organization) ควรมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ดังนี้ (1) บุคลากรในองค์กรมีการทำงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ เน้นการทำงานแบบบูรณาการ โดยบูรณาการการทำงาน

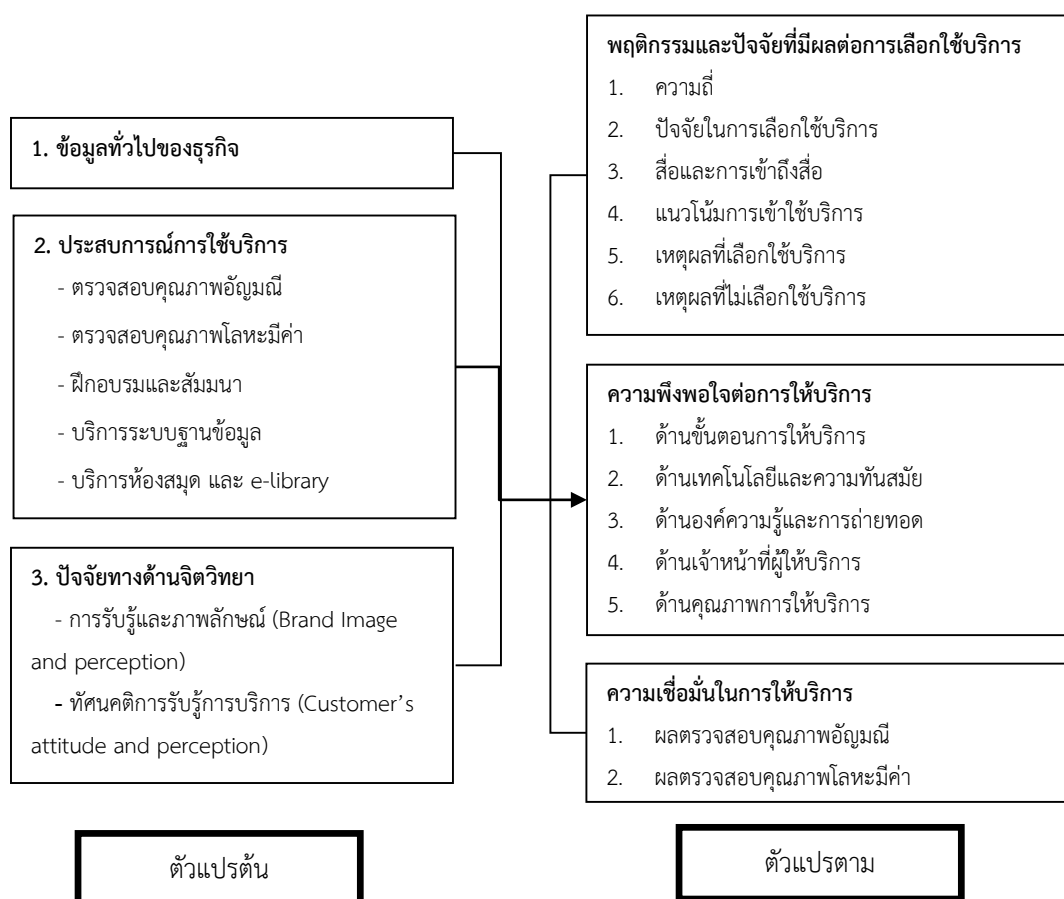
ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ (2) ทำงานเป็นทีม เน้นการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อติดตามสถานการณ์ของหน่วยงานตลอดเวลา (3) มีความรู้เชิงลึกในภารกิจของตนเองสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงจากสภาวะแวดล้อมภายนอก หรือผลกระทบจากนโยบายที่เกี่ยวข้อง และมีความโปร่งใส มีมาตรฐานในการทำงาน เข้าใจ และปรับใช้วิธีการทำงาน ในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานสากล

จากการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดการเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง ในที่นี้จะนำประเด็นตัวชี้วัดต่างๆ มาใช้ประกอบในการพิจารณาภาพลักษณ์ขององค์กร โดยประเด็นที่นำมาใช้เพื่อเป็นการสะท้อนถึงความเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง จะเน้นทางด้านการบริหารจัดการคุณภาพ ตั้งแต่การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงาน และในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อบุคคลผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงการบริหารจัดการบุคลากร ส่วนในเรื่องของการจัดการความรู้องค์กรนั้นก็สะท้อนมาจากคุณภาพในการให้บริการฐานข้อมูล infocenter.git.or.th งานบริการฝึกอบรม รวมทั้งงานให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

3.1 การกำหนดจำนวนตัวอย่าง

จากสถิติการใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ณ เดือนมีนาคม 2566 มีจำนวนผู้ให้บริการรวมทั้งหมด 1,023 ราย

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

และสามารถจำแนกประเภทการให้บริการ ดังตารางที่ 3.1 จะเห็นได้ว่า สัดส่วนการกระจายตัวของการใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 42.62) รองลงมาเป็นการใช้บริการการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพโลหะมีค่า (ร้อยละ 25.32) บริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th (ร้อยละ 13.69) การฝึกอบรมและสัมมนา (ร้อยละ 11.05) และบริการห้องสมุด และ GIT elibrary (ร้อยละ 7.33) ตามลำดับ ทั้งนี้ การกำหนดจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมอาศัยวิธีการของ Yamane (1967) ที่มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

โดยที่ N คือ จำนวนประชากร

n คือ จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

ตารางที่ 3.1 การกระจายตัวของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประเภท การให้บริการ	จำนวน ผู้ให้บริการ ^{1/}	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน ตัวอย่างที่ เหมาะสม	จำนวนตัวอย่างที่จะสำรวจ			
				Active User	Inactive User	Non User	รวม ทั้งหมด
1. ตรวจสอบคุณภาพอัญมณีฯ	436	42.62	142	120	40	30	190
2. ตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า	259	25.32	85	60	20	10	90
3. ฝึกอบรมและสัมมนา	113	11.05	37	40	-	-	40
4. บริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th	140	13.69	46	40	-	-	40
5. บริการห้องสมุด และ elibrary	75	7.33	25	40	-	-	40
รวมทั้งหมด	1,023	100.00	335	300	60	40	400

หมายเหตุ: ^{1/} จำนวนผู้ให้บริการสถาบันฯ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ณ เดือนมีนาคม 2566)

จากตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ให้บริการหรือประชากรทั้งหมด 1,023 ราย (ข้อมูล 6 เดือน) ซึ่งผู้วิจัยคาดการณ์จำนวนผู้ให้บริการทั้งปีงบประมาณ เท่ากับ 2,046 ราย ซึ่งทำให้ได้ประชากรเมื่อนำมาคำนวณจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 พบว่าจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม เท่ากับ 335 ตัวอย่าง และการสำรวจความพึงพอใจ ในที่นี้ พิจารณารอบกลุ่มกลุ่มผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการในปีก่อนหน้า แต่ไม่ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (Inactive User)

และผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการ (Non User) รวมด้วย ดังนั้น จึงทำการกำหนดจำนวนตัวอย่างเพื่อการสำรวจรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และเมื่อนำมากระจายตามสัดส่วนของประชากร สามารถสรุปจำนวนตัวอย่างของ (1) ผู้ใช้บริการ (Active User) ในปีงบประมาณ 2566 (2) ผู้ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และ (3) ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยมาใช้บริการ (Non User) เท่ากับ 300, 60 และ 40 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพนี้ จะอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ทางโทรศัพท์ หรือทางแบบสอบถาม Online และรูปแบบที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถจำแนกออกทั้งหมด 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ (Active User) ที่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2566 (2) กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่ไม่ได้มาใช้บริการในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และ (3) กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักสถาบันฯ แต่ไม่เคยใช้บริการ (Non User)

ในส่วนของการสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Work) โดยการใช้ผู้ช่วยวิจัยไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ตามแบบสอบถามแบบตัวต่อตัว ทางโทรศัพท์ และทาง Online ตามความสมัครใจในการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ในแบบสอบถามระบุรายละเอียดวิธีการสัมภาษณ์ พร้อมคำอธิบายต่างๆ เพื่อให้ผู้ช่วยวิจัยสัมภาษณ์ทุกคนสามารถสัมภาษณ์ในรูปแบบเดียวกัน และเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อป้องกันการเอนเอียง (Bias) จากทัศนคติของผู้ช่วยวิจัย และในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling Survey) จากฐานข้อมูลรายชื่อสถานประกอบการที่เข้ามาใช้บริการสถาบันฯ และในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) จะสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการสำรวจข้อมูลโดยแบบสอบถามจำนวนร้อยละ 10 หรือ 40 ตัวอย่าง จำแนกตามประเภทการใช้บริการ ทั้งนี้ ประเด็นในการสัมภาษณ์จะเป็นการสอบถามตามแนวคำถามที่สอดคล้องกับแบบสอบถาม โดยเน้นการสอบถามถึงสาเหตุในการตอบและการให้คะแนน เพื่อให้เข้าใจถึงต้นเหตุของความพึงพอใจ/ไม่พอใจ จากนั้น นำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และใช้เพื่อการประเมินความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานของสถาบันฯ ให้เกิดประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามถูกพัฒนาจากกรอบแนวคิดการศึกษา (ภาพที่ 3.1) แบบสอบถามที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใช้ในการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) แบ่งออกมาทั้งหมด 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการได้รับบริการจากสถาบันฯ และส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ชุด จำแนกตามประเภท/ลักษณะการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (แบบสอบถาม แสดงในภาคผนวก)

แบบสอบถามชุดที่ 1 คือ แบบสอบถามงานบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

แบบสอบถามชุดที่ 2 คือ แบบสอบถามงานบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

แบบสอบถามชุดที่ 3 คือ แบบสอบถามงานบริการด้านการฝึกอบรมและสัมมนา

แบบสอบถามชุดที่ 4 คือ แบบสอบถามงานบริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th

แบบสอบถามชุดที่ 5 คือ แบบสอบถามงานบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary

แบบสอบถามชุดที่ 6 คือ แบบสอบถามผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ได้ผลของระดับความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น ทศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ตลอดจนนโยบายด้านการบริการและการตลาด

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อคำถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ที่ข้อคำถามแต่ละข้อมีการแบ่งค่ามาตราส่วน (Rating Scale) ทั้งหมด 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ที่ให้คะแนน 1 – 5 โดยใช้เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ / ความคิดเห็น
5	พึงพอใจมาก / เห็นด้วย
4	ค่อนข้างพึงพอใจ / ค่อนข้างเห็นด้วย
3	พึงพอใจปานกลาง / เฉยๆ หรือเห็นด้วยปานกลาง
2	ค่อนข้างไม่พึงพอใจ / ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
1	พึงไม่พอใจ / ไม่เห็นด้วย

จากนั้น จึงคำนวณหาค่าเฉลี่ย และเปรียบเทียบกับช่วงชั้นอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้

$$\frac{(\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.80$$

โดยค่าช่วงชั้นอันตรภาคชั้นมีความกว้าง เท่ากับ 0.80 และกำหนดค่าระดับในการแปลผล ดังนี้

ช่วงที่ 1	1.00 – 1.80	หมายความว่า ไม่พึงพอใจ / ไม่เห็นด้วย
ช่วงที่ 2	1.81 – 2.60	หมายความว่า ค่อนข้างไม่พึงพอใจ / ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ช่วงที่ 3	2.61 – 3.40	หมายความว่า พึงพอใจปานกลาง / เฉยๆ หรือเห็นด้วยปานกลาง
ช่วงที่ 4	3.41 – 4.20	หมายความว่า ค่อนข้างพึงพอใจ / ค่อนข้างเห็นด้วย
ช่วงที่ 5	4.21 – 5.00	หมายความว่า พึงพอใจมาก / เห็นด้วย

เมื่อได้ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยแล้ว จะนำมาวิเคราะห์ร้อยละความพึงพอใจ ตามระเบียบข้อกำหนดของ ก.พ.ร. โดยจะทำการแปลงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เป็นค่าร้อยละ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละความพึงพอใจ} = \frac{\text{ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ}}{5} \times 100$$

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เริ่มต้นจากการถอดบทสนทนาการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างตัวแทนในแต่ละกลุ่มออกมาอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และต้องไม่ใส่ความคิดของตนเองที่ถือเป็นข้อสรุปลงไปด้วย และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความหมายในรูปของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นร่วมกันหลายๆ คน เพื่อเป็น

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การอภิปรายร่วมกัน ถึงเหตุและผลของการแต่ละประเด็นในการสนทนา และนำมาสรุปข้อมูลร่วมกับผลการประเมินความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทักษะคนดี ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้/ไม่ใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต และจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ ตลอดจนนโยบายด้านการบริการและการตลาด ต่อไป

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 แบ่งออกทั้งหมด 7 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้บริการ ส่วนที่ 2 การใช้บริการที่สถาบันฯ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร ส่วนที่ 4 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการ ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ส่วนที่ 6 ความต้องการใช้บริการในอนาคต และส่วนที่ 7 ข้อจำกัดในการใช้บริการ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 จำนวนรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง จำแนกออกเป็น (1) กลุ่มผู้ให้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (Active User) (2) กลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่ได้มาใช้บริการในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และ (3) กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการเลย (Non User) และจำแนกตามประเภทการให้บริการ ดังนี้ (1) การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกเป็นกลุ่ม Active User และ Inactive User จำนวน 120 และ 40 ตัวอย่าง ตามลำดับ (2) การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า จำแนกเป็นกลุ่ม Active User และ Inactive User จำนวน 60 และ 20 ตัวอย่าง ตามลำดับ (3) งานบริการด้านการฝึกอบรมและสัมมนา จำนวน 40 ตัวอย่าง (4) ระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th จำนวน 40 ตัวอย่าง (5) งานบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary จำนวน 40 ตัวอย่าง และ (6) ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ใช้บริการที่ GIT (Non User) จำนวน 40 ตัวอย่าง เป็นผู้ประกอบการที่รู้จัก GIT แต่ไม่เคยใช้บริการ GIT เลย ตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา

จากการสำรวจกลุ่มผู้ให้บริการและไม่ใช้บริการ GIT จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปได้ดังตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ร้อยละ 52.00 และร้อยละ 48.00 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.1) ส่วนมากมีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี ร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ ช่วง 40-49 ปี และ 50-59 ปี ในสัดส่วนร้อยละ 30.00 และร้อยละ 18.50 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.2) ส่วนระดับการศึกษา พบว่า ส่วนมากสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.50 รองลงมา คือ ปริญญาโท ร้อยละ 26.00 และมีบางส่วนที่สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.50 และปริญญาเอก ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.3)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

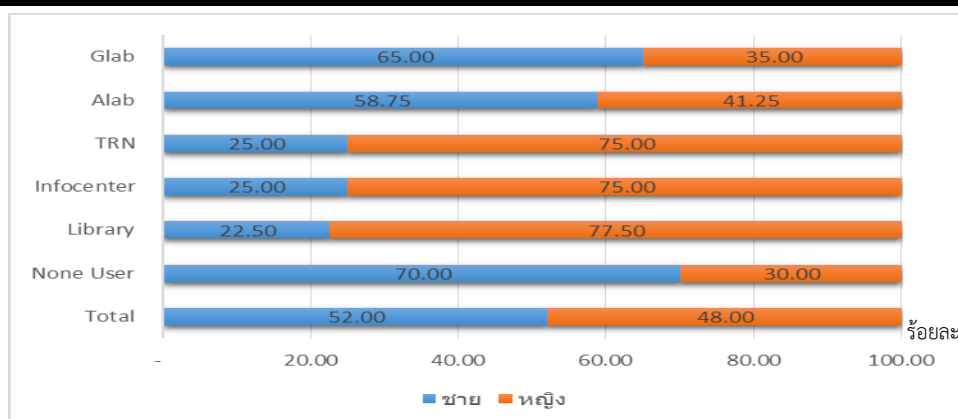
โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการและไม่ได้ใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

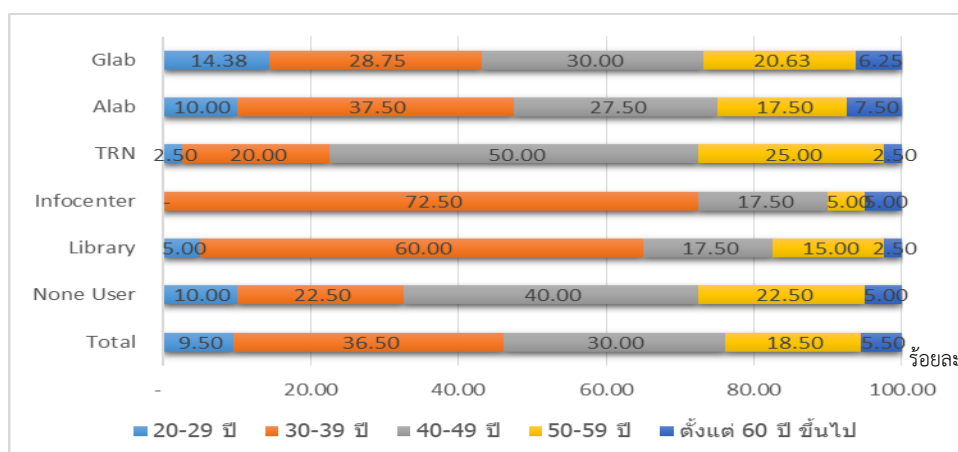
หน่วย: ร้อยละ

รายการ	การตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	การตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=80)	การอบรม/ สัมมนา (n=40)	ระบบ ฐานข้อมูล (n=40)	ห้องสมุดและ eLibrary (n=40)	ผู้ไม่เคยใช้ บริการ (n=40)	รวม ทั้งหมด (n=400)
เพศ							
ชาย	65.00	58.75	25.00	25.00	22.50	70.00	52.00
หญิง	35.00	41.25	75.00	75.00	77.50	30.00	48.00
อายุ							
20-29 ปี	14.38	10.00	2.50	-	5.00	10.00	9.50
30-39 ปี	28.75	37.50	20.00	72.50	60.00	22.50	36.50
40-49 ปี	30.00	27.50	50.00	17.50	17.50	40.00	30.00
50-59 ปี	20.63	17.50	25.00	5.00	15.00	22.50	18.50
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	6.25	7.50	2.50	5.00	2.50	5.00	5.50
การศึกษาสูงสุด							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20.00	21.25	15.00	10.00	7.50	10.00	16.50
ปริญญาตรี	53.75	46.25	50.00	67.50	85.00	55.00	56.50
ปริญญาโท	25.00	31.25	35.00	20.00	7.50	35.00	26.00
ปริญญาเอก	1.25	1.25	-	2.50	-	-	1.00
การประกอบอาชีพ							
ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	66.25	63.75	60.00	5.00	15.00	55.00	52.74
พนักงานในธุรกิจอัญมณีและ เครื่องประดับ	16.88	20.00	22.50	25.00	15.00	40.00	21.00
นักออกแบบอัญมณีและ เครื่องประดับ	9.38	-	12.50	2.50	12.50	5.00	7.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	4.38	11.25	-	12.50	10.00	-	6.25
นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์	1.25	5.00	-	2.50	-	-	1.75
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	1.88	-	5.00	52.50	47.50	-	11.25

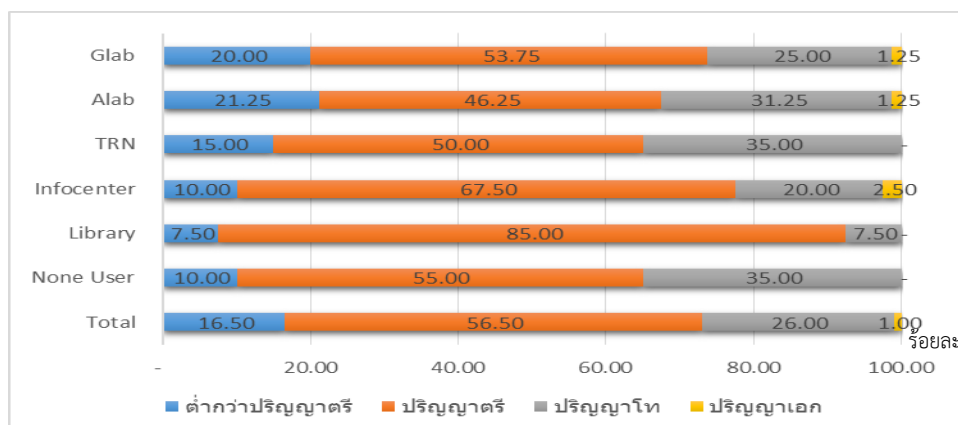
ที่มา: จากการสำรวจ



ภาพที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566

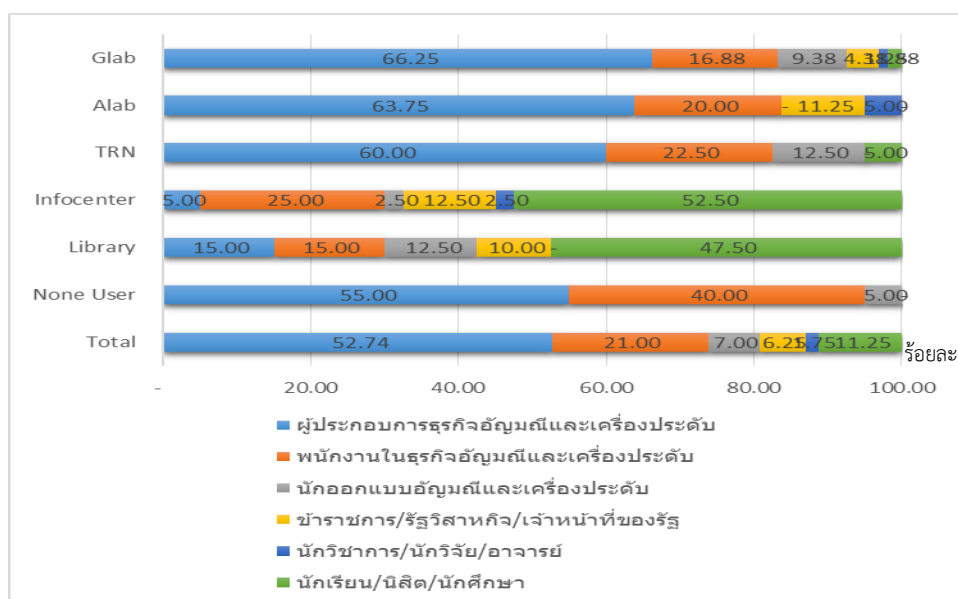


ภาพที่ 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566



ภาพที่ 4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนมากเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (เจ้าของกิจการ) ร้อยละ 52.74 รองลงมา คือ พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 21.00 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 11.25 นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 7.00 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ร้อยละ 6.25 และนักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์/ครู ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาตามประเภทการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบและออกไปรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า และฝักอบรม/สัมมนา ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ และห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับและ GIT eLibrary ส่วนมากเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และพนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (ภาพที่ 4.4)



ภาพที่ 4.4 การประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566

4.2 การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นการพิจารณาถึงสถานภาพการใช้บริการในปัจจุบัน ทั้งความถี่และประเภทการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการ และช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้

4.2.1 การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสำรวจความถี่และประเภทการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2566 จำแนกตามประเภทการใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 ความถี่และประเภทการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (n=120)		
1. ความถี่การใช้บริการ (ครั้ง/ปี)	10.24	
2. ประเภทการใช้บริการ ^{1/}		
- ตรวจวิเคราะห์จำแนก อัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ		65.83
- การตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพของอัญมณี		32.50
- การตรวจสอบเพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน และมรกต)		22.50
- การตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ		15.00
- การตรวจสอบชนิดของมุกและการปรับปรุงคุณภาพ		10.00
- การตรวจสอบจำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร		35.00
- การจัดระดับมาตรฐานคุณภาพ (4C's) ของเพชร		4.17
- การตรวจสอบเพชรที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพโดยวิธีการต่างๆ		2.50
- ตรวจวิเคราะห์จำแนก เพชรธรรมชาติ และเพชรสังเคราะห์		2.50
- การตรวจสอบเครื่องประดับ		5.00
- การบริการแกะสลักขอบเพชรและพลอย		1.67
การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (n=60)		
1. ความถี่การใช้บริการ (ครั้ง/ปี)	5.55	
2. ประเภทการใช้บริการ ^{1/}		
- วิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินัมด้วยเทคนิค ICP-OES		75.00
- วิเคราะห์โลหะเจืออันตรายเป็นเครื่องประดับ เช่น ตะกั่ว นิกเกิล แคดเมียมด้วยเทคนิค ICP-OES		11.67
- วิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะเงินด้วยเทคนิค Auto-Titration		36.67
- วิเคราะห์ธาตุองค์ประกอบของวัตถุและเครื่องประดับด้วยเทคนิค XRF		43.33
- วิเคราะห์ความหนาผิวชุบด้วยเทคนิค XRF		6.67
- วิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay		28.33
การฝึกอบรมและสัมมนา		
1. ความถี่การใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา (ครั้ง/ปี)	1.50	
2. หลักสูตรที่เข้ารับการอบรม On-site ^{1/} (n=40)		
- หลักสูตรอัญมณีศาสตร์		55.00
- หลักสูตรทองคำและโลหะมีค่า		10.00
- หลักสูตรออกแบบเครื่องประดับ		30.00
- หลักสูตรการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ		10.00
- หลักสูตรด้านการตลาด		5.00
- Workshop / สัมมนา		22.50

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

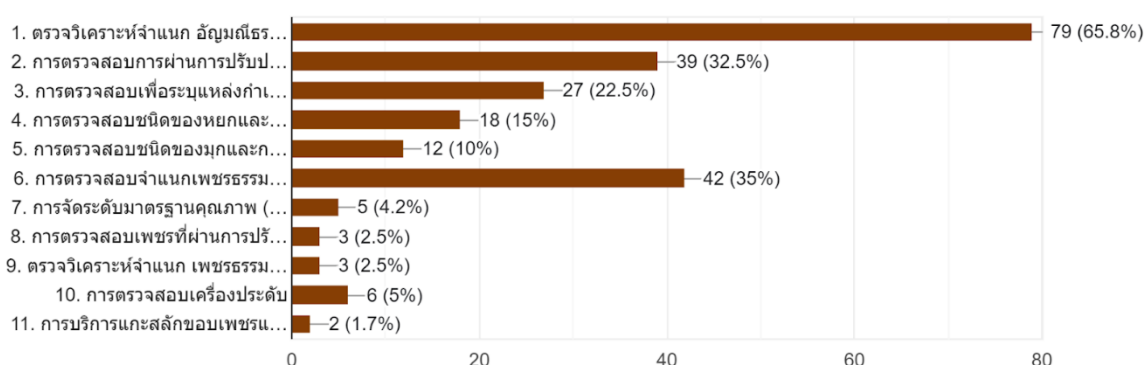
โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
3. หลักสูตรที่เข้ารับการอบรม Online ^{1/} (n=11)		
- หลักสูตรออนไลน์ Meet the GIT's Master (อัญมณี-ไอเดียดีไซน์และแฟชั่น)		9.09
- หลักสูตรออนไลน์ GIT Essential GJBD (พลอยเบื้องต้น)		36.36
- GIT Essential DGC (ประเมินเพชรเบื้องต้น)		63.63
การบริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th (n=40)		
1. ความถี่การใช้บริการ (ครั้ง/เดือน)	3.00	
2. ประเภทของฐานข้อมูลที่เข้ามาสืบค้น ^{1/}		
- สถิติการค้าไทย		72.50
- ข่าวธุรกิจ		40.00
- ข้อมูลธุรกิจ / ข้อมูลอุตสาหกรรม		75.00
- บทความ/บทวิเคราะห์/บทความวิชาการ/เกาะติดสถานการณ์การตลาด		82.50
- อินโฟกราฟิก (ด้านการตลาด/อัญมณี/โลหะมีค่า)		62.50
การบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (n=30)		
1. ความถี่การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (ครั้ง/ปี)	21.60	
2. ประเภทของข้อมูล หรือวารสาร/นิตยสารที่เข้ามาสืบค้นในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ^{1/}		
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds)		80.00
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)		57.50
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making)		52.50
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านโลหะมีค่า เช่น เงิน ทองคำ (Precious Metals)		37.50
- รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research)		42.50
3. ความถี่การใช้บริการ eLibrary (ครั้ง/ปี)	22.22	
4. ประเภทของข้อมูล หรือวารสาร/นิตยสารที่เข้ามาสืบค้นในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ^{1/}		
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds)		75.00
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)		57.50
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making)		45.00
- หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านโลหะมีค่า เช่น เงิน ทองคำ (Precious Metals)		35.00
- รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research)		47.50

หมายเหตุ: ^{1/} สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

1. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่ม Active User จำนวน 120 ตัวอย่าง มีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับเฉลี่ย 10.24 ครั้ง/ปี และเมื่อพิจารณาประเภทการใช้บริการ พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ผู้ประกอบการส่วนมากใช้บริการตรวจวิเคราะห์จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ (ร้อยละ 65.83) รองลงมา คือ การ

ตรวจสอบจำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร การตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพของอัญมณี และการตรวจสอบเพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน และมรกต) ร้อยละ 35.00 ร้อยละ 32.50 และร้อยละ 22.50 ตามลำดับ ส่วนบริการอื่น อาทิ การตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ การตรวจสอบชนิดของมุกและการปรับปรุงคุณภาพ การจัดระดับมาตรฐานคุณภาพ (4C's) ของเพชร การตรวจสอบเพชรที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพโดยวิธีการต่างๆ ตรวจวิเคราะห์จำแนกเพชรธรรมชาติและเพชรสังเคราะห์ การตรวจสอบเครื่องประดับ หรือการบริการแกะสลักขอบเพชรและพลอย มีให้บริการในสัดส่วนที่น้อยมาก (ภาพที่ 4.5)



ภาพที่ 4.5 ประเภทการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT

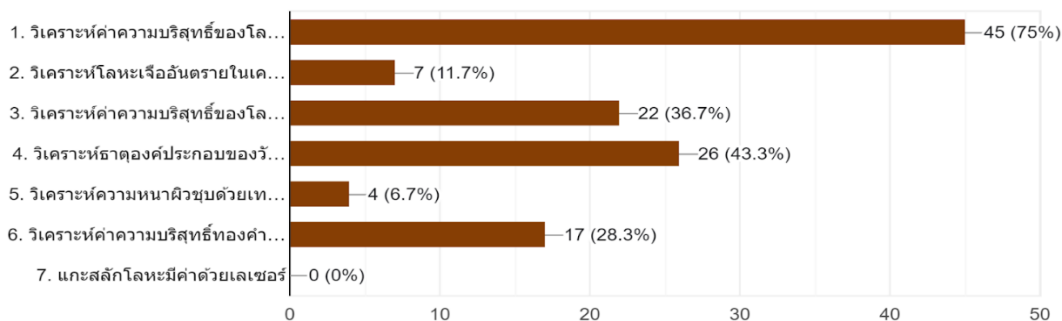
2. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่ม Active User จำนวน 60 ตัวอย่าง มีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่าเฉลี่ย 5.55 ครั้ง/ปี และเมื่อพิจารณาประเภทการใช้บริการ พบว่า ส่วนมากใช้บริการวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินัมด้วยเทคนิค ICP-OES (ร้อยละ 75.00) รองลงมา คือ การวิเคราะห์ธาตุองค์ประกอบของวัตถุดิบและเครื่องประดับด้วยเทคนิค XRF (ร้อยละ 43.33) การวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะเงินด้วยเทคนิค Auto-Titration (ร้อยละ 36.67) การวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay (ร้อยละ 28.33) การวิเคราะห์โลหะเจืออันตรายในเครื่องประดับ เช่น ตะกั่ว นิกเกิล แคดเมียมด้วยเทคนิค ICP-OES (ร้อยละ 11.67) และการวิเคราะห์ความหนาผิวชุบด้วยเทคนิค XRF (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.6)

3. การฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการเข้ามารับการฝึกอบรมและสัมมนาเฉลี่ย 1.48 ครั้ง/ปี โดยส่วนมากใช้บริการฝึกอบรมในหลักสูตรอัญมณีศาสตร์ (ร้อยละ 55.55) หลักสูตรออกแบบเครื่องประดับ (ร้อยละ 30.00) เข้าร่วม Workshop หรือสัมมนา (ร้อยละ 22.50) หลักสูตรทองคำและโลหะมีค่า (ร้อยละ 10.00) หลักสูตรการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 10.00) และหลักสูตรด้านการตลาด (ร้อยละ 5.00) ตามลำดับ และในจำนวนนี้มีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 27.50 ที่มีประสบการณ์การฝึกอบรม/สัมมนาใน

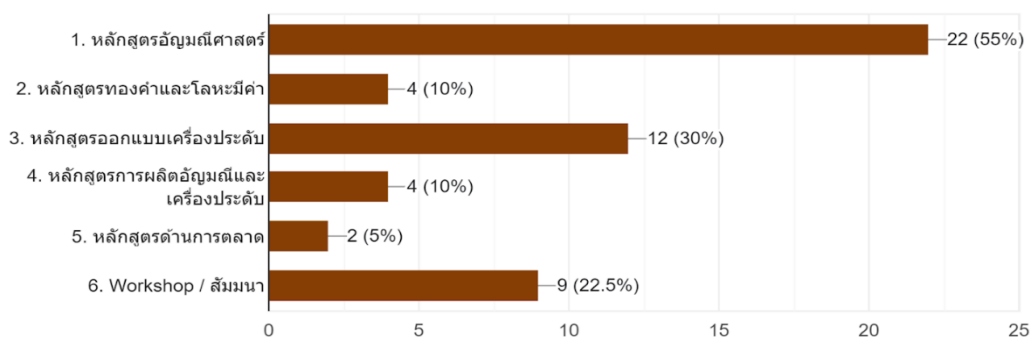
รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

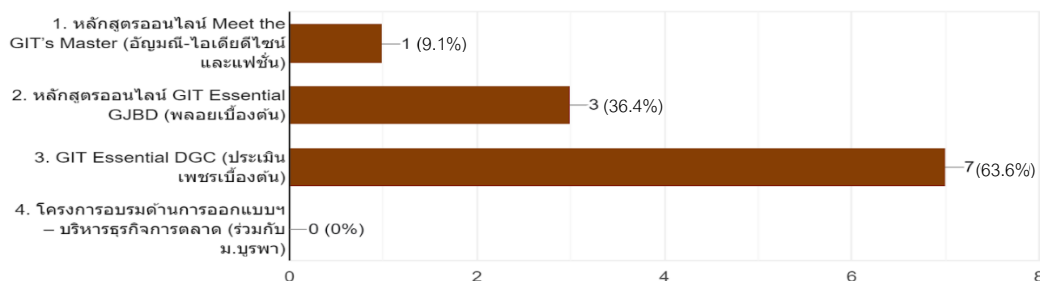
รูปแบบ Online โดยส่วนมากใช้บริการการฝึกอบรมในหลักสูตรประเมินเพชรเบื้องต้น (GIT Essential DGC) ร้อยละ 63.63 รองลงมา คือ หลักสูตรพลอยเบื้องต้น (GIT Essential GJBD) ร้อยละ 36.36 และหลักสูตรอัญมณี-ไอเดียดีไซน์และแฟชั่น (Meet the GIT's Master) ร้อยละ 9.09 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.7)



ภาพที่ 4.6 ประเภทการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ของ GIT



ก. การให้บริการการฝึกอบรมและสัมมนาในรูปแบบ On-site

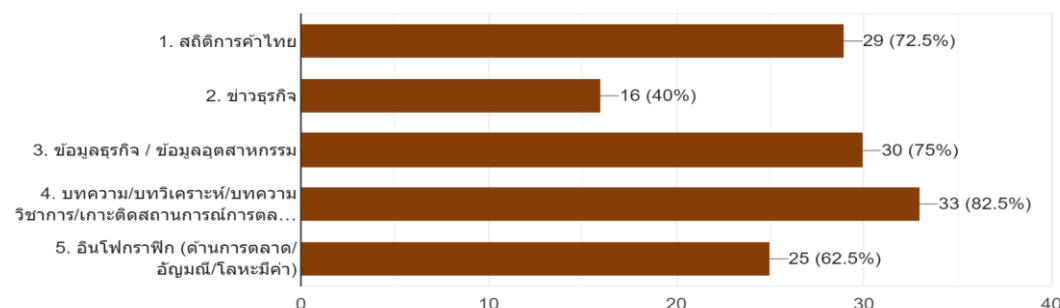


ข. การให้บริการการฝึกอบรมและสัมมนาในรูปแบบ Online

ภาพที่ 4.7 ประเภทการให้บริการฝึกอบรมและสัมมนาแบบ On-site (ก) และ Online (ข) ของ GIT

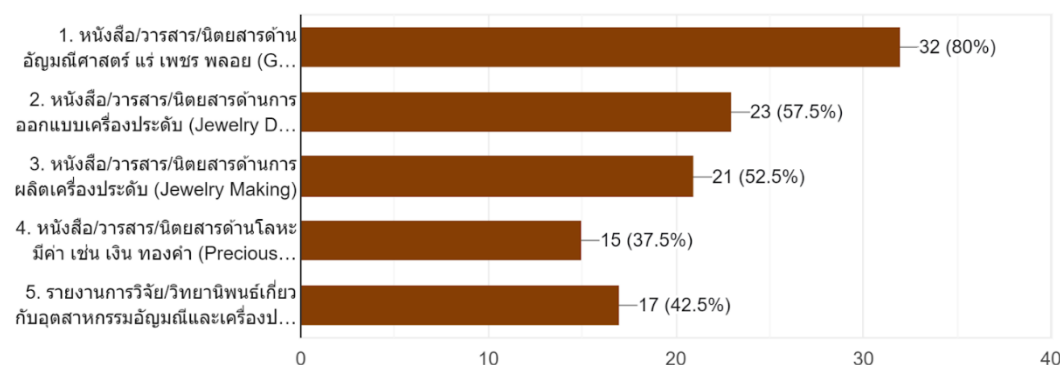
4. การบริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> พบว่า ผู้ใช้บริการลงทะเบียนหรือ Log in เข้าสู่ระบบ เพื่อสืบค้นข้อมูล เฉลี่ย 3 ครั้ง/เดือน หรือ 36 ครั้ง/ปี โดยส่วนมากเข้ามาสืบค้นบทความ/บทวิเคราะห์/บทความวิชาการ/เกาะติดสถานการณ์การตลาด (ร้อยละ 82.50) ข้อมูลธุรกิจ/ข้อมูลอุตสาหกรรม

(ร้อยละ 75.00) สถิติการค้าไทย (ร้อยละ 72.50) อินโฟกราฟิกด้านการตลาด/อัญมณี/โลหะมีค่า (ร้อยละ 62.50) และข่าวธุรกิจ (ร้อยละ 40.00) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.8)



ภาพที่ 4.8 ประเภทการให้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ของ GIT

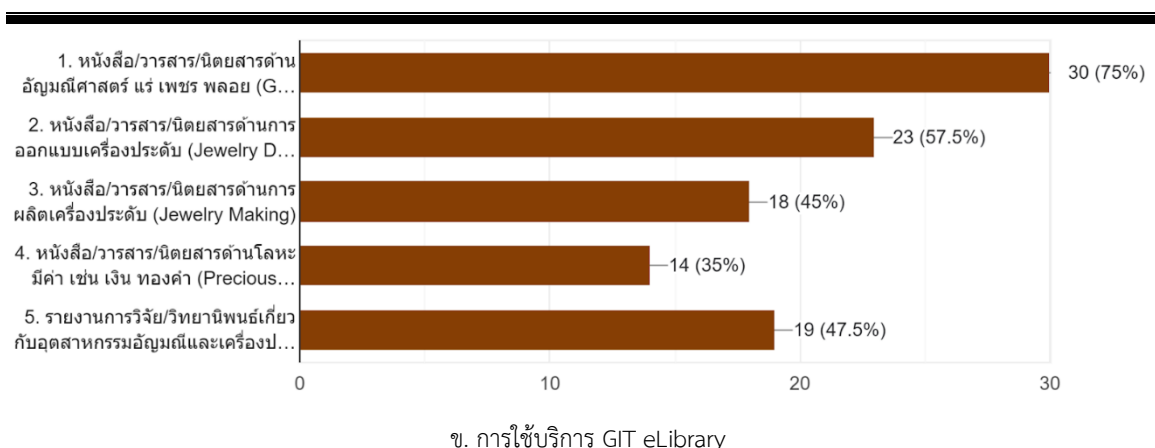
5. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับเฉลี่ย 1.80 ครั้ง/เดือน หรือ 21.60 ครั้ง/ปี และใช้บริการ GIT eLibrary เฉลี่ย 1.85 ครั้ง/เดือน หรือ 22.22 ครั้ง/ปี ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการที่ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ หรือ GIT eLibrary จะเห็นได้ว่า ส่วนมากสืบค้น หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds) ร้อยละ 80.00 และร้อยละ 75.00 ตามลำดับ หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design) ร้อยละ 57.50 และร้อยละ 57.50 ตามลำดับ หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making) ร้อยละ 52.50 และร้อยละ 45.00 ตามลำดับ รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research) ร้อยละ 42.50 และร้อยละ 47.50 ตามลำดับ และหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านโลหะมีค่า เช่น เงิน ทองคำ (Precious Metals) ร้อยละ 37.50 และร้อยละ 35.00 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.9)



ก. การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

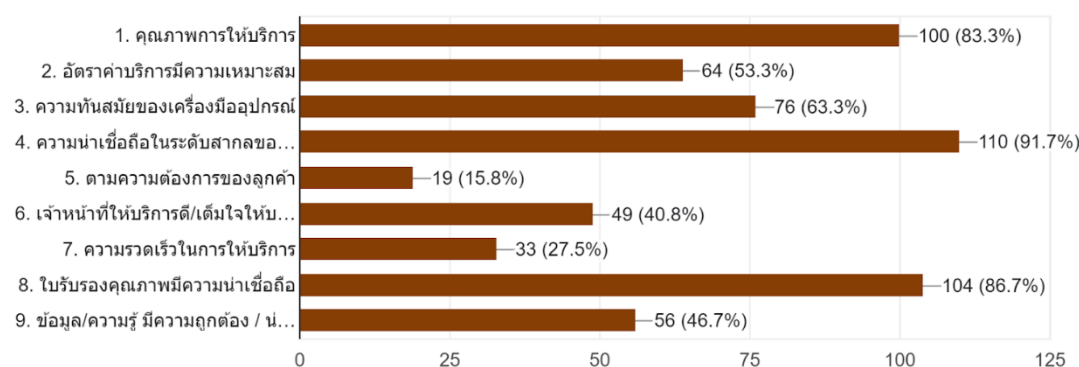


ภาพที่ 4.9 ประเภทการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (ก) และ GIT eLibrary (ข) ของ GIT

4.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

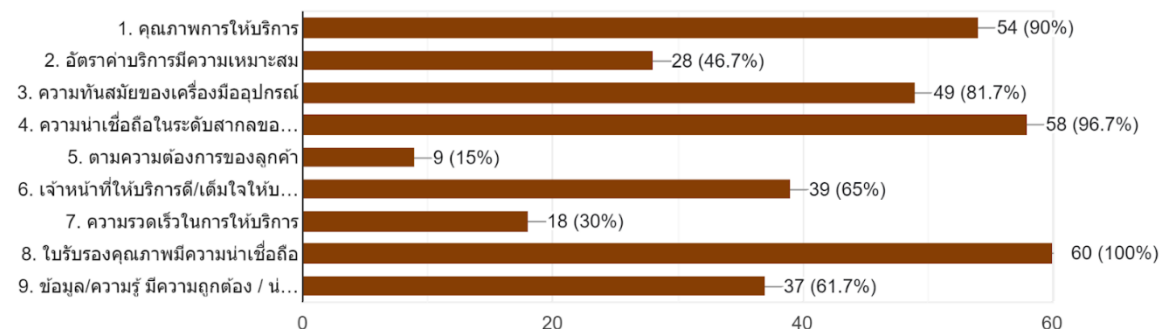
เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการจำนวนทั้งหมด 300 ตัวอย่าง สามารถจำแนกตามประเภทการให้บริการของ GIT ได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกส่งอัญมณีและเครื่องประดับเข้ามาตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองที่ GIT เนื่องจาก GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 91.67) ใบรับรองคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 86.67) คุณภาพการให้บริการของ GIT (ร้อยละ 83.33) อัตราค่าบริการเหมาะสม (ร้อยละ 78.33) และความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ (ร้อยละ 63.33) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.10)



ภาพที่ 4.10 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

2. ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการส่งโลหะมีค่าเข้ามาตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองที่ GIT เนื่องจากมีความมั่นใจว่าใบรับรองคุณภาพของ GIT มีความน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 100.00) GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 96.66) คุณภาพการให้บริการของ GIT (ร้อยละ 90.00) และความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ (ร้อยละ 81.67) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.11)



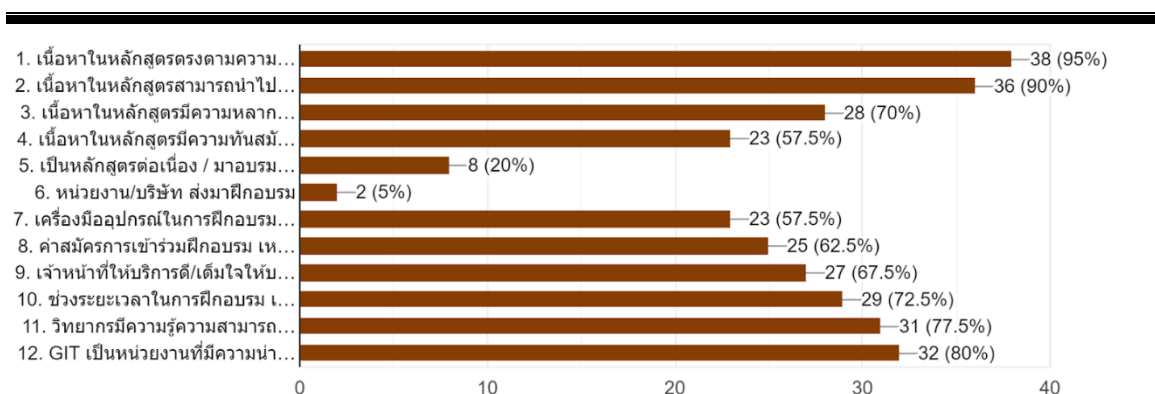
ภาพที่ 4.11 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

3. ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า ตัดสินใจเข้ารับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมสัมมนา onsite กับ GIT เนื่องจาก เนื้อหาในหลักสูตรตรงตามความต้องการ (ร้อยละ 95.00) สามารถนำไปใช้งานได้จริง (ร้อยละ 90) GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 80.00) วิทยากรมีความรู้ความสามารถ บรรยายดี และเป็นกันเอง (ร้อยละ 77.50) ช่วงระยะเวลาในการฝึกอบรม เหมาะสม (ร้อยละ 72.50) เนื้อหาในหลักสูตรมีความหลากหลาย (ร้อยละ 70.00) เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ (ร้อยละ 67.50) ค่าสมัครการเข้าร่วมฝึกอบรมเหมาะสม (ร้อยละ 62.50) เนื้อหาในหลักสูตรมีความทันสมัย (up to date) (ร้อยละ 57.50) และเครื่องมืออุปกรณ์ในการฝึกอบรมทันสมัย (ร้อยละ 57.50) ตามลำดับ

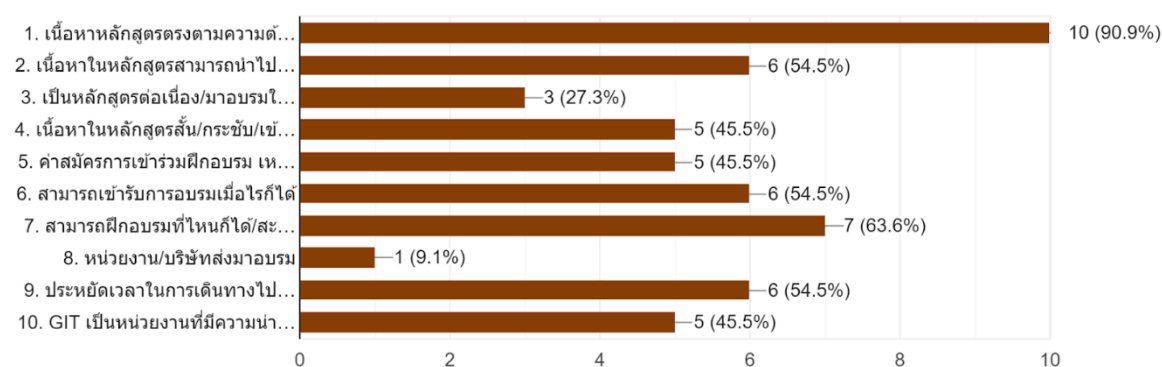
ในส่วนผู้ให้บริการฝึกอบรมในรูปแบบ online เนื่องจากเนื้อหาในหลักสูตรตรงตามความต้องการ (ร้อยละ 90.90) สามารถฝึกอบรมที่ไหนก็ได้/สะดวกในการเข้าถึง (ร้อยละ 63.60) เนื้อหาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้งานได้จริง (ร้อยละ 54.50) สามารถเข้ารับการอบรมเมื่อไรก็ได้ (ร้อยละ 54.50) ประหยัดเวลาในการเดินทางไปฝึกอบรม (ร้อยละ 54.50) เนื้อหาในหลักสูตรสั้น/กระชับ/เข้าใจง่าย (ร้อยละ 45.50) ค่าสมัครการเข้าร่วมฝึกอบรมเหมาะสม (ร้อยละ 45.50) และ GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 45.50) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.12)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



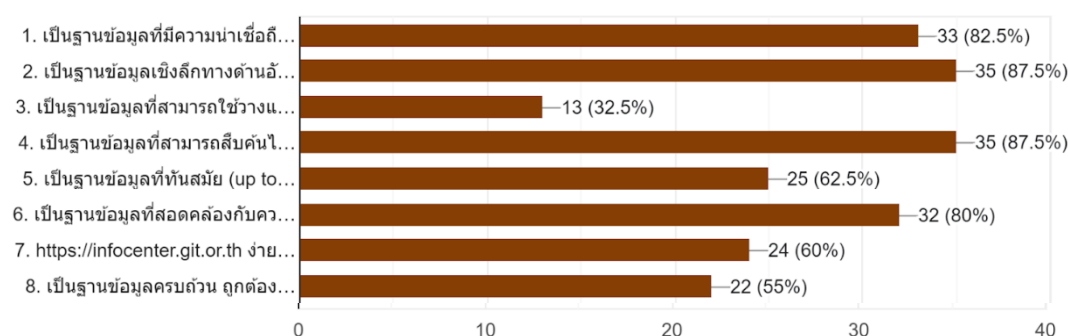
ก. การใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนาในรูปแบบ On-site



ข. การใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนาในรูปแบบ Online

ภาพที่ 4.12 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนาแบบ On-site (ก) และ Online (ข)

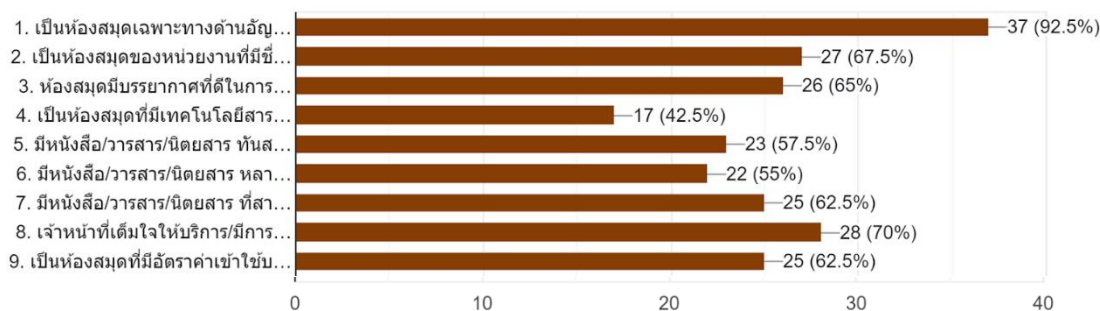
4. ผู้ใช้บริการบริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ส่วนมากมีความคิดเห็นว่ระบบฐานข้อมูลของ GIT เป็นฐานข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 87.50) เป็นฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย (ร้อยละ 87.50) เป็นฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 82.50) เป็นฐานข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ ใช้งานได้จริง (ร้อยละ 80.00) เป็นฐานข้อมูลที่ทันสมัย (up to date) (ร้อยละ 62.50) <https://infocenter.git.or.th> ง่ายต่อการใช้งาน (ร้อยละ 60.00) เป็นฐานข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ (ร้อยละ 55.00) และมีบางส่วนที่นำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (ร้อยละ 32.50) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.13)



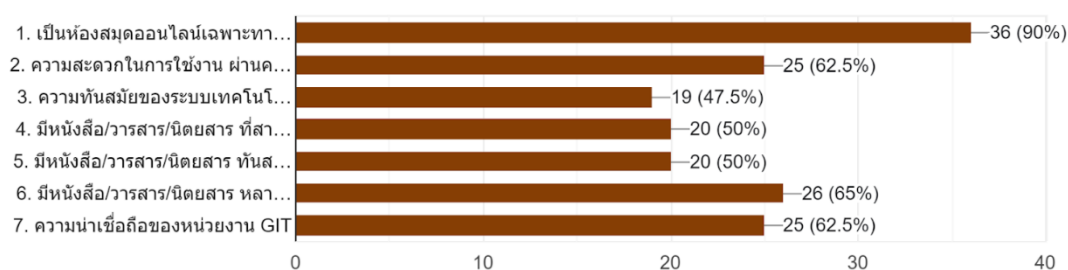
ภาพที่ 4.13 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ของ GIT

4. ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary พบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 92.50) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ที่เต็มใจให้บริการ/มีการบริการที่ดี (ร้อยละ 70.00) เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 67.50) มีบรรยากาศที่ดีในการค้นคว้า (ร้อยละ 65.00) มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ที่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้งานได้จริง (ร้อยละ 62.50) อัตราค่าเข้าใช้บริการเหมาะสม (ร้อยละ 62.50) หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ทันสมัย (up to date) (ร้อยละ 57.50) หลากหลายครบถ้วน (ร้อยละ 55.00) และมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ (ร้อยละ 42.50) ตามลำดับ

นอกจากนั้น ในส่วนของการใช้บริการ GIT eLibrary ส่วนมากมีความคิดเห็นว่า GIT eLibrary เป็นห้องสมุดออนไลน์เฉพาะทาง (ร้อยละ 90.00) รองลงมา คือ มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลายครบถ้วน (ร้อยละ 65.00) ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน GIT (ร้อยละ 62.50) ความสะดวกในการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์หรือ Application ในมือถือ (ร้อยละ 62.50) มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ที่ทันสมัย (up to date) และสามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้งานได้จริง (ร้อยละ 50.00) และความทันสมัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ให้บริการ (ร้อยละ 47.50) ตามลำดับ (ภาพที่ 4.14)



ก. การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

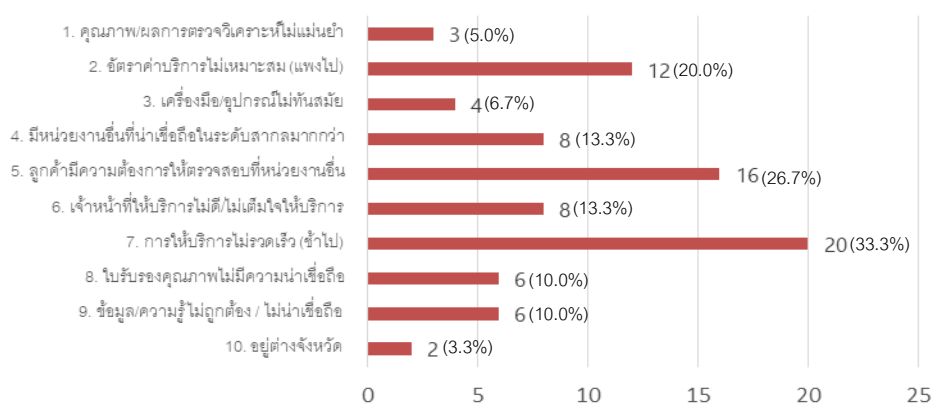


ข. การใช้บริการ GIT eLibrary

ภาพที่ 4.14 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (ก) และ GIT eLibrary (ข)

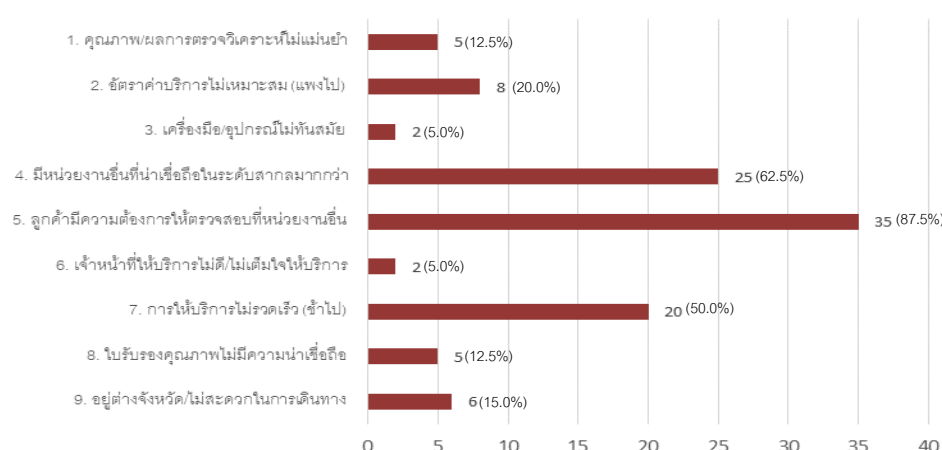
โดยรวมแล้วสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ GIT ของผู้ใช้บริการ ก็คือ **GIT เป็นหน่วยงานเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล** และ **ให้บริการคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และให้บริการคุณภาพโลหะมีค่า มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล** หรือกล่าวโดยรวมแล้ว การมาใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองเกิดจากประสบการณ์การใช้บริการที่ผ่านมา หรือ **“คุณภาพการให้บริการของ GIT”** ในส่วนของการจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาของ GIT นั้น ก็เป็นเนื้อหาที่ตรงตามความต้องการ และสามารถนำไปใช้งานได้จริง และจากการเป็นหน่วยงานเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้ GIT เป็นหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือในการเป็นแหล่งข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของประเทศไทย

ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มาใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรอง ในปีงบประมาณ 2566 หรือกลุ่ม Inactive User จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 ตัวอย่าง พบว่า เหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการ GIT เนื่องจากความรวดเร็วในการให้บริการของ GIT ไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้าที่จะต้องรับใช้หรือจัดส่ง (ร้อยละ 33.33) รวมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า (End Customer) ที่ต้องการใบรับรองจากหน่วยงานอื่นๆ (ร้อยละ 26.67) และมีบางส่วนที่คิดว่าค่าบริการของหน่วยงานไม่เหมาะสม (ร้อยละ 20.00) (ภาพที่ 4.15)



ภาพที่ 4.15 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการไม่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองกับ GIT ในปีงบประมาณ 2566

ในส่วนผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการ GIT (Non User) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ไปใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองกับหน่วยงานอื่นเนื่องจากความต้องการของลูกค้า (ร้อยละ 87.50) และมีความเชื่อว่าหน่วยงานอื่น อาทิ GRS, AIGS หรือ GIA เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากลมากกว่า GIT (ร้อยละ 62.50) และมีบางส่วนที่ยังคิดว่าการให้บริการของ GIT มีความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการ (ร้อยละ 50.00) (ภาพที่ 4.16)



ภาพที่ 4.16 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไม่ใช้บริการ GIT

4.2.3 ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)

เมื่อพิจารณาช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการของ GIT ของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากรับทราบข้อมูลข่าวสาร จาก Website (www.git.or.th) (ร้อยละ 54.75) และ Social Network เช่น Facebook, Instagram (ร้อยละ 54.00) นอกจากนั้นยังมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว (ร้อยละ 31.50) ตามลำดับ และในส่วนช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในมุมมองของผู้ประกอบการ ก็คือ Social Network เช่น Facebook, Instagram (ร้อยละ 54.75) และ Website (www.git.or.th) (ร้อยละ 35.50) (ตารางที่ 4.3)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 4.3 ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

รายการ	การตรวจสอบ	การตรวจสอบ	การอบรม/	ระบบ	ห้องสมุดและ	ผู้ไม่เคยใช้	รวม
	อัญมณี (n=160)	โลหะมีค่า (n=80)	สัมมนา (n=40)	ฐานข้อมูล (n=40)	eLibrary (n=40)	บริการ (n=40)	ทั้งหมด (n=400)
หน่วย: ร้อยละ							
ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร ^{1/} (ปัจจุบัน)							
1. Website ของสถาบันฯ (www.git.or.th)	48.13	41.25	75.00	77.50	72.50	47.50	54.75
2. Social Network เช่น Facebook, Instagram	55.00	48.75	80.00	27.50	65.00	50.00	54.00
3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail	9.38	3.75	15.00	12.50	7.50	15.00	9.50
4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ. วิทย์ เป็นต้น	1.25	0.00	5.00	5.00	7.50	0.00	2.25
5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์	3.75	1.25	5.00	0.00	5.00	2.50	3.00
6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว	28.75	32.50	17.50	35.00	52.50	30.00	31.50
ช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด							
1. Website ของสถาบันฯ (www.git.or.th)	32.50	30.00	32.50	67.50	32.50	32.50	35.50
2. Social Network เช่น Facebook, Instagram	56.88	66.25	65.00	15.00	60.00	47.50	54.75
3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail	3.13	3.75	-	10.00	-	7.50	3.75
4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ. วิทย์ เป็นต้น	2.50	-	-	5.00	-	2.50	1.75
5. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว	5.63	1.	2.50	2.50	7.50	10.00	4.25

หมายเหตุ: ^{1/} สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.3 การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร

ในการพิจารณาการรับรู้และภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) เป็นการพิจารณาร่วมกันระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประกอบกับประสบการณ์ที่เคยได้รับการใช้บริการในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.4 ร่วมกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในที่นี้ เป็นการพิจารณาตามประเภทการใช้บริการได้ทั้งหมด 6 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการระบบ

ฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary และกลุ่มที่ 6 ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ใช้บริการ GIT ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

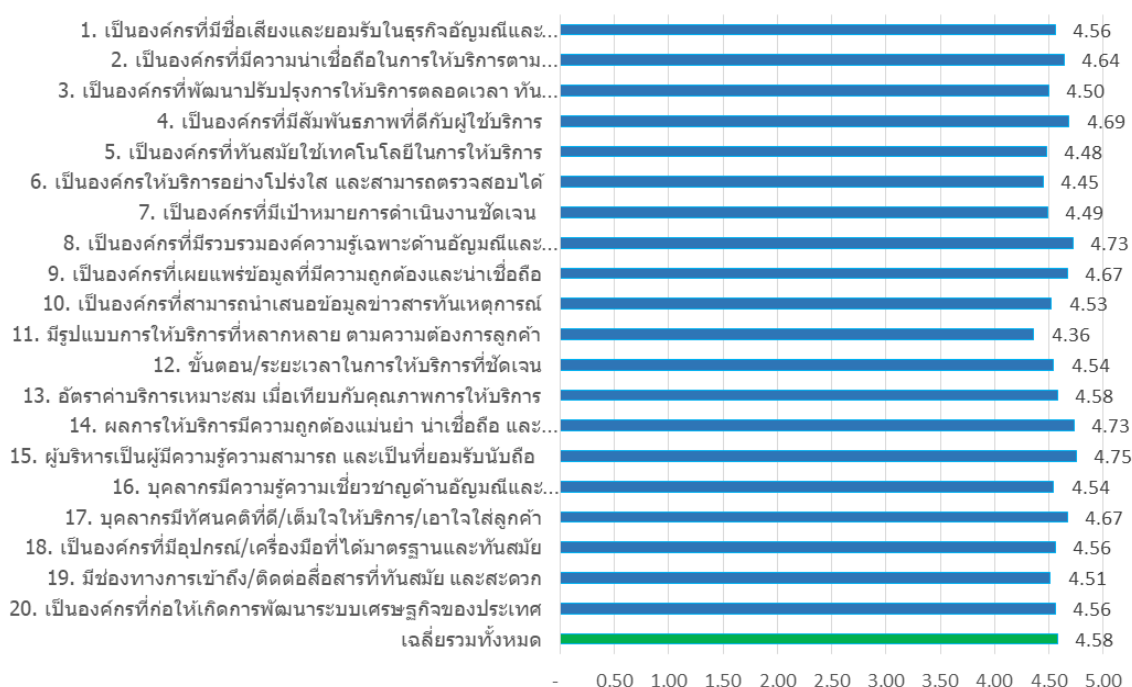
ภาพลักษณ์	ตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=80)	อบรม/ สัมมนา (n=40)	ระบบ ฐานข้อมูล (n=40)	ห้องสมุด/ eLibrary (n=40)	ผู้ไม่เคย ใช้บริการ (n=40)	รวม ทั้งหมด (n=400)
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	4.56	4.71	4.63	4.60	4.85	4.63	4.66
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	4.64	4.61	4.65	4.70	4.40	4.50	4.58
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	4.50	4.64	4.58	4.48	4.55	4.08	4.47
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ	4.69	4.68	4.68	4.73	4.68	3.98	4.57
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	4.48	4.61	4.58	4.50	4.58	4.10	4.47
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	4.45	4.50	4.63	4.73	4.40	4.45	4.53
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	4.49	4.51	4.63	4.73	4.63	4.33	4.55
8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	4.73	4.75	4.75	4.80	4.55	4.73	4.72
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	4.67	4.71	4.68	4.73	4.68	4.55	4.67
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	4.53	4.49	4.60	4.58	4.83	4.03	4.51
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	4.36	4.53	4.65	4.55	4.55	3.80	4.41
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	4.54	4.51	4.65	4.68	4.43	3.95	4.46
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	4.58	4.51	4.63	4.78	4.30	4.33	4.52
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	4.73	4.70	4.63	4.68	4.63	4.68	4.67
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	4.75	4.79	4.70	4.73	4.63	4.60	4.70
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	4.54	4.65	4.68	4.65	4.65	4.45	4.60
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	4.67	4.73	4.63	4.75	4.53	4.43	4.62
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	4.56	4.70	4.63	4.50	4.45	4.58	4.57
19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	4.51	4.64	4.60	4.68	4.38	4.40	4.53
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ	4.56	4.56	4.55	4.78	4.33	4.48	4.54
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.58	4.63	4.64	4.67	4.55	4.35	4.57

หมายเหตุ: ความหมายของความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4.3.1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ในปีงบประมาณ 2566 จำนวน 160 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในเชิงบวกกับ GIT (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.58) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละรายประเด็น จะเห็นได้ว่า คะแนนเฉลี่ยของภาพลักษณ์ในแต่ละประเด็นมีค่ามากกว่า 4.20 ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการในส่วนนี้มีทัศนคติที่ดีมากกว่า GIT ในทุกมิติ โดยภาพลักษณ์ที่สำคัญในมุมมองผู้ให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ คือ การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย และผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ รวมทั้งการเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และมีการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ บุคลากรมีทัศนคติที่ดี เต็มใจให้บริการ และเอาใจใส่ลูกค้า (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.17)



ภาพที่ 4.17 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

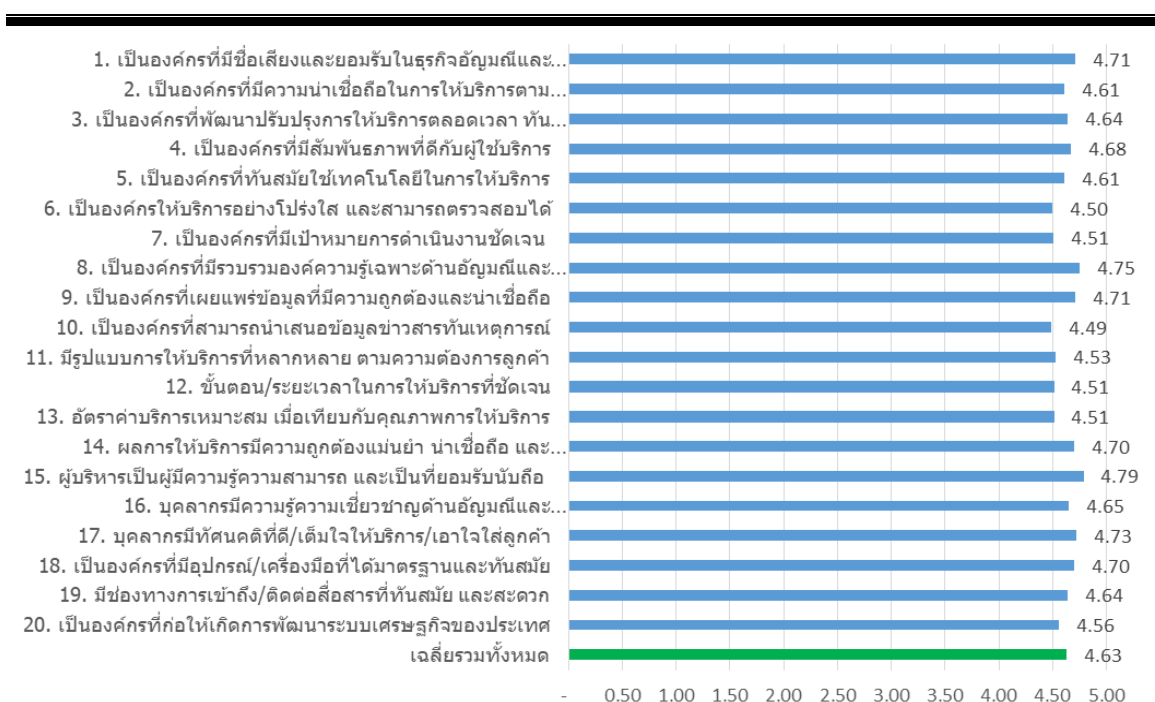
มุมมองในภาพรวมของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถสรุปได้ว่า **GIT เป็นหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในระดับประเทศ** การดำเนินงานในการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองของ GIT มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตาม **มาตรฐานสากล** มีการให้บริการด้วยอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยและได้มาตรฐาน รวมทั้ง การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นที่มีการให้บริการในประเภทเดียวกัน พบว่า GIT เป็นหน่วยงานแรกที่จะคิดถึงเมื่อต้องการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เพราะว่าเป็นหน่วยงานเดียวที่มีการให้บริการที่หลากหลาย (All in one) แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการหน่วยงานอื่นๆ อาทิ ลูกค้าประเทศจีน หรือในกลุ่มประเทศยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ที่ต้องการใบรับรองคุณภาพของ บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) มากกว่า เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ลูกค้ารู้จักและยอมรับในคุณภาพและใบรับรองของ GRS มากกว่า แต่ก็มีอัตราค่าบริการสูงกว่า GIT และระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพก็นานกว่า GIT หรือใช้บริการที่สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ลูกค้าต่างประเทศยอมรับในความเป็นมาตรฐานสากลมากกว่า ในส่วนของการตรวจสอบคุณภาพเพชร กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการตรวจสอบคุณภาพเพชรกับสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA)

4.3.2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

จากการสำรวจกลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ในปีงบประมาณ 2566 จำนวน 80 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้ต่างมีทัศนคติที่ดีกับ GIT เป็นอย่างมาก (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.63) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละรายประเด็น จะเห็นได้ว่า คะแนนเฉลี่ยของภาพลักษณ์ในแต่ละประเด็น ก็มีค่ามากกว่า 4.20 เช่นกัน หรือกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการในส่วนนี้มีทัศนคติที่ดีกับ GIT ในทุกมิติ เช่นเดียวกับผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และภาพลักษณ์ที่สำคัญในมุมมองผู้ให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพโลหะมีค่า ประกอบด้วย **การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ** เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย และมีผลการให้บริการตรวจสอบคุณภาพที่ถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ นอกจากนั้น ภาพลักษณ์อีกมุมหนึ่งที่ผู้บริการตระหนัก ก็คือ **ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ** บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีทัศนคติที่ดี เต็มใจให้บริการ และเอาใจใส่ลูกค้า (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.18)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



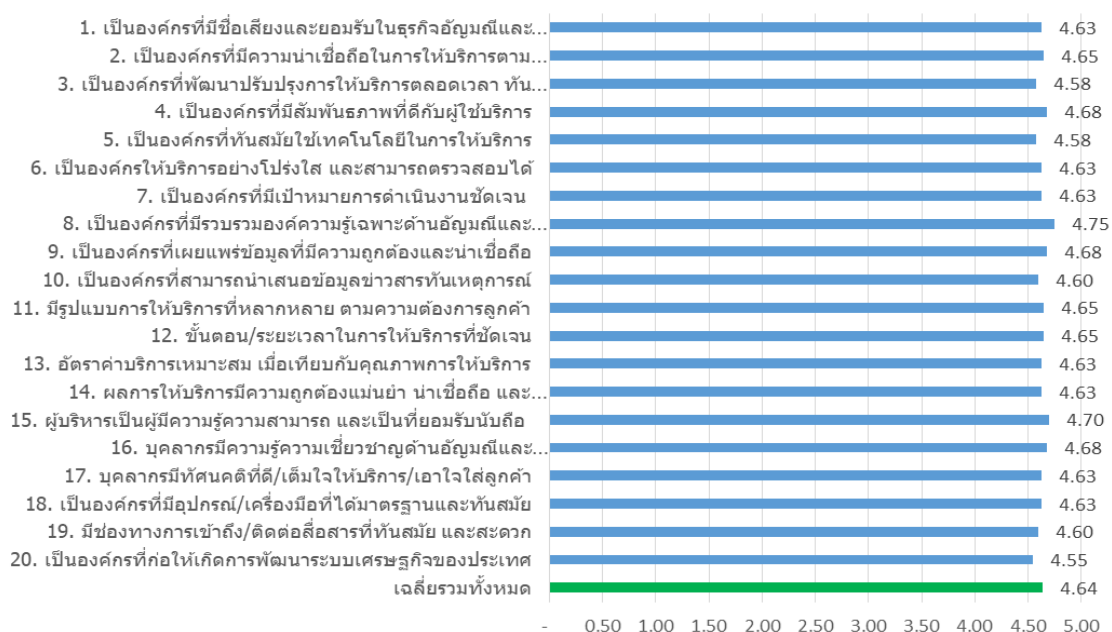
ภาพที่ 4.18 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ในภาพรวม มีความคิดเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัยในการให้บริการ นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการส่วนมากกล่าวถึง GIT ก็คือ การมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า ซึ่งผู้ใช้บริการต่างๆ ที่เคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าส่วนมากก็ยังยืนยันถึงคุณภาพการให้บริการที่มีความถูกต้องแม่นยำและน่าเชื่อถือ ทำให้มีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีค่าบริการสูงกว่าหน่วยงานเอกชนบางแห่งที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน แต่ก็มีความมั่นใจในเรื่องของเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัยได้มาตรฐานในระดับสากล นอกจากนั้น ก็ยังมีความตระหนักว่า GIT เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

4.3.3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนา ในปีงบประมาณ 2566 จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้ต่างมีทัศนคติที่ดีกับ GIT เป็นอย่างมาก (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.64) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละรายประเด็น จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนาต่างเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 4.20) ในทุกประเด็นของภาพลักษณ์ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีกับ GIT ในทุกมิติ และภาพลักษณ์ที่สำคัญในมุมมองของผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา ก็

คือ การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล รองลงมา คือ องค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย การเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ทักษะที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า และผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.19)

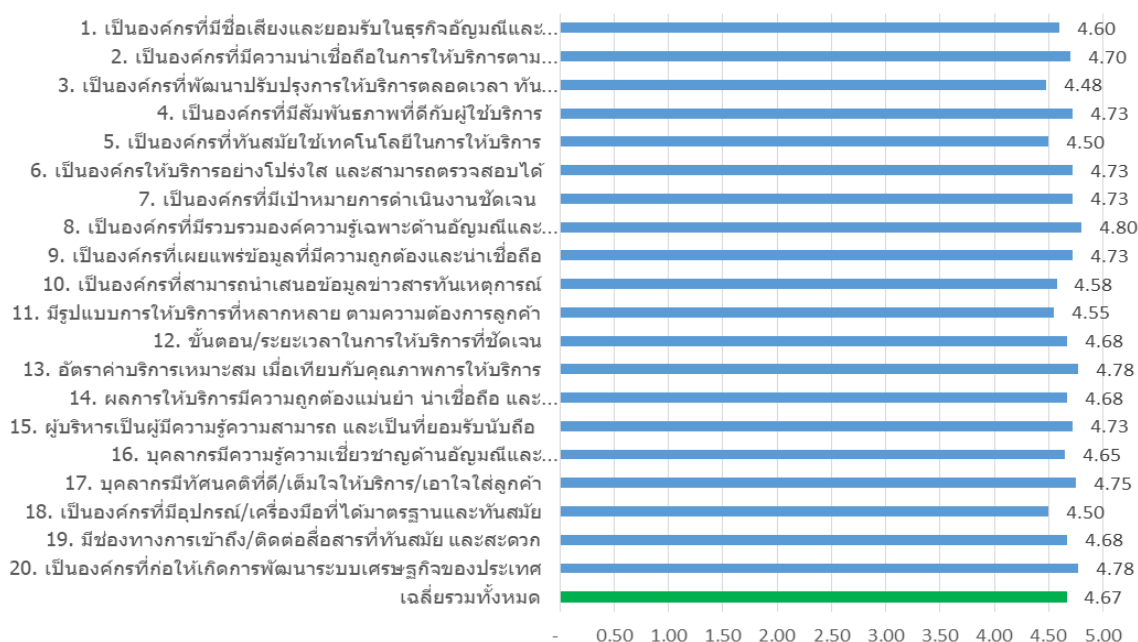


ภาพที่ 4.19 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา

ในส่วนของภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ หรือผ่านการสัมมนา พบว่า ภาพลักษณ์ที่สำคัญของ GIT ก็คือ การเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือทางด้านข้อมูลและความเชี่ยวชาญทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับของผู้ใช้บริการที่มีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการหรือวิทยากรที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการ ซึ่งสะท้อนจากการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นตนเอง หรือการส่งพนักงานในสถานประกอบการมาเข้ารับการศึกษา และการติดตามความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของ GIT ที่มีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง มีความทันสมัยตรงตามสถานการณ์ และความต้องการของผู้ประกอบการในธุรกิจ

4.3.4 ผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th>

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ในปีงบประมาณ 2566 จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในเชิงบวกกับองค์กร (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.67) และเมื่อพิจารณาในรายประเด็น พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของประเทศ และการเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล รองลงมา คือ การเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า และบุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ การเป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก และเป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.20)



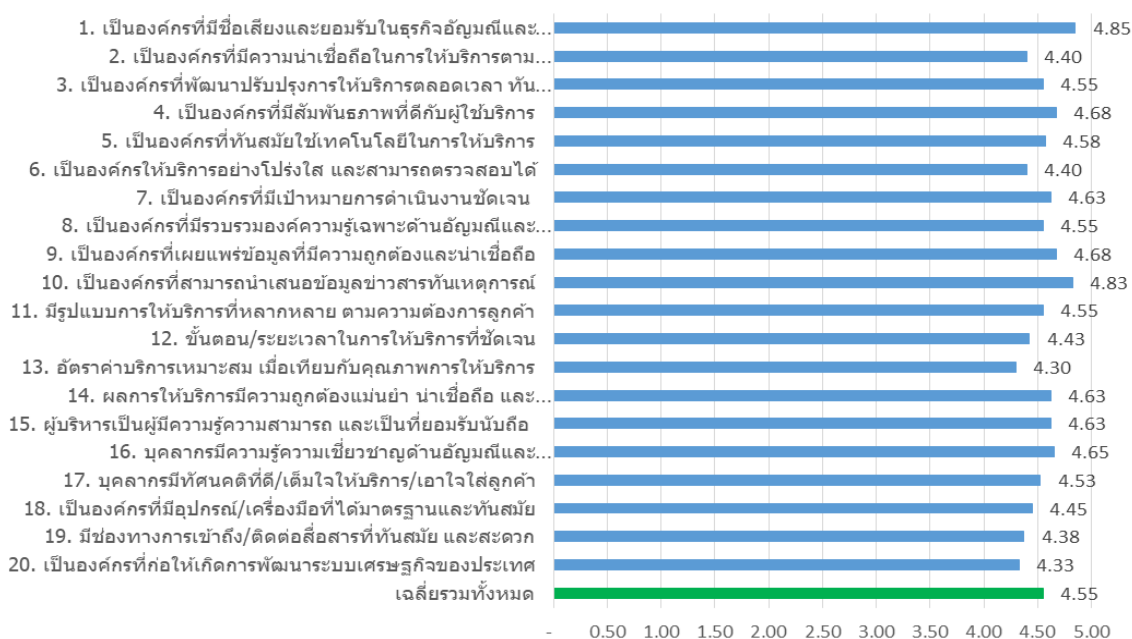
ภาพที่ 4.20 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th>

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชิงบวกเป็นอย่างมาก ส่วนมากกล่าวว่า หน่วยงานมีความทันสมัยในการนำเสนอข้อมูล มีการให้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เป็นข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นเว็บไซต์หน่วยงานแรกที่จะเปิดเมื่อต้องการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง นอกจากนั้น ในกลุ่มของผู้ใช้บริการที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ อาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือนัก

ออกแบบอิสระ ต่างก็เข้าใช้บริการระบบฐานข้อมูลของ GIT ผ่านหน้าเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือของหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่มีการให้บริการข้อมูลต่างๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการที่หลากหลาย

4.3.5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary ในปีงบประมาณ 2566 จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในเชิงบวกกับองค์กร (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.55) เมื่อพิจารณาในรายประเด็น จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่สำคัญในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุด ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ มีการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ องค์กรมีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ องค์กรใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ และมีการปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์ (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.21)



ภาพที่ 4.21 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary

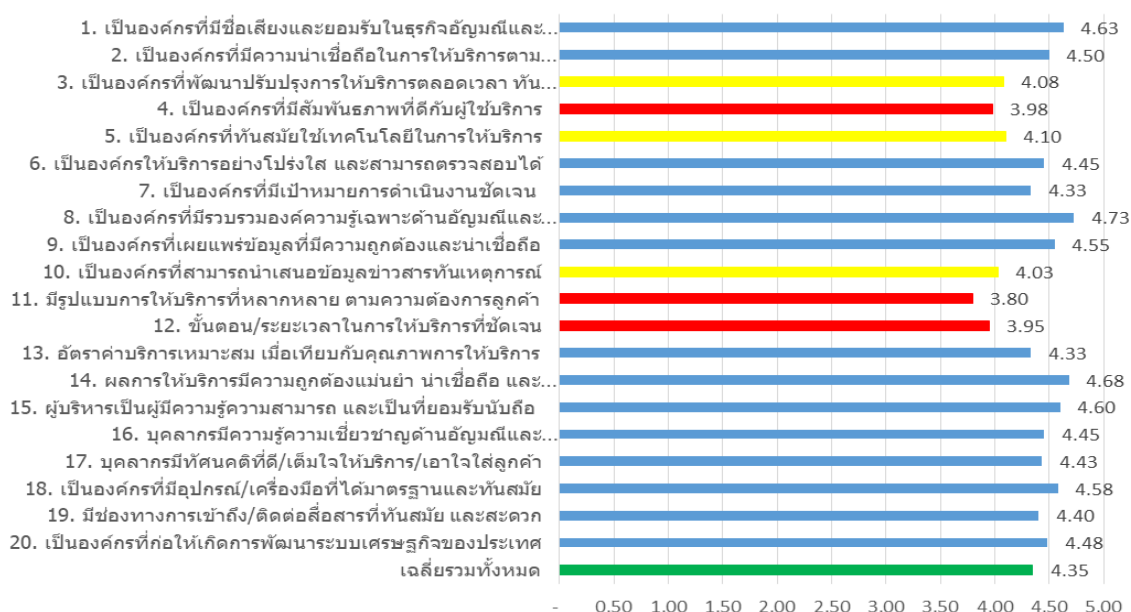
ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติที่ดีกับหน่วยงาน ส่วนมากตระหนักถึงความสำคัญของหน่วยงานในฐานะหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย การเป็นแหล่งข้อมูลองค์ความรู้ขนาดใหญ่ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีทุกอย่างครบถ้วน หลากหลาย และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ มีการจัดการฐานข้อมูลตลอดโซ่อุปทาน (supply chain) ตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่มีการให้บริการทั้งทางด้านวิชาการ (ต้นน้ำ) การพัฒนาออกแบบและการผลิต (กลางน้ำ) และการตลาด (ปลายน้ำ) ซึ่งสามารถช่วยยกระดับอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี รวมทั้ง การเป็นหน่วยงานที่มีการปรับตัวมีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับมีความทันสมัย สวยงาม เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความใส่ใจในการให้บริการ รวมถึง GIT eLibrary ก็เป็นความทันสมัยของหน่วยงานที่สามารถทำให้รับทราบความเคลื่อนไหวของหน่วยงานตลอดเวลา

4.3.6 ผู้ไม่เคยใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)

สำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการที่ GIT จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า คะแนนเฉลี่ยของภาพลักษณ์ เท่ากับ 4.35 แสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ใช้บริการกับ GIT มีทัศนคติเชิงบวกกับองค์กร ทั้งนี้ ภาพลักษณ์สำคัญที่ผู้ประกอบการรับรู้และตระหนักถึง ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ และมีการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนของ GIT ในมุมมองของผู้ไม่ใช้บริการ ก็คือ การมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า ขึ้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน และการเป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.22)

ในภาพรวมของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ใช้บริการ GIT หรือกลุ่ม non-user พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ต่างรู้ถึงบทบาทหน้าที่ของ GIT เป็นอย่างดี ว่าเป็นหน่วยงานเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับได้ทุกประเภท รวมทั้ง การมีห้องสมุดและพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับให้บริการ ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของประเทศไทย นอกจากนั้น ในส่วนของภาพลักษณ์ทางด้านความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและ

เครื่องประดับ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้รับทราบว่า GIT มีการปรับตัวเข้าหากลุ่มผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากกระบวนการสื่อสารของ GIT ผ่านหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงาน นั้นหมายความว่า กลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนมากก็รับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT จากช่องทางนี้อย่างต่อเนื่อง (รับรู้และรับทราบ แต่ก็ยังคงไม่ใช้บริการ) และจากการที่ยังคงไม่ใช้บริการทั้งนี้ก็ยังคงเป็นเพราะว่า กลุ่มลูกค้า (End Consumer) มีความต้องการใบรับรองคุณภาพจากหน่วยงานอื่นๆ ถึงแม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงกว่า และระยะเวลาการออกใบรับรองคุณภาพค่อนข้างนานกว่า แต่ทั้งหมดก็ยังมีความต้องการใบรับรองคุณภาพของหน่วยงานต่างประเทศ ซึ่งเกิดจากความเชื่อที่ว่าหน่วยงานเหล่านั้นเป็นหน่วยงานระดับสากลและมีมาตรฐานที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่า GIT ซึ่งเป็นหน่วยงานของประเทศไทย

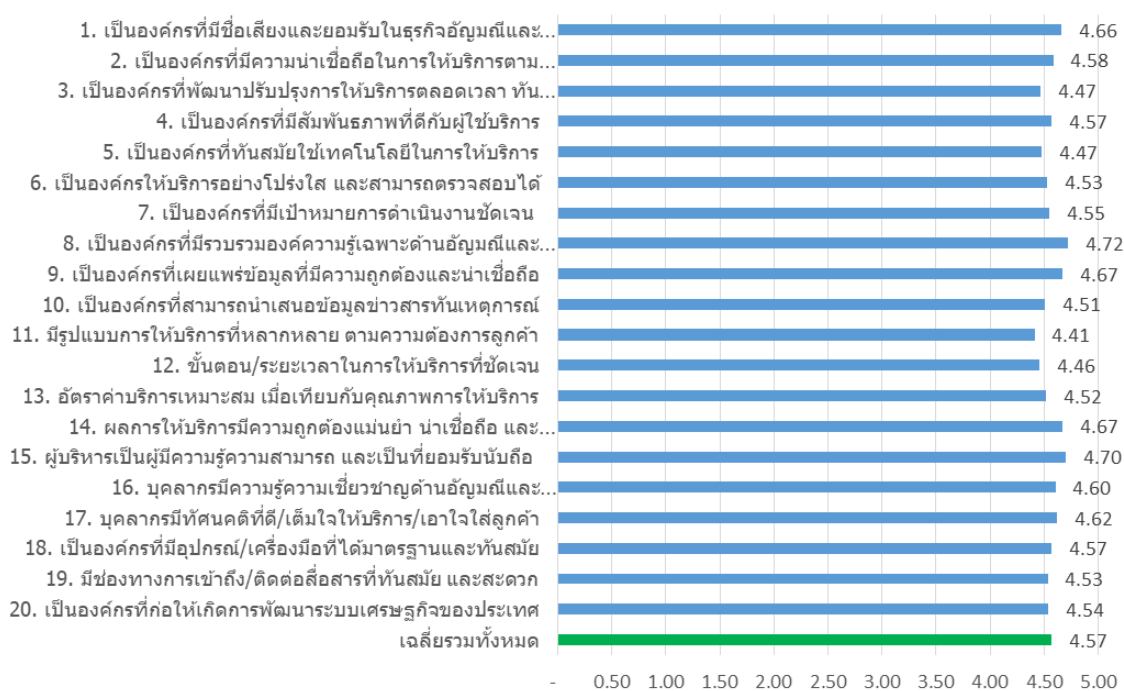


ภาพที่ 4.22 ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ไม่ใช้บริการ (Non User)

4.3.7 สรุปการรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการกับ GIT ต่างก็มีทัศนคติที่ดีหรือมีมุมมองที่เป็นบวกกับ GIT โดยจะเห็นได้จากคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด เท่ากับ 4.57 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง หรือมีทัศนคติที่ดีกับภาพลักษณ์ขององค์กร โดยภาพลักษณ์ที่สำคัญของ GIT ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้

และผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ รองลงมา ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า รวมทั้ง เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก และการเป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน นอกจากนี้ ประเด็นภาพลักษณ์ที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยมาก (แต่ได้คะแนนน้อยที่สุด) หรือยังมีทัศนคติที่ไม่ดีเท่าที่ควร คือ เรื่องรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายตามความต้องการลูกค้า และความชัดเจนของขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการ ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการบางส่วนยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนหรือไม่ทราบในเรื่องของประเภท ขั้นตอน และระยะเวลาในการให้บริการของหน่วยงาน จำเป็นต้องปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องต่อไป (ตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.23)

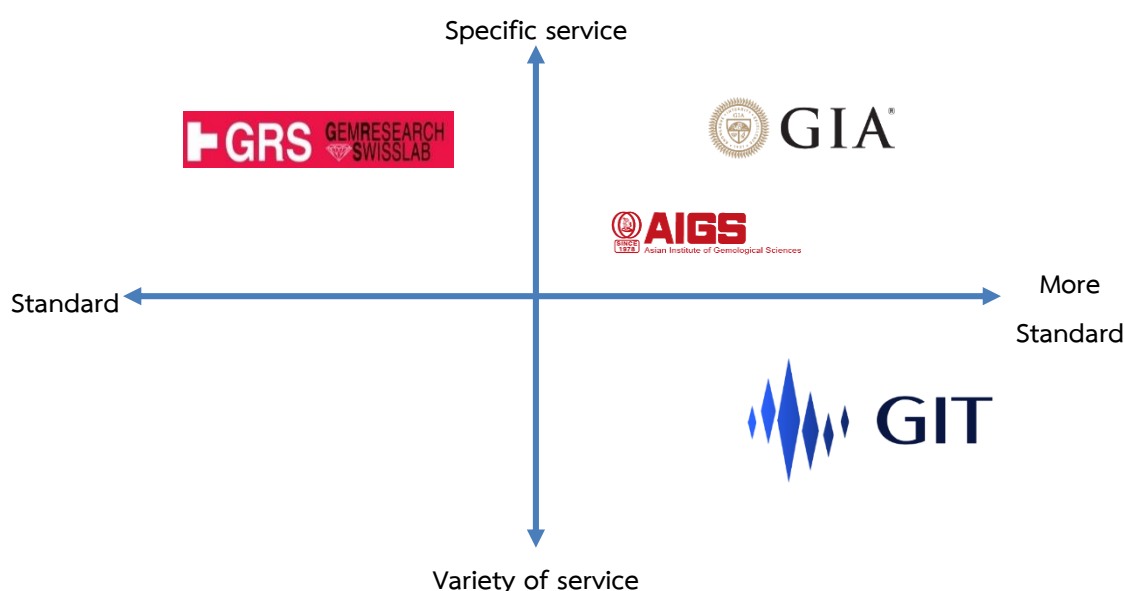


ภาพที่ 4.23 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เมื่อพิจารณาในประเด็นการเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง (Professional and High Performance Organization) โดยเน้นทางด้านการบริหารจัดการคุณภาพ ตั้งแต่การให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงาน ในที่นี้ เป็นการประเมินจากภาพลักษณ์องค์กรประเด็นที่ 3 ถึง 11 และ 15 ถึง 18 จากผู้ใช้บริการเท่านั้น พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ เท่ากับ 4.62 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 92.40 ตระหนักว่า GIT เป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง ทั้งนี้ ในมุมมองของผู้ใช้บริการมองว่า GIT เป็น

องค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ นั้นหมายความว่า GIT เป็น**หน่วยงานที่มีการจัดการความรู้องค์อย่างเป็นระบบ** ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้ ภาพลักษณ์กลุ่มต่อมา ก็คือ GIT เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ นั้นสะท้อนถึง**การจัดการเชิงกลยุทธ์องค์กร** มีการบริหารจัดการอย่างเป็นอิสระ มีเป้าหมายทิศทางที่ชัดเจน ทำให้บุคลากรองค์กรมีการเรียนรู้ร่วมกัน และประสานการทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ซึ่งแสดงจากการที่ผู้ให้บริการกล่าวว่า บุคลากรและผู้บริหารของ GIT มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เป็นที่ยอมรับ มีทัศนคติที่ดี มีความเต็มใจให้บริการ และเอาใจใส่ลูกค้า หรือกล่าวได้ว่าเป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการ**บริหารจัดการบุคลากรที่มีความเหมาะสมกับเป้าหมายขององค์กร** รวมทั้ง การมี**กลไกการบริหารจัดการคุณภาพ** ที่มีเป็นกระบวนการบริหารจัดการที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์ และเป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ และมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้า และสร้างความพึงพอใจ หรือกล่าวโดยรวมได้ว่าเป็น**การให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม**

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ใช้บริการในปีงบประมาณ 2566 (Active User) ผู้ไม่ใช้บริการในช่วงระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และผู้ไม่ใช้บริการ (Non User) จำนวนทั้งหมด 40 ตัวอย่าง สามารถสรุปในภาพรวมถึงการรับรู้และภาพลักษณ์ของ GIT ได้ดังภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.24 ตำแหน่งทางการตลาดของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)

ในภาพที่ 4.24 แสดงถึงตำแหน่งทางการตลาด (Marketing Positioning) หรือภาพลักษณ์ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ของผู้ใช้บริการและไม่ได้ใช้บริการ โดยการแสดงความคิดเห็นเชิงเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ GIT กับหน่วยงานอื่นที่ให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ใน 2 ประเด็นหลัก ก็คือ มาตรฐานการให้บริการ และรูปแบบการให้บริการ จากภาพที่ 4.24 แขนงนอน คือ มาตรฐานการให้บริการ และแกนตั้ง คือ รูปแบบการให้บริการ ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของ GIT ในมุมมองของผู้ประกอบการ ก็คือ การเป็นหน่วยงานที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย และมีมาตรฐานในการให้บริการในระดับที่สูง ซึ่งแตกต่างจาก GIA ที่เป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานสูงเช่นกัน แต่มีความเฉพาะเจาะจงในเรื่องการตรวจสอบคุณภาพเพชร เช่นเดียวกับ GRS เป็นหน่วยงานที่มีความเฉพาะเจาะจงในการตรวจสอบคุณภาพพลอย แต่มีคุณภาพมาตรฐานการให้บริการที่ดีกว่าหน่วยงานอื่น ส่วน AIGS ก็มีมาตรฐานในการให้บริการที่สูงกว่า GRS และเป็นหน่วยงานที่มีความเฉพาะเจาะจงในการตรวจสอบคุณภาพพลอย

4.4 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสำรวจความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 120 ตัวอย่าง และ 60 ตัวอย่าง ตามลำดับ พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ มีค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย เท่ากับ 4.86 หรือกล่าวได้ว่า **ผู้ให้บริการร้อยละ 97.20 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ** เนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าการตรวจสอบคุณภาพมีความเป็นมาตรฐาน แม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ซึ่งทำให้ใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับมีความน่าเชื่อถือ และผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า มีค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย เท่ากับ 4.85 หรือกล่าวได้ว่า **ผู้ให้บริการร้อยละ 97.00 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า** ทั้งนี้ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการให้บริการของ GIT ว่าเป็นหน่วยงานที่มีการตรวจสอบคุณภาพมีความเป็นมาตรฐาน แม่นยำ และน่าเชื่อถือ และเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล และมีการออกใบรับประกันคุณภาพที่มีความน่าเชื่อถือมาก สามารถคิดเป็นค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ยทั้งหมด เท่ากับ 4.86 หรือสรุปได้ว่า **ผู้ให้บริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ GIT ร้อยละ 97.20 มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการ การตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า**

4.5 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

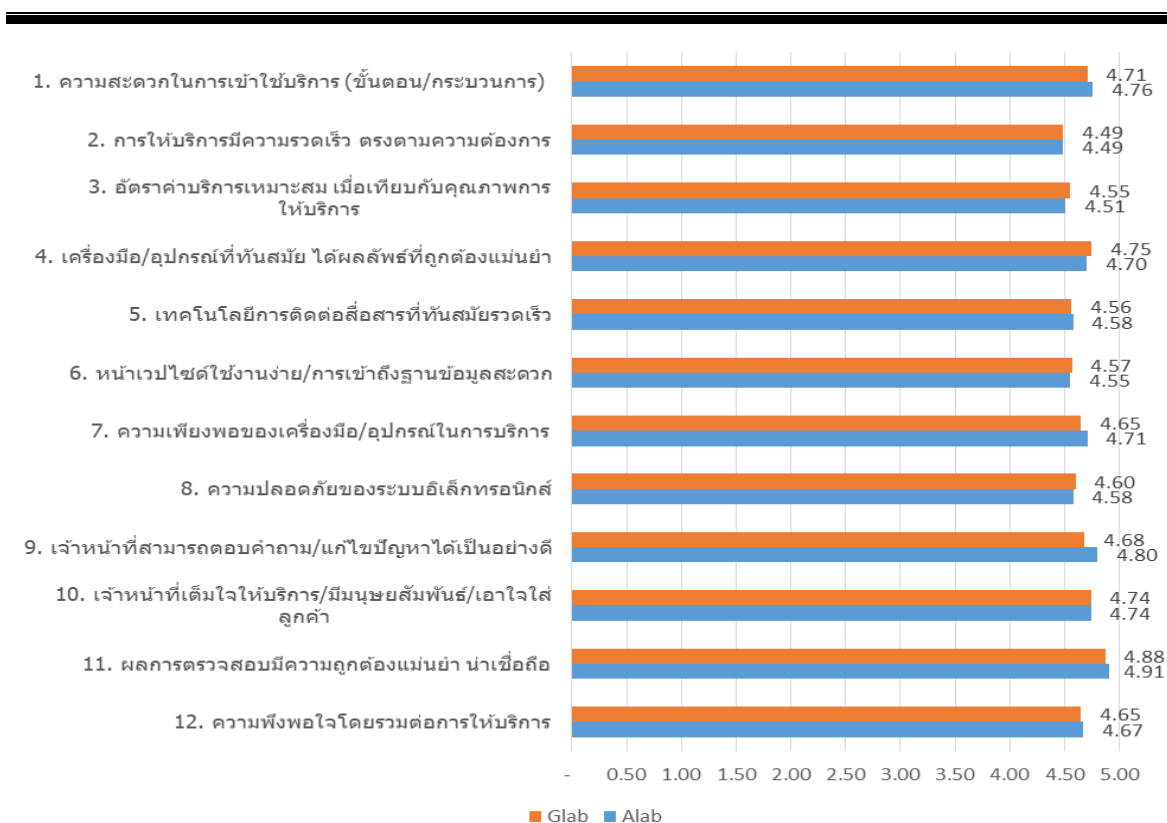
การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT ในปีงบประมาณ 2566 เป็นการพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ และคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามประเภทการให้บริการทั้งหมด 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> และกลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary ทั้งนี้ จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 300 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมทั้งหมดของทุกประเภทการให้บริการ เท่ากับ 4.56 หรือกล่าวได้ว่า การให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ทำให้ผู้รับบริการ ร้อยละ 91.20 มีความพึงพอใจ และเมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทการให้บริการได้ดังนี้

4.5.1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

จากการสำรวจผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 120 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.65 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 93.00 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และเมื่อพิจารณาจำแนกในรายประเด็น พบว่า ประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ ผลการตรวจสอบมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัยทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการทั้งในเรื่องขั้นตอนและกระบวนการ และเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า สามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี ส่วนประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมาก (แต่มีคะแนนน้อยที่สุด) คือ การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ (ภาพที่ 4.25) สำหรับประเด็นที่ทำให้ผู้ให้บริการบางส่วนไม่พึงพอใจ ก็คือ เรื่องของค่าเช่าในการออกใบรับรองที่ไม่ทันความต้องการของลูกค้า และความผิดพลาดบางประการ เช่น ผลการตรวจวิเคราะห์ (ผล Lab) ไม่ตรงกับใบรับรองคุณภาพ การลงน้ำหนักพลอยจากกะรัตเป็นกรัม ระบุชื่อพลอยผิดหรือถ่ายรูปพลอยผิดด้าน และมีบางส่วนที่กล่าวว่าเจ้าหน้าที่บางรายให้บริการไม่ค่อยประทับใจ ไม่ยิ้มแย้มเป็นต้น

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



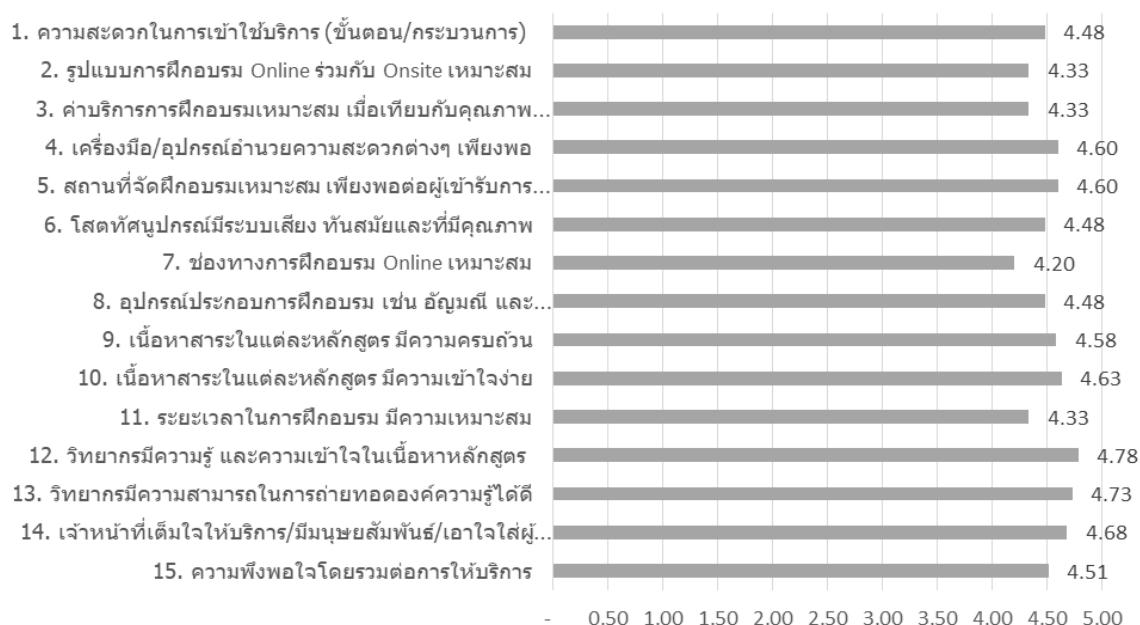
ภาพที่ 4.25 ความพึงพอใจจากการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า

4.5.2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ในส่วนของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ จำนวน 60 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.67 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 93.40 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า และประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ ผลการตรวจสอบมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ เอาใจใส่ลูกค้า เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี ความสะดวกในการเข้าใช้บริการทั้งในเรื่องขั้นตอนและกระบวนการ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เพียงพอและทันสมัย ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ ส่วนประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมาก (แต่มีคะแนนน้อยที่สุด) คือ การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ และหน้าเว็บไซต์ใช้งานง่ายและการเข้าถึงฐานข้อมูลสะดวก (ภาพที่ 4.25) สำหรับประเด็นที่ทำให้ผู้ให้บริการบางส่วนไม่พึงพอใจ ก็คือ เรื่องของระยะเวลาในการตรวจวิเคราะห์คุณภาพที่ไม่ทันความต้องการและนานกว่าหน่วยงานเอกชนบางแห่ง

4.5.3 ผู้ใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนา

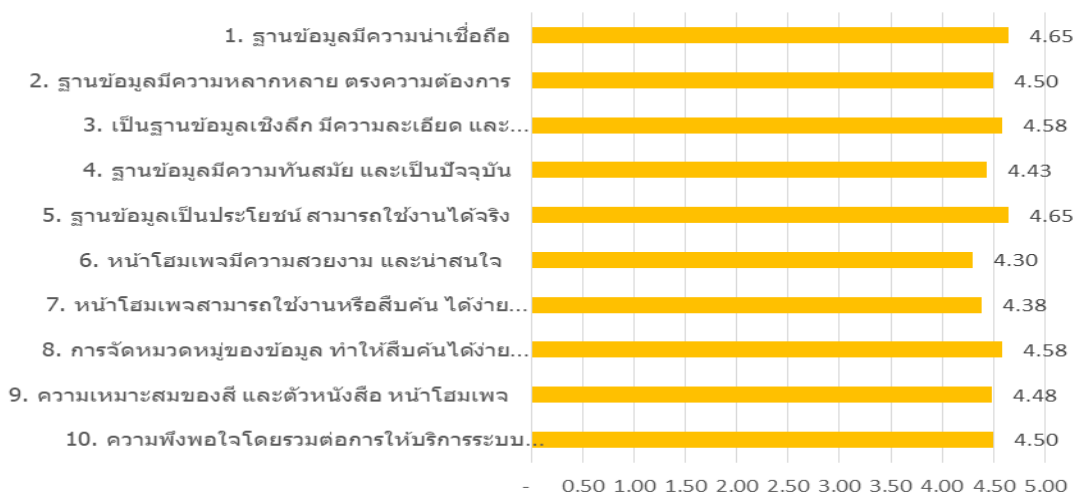
ในส่วนผู้ให้บริการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ รวมถึง Workshop/สัมมนา จากการสำรวจผู้ให้บริการจำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.51 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 90.20 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการฝึกอบรมและสัมมนา และประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ **วิทยากรมีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ดี และเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ผู้เข้าอบรม** รองลงมา คือ เรื่องของเนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตร มีความเข้าใจง่าย มีความครบถ้วน เครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เพียงพอ โสตทัศนูปกรณ์มีระบบเสียง ทันสมัย และมีคุณภาพ สถานที่จัดฝึกอบรมมีความเหมาะสม อุปกรณ์ประกอบการฝึกอบรม เช่น อัญมณี และเครื่องมือตรวจสอบ มีคุณภาพ ทันสมัย และเพียงพอต่อผู้เข้ารับการอบรม ขั้นตอนการเข้าใช้บริการมีความสะดวก นอกจากนี้ ผู้ให้บริการก็มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการฝึกอบรม Online ที่ควบคู่กับรูปแบบ Onsite และช่องทางการฝึกอบรม Online ก็มีความเหมาะสม รวมทั้ง ระยะเวลาในการฝึกอบรม และค่าบริการฝึกอบรมเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ (ภาพที่ 4.26) สำหรับประเด็นที่ผู้เข้ารับการอบรมต้องการเพิ่มเติม ก็คือ บางหลักสูตรระยะเวลาในการฝึกอบรมสั้นไป ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา ซึ่งเนื้อหาในหลักสูตรต้องการระยะเวลาในการทำความเข้าใจ หรือฝึกฝนมากกว่าระยะเวลาที่กำหนด



ภาพที่ 4.26 ความพึงพอใจจากการใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนา

4.5.4 ผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th>

ผู้ให้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.50 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 90.00 มีความพึงพอใจต่อระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> และผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกประเด็น ทั้งนี้ ประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ ฐานข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เป็นประโยชน์ เป็นข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด ครบถ้วน มีความหลากหลาย ตรงความต้องการ และสามารถใช้งานได้จริง ฐานข้อมูลมีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน มีการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล ทำให้สืบค้นได้ง่าย และสะดวก นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการก็มีความพึงพอใจต่อหน้าโฮมเพจที่สามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (friendly user) มีการใช้สีและตัวหนังสือที่เหมาะสม สวยงาม และน่าสนใจ (ภาพที่ 4.27)

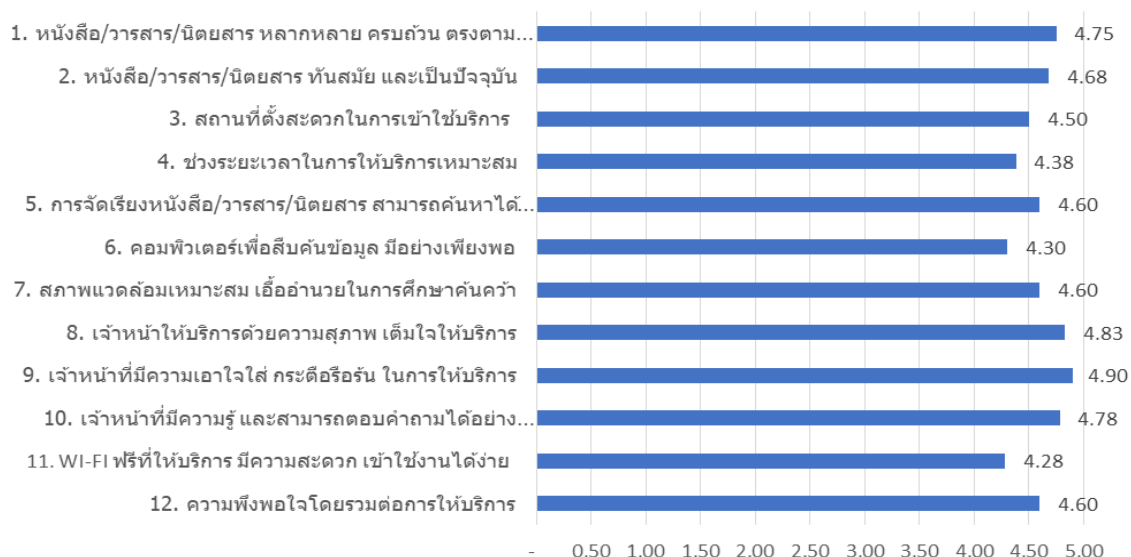


ภาพที่ 4.27 ความพึงพอใจจากการใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th>

4.4.5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary

ในส่วนของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ จำนวน 40 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับมีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.60 หรือกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการร้อยละ 92.00 มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ **เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นในการให้บริการ มีการให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจให้บริการ และมีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง** รองลงมา คือ หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย

ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน มีการจัดเรียงหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว มีสภาพแวดล้อมเหมาะสม เอื้ออำนวยในการศึกษาค้นคว้า สถานที่ตั้ง สะดวกในการเข้าใช้บริการ ช่วงระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสม คอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูล มีอย่าง เพียงพอ และมี WI-FI ฟรีที่ให้บริการ มีความสะดวก เข้าใช้งานได้ง่าย



ก. การใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ



ข. การใช้บริการ GIT eLibrary

ภาพที่ 4.28 ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (ก) และ GIT eLibrary (ข)

ผู้ให้บริการ GIT eLibrary มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.41 หรือกล่าวได้ว่า **ผู้ให้บริการร้อยละ 88.20 มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ GIT eLibrary** โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในทุก ประเด็น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของหนังสือ/วารสารออนไลน์ หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน ระบบ GIT eLibrary สามารถใช้งานได้สะดวก และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เร็ว มี

รูปแบบดีไซน์สวยงาม และน่าสนใจ มีการจัดหมวดหมู่ที่ทำให้สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว และมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการเข้าใช้ระบบ GIT eLibrary (ภาพที่ 4.28) แต่อย่างไรก็ตาม มีผู้ให้บริการบางคนต้องการให้มี e-book มากกว่านี้ เพราะว่าวารสารบางเล่มต้องเข้าไปดูที่ห้องสมุดเท่านั้น หรือในระบบการกดดูย้อนกลับที่ค่อนข้างไม่สะดวก ทำให้ต้องกลับมาเลื่อนดูตั้งแต่ต้นใหม่ และทำให้มองเห็นหนังสือไม่ทั่วถึง

4.6 ความต้องการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ 2566 ถึงความต้องการกลับมาใช้บริการที่ GIT ต่อไปในอนาคต พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ทั้งหมดร้อยละ 100.00 มีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ เนื่องจากผู้ให้บริการกลุ่มนี้เชื่อมั่นในคุณภาพการตรวจวิเคราะห์ และเชื่อมั่นในใบรับรองคุณภาพที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ส่วนผู้ให้บริการฝึกอบรมและสัมมนาร้อยละ 97.50 มีความต้องการกลับมาใช้บริการการฝึกอบรมหรือสัมมนาที่ GIT ต่อไป เนื่องจากมีความประทับใจต่อการให้บริการ ทั้งวิทยากร เจ้าหน้าที่ สถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้ง เนื้อหาความรู้ในแต่ละหลักสูตรที่น่าสนใจ มีการปรับปรุงเนื้อหาในหลักสูตรตลอดเวลา มีความทันสมัย และองค์ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้จริง และถึงแม้ว่าจะผ่านการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ตามความต้องการแล้วก็ตาม ก็ยังคงจะส่งบุคลากร/เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้ามารับการอบรมต่อเนื่อง หรือไม่ก็เข้าร่วมการสัมมนาในรูปแบบ Online หรือติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ หน้าเว็บไซต์ของหน่วยงานต่อไป และอีกร้อยละ 2.50 ที่ยังไม่แน่ใจก็เป็นเพราะว่าไม่มั่นใจในเรื่องระยะเวลาที่จะเข้ามาฝึกอบรมในอนาคต

ในส่วนผู้ให้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ร้อยละ 90.00 มีความต้องการใช้ฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ส่วนมากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัย เป็นปัจจุบัน และเป็นฐานข้อมูลที่มีความครบถ้วน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ เป็นหน่วยงานหลักของประเทศไทยที่ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในทุกมิติ สามารถเข้ามาสืบค้นได้อย่างสะดวก และมี Application ที่สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก ส่วนอีกร้อยละ 7.50 ที่ไม่แน่ใจ และร้อยละ 2.50 ที่ไม่ต้องการใช้บริการอีก เนื่องจากไม่ได้ทำงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับแล้ว (เปลี่ยนงาน) หรือสำเร็จการศึกษาแล้ว และผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด ร้อยละ 100.00 มีความต้องการกลับมาใช้บริการห้องสมุดต่อไป เนื่องจากความประทับใจกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และความเป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการรวบรวมวารสาร/นิตยสาร/หนังสือที่หลากหลาย ครบถ้วน มีความทันสมัย ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง

รวมถึงบรรยากาศโดยรวมของห้องสมุดที่มีความเหมาะสม ประกอบกับการมี Application GIT eLibrary ที่ทำให้รับรู้ความเคลื่อนไหวของห้องสมุด และง่ายต่อการใช้งาน ไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่ห้องสมุดด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม มีผู้ให้บริการเพียงร้อยละ 10.00 ที่ไม่แน่ใจหรือไม่สะดวกในการใช้งาน GIT eLibrary เนื่องจากบางครั้งวารสารหรือหนังสือที่ต้องการค้นคว้าไม่สามารถอ่านได้ใน Application ซึ่งก็ต้องเดินทางมาที่ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

โดยรวมแล้วจึงสามารถสรุปได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการของ GIT ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการที่ดี และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำมากถึงร้อยละ 97.50 และอีกร้อยละ 2.75 ที่ไม่แน่ใจและไม่ใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากออกจากธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไปแล้ว (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ความต้องการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ความต้องการใช้บริการในอนาคต	หน่วย: ร้อยละ		
	ใช้บริการต่อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช้บริการ
ผู้ให้บริการในปัจจุบันประมาณ 2566 (Active User)			
1. ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (n=120)	100.00	-	-
2. ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (n=60)	100.00	-	-
3. การฝึกอบรม/สัมมนา (n=40)	97.50	2.50	-
4. ระบบฐานข้อมูล https://infocenter.git.or.th (n=40)	90.00	7.50	2.50
5. ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (n=40)	100.00	-	-
6. GIT eLibrary (n=40)	90.00	10.00	-
ผู้ให้บริการที่ไม่ใช้บริการในปี 2566 (Inactive User)			
1. ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (n=40)	95.00	5.00	-
2. ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (n=20)	100.00	-	-
ผู้ไม่ใช้บริการ (Non User) (n=40)	72.50	27.50	
รวมทั้งหมด (n=400) ^{1/}	97.25	2.50	0.25

หมายเหตุ: ^{1/} คำนวณเฉพาะกลุ่มผู้ให้บริการ (Active User และ Inactive User) เท่านั้น

นอกจากนั้น จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการ GIT (Non User) จำนวน 40 ตัวอย่าง ถึงความต้องการมาลองใช้บริการที่ GIT พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 72.50 มีความต้องการจะลองใช้บริการถ้ามีโอกาส ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับต่างก็ทราบว่า GIT เป็นหน่วยงานภาครัฐหลักของประเทศไทย ที่มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจในส่วน of ธุรกิจอัญมณี

และเครื่องประดับ นั้นหมายความว่า **GIT เป็นที่ยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ** รวมทั้งรับทราบว่า GIT มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย และมีมาตรฐานในระดับสากล และมีการให้บริการที่มีมาตรฐานมากกว่าหน่วยงานอื่นๆ และมีอัตราค่าบริการไม่สูงมากนัก แต่โอกาสที่จะเข้ามาใช้บริการขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ และอีกร้อยละ 27.50 ไม่แน่ใจว่า เนื่องจากขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าว่าต้องการใบรับรองคุณภาพจากหน่วยงานใด

4.7 ข้อจำกัดในการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสอบถามข้อจำกัดในการใช้บริการที่ GIT จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ร้อยละ 28.75 และร้อยละ 27.50 ตามลำดับ มีปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ ส่วนมากเป็นปัญหาในเรื่องขั้นตอนการให้บริการที่ใช้ระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพค่อนข้างนาน ระบบการรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องมาดำเนินการด้วยตนเอง และไม่มีระบบการติดตามผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพ ต้องอาศัยการโทรศัพท์มาสอบถาม และประสบปัญหาเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยให้คำแนะนำ หรือไม่ค่อยอธิบายรายละเอียดของใบรับรองรวมทั้งในเรื่องของสถานที่จอดรถที่ค่อนข้างคับแคบ และข้อจำกัดในการรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเพียงสองแห่งเท่านั้น ส่วนผู้ให้บริการฝึกอบรมและสัมมนาเพียงร้อยละ 20.00 ประสบปัญหาในเรื่องข้อจำกัดของสถานที่จอดรถ และเนื้อหาในการฝึกอบรมที่มีรายละเอียดมาก ควรเพิ่มระยะเวลาให้เหมาะสม ส่วนผู้ให้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> ร้อยละ 17.50 ที่ประสบปัญหาในการใช้บริการ ส่วนมากต้องการให้มีฐานข้อมูลที่มีความหลากหลายและความทันสมัย และผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับและ GIT eLibrary ร้อยละ 27.50 ที่ประสบปัญหาในการใช้บริการ ซึ่งส่วนมากต้องการให้มีการให้บริการในวันหยุดราชการ หรือขยายเวลาการให้บริการ และเพิ่มความหลากหลายของวารสาร/นิตยสาร/งานวิจัย ทั้งในห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับและ GIT eLibrary (ตารางที่ 4.6)

นอกจากนั้น ผู้ใช้บริการในแต่ละประเภทให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากขึ้น รวมถึงผู้ที่ไม่ใช้บริการ GIT หรือผู้ประกอบการที่ใช้บริการไม่ต่อเนื่อง มาลองใช้บริการหรือกลับมาใช้บริการ โดยจำแนกตามประเภทของผู้ใช้บริการ GIT ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ข้อจำกัดในการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

หน่วย: ร้อยละ

ปัญหาอุปสรรค	การใช้บริการ	ตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=80)	การอบรม/ สัมมนา (n=40)	ระบบ ฐานข้อมูล (n=40)	ห้องสมุดและ eLibrary (n=40)
ไม่มีปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ		71.25	72.50	80.00	82.50	72.50
มีปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ		28.75	27.50	20.00	17.50	27.50
ปัญหาในการใช้บริการ ^{1/}						
ปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการ						
1. รายละเอียดในใบรับรองคุณภาพ		2.50				
2. ระดับมาตรฐานสีที่ทำการตรวจวิเคราะห์ยังไม่ครอบคลุม		1.25				
3. การตรวจสอบที่มีความละเอียดเพิ่มมากขึ้น			3.75			
4. เนื้อหาในการฝึกอบรม (มาก) ไม่เหมาะสมกับระยะเวลา				10.00		
5. ความหลากหลายและความทันสมัยของฐานข้อมูล					17.50	
6. การเข้าถึงข้อมูล (ต้องตอบแบบสอบถาม)					5.00	
7. ความหลากหลายของวารสาร/นิตยสาร/งานวิจัยในห้องสมุด						5.00
8. ความหลากหลายของวารสาร/นิตยสาร/งานวิจัยใน GIT eLibrary						7.50
ปัญหาด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ						
1. ขั้นตอนในการตรวจสอบล่าช้า/รอผลการตรวจสอบนาน		11.25	10.00			
2. ระบบการรับส่งผลิตภัณฑ์ และการติดตามผลการตรวจวิเคราะห์		6.25	1.25			
3. อัตราค่าบริการ		0.63				
4. การให้บริการในวันหยุดราชการ หรือหลังเวลาราชการ			1.25			12.50
ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร						
1. เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเอาใจใส่ลูกค้า/ไม่ค่อยยิ้มแย้ม/ไม่ค่อยให้คำแนะนำ		10.63	1.25	2.50		
2. เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ			2.50			
ปัญหาด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก						
1. ที่จอดรถคับแคบ/ไม่สะดวก		7.50	8.75	7.50		5.00
2. สถานที่ตั้งเป็นข้อจำกัดสำหรับผู้ประกอบการต่างจังหวัด		5.00	3.75			
3. สถานที่ตั้งคับแคบ			1.25	5.00		2.50

หมายเหตุ: ^{1/} สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

1. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการให้ (1) ควรเพิ่มสาขาการให้บริการในระดับภูมิภาค และปรับปรุงการรับส่งตัวอย่างอัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ การจัดส่งตัวอย่างในระบบออนไลน์ และส่งตัวอย่างทางระบบไปรษณีย์ไทย เพื่อเป็นการลดระยะเวลาในการเดินทาง เพื่อความสะดวกของผู้ประกอบการในต่างจังหวัด รวมถึงสามารถติดตามการตรวจสอบคุณภาพได้เป็นระยะๆ (2) ระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองไม่

ควรเกิน 3 วัน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับหน่วยงานอื่นได้ หน่วยงานอื่นใช้ระยะเวลาในการตรวจวิเคราะห์เพียง 1-2 วัน (3) ควรปรับลดอัตราค่าบริการการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับให้เหมาะสมกับชิ้นงาน อาทิ กรณีการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีเลียนแบบ ก็ไม่ควรคิดในอัตราค่าบริการเต็มราคา หรือส่วนลดสำหรับการตรวจวิเคราะห์คุณภาพสินค้าในปริมาณมาก (จำนวนมากต่อครั้ง) หรือลูกค้าประจำที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน หรือมี Promotion อื่นๆ (4) ควรมีระบบติดตามการตรวจสอบคุณภาพในระบบออนไลน์ ผ่านหน้าเว็บไซต์หรือ Application เพื่อติดตามสถานการณ์ตรวจวิเคราะห์คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และมีระบบส่งผลการตรวจวิเคราะห์ผ่านหน้าเว็บไซต์หรือ Application (5) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ควรเต็มใจในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า มีความอดทนต่อความไม่รู้ของลูกค้า ใช้น้ำเสียงในการสื่อสารด้วยความเป็นมิตร (6) ควรขยายระยะเวลาการให้บริการจาก 11.00 - 16.00 น. เป็น 9.00 - 18.00 น. ในวันเวลาราชการ และให้บริการในวันเสาร์และวันหยุดราชการ ในช่วงเวลา 10.00 - 17.00 น. (7) ควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าต่างประเทศ โดยอาศัยการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานและใบรับรองคุณภาพให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้น และ (8) ควรตรวจสอบใบรับรองคุณภาพให้เรียบร้อยก่อนส่งให้กับลูกค้า ทั้งในเรื่องของรูปภาพ ชื่อ และผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพ มิให้เกิดความผิดพลาด รวมทั้งการเขียนข้อ Comment ต่างๆ บนใบรับรองคุณภาพ

2. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกับผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับมากนัก โดยส่วนมากมีความต้องการให้ GIT (1) เพิ่มสาขาในการให้บริการในระดับภูมิภาค (2) ปรับระยะเวลาในการตรวจวิเคราะห์และออกใบรับรองคุณภาพให้เสร็จสิ้นภายใน 2-3 วัน (3) ปรับลดอัตราค่าบริการลง หรือทำ Promotion เพิ่มเติม (4) ปรับปรุงขั้นตอนการรับส่งตัวอย่างในการตรวจวิเคราะห์ (5) เพิ่มระบบการติดตามผลการตรวจวิเคราะห์ ในรูปแบบ Online หรือเพิ่มระบบแจ้งเตือนทาง SMS และ (6) ต้องการให้มีเทคโนโลยีที่สามารถตรวจวิเคราะห์ชิ้นงานขนาดใหญ่ โดยไม่ต้องทำลายชิ้นงาน

3. การฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากมีความต้องการให้ (1) หลักสูตรฝึกอบรมต่างๆ ของ GIT โดยเฉพาะหลักสูตรอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ หลักสูตรออกแบบเครื่องประดับ มีภาคปฏิบัติการเพิ่มมากขึ้น หรือขยายระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น (2) หลักสูตรการฝึกอบรมต่างๆ ควรเพิ่มทางเลือกของช่วงเวลาการให้บริการที่มากกว่านี้ และ (3) ปรับเปลี่ยนสถานที่จัดฝึกอบรมไปอยู่ในสถานที่ที่มีจอตลอดสะดวกมากกว่าที่สถาบันฯ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของที่จอดรถที่อยู่อย่างจำกัด และควรเพิ่มขนาดห้องเรียนให้มีขนาดใหญ่ขึ้นสำหรับหลักสูตรที่มีคนเรียนเป็นจำนวนมาก

4. การให้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการให้ (1) ปรับปรุงระบบ interface ให้สามารถถ่ายโอนข้อมูลได้รวดเร็ว (2) ระบบฐานข้อมูลสถิติ ควรมีการแสดงค่าเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาสได้ (ปัจจุบันเป็นตัวเลขมูลค่าสะสมตามช่วงเดือนที่ต้องการค้นหา) (3) เพิ่มความหลากหลายของข้อมูล และมีข้อมูลสถิติที่ให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันมากที่สุด (update ข้อมูลให้เร็ว) (4) ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตรการฝึกอบรมฟรี หรือโครงการที่หน่วยงานภาครัฐ สนับสนุนให้มากกว่านี้ (5) ต้องการให้หน่วยงานมีระบบ Open Chat เพื่อให้ผู้ใช้บริการสอบถามข้อมูล หรือเป็นตัวช่วยในการค้นหาและประมวลผลข้อมูล

5. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (1) ควรขยายระยะเวลาการเปิดให้บริการจนถึง 20.00 น. และควรเปิดให้บริการทุกวัน (2) ควรจัดพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการให้เพียงพอ และ (3) ควรเพิ่มวารสาร นิตยสาร หนังสือ หรืองานวิจัยใหม่ๆ เข้ามาในห้องสมุด รวมทั้ง ใน GIT eLibrary ด้วยเช่นกัน เพื่อให้เกิดความหลากหลาย

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ใช้บริการ (Non User) มีความคิดเห็นว่า GIT ต้องมีการปรับตัวให้หน่วยงานเป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างประเทศมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้กลุ่มลูกค้ายอมรับในความเป็นมาตรฐานสากลของใบรับรองคุณภาพของ GIT (2) ปรับปรุงขั้นตอนการติดต่อเพื่อใช้บริการที่สถาบันฯ ให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น (3) ปรับลดอัตราค่าบริการให้ถูกลง (4) การออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับควรดำเนินการให้เร็วขึ้น ให้เสร็จสิ้นภายใน 1 วัน (5) เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ เพื่อให้ได้ลองมาใช้บริการ และ (6) ปรับช่วงระยะเวลาการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งที่อยู่ต่างจังหวัด หรือในพื้นที่ไกล อาจจะเปิดให้บริการทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ หรือเปิดให้บริการถึงเวลา 19.00 น. หรือ 20.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

5.1 บทสรุป

ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566 เป็นการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) ผู้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (Active User) จำนวน 300 ตัวอย่าง จำแนกออกตามประเภทการให้บริการได้ทั้งหมด 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ 120 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า 60 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา 40 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> 40 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary 40 ตัวอย่าง (2) กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแต่ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ 2566 (Inactive User) จำนวน 60 ตัวอย่าง เป็นผู้เคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า จำนวน 40 และ 20 ตัวอย่าง ตามลำดับ และ (3) กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการ GIT เลย (Non User) จำนวน 40 ตัวอย่าง

ในปีงบประมาณ 2566 ผู้ใช้บริการ GIT มีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 10.24 ครั้ง/ปี ส่วนมากเป็นการตรวจวิเคราะห์จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ และการตรวจสอบจำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร มีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า เฉลี่ย 5.55 ครั้ง/ปี ส่วนมากเป็นการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่มด้วยเทคนิค ICP-OES ส่วนการให้บริการฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า มีการใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนาเฉลี่ย 1.48 ครั้ง/ปี โดยส่วนมากใช้บริการฝึกอบรมในหลักสูตรอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรออกแบบเครื่องประดับ และเข้าร่วม Workshop หรือสัมมนา ส่วนการใช้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> เฉลี่ย 3 ครั้ง/เดือน หรือ 36 ครั้ง/ปี โดยส่วนมากเข้ามาสืบค้นบทความ/บทวิเคราะห์/บทความวิชาการ/เกาะติดสถานการณ์การตลาด ข้อมูลธุรกิจ/ข้อมูลอุตสาหกรรม สถิติการค้าไทย อินโฟกราฟิกด้านการตลาด/อัญมณี/โลหะมีค่า และข่าวธุรกิจ ตามลำดับ มีการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 1.80 ครั้ง/เดือน หรือ 21.60 ครั้ง/ปี และใช้บริการ GIT eLibrary เฉลี่ย 1.85 ครั้ง/เดือน หรือ 22.22 ครั้ง/ปี ส่วนมากสืบค้น หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ GIT ที่ถือได้ว่าเป็น จุดแข็ง (Strength) ที่สำคัญ คือ (1) GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (2) ใบรับรองคุณภาพของ GIT เป็นใบรับรองที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (3) เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้การตรวจวิเคราะห์คุณภาพและฝึกอบรมมีความทันสมัย (4) การฝึกอบรม/สัมมนา มีเนื้อหาตรงตามความต้องการ สามารถนำไปใช้งานได้จริง และวิทยากรมีความรู้ความสามารถ บรรยายดี และเป็นกันเอง (5) ระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> เป็นข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือ ตรงตามความต้องการและใช้งานได้จริง สามารถสืบค้นได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย (6) ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับเป็นห้องสมุดเฉพาะทาง และเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ มีการบริการที่ดี และ (7) GIT eLibrary เป็นห้องสมุดออนไลน์เฉพาะทางที่สะดวกในการใช้งาน

ในส่วนปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกใช้บริการ GIT จากการสำรวจในปีงบประมาณ 2566 พบว่า เหตุผลหลักที่ผู้เคยใช้บริการแล้วไม่มาใช้บริการ GIT ก็คือ ระยะเวลาในการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับไม่ทันความต้องการของลูกค้าที่จะต้องรีบใช้หรือจัดส่ง รวมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า (End Customer) ที่ต้องการใบรับรองจากหน่วยงานอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น GRS GIA หรือ AGIS และมีบางส่วนกล่าวว่าอัตราค่าบริการของหน่วยงานไม่เหมาะสม ในขณะที่กลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการ GIT เลย (Non User) ส่วนมากจะไปใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองกับหน่วยงานอื่นๆ อาทิ GRS, AGIS หรือ GIA ซึ่งมีความเชื่อว่าหน่วยงานเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือในระดับสากลมากกว่า GIT และมีบางส่วนที่ยังกล่าวว่า การให้บริการของ GIT มีความล่าช้า และอัตราค่าบริการสูงโดยรวมแล้ว จุดอ่อน (Weakness) ของ GIT ที่สำคัญ คือ การสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงานกับตลาดหรือลูกค้าปลายทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการยอมรับและความต้องการใช้บริการ GIT ในอนาคต รวมทั้ง การสื่อสารถึงเรื่องคุณภาพการให้บริการ ความหลากหลายของบริการ กับความเหมาะสมของระยะเวลาและอัตราค่าบริการของ GIT ให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมดรับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน อย่างกว้างขวาง

ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT ของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับพบว่า ส่วนมากรับทราบข้อมูลข่าวสารจาก Website (www.git.or.th) และ Social Network เช่น Facebook, Instagram นอกจากนั้น ยังมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในมุมมองของผู้ประกอบการ ก็คือ Social Network และ www.git.or.th

ในส่วนของภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีทัศนคติที่ดีหรือมีมุมมองที่เป็นบวกกับ GIT ภาพลักษณ์ที่สำคัญ ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้ และผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ รองลงมา ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า รวมทั้ง เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก และการเป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน นอกจากนี้ ประเด็นภาพลักษณ์ที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยมาก (แต่ได้คะแนนน้อยที่สุด) หรือยังมีทัศนคติที่ไม่ดีเท่าที่ควร คือ รูปแบบการให้บริการที่หลากหลายตามความต้องการลูกค้า ในที่นี้ คือ เรื่องของมาตรฐานสีอัญมณีของ GIT ที่ไม่มากเท่าหน่วยงานอื่น

ประเด็นการเป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง (Professional and High Performance Organization) ในมุมมองของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมองว่า GIT เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ นั้นหมายความว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีการจัดการความรู้องค์กรอย่างเป็นระบบ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้ รวมทั้ง GIT เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ นั้นสะท้อนถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์องค์กร มีการบริหารจัดการอย่างเป็นอิสระ มีเป้าหมายทิศทางที่ชัดเจน ทำให้บุคลากรองค์กรมีการเรียนรู้ร่วมกัน และประสานการทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ซึ่งแสดงออกมาจากการที่ผู้ประกอบการกล่าวว่า บุคลากรของ GIT ต่างมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และมีทัศนคติที่ดี มีความเต็มใจให้บริการ และเอาใจใส่ลูกค้า หรือกล่าวได้ว่าเป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการบุคลากรที่มีความเหมาะสมกับเป้าหมายขององค์กร รวมทั้ง การมีกลไกการบริหารจัดการคุณภาพ ที่มีเป็นกระบวนการบริหารจัดการที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์ และเป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ และมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้า และสร้างความพึงพอใจ หรือกล่าวโดยรวมได้ว่าเป็นการให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม

ตำแหน่งทางการตลาด (Marketing Positioning) ของ GIT เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ เป็นการพิจารณา 2 ประเด็นหลัก คือ มาตรฐานการให้บริการ และรูปแบบการให้บริการ พบว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย และมีมาตรฐานในการให้บริการในระดับที่สูง ซึ่งแตกต่างจาก GIA ที่เป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานสูงเช่นกัน แต่มีความเฉพาะเจาะจงในเรื่องการตรวจสอบคุณภาพเพชร เช่นเดียวกับ GRS เป็นหน่วยงานที่มีความเฉพาะเจาะจงในการตรวจสอบคุณภาพพลอย แต่มีคุณภาพมาตรฐานการให้บริการที่ดีกว่าหน่วยงานอื่น ส่วน AIGS ก็มีมาตรฐานในการให้บริการที่สูงกว่า GRS และเป็นหน่วยงานที่มีความเฉพาะเจาะจงในการตรวจสอบคุณภาพพลอย

การประเมินระดับความเชื่อมั่นต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า พบว่า **ผู้ใช้บริการร้อยละ 97.20 และร้อยละ 97.00 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า** ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้บริการได้รับผลการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ที่มีความเป็นมาตรฐาน มีความถูกต้องแม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ซึ่งทำให้การออกใบรับประกันคุณภาพที่มีความน่าเชื่อถือมาก

ในส่วนสุดท้าย คือ การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการในด้านต่างๆ ของ GIT ในภาพรวม พบว่า **ผู้ใช้บริการร้อยละ 91.20 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566** หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจกับการให้บริการของ GIT ในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.56) และพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.20 ขึ้นไป) ในทุกประเภทการให้บริการของ GIT ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากต่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ทั้งทางด้านขั้นตอนการให้บริการ และระยะเวลาการให้บริการ อัตราค่าบริการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย ทำให้ได้ผลตรวจสอบคุณภาพที่มีความถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ เนื้อหาในการฝึกอบรมตรงตามความต้องการ ครบถ้วน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้งานได้จริง วิทยากรมีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ดี เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความเต็มใจให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า สามารถตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี ส่วนระบบฐานข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เป็นข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด ครบถ้วน มีความหลากหลาย ตรงตามความต้องการ และสามารถใช้งานได้จริง ในส่วนของห้องสมุดมีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลายครบถ้วน ตรงตามความต้องการ ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นในการให้บริการ มีการให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจให้บริการ และมีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง และระบบ GIT

eLibrary สามารถใช้งานได้สะดวก และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เร็ว มีรูปแบบดีไซ์สวยงาม และน่าสนใจ มีการจัดหมวดหมู่ที่ทำให้สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว

จากผลการประเมินความเชื่อมั่นและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการที่ GIT เมื่อพิจารณาแนวโน้มความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ GIT พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 97.25 ต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT โดยกลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า และห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งหมดจะกลับมาใช้บริการ ส่วนกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่แน่ใจ และไม่ใช้บริการ ส่วนมากจะเป็นผู้ที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (เปลี่ยนงาน) หรือสำเร็จการศึกษาแล้ว ทำให้ไม่มีความจำเป็นต้องมาใช้บริการการฝึกอบรม หรือระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> และ GIT eLibrary ในขณะที่ ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการ ทั้งกลุ่มที่มีความต้องการลองมาใช้บริการ (ถ้ามีโอกาส) และกลุ่มที่ยังไม่แน่ใจ ส่วนมากจะกล่าวว่าขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ว่าลูกค้าต้องการใบรับรองคุณภาพจากหน่วยงานใด แต่ส่วนมากทราบว่า GIT เป็นหน่วยงานหลักทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศ มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นหน่วยงานที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย และมีมาตรฐานในระดับสากล

จากการสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากไม่พบปัญหาหรือข้อจำกัดจากการใช้บริการที่ GIT และมีผู้ให้บริการบางส่วนที่มีข้อจำกัดจากการให้บริการ อาทิ ระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพไม่ทันตามความต้องการ ระบบการรับส่งตัวอย่างที่ต้องมาดำเนินการด้วยตนเอง ไม่มีระบบการติดตามผล ข้อจำกัดในการรับส่งตัวอย่างเพียงสองแห่ง ช่วงระยะเวลาในการให้บริการที่จำกัดในวันเวลาราชการ รวมทั้ง สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2566 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากกับการให้บริการ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และมีมุมมองภาพลักษณ์องค์กรในทางบวก เป็นองค์กรมืออาชีพและมีสมรรถนะสูง ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ และการเสริมสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารและการตลาด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะในภาพรวมของหน่วยงาน

1. จากรูปแบบการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ภายในข้อจำกัดของพื้นที่ให้บริการ ณ อาคารไอทีเอฟ ถนนสีลม และจุดบริการรับส่งอัญมณีและเครื่องประดับนอกสถานที่ ณ บริเวณชั้น 1 อาคารสิทธิกร ถนนมเสกซ์ ซึ่งยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการการใช้บริการของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ทั้งในต่างจังหวัด GIT ควรเพิ่มสาขาการให้บริการในพื้นที่ต่างจังหวัดที่แหล่งธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ หรือสาขาในระดับภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ เชียงราย จันทบุรี ตาก เป็นต้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งอัญมณีและเครื่องประดับเข้ามาตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพ รวมทั้ง เพื่อเป็นสถานที่ในการฝึกอบรม

2. GIT ควรพัฒนา Application หรือระบบการรับส่งและติดตามผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ซึ่งเป็นระบบ online ที่ทำให้ผู้ใช้บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพสะดวกในการใช้บริการ ในระบบนี้ควรทำให้ผู้ใช้บริการสามารถ (1) แจ้งความประสงค์ที่จะส่งตัวอย่างมาตรวจวิเคราะห์คุณภาพ (2) ติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในการรับเรื่องตรวจวิเคราะห์คุณภาพ (3) ประเมินราคาค่าใช้จ่ายในเบื้องต้น (4) เมื่อทำการส่งตัวอย่างผ่านระบบไปรษณีย์ไทยแล้วสามารถรายงานการจัดส่งตัวอย่าง (5) แสดงผลการดำเนินการตรวจวิเคราะห์คุณภาพ (timeline การดำเนินงาน) (6) แจ้งเตือนเมื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพเสร็จ (7) แสดงตัวอย่างใบรับรองคุณภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการตรวจสอบก่อนออกใบรับรองจริง (8) ส่งผลการตรวจวิเคราะห์และใบรับรองคุณภาพ online (9) ชำระค่าบริการและส่งหลักฐานการโอนเงินค่าบริการ และ (10) แจ้งการส่งตัวอย่างคืนให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งระบบนี้จะทำให้ผู้ประกอบการที่มีข้อจำกัดด้านสถานที่สามารถเข้ามาใช้บริการที่สถาบันฯ ได้ และ Application หรือระบบนี้สามารถใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการอื่นๆ อาทิ หลักสูตรการฝึกอบรม หรือหัวข้อการสัมมนาต่างๆ และอาจจะเชื่อมต่อกับระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> และ/หรือ GIT eLibrary เพื่อให้เป็นศูนย์รวมการให้บริการของ GIT

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการให้บริการแต่ละประเภท

1. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า มีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) GIT ลดระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองไม่ควรเกิน 3 วัน (2) ปรับลดอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับชิ้นงาน อาทิ กรณีการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีเลียนแบบ ก็ไม่ควรคิดในอัตราค่าบริการเต็มราคา หรือส่วนลดสำหรับการตรวจวิเคราะห์คุณภาพสินค้าในปริมาณมาก

(จำนวนมากต่อครั้ง) หรือลูกค้าประจำที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน หรือมี Promotion อื่นๆ (3) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการหน้าเคาเตอร์ควรมีเจ้าหน้าที่ประจำตลอดเวลา อบรมพนักงานในเรื่อง service mind และควรสามารถตอบคำถามในการให้บริการได้อย่างมืออาชีพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า มีความอดทนต่อความไม่รู้ของลูกค้า ใช้น้ำเสียงในการสื่อสารด้วยความเป็นมิตร (4) ขยายระยะเวลาการให้บริการจาก 11.00 - 16.00 น. เป็น 9.00 - 18.00 น. ในวันเวลาราชการ และให้บริการในวันเสาร์และวันหยุดราชการ ในช่วงเวลา 10.00 - 17.00 น.

2. การให้บริการการฝึกอบรมและสัมมนา มีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) หลักสูตรฝึกอบรมต่างๆ ของ GIT โดยเฉพาะหลักสูตรอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ หลักสูตรออกแบบเครื่องประดับ ควรมีระยะเวลาสำหรับภาคปฏิบัติการเพิ่มมากขึ้น (2) ช่วงเวลาในการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ ควรเพิ่มทางเลือกของช่วงเวลาการฝึกอบรมให้มากกว่านี้ และ (3) เปลี่ยนสถานที่จัดฝึกอบรมไปอยู่ในสถานที่ที่มีจอดรถสะดวกมากกว่าที่สถาบันฯ อาทิ การฝึกอบรมที่โรงแรมที่มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง และควรเพิ่มขนาดห้องเรียนให้มีขนาดใหญ่ขึ้นสำหรับหลักสูตรที่มีคนเรียนเป็นจำนวนมาก

3. การให้บริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> มีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) ปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้สามารถโหลดข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น ระบบ interface ให้สามารถถ่ายโอนข้อมูลได้รวดเร็ว (2) การแสดงค่าในฐานข้อมูลสถิติ ควรแสดงค่าเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาสได้ (ปัจจุบันเป็นตัวเลขมูลค่าสะสมตามช่วงเดือนที่ต้องการค้นหา) (3) นำเสนอข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด หรือ update ข้อมูลให้รวดเร็ว และ (4) เพิ่มระบบ Open Chat เพื่อให้ผู้ใช้บริการสอบถามข้อมูลหรือเป็นตัวช่วยในการค้นหาและประมวลผลข้อมูล

4. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary มีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) ขยายระยะเวลาการให้บริการห้องสมุด ถึง 20.00 น. และควรเปิดให้บริการทุกวัน และ (2) ควรเพิ่มวารสาร นิตยสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์หรืองานวิจัยใหม่ๆ เข้ามาในห้องสมุดและ GIT eLibrary เพื่อให้เกิดความหลากหลาย

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เอกสารอ้างอิง

- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543. เอกสารประกอบการสอนวิชาจิตวิทยาการบริหาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลธิชา บุนนที, วัลลภา อารีรัตน์, และเกื้อจิตต์ ฉิมทิม. 2564. การศึกษาองค์ประกอบขององค์กรสมรรถนะสูงของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 21. การประชุมวิชาการเสนอมผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 22. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. 2551. องค์การสมรรถนะสูงกับความรับผิดชอบต่อสังคม. วารสารการ จัดการภาครัฐและเอกชน. (2): 11-35
- นิสตาร์ เวชยานนท์. 2551. มิติใหม่ในการบริหารทุนมนุษย์. โรงพิมพ์ บริษัท กราฟิโก ซิสเต็มส์ จำกัด, กรุงเทพฯ.
- พเยาว์ อินทอง. 2560. การพัฒนาหน่วยงานภาครัฐสู่องค์การสมรรถนะสูง กรณีศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พลุ เดชะรินทร์ และชัยวัฒน์ หฤทัยพันธ์. 2553. การวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พลุ เดชะรินทร์. 2549. รายงานผลการศึกษาพัฒนารูปแบบเบื้องต้นของหน่วยงานภาครัฐ: องค์การที่มีขีดสมรรถนะสูง สำหรับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2543. พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ “13”. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุภชัย เศรษฐศาสตร์ประยุกต์. 2556. โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบการอำนวยความสะดวก. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการยุติธรรม, กระทรวงยุติธรรม.

Ajzen, I. 1988. **Attitudes, Personality and Behavior**. Chicago: The Dorsey Press.

Henerson, E., M., Morris, L. Lynn and Fitz-Gibbon, T. Carol. 1978. **How to Measure Attitudes**. 7th ed. California: Sage Publications.

Kenneth, E. B. 1975. **The Image: Knowledge in Life and Society**. Michigan: The University of Michigan.

Kotler, P. 2000. **Marketing Management**. 10th ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Likert, R. 1932. "A Technique for the Measurement of Attitudes." **Archives of Psychology**. 140, 1-55.

Oppenheim, A. N. 1966. **Questionnaire Design and Attitudes Measurement**. 2nd ed. New York: Basic Books.

Vroom, W. H. 1964. **Working and Motivation**. New York: John Wiley and Sons.

Yamane, T. 1967. **Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed**. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แบบสอบถามชุดที่ 1

งานบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้ มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- A1 เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
- A2 อายุ ☐ 1. <20 ปี ☐ 2. 20-29 ปี ☐ 3. 30-39 ปี ☐ 4. 40-49 ปี ☐ 5. 50-59 ปี ☐ 6. >59 ปี
- A3 การศึกษาสูงสุด ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. ปริญญาเอก
- A4 การประกอบอาชีพ ☐ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 2. พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 3. นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ
- ☐ 5. นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ ☐ 6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับที่หน่วยงานใด จำนวนกี่ครั้ง

- ☐ 1. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 2. บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 3. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 4. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 5. สถาบันอัญมณีศาสตร์นานาชาติ (IGI) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 6. International Colored Gemstone Association (ICA) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 7. อื่นๆ ระบุ _____ จำนวน _____ ครั้ง/ปี

B2 ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับที่ GIT ในเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. ตรวจวิเคราะห์จำแนก อัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ ☐ 2. การตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพของอัญมณี
- ☐ 3. การตรวจสอบเพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน และมรกต) ☐ 4. การตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ
- ☐ 5. การตรวจสอบชนิดของมุกและการปรับปรุงคุณภาพ ☐ 6. การตรวจสอบจำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร
- ☐ 7. การจัดระดับมาตรฐานคุณภาพ (4C's) ของเพชร ☐ 8. การตรวจสอบเพชรที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพโดยวิธีการต่างๆ
- ☐ 9. ตรวจวิเคราะห์จำแนก เพชรธรรมชาติ และเพชรสังเคราะห์ ☐ 10. การตรวจสอบเครื่องประดับ
- ☐ 11. การบริการแกะสลักขอบเพชรและพลอย

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

B3 เหตุผลในการเลือกใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| () 1. คุณภาพการให้บริการ | () 2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม |
| () 3. ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ | () 4. ความน่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงาน GIT |
| () 5. ตามความต้องการของลูกค้า | () 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ |
| () 7. ความรวดเร็วในการให้บริการ | () 8. ใบรับรองคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ |
| () 9. ข้อมูล/ความรู้ มีความถูกต้อง / น่าเชื่อถือ | () 10. อื่นๆ ระบุ_____ |

B4 เหตุผลในการเลือกไม่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| () 1. คุณภาพ/ผลการตรวจวิเคราะห์ไม่แม่นยำ | () 2. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม (แพงไป) |
| () 3. เครื่องมือ/อุปกรณ์ไม่ทันสมัย | () 4. มีหน่วยงานอื่นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลมากกว่า |
| () 5. ลูกค้ามีความต้องการให้ตรวจสอบที่หน่วยงานอื่น | () 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่ดี/ไม่เต็มใจให้บริการ |
| () 7. การให้บริการไม่รวดเร็ว (ช้าไป) | () 8. ใบรับรองคุณภาพไม่มีความน่าเชื่อถือ |
| () 9. ข้อมูล/ความรู้ ไม่ถูกต้อง / ไม่น่าเชื่อถือ | () 10. อื่นๆ ระบุ_____ |

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

C1 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 คือ เฉยๆ

2 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	1	2	3	4	5
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	1	2	3	4	5
8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	1	2	3	4	5
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	1	2	3	4	5
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	1	2	3	4	5
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	1	2	3	4	5
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของประเทศ	1	2	3	4	5

C2 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
() 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ.
() 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
() 7. อื่นๆ ระบุ_____

C3 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
() 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ.
() 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
() 7. อื่นๆ ระบุ_____

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

D1 จากประสบการณ์การใช้บริการ GIT ท่านมีความเชื่อมั่นต่อผลการตรวจสอบคุณภาพในระดับใด เพราะอะไร

- () 1. ไม่เชื่อมั่น () 2. ค่อนข้างไม่เชื่อมั่น () 3. เฉยๆ () 4. ค่อนข้างเชื่อมั่น () 5. เชื่อมั่น
เหตุผล_____

D2 ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ (ขั้นตอน/กระบวนการ)	1	2	3	4	5
2. การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ	1	2	3	4	5
3. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
4. เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัย ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ	1	2	3	4	5
5. เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว	1	2	3	4	5
6. หน้าเว็บไซต์ใช้งานง่าย/การเข้าถึงฐานข้อมูลสะดวก	1	2	3	4	5
7. ความเพียงพอของเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการบริการ	1	2	3	4	5
8. ความปลอดภัยของระบบอิเล็กทรอนิกส์	1	2	3	4	5
9. เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถาม/แก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
10. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. ผลการตรวจสอบมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
12. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D3 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT หรือไม่

- () 1. ไม่มี () 2. มี โปรดระบุเหตุผล_____

D4 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

- () 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะว่า_____
- () 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่า_____
- () 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะว่า_____

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (การตรวจวิเคราะห์)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (การตรวจวิเคราะห์)
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร	ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ	ด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

แบบสอบถามชุดที่ 2

งานบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- A1 เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
- A2 อายุ ☐ 1. <20 ปี ☐ 2. 20-29 ปี ☐ 3. 30-39 ปี ☐ 4. 40-49 ปี ☐ 5. 50-59 ปี ☐ 6. >59 ปี
- A3 การศึกษาสูงสุด ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. ปริญญาเอก
- A4 การประกอบอาชีพ ☐ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 2. พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 3. นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ☐ 5. นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ ☐ 6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ที่หน่วยงานใด จำนวนกี่ครั้ง

- ☐ 1. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 2. บริษัท บางกอกแอสเสย์ ออฟฟิต จำกัด จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 3. บริษัท อัลฟ่า พรีเมียม เมทอลล์ จำกัด จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 4. บริษัท อินเตอร์เทค (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 5. บริษัท โกลด์ ฟิลด์ รีไฟเนอรี จำกัด จำนวน _____ ครั้ง/ปี
- ☐ 6. อื่นๆ ระบุ _____ จำนวน _____ ครั้ง/ปี

B2 ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า ที่ GIT ในเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. วิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่มด้วยเทคนิค ICP-OES ☐ 2. วิเคราะห์โลหะเจือปนในเครื่องประดับ เช่น ตะกั่ว นิกเกิล แคดเมียมด้วยเทคนิค ICP-OES
- ☐ 3. วิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะเงินด้วยเทคนิค Auto-Titration ☐ 4. วิเคราะห์ธาตุองค์ประกอบของวัสดุดิบและเครื่องประดับด้วยเทคนิค XRF
- ☐ 5. วิเคราะห์ความหนาผิวชุบด้วยเทคนิค XRF ☐ 6. วิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay
- ☐ 7. แกะสลักโลหะมีค่าด้วยเลเซอร์

B3 เหตุผลในการเลือกใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. คุณภาพการให้บริการ ☐ 2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม
- ☐ 3. ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ ☐ 4. ความน่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงาน GIT
- ☐ 5. ตามความต้องการของลูกค้า ☐ 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการ/เต็มใจให้บริการ
- ☐ 7. ความรวดเร็วในการให้บริการ ☐ 8. ใบรับรองคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ
- ☐ 9. ข้อมูล/ความรู้ มีความถูกต้อง / น่าเชื่อถือ ☐ 10. อื่นๆ ระบุ _____

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

B4 เหตุผลในการเลือกไม่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| () 1. คุณภาพ/ผลการตรวจวิเคราะห์ไม่แม่นยำ | () 2. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม (แพงไป) |
| () 3. เครื่องมือ/อุปกรณ์ไม่ทันสมัย | () 4. มีหน่วยงานอื่นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลมากกว่า |
| () 5. ลูกคามีความต้องการให้ตรวจสอบที่หน่วยงานอื่น | () 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่ดี/ไม่เต็มใจให้บริการ |
| () 7. การให้บริการไม่รวดเร็ว (ช้าไป) | () 8. ใบรับรองคุณภาพไม่มีความน่าเชื่อถือ |
| () 9. ข้อมูล/ความรู้ ไม่ถูกต้อง / ไม่น่าเชื่อถือ | () 10. อื่นๆ ระบุ_____ |

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

C1 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 คือ เฉยๆ

2 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	1	2	3	4	5
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	1	2	3	4	5
8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	1	2	3	4	5
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	1	2	3	4	5
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	1	2	3	4	5
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	1	2	3	4	5
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของประเทศ	1	2	3	4	5

C2 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) | () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram |
| () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail | () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ. |
| () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ | () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว |
| () 7. อื่นๆ ระบุ_____ | |

C3 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) | () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram |
| () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail | () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ. |
| () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ | () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว |
| () 7. อื่นๆ ระบุ_____ | |

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

D1 จากประสบการณ์การใช้บริการ GIT ท่านมีความเชื่อมั่นต่อผลการตรวจสอบคุณภาพในระดับใด เพราะอะไร

- () 1. ไม่เชื่อมั่น () 2. ค่อนข้างไม่เชื่อมั่น () 3. เฉยๆ () 4. ค่อนข้างเชื่อมั่น () 5. เชื่อมั่น
เหตุผล _____

D2 ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ (ขั้นตอน/กระบวนการ)	1	2	3	4	5
2. การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ	1	2	3	4	5
3. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
4. เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัย ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ	1	2	3	4	5
5. เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว	1	2	3	4	5
6. หน้าเว็บไซต์ใช้งานง่าย/การเข้าถึงฐานข้อมูลสะดวก	1	2	3	4	5
7. ความเพียงพอของเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการบริการ	1	2	3	4	5
8. ความปลอดภัยของระบบอิเล็กทรอนิกส์	1	2	3	4	5
9. เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถาม/แก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
10. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. ผลการตรวจสอบมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
12. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D3 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT หรือไม่

- () 1. ไม่มี () 2. มี โปรดระบุเหตุผล _____

D4 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

- () 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะ _____

- () 2. ไม่แน่ใจ เพราะ _____

- () 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะ _____

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (การตรวจวิเคราะห์)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (การตรวจวิเคราะห์)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
_____	_____
_____	_____
_____	_____

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร	ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ	ด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

แบบสอบถามชุดที่ 3

งานบริการด้านการฝึกอบรมและสัมมนา

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ให้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- A1 เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
- A2 อายุ ☐ 1. <20 ปี ☐ 2. 20-29 ปี ☐ 3. 30-39 ปี ☐ 4. 40-49 ปี ☐ 5. 50-59 ปี ☐ 6. >59 ปี
- A3 การศึกษาสูงสุด ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. ปริญญาเอก
- A4 การประกอบอาชีพ ☐ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 2. พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 3. นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ☐ 5. นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ ☐ 6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านได้เข้ารับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมสัมมนา ที่หน่วยงานใดบ้างและจำนวนเท่าใด

ความถี่ในการฝึกอบรม/สัมมนา	ฝึกอบรม (หลักสูตร/ปี)	สัมมนา (ครั้ง/ปี)
☐ 1. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT)		
☐ 2. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS)		
☐ 3. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA)		
☐ 4. วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ		
☐ 5. คณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี		
☐ 6. อื่นๆ ระบุ		

B2 ท่านเคยเข้ารับการฝึกอบรม Onsite กับ GIT ในหลักสูตรอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 หลักสูตร)

- ☐ 1. หลักสูตรอัญมณีศาสตร์ ☐ 2. หลักสูตรทองคำและโลหะมีค่า
- ☐ 3. หลักสูตรออกแบบเครื่องประดับ ☐ 4. หลักสูตรการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 5. หลักสูตรด้านการตลาด ☐ 6. Workshop / สัมมนา

B3 เหตุผลในการเลือกใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา Onsite กับ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. เนื้อหาในหลักสูตรตรงตามความต้องการ ☐ 2. เนื้อหาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้งานได้จริง
- ☐ 3. เนื้อหาในหลักสูตรมีความหลากหลาย ☐ 4. เนื้อหาในหลักสูตรมีความทันสมัย (up to date)
- ☐ 5. เป็นหลักสูตรต่อเนื่อง / มาอบรมหลักสูตรอื่นๆ ต่อ ☐ 6. หน่วยงาน/บริษัท ส่งมาฝึกอบรม
- ☐ 7. เครื่องมืออุปกรณ์ในการฝึกอบรม ทันสมัย ☐ 8. ค่าสมัครการเข้าร่วมฝึกอบรม เหมาะสม
- ☐ 9. เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ ☐ 10. ช่วงระยะเวลาในการฝึกอบรม เหมาะสม
- ☐ 11. วิทยากรมีความรู้ความสามารถ บรรยายดี และ เป็นกันเอง ☐ 12. GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล
- ☐ 13. อื่นๆ ระบุ _____

B4 ท่านเคยเข้ารับการฝึกอบรม Online กับ GIT ในหลักสูตรอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 หลักสูตร)

- () 1. หลักสูตรออนไลน์ Meet the GIT's Master () 2. หลักสูตรออนไลน์ GIT Essential GJBD
(อัญมณี-ไอเดียดีไซน์และแฟชั่น) (พลอยเบื้องต้น)
() 3. GIT Essential DGC (ประเมินเพชรเบื้องต้น) () 4. โครงการอบรมด้านการออกแบบฯ –
บริหารธุรกิจการตลาด (ร่วมกับ ม.บูรพา)

B5 เหตุผลในการเลือกใช้บริการการฝึกอบรม Online กับ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เนื้อหาหลักสูตรตรงตามความต้องการ () 2. เนื้อหาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้งานได้จริง
() 3. เป็นหลักสูตรต่อเนื่อง/มาอบรมให้หลักสูตรอื่นๆ ต่อ () 4. เนื้อหาในหลักสูตรสั้น/กระชับ/เข้าใจง่าย
() 5. ค่าสมัครการเข้าร่วมฝึกอบรม เหมาะสม () 6. สามารถเข้ารับการอบรมเมื่อไรก็ได้
() 7. สามารถฝึกอบรมที่ไหนก็ได้/สะดวกในการเข้าถึง () 8. หน่วยงาน/บริษัทส่งมาอบรม
() 9. ประหยัดเวลาในการเดินทางไปฝึกอบรม () 10. GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล
() 11. อื่นๆ ระบุ _____

B6 เหตุผลในการเลือกไม่ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เนื้อหาในหลักสูตรไม่ตรงตามความต้องการ () 2. เนื้อหาในหลักสูตรไม่สามารถนำไปใช้งานได้จริง
() 3. อบรมในหลักสูตรต่างๆ ครอบคลุมความต้องการ () 4. เนื้อหาในหลักสูตร (online) น้อยไป/ไม่ละเอียด
() 5. เครื่องมืออุปกรณ์ในการฝึกอบรมไม่ทันสมัย () 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่ดี/ไม่เต็มใจให้บริการ
() 7. ค่าสมัครการเข้าร่วมฝึกอบรม ไม่เหมาะสม () 8. ช่วงระยะเวลาในการอบรมไม่เหมาะสม
() 9. หน่วยงาน/บริษัท ส่งไปอบรมที่หน่วยงานอื่น () 10. GIT ไม่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล
() 11 อื่นๆ ระบุ _____

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

C1 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 คือ เฉยๆ
2 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	1	2	3	4	5
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	1	2	3	4	5
8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	1	2	3	4	5
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	1	2	3	4	5
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	1	2	3	4	5
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	1	2	3	4	5
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5

19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ	1	2	3	4	5

C2 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
 () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ.
 () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
 () 7. อื่นๆ ระบุ_____

C3 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
 () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ.
 () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
 () 7. อื่นๆ ระบุ_____

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

D1 ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริการการฝึกอบรมที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ (ขั้นตอน/กระบวนการ)	1	2	3	4	5
2. รูปแบบการฝึกอบรม Online ร่วมกับ Onsite เหมาะสม	1	2	3	4	5
3. ค่าบริการการฝึกอบรมเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
4. เครื่องมือ/อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เพียงพอ	1	2	3	4	5
5. สถานที่จัดฝึกอบรมเหมาะสม เพียงพอต่อผู้เข้ารับการอบรม	1	2	3	4	5
6. โสตทัศนูปกรณ์มีระบบเสียง ทันสมัยและมีคุณภาพ	1	2	3	4	5
7. ช่องทางการฝึกอบรม Online เหมาะสม	1	2	3	4	5
8. อุปกรณ์ประกอบการฝึกอบรม เช่น อัญมณี และเครื่องมือตรวจสอบ มีคุณภาพ ทันสมัย และเพียงพอ	1	2	3	4	5
9. เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตร มีความครบถ้วน	1	2	3	4	5
10. เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตร มีความเข้าใจง่าย	1	2	3	4	5
11. ระยะเวลาในการฝึกอบรม มีความเหมาะสม	1	2	3	4	5
12. วิทยากรมีความรู้ และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร	1	2	3	4	5
13. วิทยากรมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ดี	1	2	3	4	5
14. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ผู้เข้าอบรม	1	2	3	4	5
15. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D2 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT หรือไม่

- () 1. ไม่มี () 2. มี โปรดระบุเหตุผล_____

D3 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

- () 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะว่า_____

- () 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่า_____

- () 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะว่า_____

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (การฝึกอบรม/สัมมนา)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (การฝึกอบรม/สัมมนา)
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร	ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ	ด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

แบบสอบถามชุดที่ 4

งานบริการระบบฐานข้อมูล infocenter.git.or.th

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ให้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ให้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- A1 เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
- A2 อายุ ☐ 1. <20 ปี ☐ 2. 20-29 ปี ☐ 3. 30-39 ปี ☐ 4. 40-49 ปี ☐ 5. 50-59 ปี ☐ 6. >59 ปี
- A3 การศึกษาสูงสุด ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. ปริญญาเอก
- A4 การประกอบอาชีพ ☐ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 2. พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 3. นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ☐ 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ
- ☐ 5. นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ ☐ 6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีการลงทะเบียนเข้าในระบบ

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ หรือ Log in เข้าสู่ <https://infocenter.git.or.th> เพื่อสืบค้นข้อมูล หรือไม่

- ☐ 1. ใช้บริการ เฉลี่ย _____ ครั้ง/เดือน ☐ 2. ไม่เคยใช้บริการ (ยติสัมพันธ์)

B2 ท่านเข้ามาสืบค้นข้อมูลใน <https://infocenter.git.or.th> ในเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ 1. สถิติการค้าไทย ☐ 2. ข่าวธุรกิจ
- ☐ 3. ข้อมูลธุรกิจ / ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ 4. บทความ/บทวิเคราะห์/บทความวิชาการ/
- ☐ 5. อินโฟกราฟิก (ด้านการตลาด/อัญมณี/โลหะมีค่า) เกษตรสถานการณ์การค้า

B3 เหตุผลที่ท่านเลือกเข้าสืบค้นข้อมูลใน <https://infocenter.git.or.th> ของ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. เป็นฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ☐ 2. เป็นฐานข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 3. เป็นฐานข้อมูลที่สามารถใช้วางแผนกลยุทธ์ ☐ 4. เป็นฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย
- ทางการตลาด
- ☐ 5. เป็นฐานข้อมูลที่ทันสมัย (up to date) ☐ 6. เป็นฐานข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ ใช้งานได้จริง
- ☐ 7. <https://infocenter.git.or.th> ง่ายต่อการใช้งาน ☐ 8. เป็นฐานข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ
- ☐ 9. อื่นๆ ระบุ _____

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

C1 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 คือ เฉยๆ

2 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ให้บริการ	1	2	3	4	5
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	1	2	3	4	5
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	1	2	3	4	5
8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	1	2	3	4	5
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	1	2	3	4	5
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	1	2	3	4	5
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	1	2	3	4	5
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ	1	2	3	4	5

C2 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) | () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram |
| () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail | () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ. |
| () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ | () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว |
| () 7. อื่นๆ ระบุ_____ | |

C3 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) | () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram |
| () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail | () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ. |
| () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ | () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว |
| () 7. อื่นๆ ระบุ_____ | |

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

D1 ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริการระบบฐานข้อมูล <https://infocenter.git.or.th> มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1. ฐานข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
2. ฐานข้อมูลมีความหลากหลาย ตรงความต้องการ	1	2	3	4	5
3. เป็นฐานข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด และครบถ้วน	1	2	3	4	5
4. ฐานข้อมูลมีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน	1	2	3	4	5
5. ฐานข้อมูลเป็นประโยชน์ สามารถใช้งานได้จริง	1	2	3	4	5
6. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม และน่าสนใจ	1	2	3	4	5
7. หน้าโฮมเพจสามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (friendly user)	1	2	3	4	5
8. การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล ทำให้สืบค้นได้ง่าย และสะดวก	1	2	3	4	5
9. ความเหมาะสมของสี และตัวหนังสือ หน้าโฮมเพจ	1	2	3	4	5
10. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการระบบฐานข้อมูล	1	2	3	4	5

D2 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการระบบฐานข้อมูล ของ GIT หรือไม่

() 1. ไม่มี () 2. มี โปรดระบุเหตุผล _____

D3 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการระบบฐานข้อมูลของ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

() 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะว่าการ _____

() 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่าการ _____

() 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะว่าการ _____

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (เนื้อหา/ข้อมูล/องค์ความรู้)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (เนื้อหา/ข้อมูล/องค์ความรู้)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หน้าโฮมเพจ	ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หน้าโฮมเพจ
_____	_____
_____	_____
_____	_____

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

แบบสอบถามชุดที่ 5

งานบริการห้องสมุด และ e-Library

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- A1 เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
- A2 อายุ () 1. <20 ปี () 2. 20-29 ปี () 3. 30-39 ปี () 4. 40-49 ปี () 5. 50-59 ปี () 6. >59 ปี
- A3 การศึกษาสูงสุด () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี () 3. ปริญญาโท () 4. ปริญญาเอก
- A4 การประกอบอาชีพ () 1. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ () 2. พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- () 3. นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ () 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ
- () 5. นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ () 6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

- B1 ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT หรือไม่
() 1. ใช้บริการ เฉลี่ย _____ ครั้ง/เดือน () 2. ไม่เคยใช้บริการ
- B2 ท่านใช้บริการห้องสมุดของ GIT เพื่อค้นหาข้อมูล หรืออ่านหนังสือ/วารสาร/นิตยสารประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
() 1. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds)
() 2. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)
() 3. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making)
() 4. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านโลหะมีค่า เช่น เงิน ทองคำ (Precious Metals)
() 5. รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research)
- B3 ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการระบบ GIT eLibrary (<https://elibrary.git.or.th>) หรือไม่
() 1. ใช้บริการ เฉลี่ย _____ ครั้ง/เดือน () 2. ไม่เคยใช้บริการ
- B4 ท่านใช้บริการระบบ GIT eLibrary เพื่อค้นหาข้อมูล หรืออ่านหนังสือ/วารสาร/นิตยสารประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
() 1. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds)
() 2. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)
() 3. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making)
() 4. หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านโลหะมีค่า เช่น เงิน ทองคำ (Precious Metals)
() 5. รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research)

B5 เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| () 1. เป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ | () 2. เป็นห้องสมุดของหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ |
| () 3. ห้องสมุดมีบรรยากาศที่ดีในการค้นคว้า | () 4. เป็นห้องสมุดที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ |
| () 5. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ทันสมัย (up to date) | () 6. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย ครบถ้วน |
| () 7. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ที่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้งานได้จริง | () 8. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีการบริการที่ดี |
| () 9. เป็นห้องสมุดที่มีอัตราค่าเช่าใช้บริการเหมาะสม | () 10. อื่นๆ ระบุ _____ |

B6 เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการสืบค้นข้อมูลในระบบ GIT eLibrary (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| () 1. เป็นห้องสมุดออนไลน์เฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ | () 2. ความสะดวกในการใช้งาน ผ่านคอมพิวเตอร์หรือ Application ในมือถือ |
| () 3. ความทันสมัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ให้บริการ | () 4. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ที่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้งานได้จริง |
| () 5. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ทันสมัย (up to date) | () 6. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย ครบถ้วน |
| () 7. ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน GIT | () 8. อื่นๆ ระบุ _____ |

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

C1 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 คือ เฉยๆ 2 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	1	2	3	4	5
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	1	2	3	4	5
8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	1	2	3	4	5
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	1	2	3	4	5
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	1	2	3	4	5
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	1	2	3	4	5
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของประเทศ	1	2	3	4	5

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

C2 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
() 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ.
() 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
() 7. อื่นๆ ระบุ _____

C3 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
() 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ.
() 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
() 7. อื่นๆ ระบุ _____

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

D1 ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1. หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ	1	2	3	4	5
2. หนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน	1	2	3	4	5
3. สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้าใช้บริการ	1	2	3	4	5
4. ช่วงระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสม	1	2	3	4	5
5. การจัดเรียงหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว	1	2	3	4	5
6. คอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูล มีอย่างเพียงพอ	1	2	3	4	5
7. สภาพแวดล้อมเหมาะสม เอื้ออำนวยในการศึกษาค้นคว้า	1	2	3	4	5
8. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจให้บริการ	1	2	3	4	5
9. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น ในการให้บริการ	1	2	3	4	5
10. เจ้าหน้าที่มีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง	1	2	3	4	5
11. WI-FI ฟรีที่ให้บริการ มีความสะดวก ใช้งานได้ง่าย	1	2	3	4	5
12. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D2 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT หรือไม่

- () 1. ไม่มี () 2. มี โปรดระบุเหตุผล _____

D3 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

- () 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะ _____
() 2. ไม่แน่ใจ เพราะ _____
() 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะ _____

D4 ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการระบบ GIT eLibrary (<https://elibrary.git.or.th>) มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
1. หนังสือ/วารสารออนไลน์ หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ	1	2	3	4	5
2. หนังสือ/วารสารออนไลน์ ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน	1	2	3	4	5
3. ระบบ eLibrary สามารถใช้งานได้สะดวก	1	2	3	4	5
4. ความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ในระบบ eLibrary	1	2	3	4	5
5. หมวดหมู่ในระบบ eLibrary สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว	1	2	3	4	5

6. ระบบ eLibrary มีดีไซด์สวยงาม และน่าสนใจ	1	2	3	4	5
7. ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการเข้าใช้ระบบ GIT eLibrary	1	2	3	4	5
8. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D5 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการระบบ GIT eLibrary (<https://elibrary.git.or.th>) ของ GIT หรือไม่

() 1. ไม่มี () 2. มี โปรดระบุเหตุผล _____

D6 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการระบบ GIT eLibrary (<https://elibrary.git.or.th>) ของ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

() 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะ _____

() 2. ไม่แน่ใจ เพราะ _____

() 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะ _____

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (หนังสือ/วารสาร/บริการสารสนเทศ)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (หนังสือ/วารสาร/บริการสารสนเทศ)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร	ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
_____	_____
_____	_____
_____	_____
ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
_____	_____
_____	_____
_____	_____
ด้านระบบ GIT eLibrary	ด้านระบบ GIT eLibrary
_____	_____
_____	_____
_____	_____

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

แบบสอบถามชุดที่ 6

ผู้ไม่เคยใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ที่ไม่ใช้บริการที่ GIT จึงขอความอนุเคราะห์ในการสอบถามความคิดเห็นตามแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร และส่วนที่ 3 ความต้องการใช้บริการในอนาคต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- A1 เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
- A2 อายุ () 1. <20 ปี () 2. 20-29 ปี () 3. 30-39 ปี () 4. 40-49 ปี () 5. 50-59 ปี () 6. >59 ปี
- A3 การศึกษาสูงสุด () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี () 3. ปริญญาโท () 4. ปริญญาเอก
- A4 การประกอบอาชีพ () 1. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ () 2. พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ () 3. นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ () 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ () 5. นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ () 6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ส่วนที่ 2 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

B1 เหตุผลที่ท่านไม่เลือกใช้บริการ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. สถานที่ตั้งของหน่วยงานไกล เข้าถึงได้ไม่สะดวก () 2. ขั้นตอนยุ่งยาก ไม่สะดวก
- () 3. อุปกรณ์/เครื่องมือ ไม่ได้มาตรฐาน () 4. อุปกรณ์/เครื่องมือ ไม่ทันสมัย
- () 5. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม () 6. ระยะเวลาในการให้บริการไม่เหมาะสม
- () 7. ลูกค้านeedการใช้บริการที่หน่วยงานอื่น () 8. ผลการตรวจสอบไม่ถูกต้องแม่นยำ / ไม่น่าเชื่อถือ
- () 9. หน่วยงาน/เจ้าหน้าที่ ให้บริการข้อมูลไม่ถูกต้อง () 10. เจ้าหน้าที่มีความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับน้อย
- () 11. เจ้าหน้าที่มีทัศนคติที่ไม่ดี / ไม่เต็มใจให้บริการ / ไม่เอาใจใส่ลูกค้า () 12. GIT ไม่มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- () 13. GIT ไม่น่าเชื่อถือในระดับสากล () 14. GIT ไม่เป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- () 15. การบริการอย่างไม่โปร่งใส () 16. อื่นๆ ระบุ _____

B2 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 คือ เฉยๆ 2 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรที่พัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา ทันสถานการณ์	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5
5. เป็นองค์กรที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ	1	2	3	4	5
6. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน	1	2	3	4	5

8. เป็นองค์กรที่มีรวบรวมองค์ความรู้เฉพาะด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
9. เป็นองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
10. เป็นองค์กรที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์	1	2	3	4	5
11. มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ตามความต้องการลูกค้า	1	2	3	4	5
12. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
13. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และยอมรับได้	1	2	3	4	5
15. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเป็นที่ยอมรับนับถือ	1	2	3	4	5
16. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
17. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
18. เป็นองค์กรที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
19. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
20. เป็นองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของประเทศ	1	2	3	4	5

B3 ท่านเคยรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
 () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ.
 () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
 () 7. อื่นๆ ระบุ_____

B4 ช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด สำหรับท่าน คือ ช่องทางใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. Website ของสถาบัน (www.git.or.th) () 2. Social Network เช่น Facebook, instagram
 () 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail () 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ.
 () 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ () 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว
 () 7. อื่นๆ ระบุ_____

ส่วนที่ 3 ความต้องการใช้บริการในอนาคต

D1 ในอนาคต ท่านคิดว่าจะมาใช้บริการที่ GIT หรือไม่ เพราะอะไร

- () 1. จะมาใช้บริการ เพราะว่า_____
- () 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่า_____
- () 3. ยังไม่คิดจะใช้บริการ เพราะว่า_____

D2 ท่านคิดว่า GIT จำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างไรบ้าง เพื่อที่ท่านเข้ามาใช้บริการในอนาคต

D2.1 การตรวจวิเคราะห์ห่ออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ_____

D2.2 การตรวจวิเคราะห์ห่ออกใบรับรองคุณภาพโลหะมีค่า_____

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

D2.3 การฝึกอบรม/สัมมนา ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ _____

D2.4 การให้บริการระบบฐานข้อมูล infocenter.com _____

D2.5 การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ _____

D2.6 การให้บริการด้านระบบ GIT eLibrary _____

ขอขอบพระคุณ