



รายงานฉบับสมบูรณ์  
(Final Report)

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

เสนอ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จัดทำโดย

ดร.สิทธินันท์ วิวัฒนาพรชัย

คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร  
สิงหาคม 2563



---

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ให้ความไว้วางใจในการดำเนินการ “โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563” และคณะกรรมการกำกับการศึกษาและตรวจการจ้างที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

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

ดร.สิทธิพันธ์ วิวัฒนาพรชัย

สิงหาคม 2563

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---

## บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกเป็น (1) ผู้ใช้บริการ (Active User) จำนวน 300 ตัวอย่าง (2) ผู้ที่เคยใช้บริการแต่ไม่ได้ใช้บริการในปี 2563 (Inactive User) จำนวน 60 ตัวอย่าง และ (3) ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเลย (None User) จำนวน 40 ตัวอย่าง

ผู้ให้บริการ (1) ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 2.52 ครั้ง/ปี ส่วนมากเป็นการตรวจวิเคราะห์ จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ (2) ตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า เฉลี่ย 2.76 ครั้ง/ปี เป็นการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินัม (3) ฝึกอบรมเฉลี่ย 1.29 หลักสูตร/ปี และเข้าร่วมสัมมนาเฉลี่ย 1.88 ครั้ง/ปี ส่วนมากฝึกอบรมในหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ (4) ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดเฉลี่ย 4.90 ครั้ง/เดือน ส่วนมากเป็นการสืบค้นข้อมูลบทความทางวิชาการ และสถานการณ์การตลาด (5) ใช้บริการห้องสมุด เฉลี่ย 1.16 ครั้ง/เดือน และ eLibrary เฉลี่ย 2.69 ครั้ง/เดือน เพื่อการสืบค้นหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบอัญมณี และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ก็คือ website และ social network

จุดแข็ง (Strength) ที่สำคัญ คือ (1) การเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (2) ใบรับรองมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (3) หลักสูตรฝึกอบรมเป็นสิ่งที่ต้องการของตลาด และสามารถใช้งานได้จริง (4) ฐานข้อมูลการตลาดเป็นฐานข้อมูลเชิงลึก มีความทันสมัย (up to date) มีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ สามารถใช้งานหรือใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (5) ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นห้องสมุดเฉพาะทาง มีหนังสือ วารสาร และนิตยสาร ที่มีความทันสมัย หลากหลาย และครบถ้วน และ (6) ระบบฐานข้อมูลและ eLibrary เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย สะดวกในการใช้งาน สามารถใช้ได้ทั้งคอมพิวเตอร์หรือในมือถือ และจุดอ่อน (Weakness) หรือข้อจำกัดในการใช้บริการ คือ การไม่มีสินค้าที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพหรือใบรับรอง และความไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่และการให้บริการของ GIT ที่ถูกต้องและกว้างขวางของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และภาพลักษณ์ที่มีต่อองค์กร

ผู้ให้บริการร้อยละ 93.20 และร้อยละ 96.00 เชื่อมั่นต่อผลการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า และร้อยละ 89.40 พึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT โดยผู้ให้บริการพึงพอใจต่อขั้นตอนการให้บริการ ระยะเวลาการให้บริการ อัตราค่าบริการ คุณภาพการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หลักสูตรการฝึกอบรม ฐานข้อมูลด้านการตลาด ห้องสมุดอัญมณีและ

เครื่องประดับและ eLibrary จากความเชื่อมั่นในการให้บริการและความพึงพอใจทำให้ผู้ใช้บริการมีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ GIT และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการมีความต้องการมาลองใช้บริการ

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ดังนี้ (1) ควรประชาสัมพันธ์เชิงรุกในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้ไม่เคยใช้บริการเพื่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและครบถ้วน อาจอาศัยการจัดตั้งศูนย์เครือข่ายของ GIT ในภูมิภาค หรือหน่วยรถเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เพื่อเป็นส่วนหน้าการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ในระดับภูมิภาค (2) ควรนำจุดแข็ง/จุดเด่นมาเป็นจุดขายเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (3) ปรับรูปแบบหรือเนื้อหาการฝึกอบรม/สัมมนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (4) ควรปรับหน้าโฮมเพจเว็บไซต์ให้มีดีไซน์สวยงาม เรียบง่าย และง่ายต่อการใช้งาน (5) ควรสื่อสารกับผู้ประกอบการธุรกิจทั้งการพูดคุย การรับฟังความคิดเห็น การตอบข้อซักถาม การจัดกิจกรรม หรือโปรโมชั่น ผ่าน website, social network หรือทาง Line ด้วยความรวดเร็ว และ (6) ปรับระยะเวลาการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary ควรปรับปรุงความเร็วในการเข้าถึงระบบ เพิ่มระยะเวลาการเก็บหนังสือเล่มโปรด และจัดทำหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร (ทุกเล่ม) ในรูปแบบ E Book และบรรจุเข้าไปใน 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
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	17
3.1 การกำหนดจำนวนตัวอย่าง	18
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	19
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	23
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	23
4.2 การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	28

---

---

## สารบัญ

	หน้า
4.3 การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร	35
4.4 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ แห่งชาติ (องค์การมหาชน)	45
4.5 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	46
4.6 ความต้องการใช้บริการสำนักงานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การ มหาชน)	53
4.7 ข้อจำกัดในการใช้บริการสำนักงานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	56
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	61
5.1 บทสรุป	61
5.2 ข้อเสนอแนะ	65
เอกสารอ้างอิง	67
ภาคผนวก เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	69



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แผนกิจกรรมในการดำเนินการโครงการวิจัย	3
3.1	การกระจายตัวของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการและไม่ได้ใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	24
4.2	ความถี่และประเภทการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	29
4.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	32
4.4	ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	34
4.5	ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	35
4.6	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	36
4.7	ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	46
4.8	ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	47
4.9	ความต้องการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	54
4.10	เหตุผลในการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	55
4.11	ข้อจำกัดในการใช้บริการสำนักงานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	56

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	การเกิดความพึงพอใจของบุคคล	6
3.1	กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	17
4.1	เพศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	25
4.2	อายุของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	26
4.3	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	26
4.4	การประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	27
4.5	ขนาดธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	27
4.6	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ	37
4.7	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า	39
4.8	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา	40
4.9	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ	41
4.10	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary	42

---

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
4.11	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ไม่ใช้บริการ (None User)	43
4.12	ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	44
4.13	ความพึงพอใจจากการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	49
4.14	ความพึงพอใจจากการให้บริการฝึกอบรม/สัมมนาของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	50
4.15	ความพึงพอใจจากการให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	51
4.16	ความพึงพอใจจากการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	52

## 1.1 บทนำ

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

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

จากการดำเนินงานในการให้บริการในด้านต่างๆ ของสถาบันฯ ที่มีผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานจากการสำรวจความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทักษะศักยภาพลักษณะ และความน่าเชื่อถือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แนวโน้มการเลือกใช้บริการในอนาคต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการตลาดต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้บริการ ในการรับบริการต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ของสถาบัน
2. เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นต่อการให้บริการตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าของสถาบัน
3. เพื่อสำรวจทัศนคติ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของสถาบัน ในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน
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. 2563 มีขอบเขตการศึกษา และกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายในการสำรวจความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสถาบัน คือ ผู้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 (Active User) ผู้ที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ (Non User) จำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด

400 ตัวอย่าง จำแนกตามประเภทการใช้บริการในส่วนงานต่างๆ ประกอบด้วย (1) งานบริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ (2) งานบริการตรวจสอบโลหะมีค่า (3) งานบริการฝึกอบรม (4) งานบริการด้านข้อมูล และ (5) งานบริการห้องสมุด

## 1.5 แผนการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครอบคลุมระยะเวลาทั้งสิ้น 120 วัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง มีรายละเอียดของกิจกรรม และผลงานที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละกิจกรรม แสดงดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แผนกิจกรรมในการดำเนินการโครงการวิจัย

กิจกรรม	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. ตรวจสอบเอกสารแนวคิดทฤษฎี																
2. กำหนดวิธีการ ขั้นตอน และจำนวนตัวอย่าง																
3. จัดทำเครื่องมือในการศึกษา หรือแบบสอบถาม																
ส่งรายงานการศึกษาขั้นต้น (Inception Report)				X												
4. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม																
5. วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล																
ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)												X				
6. นำเสนอผลการศึกษาให้กับทางสถาบันฯ																
7. ปรับปรุงและจัดทำรายงานการศึกษาค้นคว้าฉบับสมบูรณ์																
ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																X

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---



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 ว่า เป็นความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

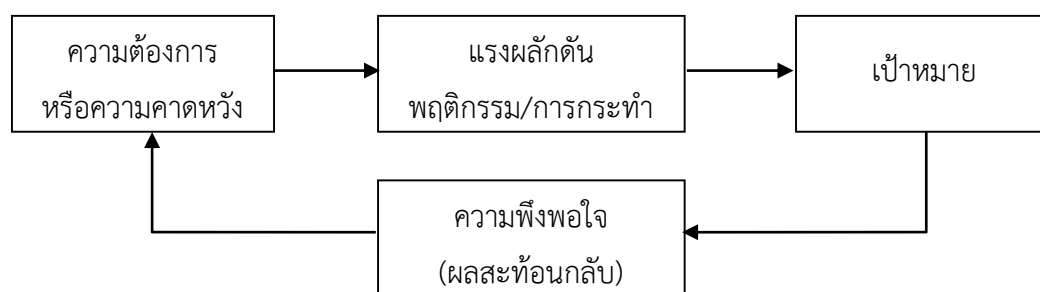
วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2543) ได้สรุปว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับนิยามและประสบการณ์ที่ได้รับ

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

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ใช้ความหมายว่าความพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือ บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โดยรวมแล้ว สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หรือในด้านต่างๆ ที่เป็นผลสะท้อนกลับจากการกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย ทั้งนี้ ความพึงพอใจจะสะท้อนออกมาถึงความสอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังในเบื้องต้น อาทิ ถ้าหากมีความคาดหวังในเบื้องต้นในระดับที่น้อย และถ้าการกระทำนั้นๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือประสบความสำเร็จ 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 เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้า หรือบริการแต่ละอย่างและคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay: WTP) ของผู้รับบริการ และความคาดหวังที่เกิดขึ้นจากการรับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคา ค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูล ข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงข้ามกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดี กับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารงานบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารงานบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ อาคารสถานที่ 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 พิจารณาจากผลของการกระทำหรือผลการวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพ และออกใบรับรองคุณภาพจากหน่วยงาน ซึ่งเป็นประสบการณ์ทางตรงของตนเอง โดยการสอบถามถึงความรู้สึกที่มีต่อความเชื่อมั่นในการให้บริการ ตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

## 2.3 แนวคิดทฤษฎีการวัดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความเชื่อ และความรู้สึกเชิงประมาณค่าที่เป็นไปได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออก ตอบโต้ต่อสิ่งต่างๆ ทัศนคติจึงถือได้ว่าเป็นตัวการสำคัญอันหนึ่งในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ 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 ซึ่งวิธีทำให้รู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนนั้น 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 ค่าควอไทล์มีค่าน้อยยิ่งดี 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 ทำให้เป็นแบบวัดทัศนคติที่มีความเชื่อมั่นสูง

มาตรวัดแบบ Likert เกิดจากกระบวนการตรวจสอบข้อความในแบบวัดทัศนคติ ซึ่งเป็นการตรวจสอบขั้นแรกเพื่อดูความเหมาะสมของข้อความที่จะนำไปใช้วัดทัศนคติตามเป้าหมาย ซึ่งแบ่งระดับการตอบออกมากกว่า 2 ระดับ ซึ่งละเอียดกว่าแบบวัดทัศนคติของ Thurstone เช่น การแบ่งเป็น 5 ระดับ (เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) เป็นต้น ทั้งนี้อาจจะเป็นไปในลักษณะอื่นก็ได้ขึ้นอยู่กับข้อความที่แสดงความรู้สึก เช่น ปฏิบัติทุกครั้ง ปฏิบัติปานกลาง ไม่ปฏิบัติ เป็นต้น จากการศึกษาเอกสารวิชาการเกี่ยวกับแบบวัดทัศนคติตามแนวคิดของ Likert พบว่า ส่วนใหญ่นักวิชาการนิยมแบ่งน้ำหนักของข้อความออกเป็น 5 ระดับ ทั้งนี้การจะบอกได้ว่าข้อความข้อนี้จะมีน้ำหนักความรู้สึกในระดับใดนั้น Likert ใช้วิธีการคำนวณน้ำหนักข้อความ 3 วิธี คือ 1) วิธีหาน้ำหนักซิกมา (Sigma Deviate Weighting Method) ด้วยการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากจุดกลางของพื้นที่ของแต่ละตัวเลือกที่มีอยู่ 2) วิธีหาน้ำหนักคะแนนมาตรฐาน (Standard Score Weighting) ด้วยการหาคะแนนมาตรฐานที่จุดกลางของช่วงพอดิ คล้ายเป็นคะแนนมาตรฐานเฉลี่ยของช่วงในตัวเลือกหนึ่งๆ 3) วิธีกำหนดน้ำหนักแบบพลการ (Arbitrary Weighting Method) เป็นการกำหนดโดยคิดว่าถ้ามากที่สุดให้ 5 ถัดมาเป็น 4 เป็น 3 จนถึง 1 หรือ 0 ตามลำดับ ทั้งนี้วิธีการหาค่าน้ำหนักระดับความรู้สึกของข้อความทั้ง 3 วิธีนี้ ให้ค่าน้ำหนักใกล้เคียงกัน มีความสัมพันธ์กันสูงมากถึง 0.99 ดังนั้นวิธีกำหนดน้ำหนักแบบพลการ (Arbitrary Weighting Method) จึงได้รับความนิยมและใช้มากที่สุด

ส่วนการแปลผลระดับทัศนคติตามแนวคิดของ Likert 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



ในการวัดทัศนคติในการศึกษานี้ เป็นการวัดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์องค์กร และความน่าเชื่อถือ ที่มีต่อสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) โดย การสอบถามตามแบบสอบถามที่มีการกำหนดมาตรวัดที่แน่นอน 5 ระดับ ตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert

## 2.4 แนวคิดทฤษฎีการประเมินภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้ จากประสบการณ์หรือมีความรู้ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันฯ อันเกิด จากการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์กร 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) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรง แล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ความคิด หรือสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่างๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้ในเบื้องต้น

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

---

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นโดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถทำให้องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและทำให้องค์กรนั้นๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ ดังนั้น การรับรู้ว่าคุณค่าอื่นหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไปได้

#### 2.4.2 การประเมินภาพลักษณ์

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

ระดับแรก สำรวจความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร สินค้า และบริการ 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) ซึ่งถ้าหากพบว่าคุณค่าของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จำกัดอยู่เพียงระดับ 1 และ 2 ก็แสดงว่าองค์กรจะต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้เกิดขึ้นโดยเร็ว

ระดับที่สอง สำรวจความชอบของผู้ที่รู้จักองค์กร สินค้า และบริการ 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) ถ้าหากพบว่าคุณค่าของกลุ่มเป้าหมายอยู่ใน 2 ระดับแรก หมายถึงองค์กรจะต้องแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์อย่างจริงจัง

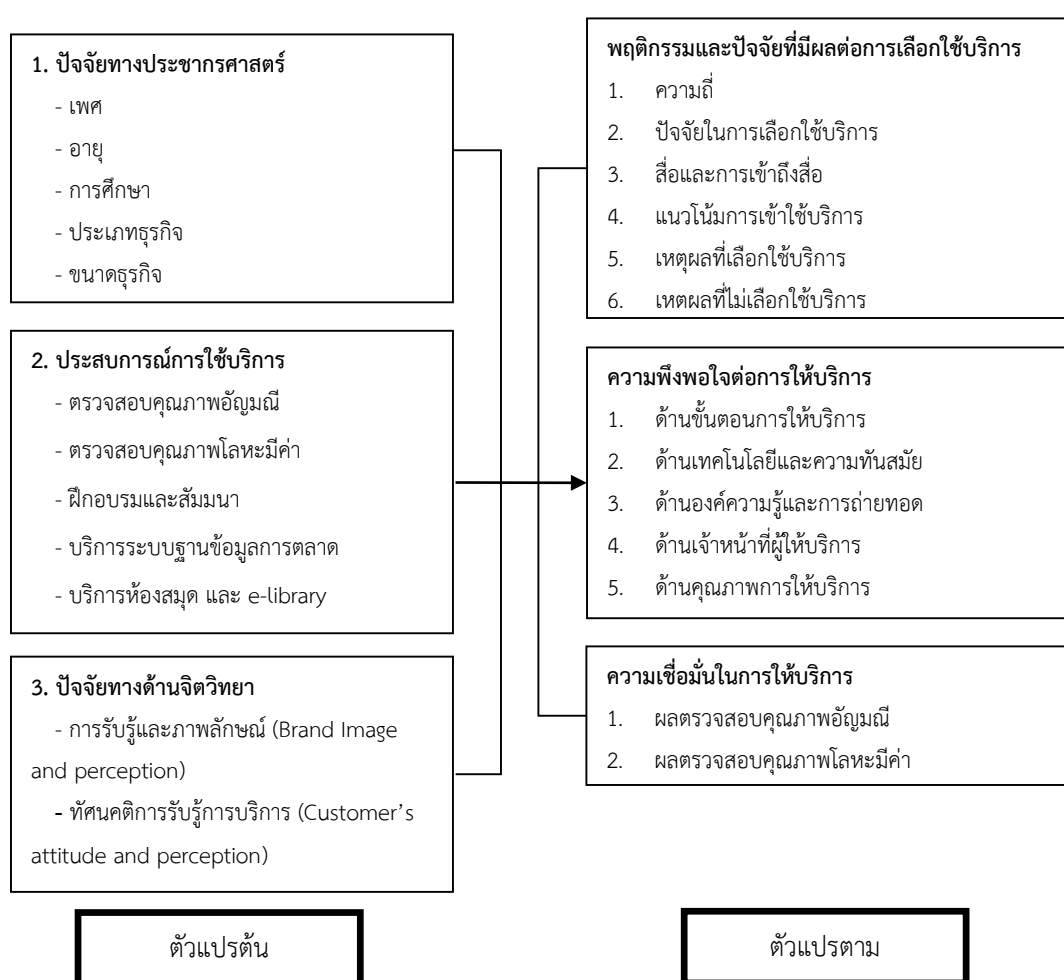
ในการศึกษานี้ จะพิจารณาประเมินความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ขององค์กร จากองค์ประกอบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากการรับรู้ จากความรู้ที่มีจากความรู้สึก หรือจากองค์ประกอบเชิงการกระทำ หรือจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของตนเอง โดยการสอบถามถึงความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert ที่แบ่งออกเป็น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

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

### 3.1 การกำหนดจำนวนตัวอย่าง

จากสถิติการใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พบว่า มีจำนวนผู้ให้บริการรวมทั้งหมด 3,193 ราย และสามารถจำแนกประเภทการใช้บริการ ดังตารางที่ 3.1 จะเห็นได้ว่า สัดส่วนการกระจายตัวของการใช้บริการส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 41.97) รองลงมาเป็นการใช้บริการการฝึกอบรมและสัมมนา (ร้อยละ 20.48) การตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพโลหะมีค่า (ร้อยละ 19.32) บริการระบบฐานข้อมูลการตลาด (ร้อยละ 14.66) และบริการห้องสมุดและ e-library (ร้อยละ 3.57) 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 การใช้บริการ	จำนวน ผู้ให้บริการ <sup>1/</sup>	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน ตัวอย่างที่ เหมาะสม	จำนวนตัวอย่างที่จะสำรวจ			
				Active User	Inactive User	None User	รวม ทั้งหมด
1. ตรวจสอบคุณภาพอัญมณีฯ	1,340	41.97	149	120	40	20	180
2. ตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า	617	19.32	69	50	10	10	70
3. ฝึกอบรมและสัมมนา	654	20.48	73	70	10	10	90
4. บริการระบบฐานข้อมูล	468	14.66	52	30	-	-	30
5. บริการห้องสมุด และ e-library	114	3.57	13	30	-	-	30
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3,193</b>	<b>100.00</b>	<b>355</b>	<b>300</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>400</b>

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> จำนวนผู้ให้บริการสถาบันฯ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 (ณ เดือนมิถุนายน 2563)

จากตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ให้บริการหรือประชากรทั้งหมด 3,193 ราย เมื่อนำมาคำนวณจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 พบว่า จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม เท่ากับ 355 ตัวอย่าง และในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพิจารณาครอบคลุมกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีแต่ยังไม่เคยใช้บริการ (None User) และผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการในปีก่อนหน้า แต่ไม่ใช้บริการในปัจจุบันประมาณ พ.ศ. 2563 (Inactive User) รวมด้วย ดังนั้น จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างเพื่อการสำรวจรวมทั้ง 400 ตัวอย่าง และเมื่อนำมากระจายตามสัดส่วนของประชากร สามารถสรุปจำนวนตัวอย่างของ (1) ผู้ให้บริการ (Active User) ในปี พ.ศ. 2563 (2) ผู้ที่ไม่มาใช้บริการในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และ (3) ผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ยังไม่เคยมาใช้บริการ (None User) เท่ากับ 300, 60 และ 40 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

### 3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ เป็นการสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Work) โดยการส่งพนักงานไปทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงแบบตัวต่อตัวและทางโทรศัพท์ แล้วบันทึกข้อมูลที่ได้ลงในแบบสอบถาม ซึ่งในแบบสอบถามมีการระบุรายละเอียดวิธีการสัมภาษณ์ พร้อมคำอธิบายต่างๆ เพื่อให้พนักงานสัมภาษณ์ทุกคนสามารถสัมภาษณ์ในรูปแบบเดียวกัน และเป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อป้องกันการเอนเอียง (Bias) จากทัศนคติของพนักงานสัมภาษณ์ และในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling Survey) จากฐานข้อมูลรายชื่อสถานประกอบการที่เข้ามาใช้บริการสถาบัน และทำการสัมภาษณ์ตามความสนใจในการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2563

### 3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามถูกพัฒนาจากกรอบคิดการศึกษา (ภาพที่ 3.1) แบบสอบถามที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใช้ในการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) แบ่งออกมาทั้งหมด 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการได้รับบริการจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) 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 แบบสอบถามงานบริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ

แบบสอบถามชุดที่ 5 คือ แบบสอบถามงานบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

แบบสอบถามชุดที่ 6 คือ แบบสอบถามผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

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

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อคำถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ทักษะคนดี ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ที่ข้อคำถามแต่ละข้อมีการแบ่งค่ามาตราส่วน (Rating Scale) ทั้งหมด 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ที่มีการให้คะแนน 1 – 5 โดยใช้เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ / ความคิดเห็น
5	พอใจมาก / เห็นด้วย
4	ค่อนข้างพอใจ / ค่อนข้างเห็นด้วย
3	พอใจปานกลาง / เฉยๆ หรือเห็นด้วยปานกลาง
2	ค่อนข้างไม่พอใจ / ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
1	ไม่พอใจ / 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 ไม่พอใจ / ไม่เห็นด้วย
ช่วงที่ 2	1.81 – 2.60	หมายความว่า ค่อนข้างไม่พอใจ / ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ช่วงที่ 3	2.61 – 3.40	หมายความว่า พอใจปานกลาง / เฉยๆ หรือเห็นด้วยปานกลาง
ช่วงที่ 4	3.41 – 4.20	หมายความว่า ค่อนข้างพอใจ / ค่อนข้างเห็นด้วย
ช่วงที่ 5	4.21 – 5.00	หมายความว่า พอใจมาก / เห็นด้วย

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

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

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 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. 2563 จำนวนรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง จำแนกออกเป็น (1) กลุ่มผู้ให้บริการในปี พ.ศ. 2563 (Active User) (2) กลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่ได้มาใช้บริการในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User) และ (3) กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการเลย (None User) ซึ่งสามารถจำแนกตามประเภทการให้บริการ ได้ดังนี้ (1) การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นผู้ให้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 120 ตัวอย่าง และผู้ที่ไม่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 40 ตัวอย่าง (2) การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า เป็นผู้ให้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 50 ตัวอย่าง และผู้ที่ไม่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 10 ตัวอย่าง (3) การฝึกอบรม/สัมมนา เป็นผู้ให้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 70 ตัวอย่าง และผู้ที่ไม่ใช้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 10 ตัวอย่าง (4) ฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นผู้ที่ให้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 30 ตัวอย่าง (5) ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และระบบ eLibrary เป็นผู้ที่ให้บริการในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 30 ตัวอย่าง และ (6) กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่ใช้บริการที่ GIT (None User) จำนวน 40 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่รู้จัก GIT แต่ไม่เคยใช้บริการที่ GIT ในประเภทให้เลยตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

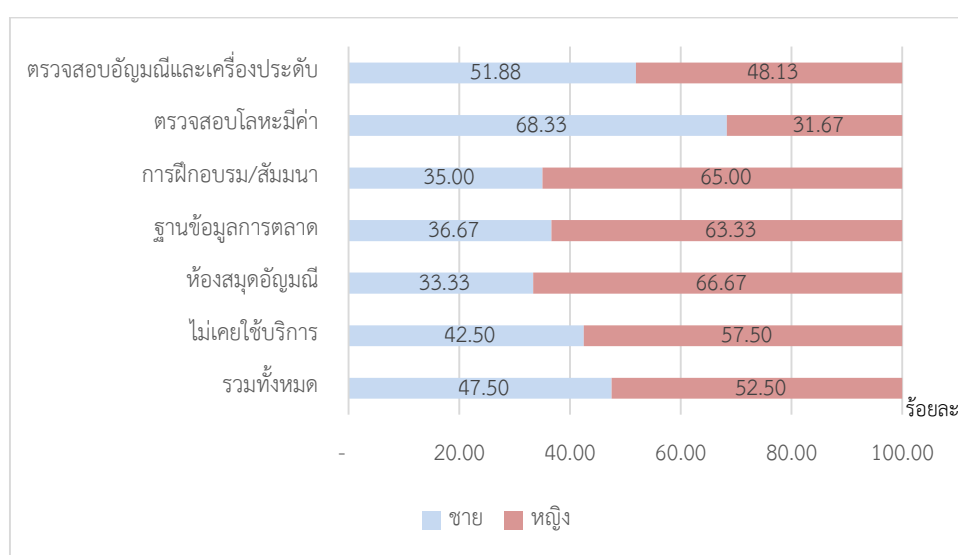
โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

**ตารางที่ 4.1** ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการและไม่ได้ใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

รายการ	ตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=60)	อบรม/ สัมมนา (n=80)	บริการ ฐานข้อมูล (n=30)	ห้องสมุด (n=30)	ผู้ไม่เคยใช้ บริการ (n=40)	หน่วย: ร้อยละ รวม ทั้งหมด (n=400)
<b>เพศ</b>							
ชาย	51.88	68.33	35.00	36.67	33.33	42.50	47.50
หญิง	48.13	31.67	65.00	63.33	66.67	57.50	52.50
<b>อายุ</b>							
20-29 ปี	8.75	10.00	40.00	36.67	60.00	2.50	20.50
30-39 ปี	23.13	36.67	33.75	36.67	30.00	45.00	31.00
40-49 ปี	41.25	31.67	13.75	6.67	6.67	45.00	29.50
50-59 ปี	14.38	13.33	10.00	10.00	3.33	7.50	11.50
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	12.50	8.33	2.50	10.00	-	-	7.50
<b>การศึกษาสูงสุด</b>							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.63	6.67	2.50	-	-	2.50	4.00
ปริญญาตรี	80.63	68.33	67.50	60.00	76.67	97.50	76.00
ปริญญาโท	11.88	25.00	30.00	36.67	20.00	-	18.75
ปริญญาเอก	1.88	-	-	3.33	3.33	-	1.25
<b>การประกอบอาชีพ</b>							
ผู้ประกอบการธุรกิจ อัญมณี และเครื่องประดับ	72.50	56.67	65.00	10.00	30.00	40.00	57.50
พนักงานในธุรกิจอัญมณีและ เครื่องประดับ	23.13	25.00	27.50	56.67	10.00	40.00	27.50
นักออกแบบอัญมณีและ เครื่องประดับ	-	-	7.50	-	-	20.00	3.50
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	4.38	13.33	-	23.33	20.00	-	7.00
นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์	-	5.00	-	3.33	6.67	-	1.50
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	-	-	-	6.67	33.33	-	3.00
<b>ขนาดธุรกิจ</b>							
ขนาดเล็ก	88.13	96.67	95.00	30.00	76.67	80.00	84.75
ขนาดกลาง	10.63	3.33	2.50	36.67	10.00	20.00	10.75
ขนาดใหญ่	1.25	-	2.50	33.33	13.33	-	4.50

ที่มา: จากการสำรวจ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสำรวจดังตารางที่ 4.1 โดยรวมแล้ว พบว่า ผู้ใช้บริการ GIT มีสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ร้อยละ 47.50 และร้อยละ 52.50 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.1) ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 30 - 39 ปี ร้อยละ 31.00 รองลงมา คือ ช่วง 40 - 49 ปี และ 20 - 29 ปี ในสัดส่วนร้อยละ 29.50 และร้อยละ 20.50 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.2) ส่วนระดับการศึกษา พบว่า ส่วนมากสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76.00 รองลงมา คือ ปริญญาโท ร้อยละ 18.75 และมีบางส่วนที่สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.00 และปริญญาเอก ร้อยละ 1.25 (ภาพที่ 4.3)



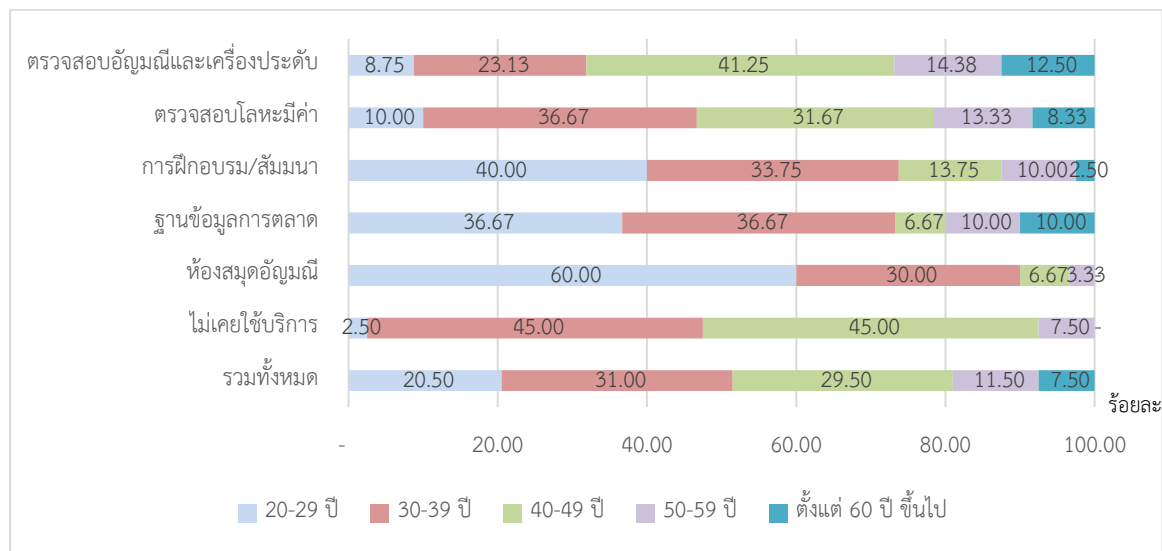
ภาพที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนมากเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (เจ้าของกิจการ) ร้อยละ 57.50 รองลงมา คือ พนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 27.50 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ร้อยละ 7.00 นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 3.50 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 3.00 และนักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์/ครู ร้อยละ 1.50 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามประเภทการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบและออกไปรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า และฝึกอบรม/สัมมนา ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ รองลงมา คือ การส่งพนักงานในธุรกิจของตนเองเข้ามาใช้บริการที่ GIT ส่วนผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเป็นพนักงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ส่วนผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (ภาพที่ 4.4) นอกจากนั้น ผู้ใช้บริการ GIT ส่วนมาก

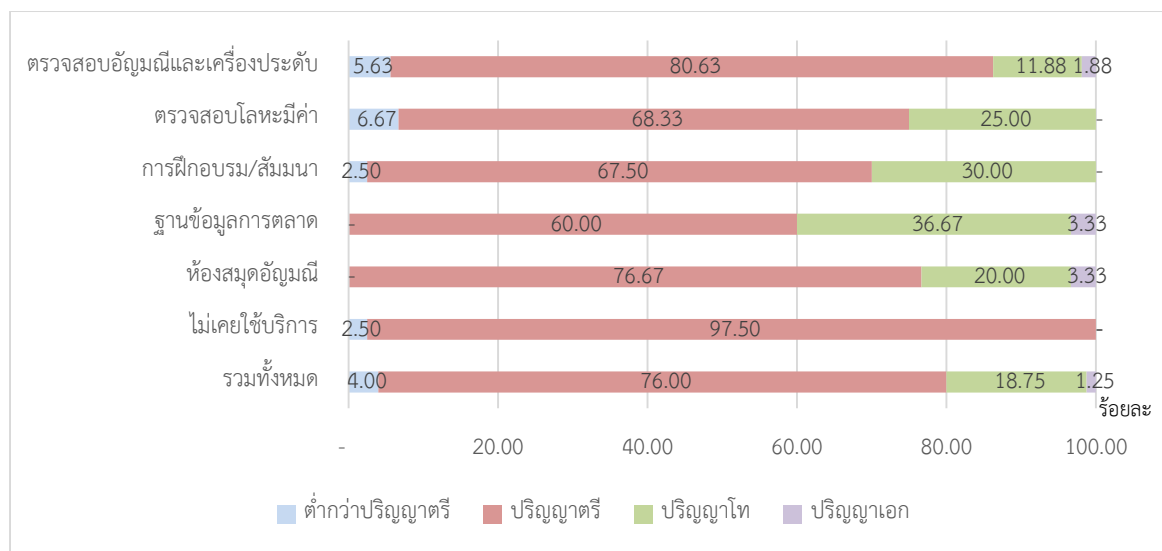
รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

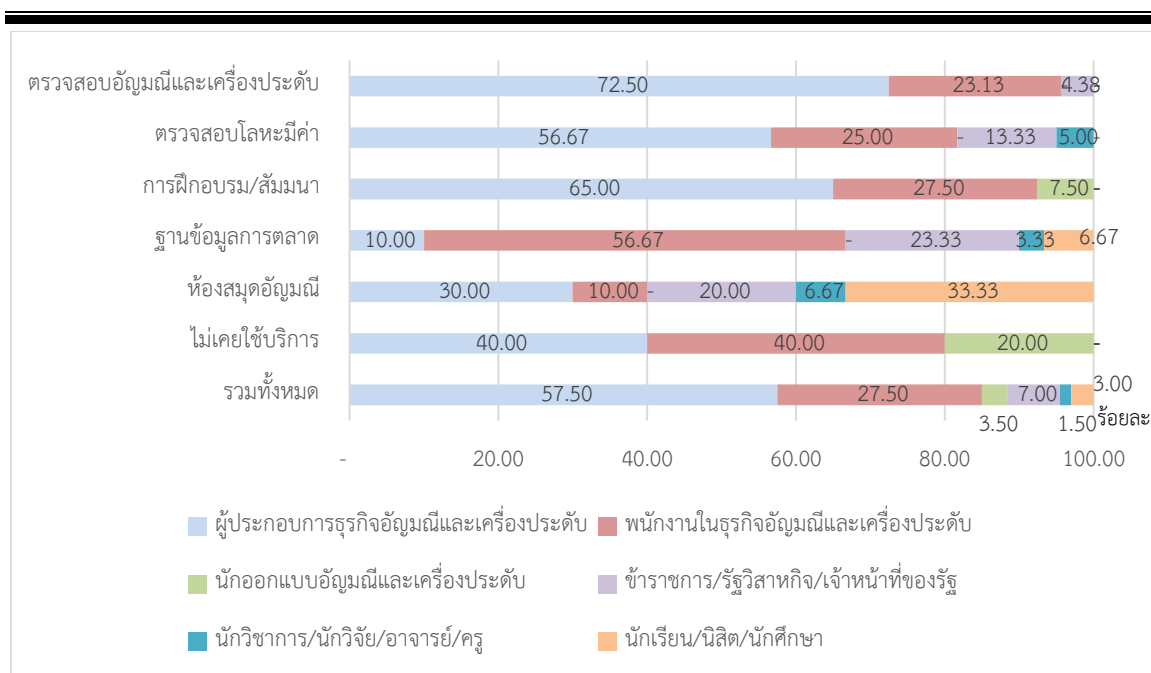
เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (มีทรัพย์สินจดทะเบียนน้อยกว่า 30 ล้านบาท) ร้อยละ 84.75 รองลงมา คือ ธุรกิจขนาดกลาง (มีทรัพย์สินจดทะเบียน 30-60 ล้านบาท) ร้อยละ 10.75 และขนาดใหญ่ (มีทรัพย์สินจดทะเบียนมากกว่า 60 ล้านบาท) ร้อยละ 4.50 (ภาพที่ 4.5)



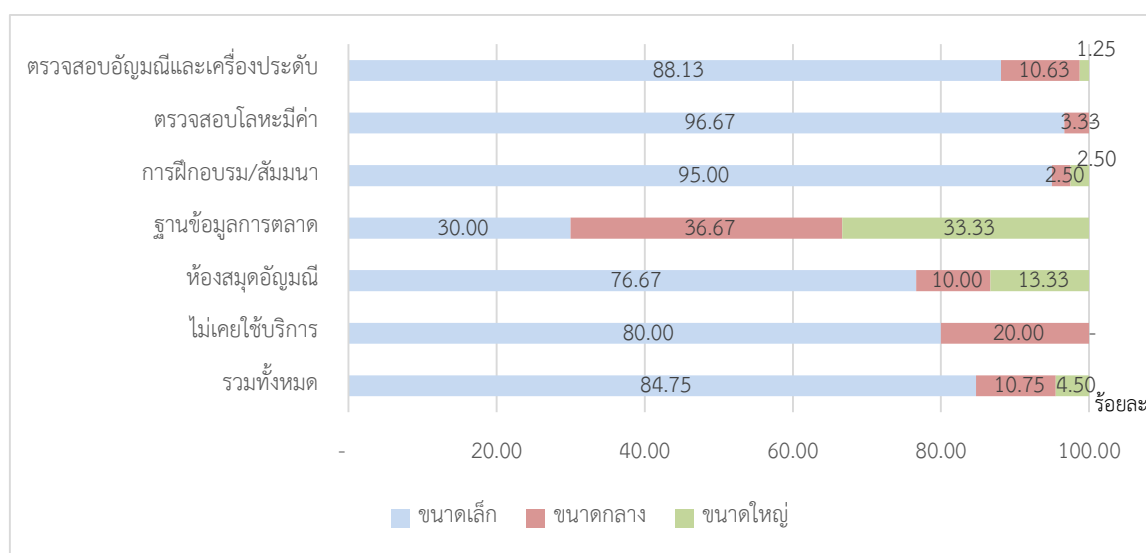
ภาพที่ 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563



ภาพที่ 4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563



ภาพที่ 4.4 การประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563



ภาพที่ 4.5 ขนาดธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

---

## 4.2 การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นการพิจารณาถึงสถานภาพการใช้บริการในปัจจุบัน ทั้งความถี่และประเภทการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการ และช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้

### 4.2.1 การใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสำรวจความถี่และประเภทการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำแนกตามประเภทการใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.2)

1. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการเฉลี่ย 2.52 ครั้ง/ปี และเมื่อพิจารณาประเภทการใช้บริการ พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ผู้ประกอบการส่วนมาก (ร้อยละ 95.00) ใช้บริการตรวจวิเคราะห์จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ ส่วนการใช้บริการประเภท อาทิ การตรวจวิเคราะห์เพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน มรกต) การตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ การตรวจวิเคราะห์จำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร หรือการตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพอัญมณี มีใช้บริการในสัดส่วนที่น้อยมาก

2. การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการเฉลี่ย 2.76 ครั้ง/ปี และเมื่อพิจารณาประเภทการใช้บริการ พบว่า ส่วนมากใช้บริการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่ม (ร้อยละ 64.00) รองลงมาเป็นการตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของวัตถุดิบและเครื่องประดับ (ร้อยละ 38.00) ตรวจวัดความหนา (ร้อยละ 8.00) การตรวจค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay (ร้อยละ 8.00) และการตรวจโลหะเจืออันตรายในเครื่องประดับ เช่น ตะกั่ว นิเกิล แคดเมียม (ร้อยละ 6.00) ตามลำดับ

3. การฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการเข้ามารับการฝึกอบรมเฉลี่ย 1.29 หลักสูตร/ปี และเข้าร่วมสัมมนาเฉลี่ย 1.88 ครั้ง/ปี โดยส่วนมากเข้าอบรมหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ (ร้อยละ 81.43) เข้าร่วม Workshop หรือสัมมนา (ร้อยละ 68.57) หลักสูตรด้านการออกแบบ (ร้อยละ 22.86) หลักสูตรเกี่ยวกับทองและโลหะมีค่า (ร้อยละ 14.29) และหลักสูตรด้านการตลาด (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ



**ตารางที่ 4.2** ความถี่และประเภทการให้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
<b>การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (n=120)</b>		
1. ความถี่การให้บริการ (ครั้ง/ปี)	2.52	
2. ประเภทการให้บริการ <sup>1/</sup>		
- ตรวจวิเคราะห์จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ		95.00
- ตรวจวิเคราะห์จำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร		2.50
- ตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพอัญมณี		1.67
- ตรวจสอบชนิดของมุกและการปรับปรุงคุณภาพ		0.83
- ตรวจวิเคราะห์เพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน มรกต)		5.00
- ตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ		2.50
<b>การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า (n=50)</b>		
1. ความถี่การให้บริการ (ครั้ง/ปี)	2.76	
2. ประเภทการให้บริการ <sup>1/</sup>		
- ตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่ม		64.00
- ตรวจโลหะเจือในเครื่องประดับ เช่น ตะกั่ว นิกเกิล แคดเมียม		6.00
- ตรวจวัดความหนา		8.00
- ตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของวัสดุดิบและเครื่องประดับ		38.00
- ตรวจค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay		8.00
<b>การฝึกอบรมและสัมมนา (n=70)</b>		
1. ความถี่การให้บริการการฝึกอบรม (หลักสูตร/ปี)	1.29	
2. หลักสูตรที่เข้ารับการอบรม <sup>1/</sup>		
- หลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์		81.43
- หลักสูตรด้านการออกแบบ		22.86
- หลักสูตรด้านการตลาด		10.00
- หลักสูตรเกี่ยวกับทองและโลหะมีค่า		14.29
3. ความถี่การให้บริการเข้าร่วมสัมมนา (ครั้ง/ปี)	1.88	
- Workshop / สัมมนา		68.57

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
<b>การบริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ (n=30)</b>		
1. ความถี่การใช้บริการ (ครั้ง/เดือน)	4.90	
2. ประเภทของฐานข้อมูลที่เข้ามาสืบค้น <sup>1/</sup>		
- ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรม		66.67
- เกษัตติสถานการณ์การตลาด		86.67
- บทความวิชาการ		90.00
- สถิติการค้าไทย / บทวิเคราะห์การนำเข้าส่งออก		86.67
- จับประเด็นข่าวเด่น		63.33
- ข้อมูลอุตสาหกรรมรายประเทศ		50.00
- ชัดความสามารถในการแข่งขันรายสินค้า		30.00
- อัตราภาษี / กฎระเบียบการค้า		63.33
- งานแสดงสินค้า / งานสัมมนา		40.00
- รายชื่อผู้นำเข้าในต่างประเทศ / รายชื่อผู้ประกอบการไทย		23.33
- หน่วยงานอัญมณีและเครื่องประดับนานาชาติ		33.33
- อื่นๆ เช่น การฝึกอบรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับ		3.33
<b>การบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (n=30)</b>		
1. ความถี่การใช้บริการ - ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (ครั้ง/ปี)	13.95	
- eLibrary (ครั้ง/ปี)	32.30	
2. ประเภทของข้อมูล หรือวารสาร/นิตยสารที่เข้ามาสืบค้น <sup>1/</sup>		
- หนังสือวารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds)		33.30
- หนังสือวารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)		60.00
- หนังสือวารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making)		16.67
- รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research)		46.67

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4. การบริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการลงทะเบียนเข้าในระบบหรือ Log in เข้าสู่ <https://infocenter.git.or.th> เพื่อสืบค้นข้อมูล เฉลี่ย 4.90 ครั้ง/เดือน หรือ 58.80 ครั้ง/ปี โดยส่วนมากสืบค้นข้อมูลบทความทางวิชาการ (ร้อยละ 90.00) เกษัตติสถานการณ์การตลาด (ร้อยละ 86.67) สถิติการค้าไทย/บทวิเคราะห์การนำเข้าส่งออก (ร้อยละ 86.67) รองลงมา คือ ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรม (ร้อยละ 66.67) อัตราภาษี/กฎระเบียบการค้า (ร้อยละ 63.33) จับประเด็นข่าวเด่น (ร้อยละ 63.33) และข้อมูลอุตสาหกรรมรายประเทศ (ร้อยละ 50.00) ตามลำดับ

5. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า มีการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 1.16 ครั้ง/เดือน หรือ 13.95 ครั้ง/ปี และใช้บริการ eLibrary เฉลี่ย 2.69 ครั้ง/เดือน หรือ 32.30 ครั้ง/ปี ส่วนมากเข้ามาสืบค้นข้อมูล หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design) (ร้อยละ 60.00) รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Thesis & Research) (ร้อยละ 46.67) หนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านอัญมณีศาสตร์ แร่ เพชร พลอย (Gemology Mineral Gemstones Diamonds) (ร้อยละ 33.33) และหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการผลิตเครื่องประดับ (Jewelry Making) (ร้อยละ 16.67) ตามลำดับ

#### 4.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ GIT ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการจำนวนทั้งหมด 300 ตัวอย่าง สามารถจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มนี้เลือกส่งสินค้าเข้ามาตรวจสอบคุณภาพที่ GIT เนื่องจากเห็นว่า GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 89.17 และร้อยละ 92.00 ตามลำดับ) และไปรับรองคุณภาพของ GIT มีความน่าเชื่อถือตามมาตรฐานสากล (ร้อยละ 85.83 และร้อยละ 82.00 ตามลำดับ)

2. ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า ตัดสินใจเข้ารับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมสัมมนาที่ GIT เนื่องจาก GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (ร้อยละ 78.57) เนื้อหาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้งานได้จริง (ร้อยละ 47.14) และเป็นหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการ (ร้อยละ 40.00)

3. ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ฐานข้อมูลการตลาดของ GIT เป็นฐานข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ทันสมัย (up to date) มีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ เป็นฐานข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ และสามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด นอกจากนั้น ระบบ <https://infocenter.git.or.th> ง่ายต่อการใช้งาน และสามารถเข้าถึงได้ฟรี (โดยกลุ่มผู้ให้บริการมากกว่าร้อยละ 80.00 เลือกใช้บริการฐานข้อมูลของ GIT เพราะเหตุผลต่างๆ เหล่านี้)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

### ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน)	หน่วย: ร้อยละ					
	ตรวจสอบ อัญมณี (n=120)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=50)	ฝึกอบรม/ สัมมนา (n=70)	ฐานข้อมูล ตลาดอัญมณี (n=30)	ห้องสมุด อัญมณี (n=30)	eLibrary (n=30)
1. คุณภาพการให้บริการ	0.83	6.00				
2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม	3.33	2.00	14.29		63.33	
3. ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์	5.00					
4. ความน่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงาน GIT	89.17	92.00	78.57			
5. ตามความต้องการของลูกค้า	7.50	2.00				
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ	5.83	4.00	2.86		60.00	
7. ให้บริการคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ	85.83	82.00				
8. ข้อมูล/ความรู้ มีความถูกต้อง / น่าเชื่อถือ	20.83	2.00				
9. เนื้อหาหลักสูตรตรงตามความต้องการ			40.00			
10. เนื้อหาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้งานได้จริง			47.14			
11. ระยะเวลาในการฝึกอบรมเหมาะสม			2.86			
12. เป็นฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล				100.00		
13. เป็นฐานข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ				96.67		
14. เป็นฐานข้อมูลที่สามารถใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด				86.67		
15. เป็นฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ฟรี				93.33		
16. เป็นฐานข้อมูลที่ทันสมัย (up to date)				93.33		
17. เป็นฐานข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ ใช้งานได้จริง				90.00		
18. <a href="https://infocenter.git.or.th">https://infocenter.git.or.th</a> ง่ายต่อการใช้งาน				90.00		
19. เป็นฐานข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ				83.33		
20. เป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ					63.33	66.67
21. เป็นห้องสมุดของหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ					60.00	63.33
22. ห้องสมุดมีบรรยากาศที่ดีในการค้นคว้า					60.00	
23. เป็นห้องสมุดที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ					56.67	53.33
24. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ทันสมัย (up to date)					56.67	43.33
25. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร หลากหลาย ครบถ้วน					56.67	43.33
26. มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ที่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้งานได้จริง					63.33	53.33
27. ความสะดวกในการใช้งาน ผ่านคอมพิวเตอร์หรือ Application ในมือถือ						60.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4. ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้เลือกใช้บริการห้องสมุดและ eLibrary เนื่องจากเป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 63.33 และร้อยละ 66.67 ตามลำดับ) เป็นห้องสมุดของหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 60.00 และร้อยละ 63.33 ตามลำดับ) รองลงมา คือ เป็นห้องสมุดที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ มีหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร ทันสมัย (up to date) หลากหลาย ครบถ้วน และสามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้งานได้จริง นอกจากนี้ ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับมีบรรยากาศที่ดีเหมาะสำหรับการค้นคว้า เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ อัตราค่าบริการเหมาะสม และ eLibrary มีความสะดวกในการใช้งาน สามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์หรือ Application ในมือถือได้

โดยสรุปแล้ว ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ GIT ของผู้ใช้บริการ ก็คือ GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล และการออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือในระดับสากล และการเป็นหน่วยงานเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งทำให้ GIT เป็นหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือในการเป็นแหล่งข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของประเทศไทย

ในทางตรงกันข้าม กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการ (Inactive User) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 60 ตัวอย่าง และผู้ประกอบการในธุรกิจที่ไม่ใช้บริการ GIT (None User) จำนวน 40 ตัวอย่าง มีเหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการ GIT เนื่องจาก ผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ส่วนมากไม่มีอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ที่ต้องการใบรับรองคุณภาพเพื่อการจำหน่าย ส่วนผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมการฝึกอบรมหรือสัมมนาในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เนื่องจากระยะเวลาในการจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาไม่เหมาะสม ไม่สะดวกในการเดินทางมา เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคอุบัติใหม่ (Covid-19) แต่อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการที่ GIT กลับพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนมากยังคงเข้าใจว่า กระบวนการหรือขั้นตอนในการใช้บริการที่ GIT นั้น มีความยุ่งยาก ไม่สะดวก (ร้อยละ 55.00) ระยะเวลาในการให้บริการช้า (ร้อยละ 35.00) และอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม (ร้อยละ 25.00) (ตารางที่ 4.4) ซึ่งถือได้ว่าเป็นประเด็นสำคัญที่ GIT จำเป็นต้องมีการสื่อสารให้ผู้ประกอบการในธุรกิจทั้งหมด รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน อย่างกว้างขวาง

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

				หน่วย: ร้อยละ
ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่เลือกใช้บริการ	ผู้ที่ไม่ได้มาใช้บริการในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (Inactive User)			ผู้ไม่เคยใช้บริการ (None User) (n=40)
	ตรวจสอบอัญมณี	ตรวจสอบโลหะมีค่า	ฝึกอบรม/สัมมนา	
	(n=40)	(n=10)	(n=10)	
1. สถานที่ตั้งของหน่วยงานไกล เข้าถึงได้ไม่สะดวก			10.00	15.00
2. ขั้นตอนยุ่งยาก ไม่สะดวก				55.00
3. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม				25.00
4. ระยะเวลาในการให้บริการช้า				35.00
5. ลูกค้านต้องการใช้บริการที่หน่วยงานอื่น	5.00			17.50
6. ไม่มีอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่าที่ ต้องการใบรับรองคุณภาพ	80.00	100.00		
7. ไม่ได้ดำเนินธุรกิจด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	10.00			
8. ระยะเวลาในการอบรมไม่เหมาะสม			90.00	
9. อบรมในเนื้อหาหลักสูตรต่างๆ ครบตามความ ต้องการ			10.00	
10. อื่นๆ เช่น เจ้าหน้าที่บริการไม่ดี ติด Covid-19 เป็นต้น	5.00		20.00	

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.2.3 ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เมื่อพิจารณาช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของ GIT กับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากรับทราบข้อมูลข่าวสาร จาก website (www.git.or.th) (ร้อยละ 68.00) และจากคนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว (ร้อยละ 66.00) เป็นช่องทางหลัก รองลงมา คือ จาก social network เช่น Facebook, Instagram (ร้อยละ 24.25) ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail (ร้อยละ 8.25) ตามลำดับ ส่วนช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในมุมมองของผู้ใช้บริการ คือ website (www.git.or.th) (ร้อยละ 48.00) และ social network เช่น Facebook, Instagram (ร้อยละ 47.00) ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนมากตระหนักถึงสถานการณ์ในปัจจุบัน และต้องการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งจากหน้า website หรือทาง social network ต่างๆ (ตารางที่ 4.5)

#### ตารางที่ 4.5 ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

หน่วย: ร้อยละ

ช่องทางการตลาด / การรับทราบข้อมูลข่าวสาร	ผู้ให้บริการ						รวม ทั้งหมด (n=400)
	ตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=60)	ฝึกอบรม/ สัมมนา (n=80)	ฐานข้อมูล ตลาดอัญมณี (n=30)	ห้องสมุด อัญมณี (n=30)	ผู้ไม่เคยใช้ บริการ (n=40)	
ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร <sup>1/</sup> (ปัจจุบัน)							
1. website ของสถาบันฯ (www.git.or.th)	70.63	61.67	52.50	100.00	93.33	55.00	68.00
2. social network เช่น Facebook, Instagram	6.25	3.33	17.50	60.00	80.00	72.50	24.25
3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail	5.63	5.00	6.25	40.00	13.33		8.25
4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นสพ. วิทยุ เป็นต้น	3.75	1.67		10.00		2.50	2.75
5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์	3.75		1.25	3.33	3.33	12.50	3.50
6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว	85.63	43.33	61.25	20.00	26.67	95.00	66.00
ช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด							
1. website ของสถาบันฯ (www.git.or.th)	43.13	65.00	46.25	73.33	50.00	25.00	48.00
2. social network เช่น Facebook, Instagram	56.25	31.67	50.00	16.67	40.00	55.00	47.00
3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง E-mail			3.75	10.00	3.33		1.75
4. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์					3.33		0.25
5. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว		1.67			3.33	20.00	2.50
6. อื่นๆ เช่น Call Center	0.63	1.67					0.50

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 4.3 การรับรู้และภาพลักษณ์ขององค์กร

ในการพิจารณาการรับรู้และภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) เป็นการพิจารณาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประกอบกับประสบการณ์ที่เคยได้รับการใช้บริการในช่วงที่ผ่านมา ในที่นี้ สามารถสรุปคะแนนเฉลี่ย ภาพลักษณ์ของ GIT ได้ดังตารางที่ 4.6

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### ตารางที่ 4.6 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ภาพลักษณ์	ผู้ให้บริการ					ผู้ไม่เคยใช้ บริการ	รวม ทั้งหมด
	ตรวจสอบ อัญมณี	ตรวจสอบ โลหะมีค่า	ฝึกอบรม/ สัมมนา	ฐานข้อมูล ตลาดอัญมณี	ห้องสมุด อัญมณี		
	(n=160)	(n=60)	(n=80)	(n=30)	(n=30)	(n=40)	(n=400)
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	4.55	4.70	4.55	4.80	4.93	4.00	4.59
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	4.24	4.80	4.59	4.83	4.90	4.23	4.60
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	4.68	4.52	4.31	4.47	4.63	4.25	4.48
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	4.41	4.35	4.29	4.47	4.43	3.93	4.31
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	4.33	4.50	4.53	4.17	4.03	4.10	4.28
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	4.25	4.60	4.51	4.10	4.20	2.53	4.03
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	4.49	4.67	4.63	4.37	4.50	4.13	4.47
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	4.44	4.68	4.63	4.33	4.33	4.08	4.42
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	4.35	4.53	4.56	4.60	4.83	4.18	4.51
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	4.33	4.55	4.51	4.43	4.77	4.38	4.50
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	4.34	4.65	4.43	4.63	4.63	3.35	4.34
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	4.34	4.50	4.29	4.33	4.40	3.88	4.29
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	4.28	4.70	4.45	4.23	4.50	4.13	4.38
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	4.20	4.68	4.53	4.33	4.67	3.98	4.40
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.18	4.62	4.56	4.47	4.83	3.98	4.44
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>4.36</b>	<b>4.60</b>	<b>4.49</b>	<b>4.44</b>	<b>4.57</b>	<b>3.94</b>	<b>4.40</b>

หมายเหตุ: ความหมายของความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์

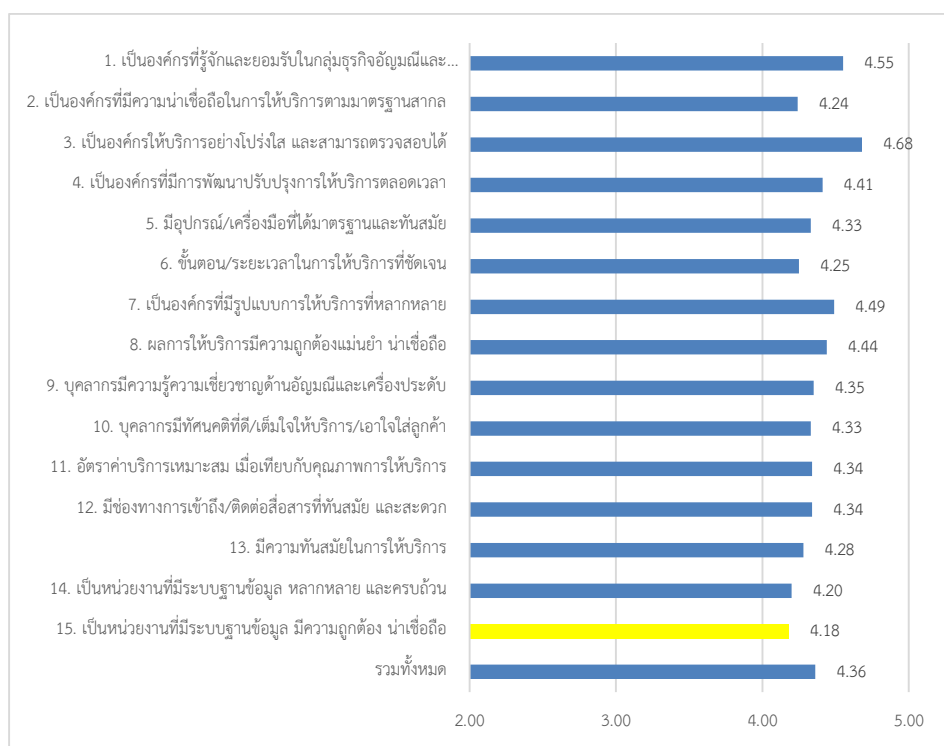
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า เห็นด้วยน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า เห็นด้วยมาก
- คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่า เห็นด้วยมากที่สุด

ในการพิจารณาการรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร สามารถตามประเภทการให้บริการได้ทั้งหมด 6 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary และกลุ่มที่ 6 ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้ดังนี้



### 4.3.1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

จากการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 160 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในเชิงบวกกับองค์กร (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.36) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละรายประเด็น จะเห็นว่า คะแนนเฉลี่ยของภาพลักษณ์องค์กรที่น้อยที่สุด เท่ากับ 4.18 ซึ่งอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก หรือกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการในส่วนนี้มีทัศนคติที่ดีกับ GIT ในทุกมิติ โดยภาพลักษณ์ที่กลุ่มผู้ให้บริการให้คะแนนสูงสุด ก็คือ การเป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ และการเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ รองลงมา คือ ผลการให้บริการตรวจสอบคุณภาพมีความถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ และการเป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย โดยที่ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับส่วนมากทราบว่าองค์กรมีการให้บริการในด้านอื่นๆ ทั้งการจัดหลักสูตรฝึกอบรม สัมมนา การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ การให้บริการห้องสมุดในรูปแบบ eLibrary เป็นต้น (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.6)



ภาพที่ 4.6 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

---

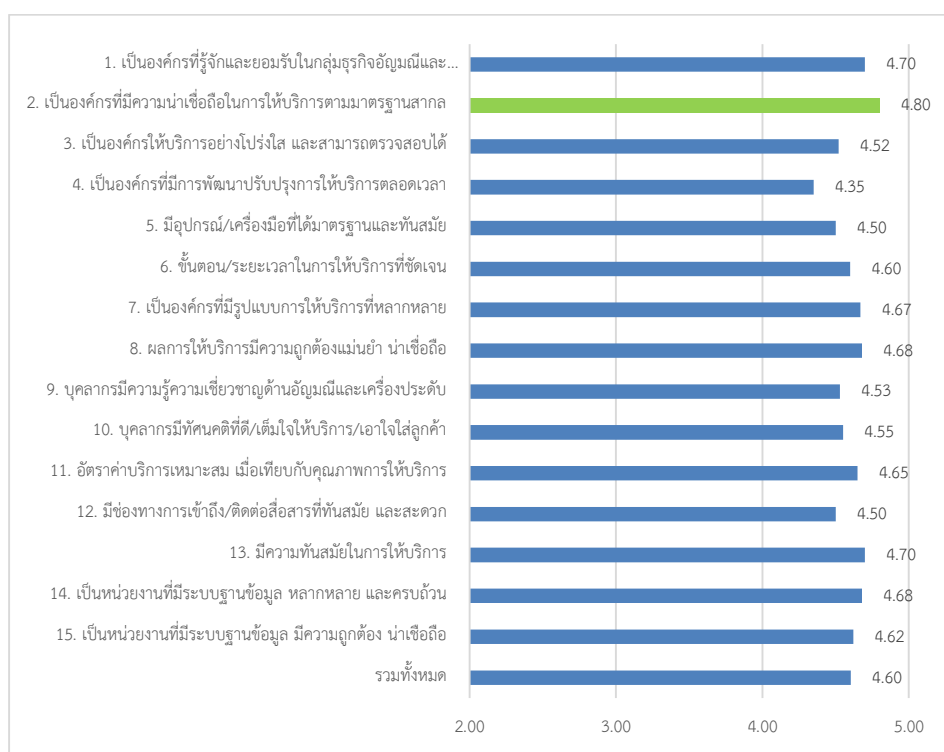
เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่าง GIT กับหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน คือ บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA) สถาบันอัญมณีศาสตร์นานาชาติ (IGI) และ International Colored Gemstone Association (ICA) พบว่า ภาพลักษณ์สำคัญที่ GIT โดดเด่นเหนือกว่าหน่วยงานอื่นๆ ก็คือ **การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นหน่วยงานที่มีคุณภาพการให้บริการ (ผลการตรวจสอบคุณภาพ) ที่มีความถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ** รวมทั้ง การเป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนของ GIT ในมุมมองของผู้ใช้บริการ ยังคงมีความคิดว่าหน่วยงานที่ให้บริการในลักษณะเดียวกันที่เป็นองค์กรต่างประเทศ อาทิ บริษัท GRS ประเทศไทย จำกัด (Gem Research Swiss Lab) สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA) มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากลมากกว่า

#### 4.3.2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ในส่วนของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 60 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้ต่างมีทัศนคติที่ดีกับ GIT เป็นอย่างมาก (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.60) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละรายประเด็น จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 4.20) ในทุกประเด็นของภาพลักษณ์ หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีกับ GIT ในทุกมิติ และภาพลักษณ์ที่มีคะแนนสูงสุด ก็คือ **การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัยในการให้บริการ** รองลงมา คือ การเป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย มีอัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ และผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.7)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่าง GIT กับหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน ก็คือ บริษัท บางกอกแอสเสย์ ออฟฟิต จำกัด บริษัท อัลฟา พรีเมียม เมททอล จำกัด บริษัท อินเตอร์เทค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โกลด์ ฟิลด์ รีไฟเนอรี จำกัด ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ภาพลักษณ์ของ GIT ที่มีต่อกลุ่มผู้บริบาลกลุ่มนี้ มีความโดดเด่นมากกว่าหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกันทุกหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์องค์กร การเป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการที่มีการปรับปรุงตลอดเวลา ความทันสมัยของเครื่องมือ

ระยะเวลาขั้นตอนการให้บริการ ผลการตรวจวิเคราะห์ที่ถูกต้อง แม่นยำ น่าเชื่อถือ รวมไปถึงบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและการให้บริการ



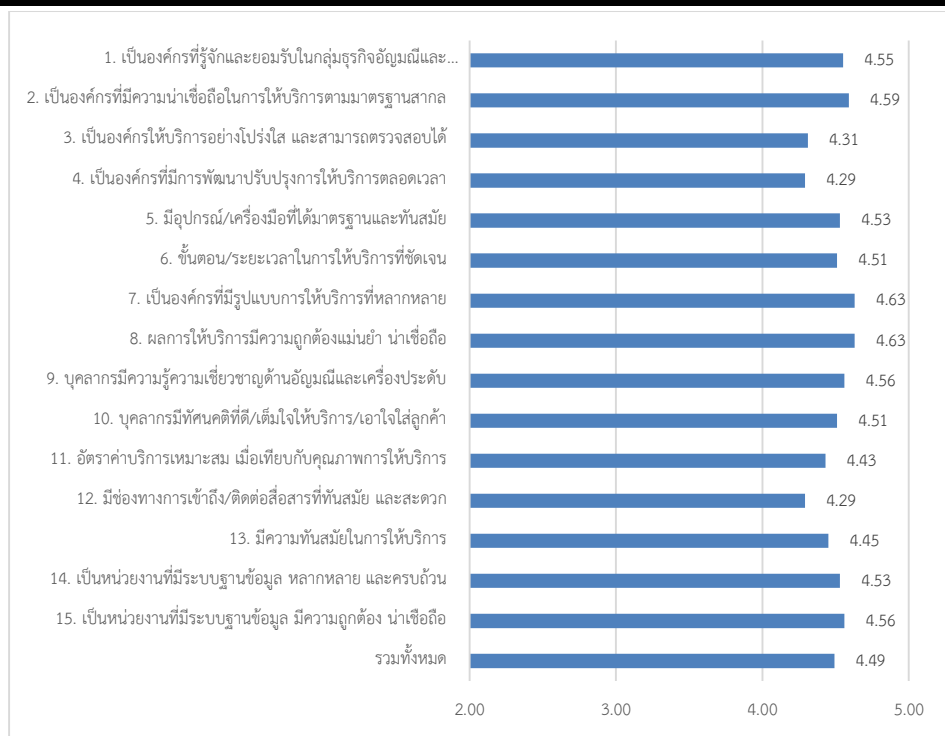
ภาพที่ 4.7 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

### 4.3.3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 80 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้ต่างมีทัศนคติที่ดีกับ GIT เป็นอย่างมาก (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.49) และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละรายประเด็น จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนาต่างเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 4.20) ในทุกประเด็นของภาพลักษณ์ เช่นเดียวกับกลุ่มผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีกับ GIT ในทุกมิติ และภาพลักษณ์ที่มีคะแนนสูงสุด ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย และการเป็นหน่วยงานที่มีผลการให้บริการ ถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และการเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.8)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



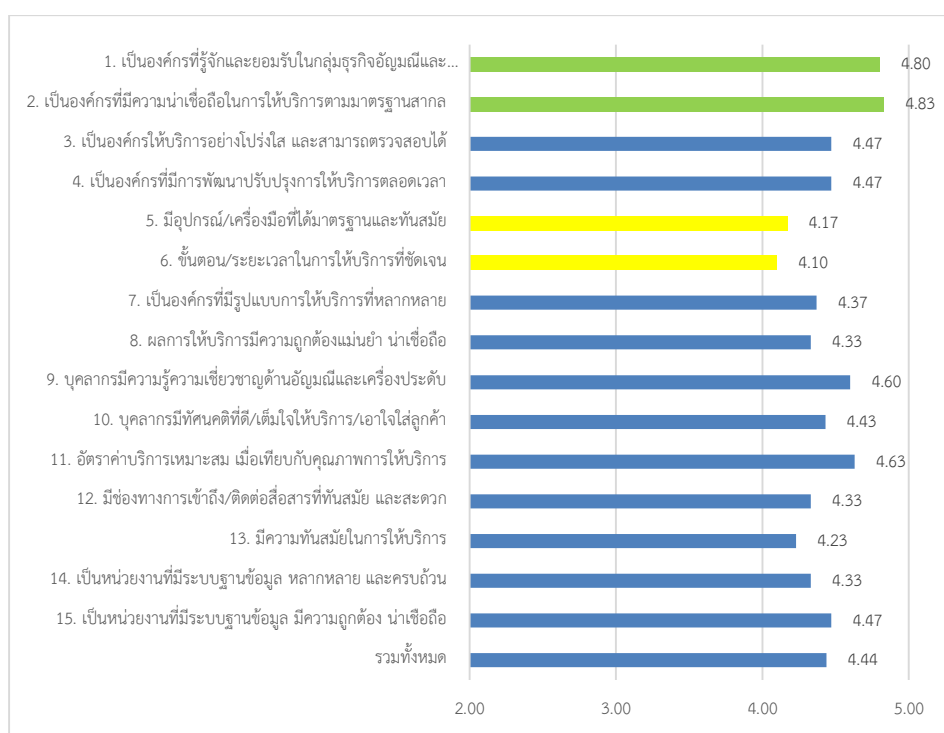
ภาพที่ 4.8 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ระหว่าง GIT กับหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน ก็คือ สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS) สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA) และวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในมุมมองของผู้ใช้บริการฝึกอบรมและสัมมนา พบว่า ภาพลักษณ์ของ GIT ที่มีต่อกลุ่มผู้ให้บริการฝึกอบรมและสัมมนาไม่ค่อยมีความแตกต่างกับหน่วยงานอื่นๆ ในเรื่องของการจัดฝึกอบรม โดยผู้ให้บริการมีความคิดเห็นว่าบุคลากรของแต่ละหน่วยงานที่เป็นวิทยากรในการฝึกอบรมต่างมีความรู้ความสามารถไม่แตกต่างกัน เครื่องมืออุปกรณ์มีความทันสมัย และหน่วยงานต่างๆ ก็ล้วนเป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีการให้บริการตามมาตรฐานสากล

#### 4.3.4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับจาก <https://infocenter.git.or.th> ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 30 พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในเชิงบวกกับองค์กร (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.44) และเมื่อพิจารณาในรายประเด็น พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่มี

คะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และ เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล รองลงมา คือ อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ และบุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนประเด็นภาพลักษณ์ที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน และอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับกลุ่มนี้ มีบางส่วนที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักวิชาการ/นักวิจัย/อาจารย์ และนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ซึ่งกลุ่มผู้ให้บริการเหล่านี้มิได้เข้ามาใช้บริการที่ GIT ทำให้ไม่ทราบถึงขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการ หรือความทันสมัยของอุปกรณ์/เครื่องมือที่ให้บริการ (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.9)

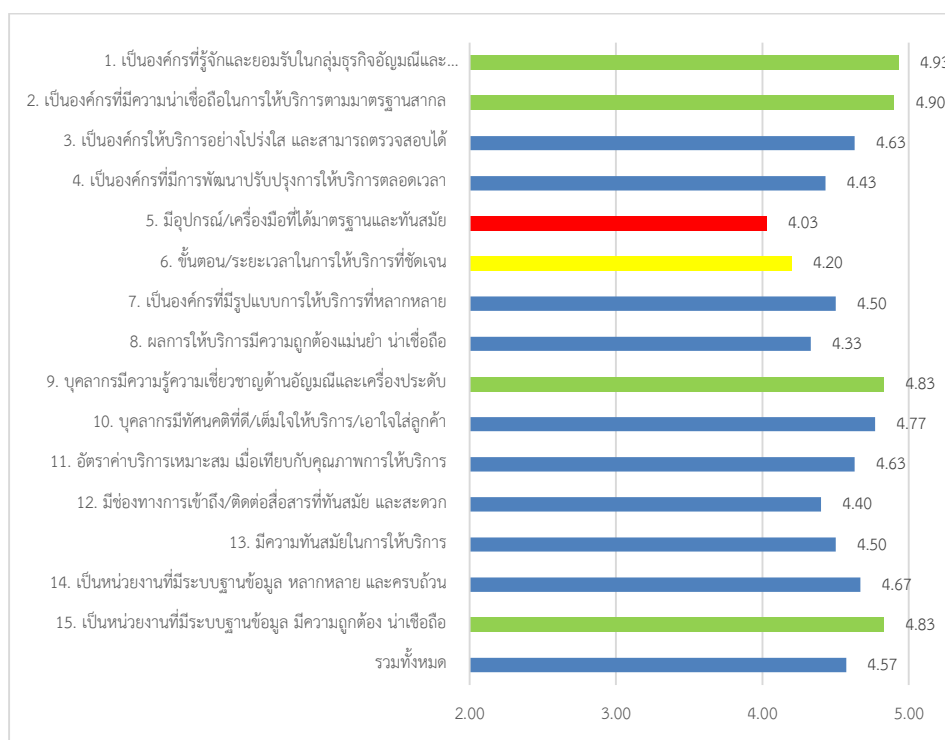


ภาพที่ 4.9 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ

#### 4.3.5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในเชิงบวกกับองค์กร (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.57) เมื่อพิจารณาในรายประเด็น จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด

คือ การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล รองลงมา คือ การเป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และบุคลากร/เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และประเด็นภาพลักษณ์ที่ได้คะแนนน้อยที่สุด ก็คือ ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน และอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย เช่นเดียวกับกับผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.10)



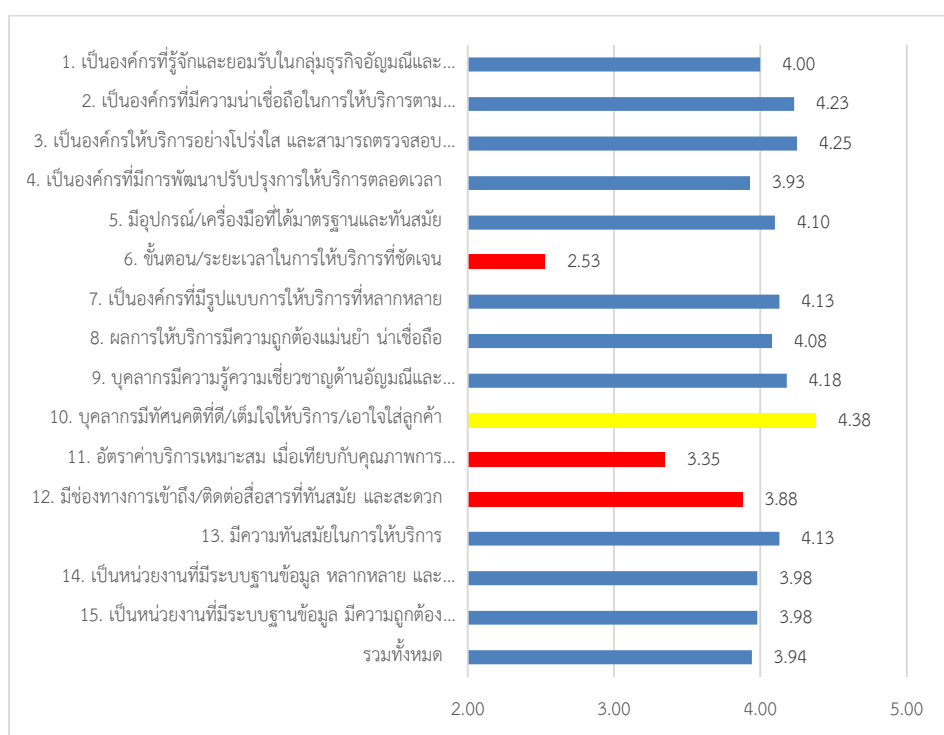
ภาพที่ 4.10 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ในมุมมองของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary

#### 4.3.6 ผู้ไม่เคยใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)

สำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่เคยใช้บริการที่ GIT จำนวน 40 ตัวอย่างพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนมากมีทัศนคติไม่ค่อยดีกับ GIT โดยจะเห็นได้จากคะแนนเฉลี่ยของภาพลักษณ์ที่เท่ากับ 3.94 และเมื่อพิจารณาในรายประเด็น จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนของ GIT คือ ภาพลักษณ์ทางด้านขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.53) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.35) และช่องทางการเข้าถึง

หรือการติดต่อสื่อสาร (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.88) ซึ่งกลุ่มผู้ไม่เคยใช้บริการส่วนมากยังไม่ทราบข้อมูลการให้บริการของ GIT ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในเรื่องของระยะเวลาการให้บริการ อัตราค่าบริการ รวมถึงส่วนลดอัตราค่าบริการในรูปแบบต่างๆ ที่ GIT จัดทำขึ้นมาเพื่อส่งเสริมการขาย หรือแม้กระทั่งช่องทางการติดต่อสื่อสารกับ GIT ที่มีหลายช่องทาง ทันสมัย และสะดวก แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ที่ดีของ GIT ในมุมมองกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ คือ การเป็นองค์กรที่มีบุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.11)



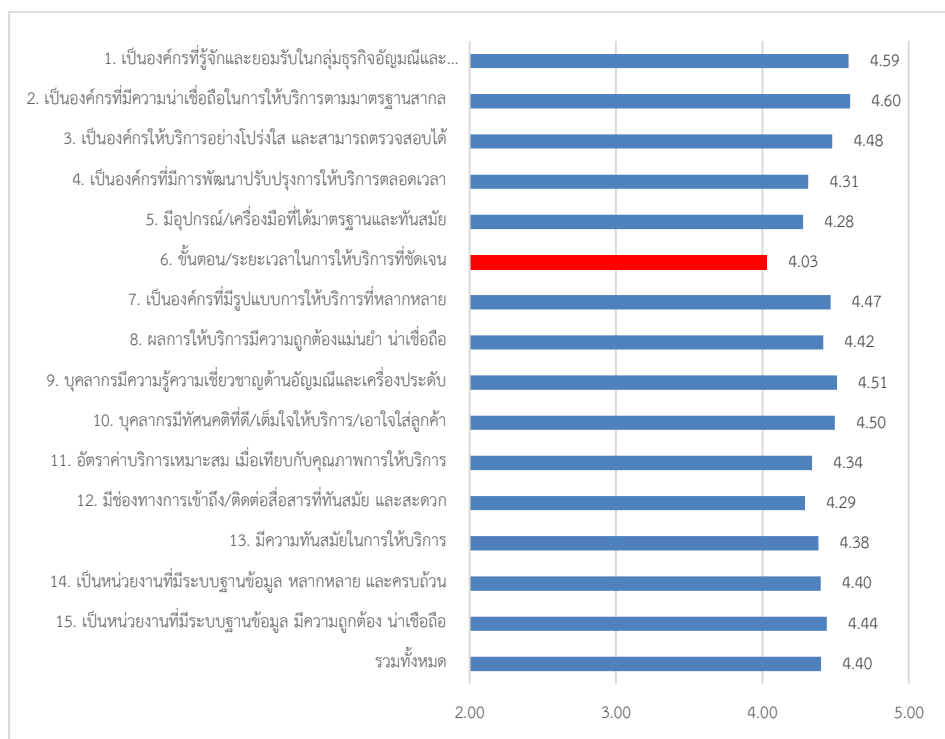
ภาพที่ 4.11 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในมุมมองของผู้ไม่ใช้บริการ (None User)

นอกจากนั้น ยังพบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่ใช้บริการ GIT รับทราบเพียงแต่ว่า GIT มีการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 100.00) และโลหะมีค่า (ร้อยละ 97.50) เป็นภารกิจหลักของหน่วยงานเท่านั้น และมีผู้ประกอบการบางส่วน เพียงร้อยละ 52.50 ที่ทราบว่ามีการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และร้อยละ 25.00 ให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนการให้บริการประเภทอื่นๆ กลับพบว่า ส่วนมากไม่ทราบว่า GIT มีการให้บริการ โดยมีเพียงร้อยละ 12.50 ทราบว่า GIT มีจัดการฝึกอบรมในหลักสูตรเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 5.00 ทราบว่ามีการจัดงานสัมมนาเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ และร้อยละ 5.00 มีการให้บริการ

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ผ่าน <https://infocenter.git.or.th> และ GIT eLibrary นั้น หมายความว่า กลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่ค่อยได้เข้ามาสืบค้นข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับหน่วยงานเลย



ภาพที่ 4.12 ภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### 4.3.7 สรุปการรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ในภาพรวมของภาพลักษณ์ขององค์กรที่กลุ่มผู้ใช้บริการและผู้ที่ไม่เคยใช้บริการที่มีต่อสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) พบว่า ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีหรือมีมุมมองที่เป็นบวกกับ GIT (คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด เท่ากับ 4.40) และเมื่อพิจารณาในรายประเด็น พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง หรือมีทัศนคติที่ดีกับภาพลักษณ์ขององค์กร ทั้งการเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล มีการให้บริการที่โปร่งใสและสามารถตรวจสอบ เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา อุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย คุณภาพหรือผลการให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก มีความทันสมัย



ในการให้บริการ มีระบบฐานข้อมูลที่หลากหลาย ครบถ้วน มีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ประเด็นภาพลักษณ์ที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยมาก หรือยังมีทัศนคติที่ไม่ดีเท่าที่ควร คือ เรื่องขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการยังมีความรู้ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ซึ่งจำเป็นต้องปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องต่อไป (ตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.12)

#### 4.4 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในที่นี้ จำแนกตามการให้บริการ 3 ประเภท คือ (1) ความเชื่อมั่นที่มีต่อผลการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 160 ราย (2) ความเชื่อมั่นที่มีต่อผลการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย และ (3) ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์ความรู้ที่ได้รับการฝึกอบรม จากกลุ่มตัวอย่าง 80 ราย ดังตารางที่ 4.7

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ มีค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย เท่ากับ 4.66 หรือกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 93.20 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากมีความคิดเห็นว่าผลการตรวจสอบคุณภาพมีความเป็นมาตรฐาน แม่นยำ และน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 94.38) หน่วยงานเป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 58.75) และมีการออกใบรับรองคุณภาพที่สามารถตรวจสอบได้ (ร้อยละ 18.13)

ผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า มีค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย เท่ากับ 4.80 หรือกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการร้อยละ 96.00 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าของ GIT ทั้งนี้ เนื่องจากผลการตรวจสอบคุณภาพมีความเป็นมาตรฐาน แม่นยำ และน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 93.33) หน่วยงานเป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 43.33) และมีการออกใบรับประกันคุณภาพที่สามารถตรวจสอบได้ (ร้อยละ 28.33)

ผู้ให้บริการฝึกอบรม/สัมมนา มีค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย เท่ากับ 4.60 หรือกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการร้อยละ 92.00 มีความเชื่อมั่นต่อองค์ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม เนื่องจากมีความคิดเห็นว่าองค์ความรู้ที่ได้รับมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำกลับมาใช้ได้จริง (ร้อยละ 81.67) และวิทยากรมีความรู้และถ่ายทอดความรู้ได้ดี (ร้อยละ 55.00)

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### ตารางที่ 4.7 ความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

รายการ	ตรวจสอบอัญมณี		ตรวจสอบโลหะมีค่า		ฝึกอบรม/สัมมนา	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
<b>ค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ย</b>	<b>4.66</b>		<b>4.80</b>		<b>4.60</b>	
<b>เหตุผลที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น <sup>1/</sup></b>						
- ผลการตรวจสอบคุณภาพมีความเป็นมาตรฐาน แม่นยำ และน่าเชื่อถือ		94.38		93.33		
- หน่วยงานเป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและ เครื่องประดับ และมีความน่าเชื่อถือ		58.75		43.33		
- มีการออกใบรับประกันคุณภาพ		18.13		28.33		
- เป็นหน่วยงานของภาครัฐ		17.50		1.67		3.33
- เชื่อมั่นในความสามารถของบุคลากร		1.25				
- ขั้นตอนการตรวจมีความละเอียด		5.63				
- มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐาน / ทันสมัย		5.00		1.67		5.00
- วิทยากรมีความรู้และถ่ายทอดความรู้ได้ดี						55.00
- ความรู้ที่ได้รับมีความถูกต้อง/เชื่อถือได้ สามารถนำ กลับมาใช้ได้จริง						81.67
- วิทยากรมีประสบการณ์สามารถตอบคำถามได้ชัดเจน						10.00
- อื่นๆ เช่น หลักสูตรมีคุณภาพมาตรฐานสากล มีการ สอนภาคปฏิบัติ						1.26

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.5 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ เจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ คุณภาพการให้บริการ ทั้งการตรวจสอบคุณภาพ การได้รับความรู้จากการอบรม/สัมมนา หรือจากข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นในฐานข้อมูล ห้องสมุด หรือ eLibrary โดยจำแนกตามประเภทการให้บริการทั้งหมด 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มที่ 5

ผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary โดยสามารถสรุปคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยได้ดังตารางที่ 4.8

**ตารางที่ 4.8** ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

รายการ	การใช้บริการ	ตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=60)	อบรม/ สัมมนา (n=80)	บริการ ฐานข้อมูล (n=30)	ห้องสมุด อัญมณี (n=30)
<b>ความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด</b>		<b>4.40</b>	<b>4.56</b>	<b>4.52</b>	<b>4.40</b>	<b>4.48</b>
<b>การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า</b>						
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ (ขั้นตอน/กระบวนการ)		4.49	4.47			
2. การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ		4.43	4.43			
3. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ		4.32	4.50			
4. เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ทันสมัย ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ		4.69	4.78			
5. เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว		4.40	4.50			
6. หน้าเว็บไซต์ใช้งานง่าย/การเข้าถึงฐานข้อมูลสะดวก		4.33	4.45			
7. ความเพียงพอของเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการบริการ		4.43	4.50			
8. ความปลอดภัยของระบบอิเล็กทรอนิกส์		4.36	4.60			
9. เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถาม/แก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี		4.38	4.65			
10. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ลูกค้า		4.34	4.65			
11. ผลการตรวจสอบมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ		4.26	4.60			
<b>การให้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา</b>						
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ (ขั้นตอน/กระบวนการ)				4.46		
2. การให้บริการมีความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ				4.45		
3. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ				4.40		
4. เครื่องมือ/อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เพียงพอ				4.44		
5. สถานที่จัดฝึกอบรมเหมาะสม เพียงพอต่อผู้เข้ารับการอบรม				4.40		
6. โสตทัศนูปกรณ์มีระบบเสียง ทันสมัยและมีคุณภาพ				4.39		
7. อุปกรณ์ประกอบการฝึกอบรม เช่น อัญมณี และเครื่องมือตรวจสอบ มีคุณภาพ ทันสมัยและเพียงพอ				4.43		
8. เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความครบถ้วน				4.70		
9. เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความเข้าใจง่าย				4.65		
10. ระยะเวลาในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม				4.48		
11. วิทยากรมีความรู้ และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร				4.78		
12. วิทยากรมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ดี				4.64		
13. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ผู้เข้าอบรม				4.49		

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการ	การใช้บริการ	ตรวจสอบ อัญมณี (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=60)	อบรม/ สัมมนา (n=80)	บริการ ฐานข้อมูล (n=30)	ห้องสมุด อัญมณี (n=30)
<b>การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ</b>						
1. ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ					4.80	
2. ข้อมูลมีความหลากหลาย ตรงตามต้องการ					4.40	
3. ข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด และครบถ้วน					4.57	
4. ข้อมูลมีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน					4.47	
5. ข้อมูลเป็นประโยชน์สามารถใช้งานได้จริง					4.47	
6. การเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์สืบค้นได้ง่าย และสะดวก					4.30	
7. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม และน่าสนใจ					4.10	
8. หน้าโฮมเพจสามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (user friendly)					4.27	
9. ความเหมาะสมของสี และตัวหนังสือ หน้าโฮมเพจ					4.20	
<b>การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ</b>						
1. หนังสือ/วารสาร หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ						4.47
2. หนังสือ/วารสาร ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน						4.37
3. สถานที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ						4.74
4. ช่วงระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสม						4.58
5. การจัดเรียงหนังสือ/วารสาร สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว						4.47
6. คอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูล มีอย่างเพียงพอ						3.95
7. สภาพแวดล้อมเหมาะสม เอื้ออำนวยในการศึกษาค้นคว้า						4.74
8. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจให้บริการ						5.00
9. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น ในการให้บริการ						5.00
10. เจ้าหน้าที่มีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง						5.00
11. Wi-Fi ฟรีที่ให้บริการ มีความสะดวก ใช้งานได้ง่าย						4.89
<b>การให้บริการ eLibrary</b>						
1. หนังสือ/วารสารออนไลน์ หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ						4.10
2. หนังสือ/วารสารออนไลน์ ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน						4.20
3. ระบบ eLibrary สามารถใช้งานได้สะดวก						4.14
4. ความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ในระบบ eLibrary						4.14
5. การจัดหมวดหมู่ในระบบ eLibrary ทำให้สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว						4.10
6. ระบบ eLibrary มีดีไซน์สวยงาม และน่าสนใจ						4.25
7. ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการเข้าใช้ระบบ GIT eLibrary						4.50

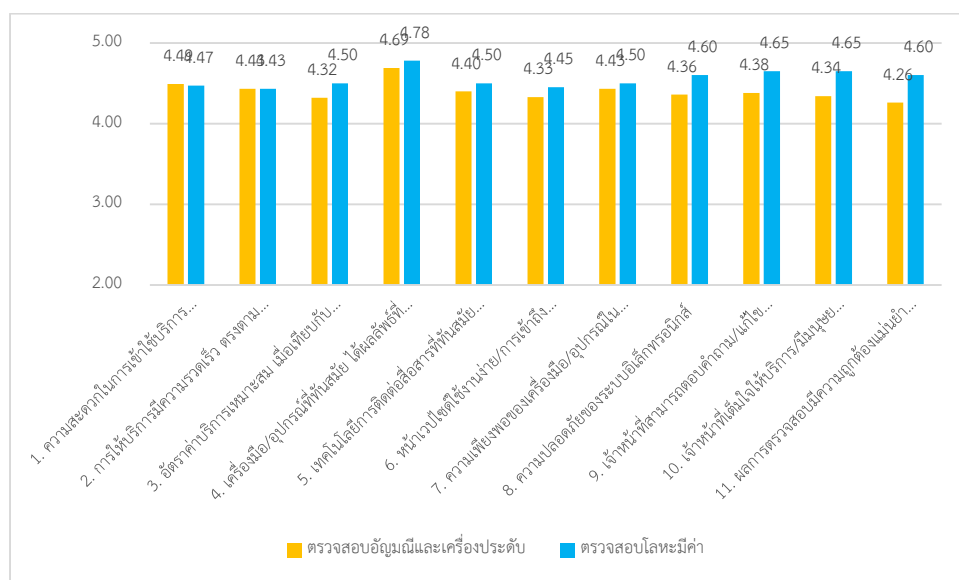
หมายเหตุ: ความหมายของความพึงพอใจ

- |                           |                                 |
|---------------------------|---------------------------------|
| - คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 | หมายความว่า ไม่พึงพอใจ          |
| - คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 | หมายความว่า ค่อนข้างไม่พึงพอใจ  |
| - คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 | หมายความว่า พึงพอใจปานกลาง/เฉยๆ |
| - คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 | หมายความว่า ค่อนข้างพึงพอใจ     |
| - คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 | หมายความว่า พึงพอใจมาก          |

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวน 360 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมทั้งหมดของทุกประเภทการให้บริการ เท่ากับ 4.47 หรือกล่าวได้ว่า การให้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ทำให้ผู้รับบริการร้อยละ 89.40 มีความพึงพอใจ และเมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทการให้บริการได้ดังนี้

#### 4.5.1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

ในส่วนของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ จำนวน 160 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.40 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 88.00 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และเมื่อพิจารณาจำแนกในรายประเด็น พบว่า ในทุกประเด็นกลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 4.20) และประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ การใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ และขั้นตอน/กระบวนการมีความสะดวกในการเข้าใช้บริการ (ตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.13)



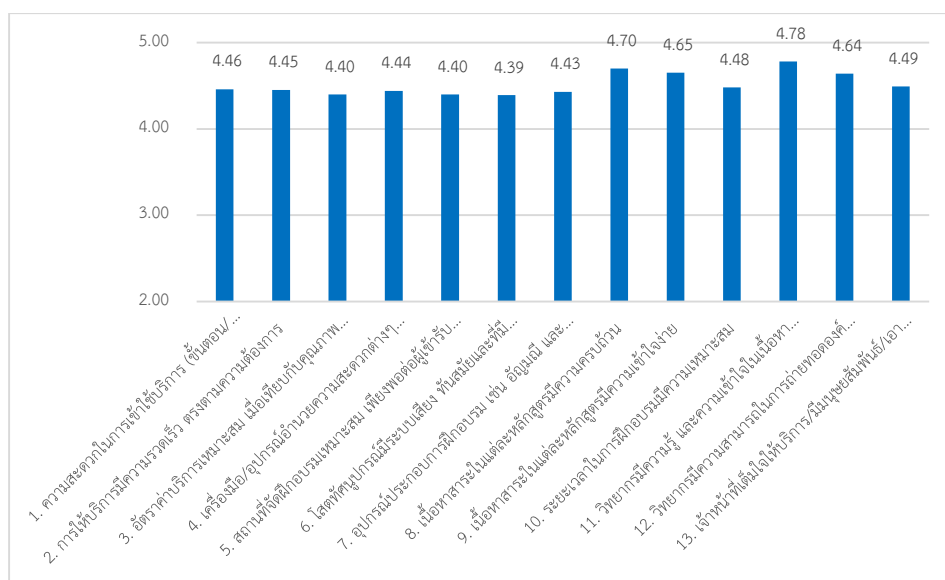
ภาพที่ 4.13 ความพึงพอใจจากการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### 4.5.2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

ในส่วนของผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ จำนวน 60 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.56 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 91.20 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า และเมื่อพิจารณาในรายประเด็น ในทุกประเด็นกลุ่มผู้บริภกรมีความพึงพอใจมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 4.20) และประเด็นที่ผู้บริภกรมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ การใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถาม/แก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ลูกค้า (ตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.13)

#### 4.5.3 ผู้ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนา

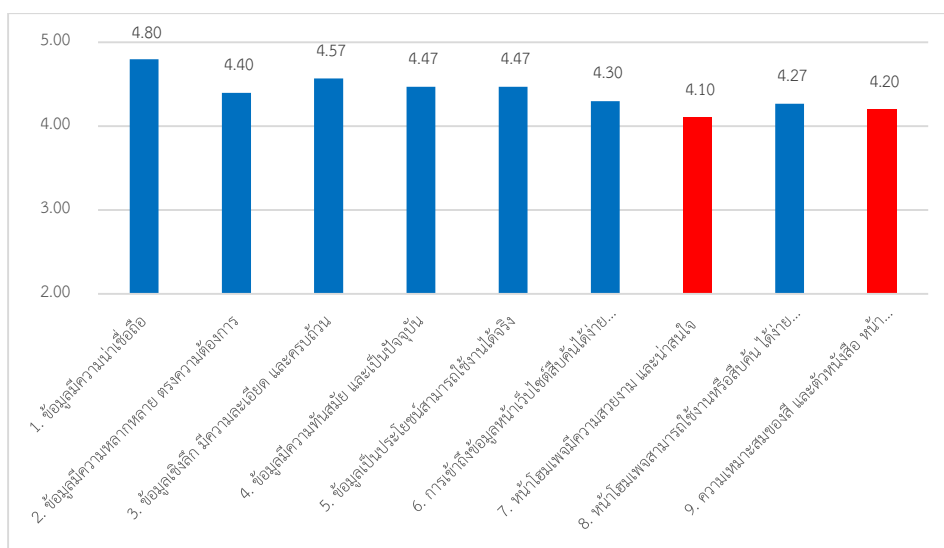
ในส่วนของผู้ใช้บริการการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ รวมถึง Workshop/สัมมนา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริภกร จำนวน 80 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.52 หรือกล่าวได้ว่า ผู้บริภกรร้อยละ 90.40 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการฝึกอบรม/สัมมนา และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น จะเห็นได้ว่า ผู้บริภกรมีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกประเด็น (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 4.20) โดยเรื่องที่ทำให้ผู้บริภกรมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ วิทยากรมีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความเข้าใจง่าย และเนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความครบถ้วน (ตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.14)



ภาพที่ 4.14 ความพึงพอใจจากการให้บริการฝึกอบรม/สัมมนาของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### 4.5.4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ผู้ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.40 หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 88.00 มีความพึงพอใจต่อฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยประเด็นที่ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ฐานข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เป็นฐานข้อมูลเชิงลึก มีความละเอียด และครบถ้วน ข้อมูลมีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน และข้อมูลเป็นประโยชน์สามารถใช้งานได้จริง แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าหน้าโฮมเพจไม่สวยงาม และ/หรือไม่น่าสนใจ และ โทนสีและตัวหนังสือไม่สวยงามหรือไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรปรับปรุงให้หน้าโฮมเพจมีความน่าสนใจ (ตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.15)



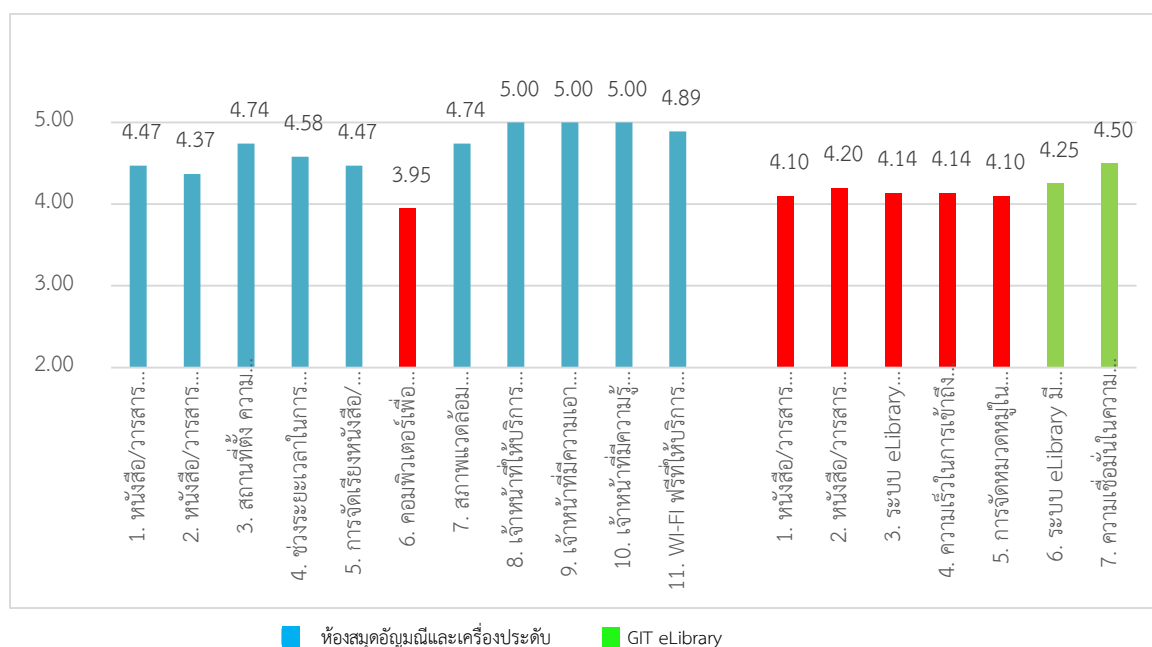
ภาพที่ 4.15 ความพึงพอใจจากการให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### 4.4.5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

ในส่วนของผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับมีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.66 หรือกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการร้อยละ 93.20 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และเมื่อพิจารณาเฉพาะส่วนการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ประเด็นที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ

สภาพ เต็มใจให้บริการ ความเอาใจใส่ กระตือรือร้น ในการให้บริการ มีความรู้และสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 5.00) รองลงมา คือ มี WI-FI ฟรี ให้บริการ และ WI-FI ใช้งานได้ง่าย และสภาพแวดล้อมของห้องสมุดมีความเหมาะสม เอื้ออำนวยในการศึกษาค้นคว้า ส่วนประเด็นที่ผู้บริการมีความพึงพอใจมาก (แต่คะแนนน้อย) ก็คือ การมีคอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูลที่เพียงพอ

ส่วนผู้บริการ eLibrary มีความพึงพอใจเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 หรือกล่าวได้ว่าผู้บริการร้อยละ 84.20 มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ eLibrary โดยผู้บริการ eLibrary มีความพึงพอใจมากในเกือบทุกประเด็น อาทิ หนังสือ/วารสารออนไลน์ หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน ระบบ eLibrary สามารถใช้งานได้สะดวก หรือความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ในระบบ eLibrary และประเด็นที่ผู้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการใช้ระบบ GIT eLibrary ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งที่สำคัญของ eLibrary ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้บริการ (ตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.16)



ภาพที่ 4.16 ความพึงพอใจจากการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



#### 4.6 ความต้องการใช้บริการสำนักงานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ถึงความต้องการกลับมาใช้บริการที่ GIT ต่อไป พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 100.00 มีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ถึงแม้ว่าจะกลุ่มผู้ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับร้อยละ 10.53 ไม่น่าพอใจ แต่ก็มีความคิดเห็นว่าจะเปลี่ยนมาใช้บริการ GIT eLibrary แทน เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้บริการมากกว่าการเดินทางมายังที่ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ โดยรวมแล้วจึงสามารถสรุปได้ว่าผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการของ GIT ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการที่ดี และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ (ตารางที่ 4.9)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากผู้ให้บริการที่ไม่พอใจและไม่ต้องการมาใช้บริการ (ร้อยละ 4.18) จะเห็นได้ว่าเป็นกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ แต่ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ที่ส่วนมากยังไม่มีความแน่นอนเรื่องความต้องการของลูกค้าว่าต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพที่หน่วยงานใด หรือไม่แน่ใจว่าจะมีอัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องการใบรับรองคุณภาพหรือไม่ และมีเพียง 2 ราย ที่หันไปใช้บริการหน่วยงานต่างประเทศ

ทั้งนี้ เหตุผลที่ผู้ให้บริการต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ เนื่องจาก (1) การตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า ได้ผลการตรวจสอบคุณภาพที่มีความแม่นยำ มีความน่าเชื่อถือ และได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (2) การฝึกอบรมและสัมมนา มีหัวข้อการฝึกอบรมที่น่าสนใจ มีการปรับปรุงเนื้อหาในหลักสูตรตลอดเวลา มีความทันสมัย และองค์ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้จริง (3) บริการฐานข้อมูลการตลาดทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ <https://infocenter.git.or.th> เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีข้อมูลหลากหลาย ครบถ้วน และมีมาตรฐานรวมทั้งสามารถเข้ามาสืบค้นได้อย่างสะดวก และมี Application ที่สามารถใช้งานได้สะดวกและง่าย (4) การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นห้องสมุดที่มีหนังสือ วารสาร นิตยสาร หลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดี รวมทั้ง สภาพแวดล้อมของห้องสมุดเหมาะกับการค้นคว้าข้อมูล และ (5) การให้บริการ eLibrary ซึ่งเป็น Application ที่สะดวกในการใช้งาน และมีหนังสือ วารสาร นิตยสาร หลากหลาย ครบถ้วน เช่นเดียวกันกับห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (ตารางที่ 4.10)

#### ตารางที่ 4.9 ความต้องการใช้บริการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การให้บริการ	หน่วย: ร้อยละ		
	มาใช้บริการ	ไม่แน่ใจ	ไม่มาใช้บริการ
<b>ผู้ให้บริการในปี 2563 (Active User)</b>			
1. ตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (n=120)	100.00	-	-
2. ตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองโลหะมีค่า (n=50)	100.00	-	-
3. การฝึกอบรม/สัมมนา (n=70)	100.00	-	-
4. ฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (n=30)	100.00	-	-
5. ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (n=30)	89.47	10.53	-
6. GIT eLibrary (n=30)	100.00	-	-
<b>ผู้ให้บริการที่ไม่ให้บริการในปี 2563 (Inactive User)</b>			
1. ตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ (n=40)	77.50	17.50	5.00
2. ตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองโลหะมีค่า (n=10)	100.00	-	-
3. การฝึกอบรม/สัมมนา (n=10)	100.00	-	-
<b>ผู้ไม่ใช้บริการ (None User) (n=40)</b>			
	60.00	40.00	
<b>รวมทั้งหมด (n=400) <sup>1/</sup></b>	<b>95.82</b>	<b>3.98</b>	<b>0.21</b>

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะกลุ่มผู้ให้บริการเท่านั้น

นอกจากนั้น จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการ GIT (None User) จำนวน 40 ตัวอย่าง ถึงความต้องการมาลองใช้บริการที่ GIT พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.00 ต้องการจะลองใช้บริการสักครั้ง เนื่องจากทราบว่า GIT เป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือเป็นหน่วยงานของภาครัฐ และหน่วยงานที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.00 ไม่แน่ใจที่จะมาใช้บริการ เนื่องจากขึ้นอยู่กับต้องการของลูกค้าเป็นผู้ระบุหน่วยงานที่ต้องการให้ตรวจสอบและขึ้นอยู่กับว่ามีสินค้าต้องการการตรวจสอบคุณภาพหรือไม่ และเมื่อสอบถามถึงประเภทการให้บริการที่ต้องการมาลองใช้บริการในอนาคต พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ใช้บริการทั้งหมด (ร้อยละ 100.00) ต้องการลองมาใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และร้อยละ 72.50 ต้องการลองมาใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกไปรับรองโลหะมีค่า ส่วนความต้องการลองใช้บริการฐานข้อมูลในระบบ <https://infocenter.git.or.th> และ GIT eLibrary มีร้อยละ 47.50 และร้อยละ 52.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10 เหตุผลในการใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**

หน่วย: ร้อยละ

เหตุผล	ผู้ให้บริการ						ผู้ไม่ใช้ บริการ  (n=40)
	ตรวจสอบ อัญมณี  (n=160)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า  (n=60)	ฝึกอบรม/ สัมมนา  (n=80)	ฐานข้อมูล ตลาดอัญมณี  (n=30)	ห้องสมุด อัญมณี  (n=30)	GIT eLibrary  (n=30)	
การกลับมาใช้บริการใหม่							
1. ผลการตรวจสอบคุณภาพมีความแม่นยำ น่าเชื่อถือ	73.13	71.67					
2. เป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือ	28.75	31.67					37.50
3. เป็นหน่วยงานของภาครัฐ	15.63						15.00
4. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ทันสมัย	13.75	5.00	2.50				7.50
5. มีใบรับรองคุณภาพมาตรฐานเป็นเครื่องรับรอง	8.75						
6. ผลการตรวจสอบคุณภาพได้มาตรฐานสากล	1.88	21.67					7.50
7. หลักสูตร/องค์ความรู้สามารถใช้งานได้จริง			23.75				
8. มีการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรตลอดเวลา/ทันสมัย			37.50				
9. หัวข้อการฝึกอบรมน่าสนใจ			37.50				
10. เจ้าหน้าที่/บุคลากรให้บริการดี	3.75	6.67			16.67		
11. วิทยากรมีความรู้ และสามารถตอบคำถามได้ชัดเจน			5.00				
12. ค่อนข้าง / ใช้บริการเป็นประจำ		11.67	21.25				
13. การให้บริการรวดเร็ว		5.00					
14. ค่าบริการเหมาะสม		5.00	1.25				
15. เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ ครบถ้วน ครบวงจร				76.67	13.33	40.00	
16. เป็นฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีมาตรฐาน				26.67			
17. บทความ/บทวิเคราะห์ หลากหลาย เข้าใจได้ง่าย				16.67			
18. เข้าสืบค้นในเว็บได้อย่างสะดวก/ App ใช้งานง่าย				20.00		63.33	
19. ฐานข้อมูลอัปเดต/ทันสมัยตลอดเวลา				10.00		3.33	
20. มีหนังสือหลากหลาย/ครบถ้วนตรงตามความต้องการ					33.33	40.00	
21. บรรยากาศเงียบสงบ เหมาะกับการค้นคว้าข้อมูล					30.00		
15. อื่นๆ เช่น เดินทางสะดวก มีบริการหลากหลาย		6.67	2.50		10.00		5.00
ไม่แน่ใจว่าจะการกลับมาใช้บริการ							
1. ลูกค้าเป็นผู้ระบุหน่วยงานที่ต้องการให้ตรวจสอบ	2.50						20.00
2. ถ้ามีสินค้าต้องตรวจสอบก็จะมาใช้บริการอีก	3.75						20.00
3. เปลี่ยนประเภทธุรกิจไปแล้ว	0.63						
4. อาจจะเปลี่ยนมาใช้บริการ online					6.67		
5. การเดินทางไม่ค่อยสะดวก / ที่จอดรถน้อย							10.00
ไม่กลับมาใช้บริการ							
1. เจ้าหน้าที่/บุคลากรไม่ค่อยใส่ใจลูกค้า	1.25						
2. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานของต่างประเทศ	1.25						

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.7 ข้อจำกัดในการใช้บริการสำนักงานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากการสอบถามข้อจำกัดในการใช้บริการที่ GIT จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีผู้ใช้บริการเพียงไม่กี่รายที่แสดงความคิดเห็นถึงข้อจำกัดในการใช้บริการ โดยพบว่า การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับใน <https://infocenter.git.or.th> เป็นบริการที่มีข้อคิดเห็นมากที่สุด เพื่อให้มีการปรับปรุง ก็คือ หน้าโฮมเพจมีอักษรเยอะเกินไป ช่องทางการเข้าแหล่งข้อมูลหรือ website ดูค่อนข้างยาก ซับซ้อน หน้าโฮมเพจมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ทำให้ค้นหาลำบาก และมีประเด็นข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย เช่น ด้านการตลาด ภาษีศุลกากร รวมไปถึงการให้บริการห้องสมุดหรือ eLibrary ที่มีหนังสือและวิทยานิพนธ์มีจำนวนไม่มากนัก (ตารางที่ 4.11)

**ตารางที่ 4.11** ข้อจำกัดในการใช้บริการสำนักงานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ปัญหาอุปสรรค	การใช้บริการ	หน่วย: ร้อยละ			
		ตรวจสอบ อัญมณี (n=120)	ตรวจสอบ โลหะมีค่า (n=50)	อบรม/ สัมมนา (n=70)	บริการ ฐานข้อมูล (n=30)
ไม่มีปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ		94.17	100.00	97.14	70.00
มีปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ		5.83	-	2.86	30.00
<b>ปัญหาในการใช้บริการ <sup>1/</sup></b>					
<b>ปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการ</b>					
1. หน้าโฮมเพจมีอักษรเยอะเกินไป/เข้าถึงแหล่งข้อมูลยาก/ซับซ้อน					16.67
2. ข้อมูลข่าวสารมีเป็นจำนวนมาก ทำให้ค้นหาลำบาก					6.67
3. ข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย เช่น ด้านการตลาด ภาษีศุลกากร					13.33
4. ไม่มีการจัดให้เป็นหมวดหมู่					3.33
5. หนังสือ/วิทยานิพนธ์น้อยเกินไป					13.33
6. ระยะเวลาในการเก็บหนังสือเล่มโปรดน้อยเกินไป อ่านไม่ทัน					3.33
<b>ปัญหาด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ</b>					
1. ขั้นตอนในการตรวจสอบล่าช้า/รอผลการตรวจสอบนาน		0.83			
<b>ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร</b>					
1. เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเอาใจใส่ลูกค้า/ไม่ค่อยยิ้มแย้ม		3.33		2.86	
<b>ปัญหาด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
1. ที่จอดรถคับแคบ/ไม่สะดวก		0.83			3.33

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

นอกจากนั้น เมื่อสอบถามถึงข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากขึ้น รวมถึงผู้ที่ไม่ใช่บริการ GIT หรือผู้ประกอบการที่ใช้บริการไม่ต่อเนื่อง มาลองใช้บริการหรือกลับมาใช้บริการ โดยจำแนกตามประเภทของผู้ใช้บริการ GIT ได้ดังนี้

1. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการให้ (1) การบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองคุณภาพ เสร็จสิ้นภายใน 1 วัน หรือ (2) ระยะเวลาการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองไม่ควรเกิน 3 วัน (3) ควรมีบริการส่งผลการตรวจสอบคุณภาพแบบออนไลน์ และ (4) ลดอัตราค่าบริการการตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับลงร้อยละ 20 ส่วนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและอาคารสถานที่ (4) ความหนาที่จอดรถเพิ่มเติมสำหรับผู้มาใช้บริการ (5) ควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน (6) ควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่หน้าเคาน์เตอร์ตลอดเวลาทำการ (7) ควรออกตรวจคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับนอกสถานที่ โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ๆ ตามภูมิภาคต่างๆ ปีละครั้ง/ภูมิภาค และ (8) พนักงานควรให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเท่าเทียมกัน

2. การให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นไม่ต่างกับผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ คือ (1) ต้องการให้การตรวจสอบคุณภาพดำเนินการเสร็จภายในวันเดียว หรือรอรับผลการตรวจสอบได้เลย (2) ลดอัตราค่าบริการการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองลงร้อยละ 10 กรณีเป็นลูกค้าเก่า และ (3) ควรมีจัดการหรือเพิ่มพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ

3. การฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นทางด้านหลักสูตรการฝึกอบรม/สัมมนา ดังนี้ (1) ควรมีหลักสูตรฝึกอบรมให้ความรู้ทางด้านอื่นๆ อาทิ หลักสูตรอัญมณีมือสอง หลักสูตรเครื่องประดับที่ทำจากดิน (2) ควรมีการจัดฝึกอบรมภาคปฏิบัติการ ภายหลังจากจบการฝึกอบรมภาคทฤษฎีด้วยทุกครั้ง (3) ควรเปิดหลักสูตรฝึกอบรมในวันเสาร์-อาทิตย์ให้บ่อยขึ้น (4) การจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาที่เป็นแบบออนไลน์ ควรเตรียมเอกสารให้ผู้เรียนก่อนล่วงหน้า (5) ควรแบ่งพื้นฐานความรู้ของผู้เข้ารับการอบรมให้แต่ละหลักสูตร เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้อย่างเท่าเทียมกัน (6) ควรเพิ่มขนาดห้องเรียนให้มีขนาดใหญ่ขึ้นสำหรับหลักสูตรที่มีคนเรียนเป็นจำนวนมาก (7) ไม่ควรมีการยกเลิกการจัดฝึกอบรม/สัมมนา ในกรณีที่มีผู้เข้าร่วมงานน้อย และ (8) ควรออกใบประกาศนียบัตรในการฝึกอบรมทุกครั้งให้ง่ายขึ้น

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์การฝึกอบรม/สัมมนา (1) ควรประกาศข้อมูลต่างๆ ให้อยู่หน้าแรกของ website เพื่อจะได้เห็นได้อย่างชัดเจน (2) ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรในรูปแบบ Line กลุ่ม หรือ (3) การติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานควรมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเพียง

คนเดียว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการติดต่อประสานงาน นอกจากนั้น ยังมีข้อคิดเห็นในเรื่องของอัตราค่าฝึกอบรมที่ต้องการให้มีส่วนลดในการฝึกอบรมสำหรับพนักงานในสายงานอัญมณีที่ต้องจ่ายค่าฝึกอบรมเอง (ไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ)

4. การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการให้ปรับปรุงหน้าโฮมเพจหรือหน้า website อย่างสม่ำเสมอ โดย (1) ควรเป็นโฮมเพจให้ดูเรียบง่าย เพื่อสะดวกในการใช้งาน (2) ควรจัดหมวดหมู่ด้านการให้บริการให้ดูง่ายขึ้น (3) ปรับปรุงฐานข้อมูลผู้ประกอบการให้เป็นปัจจุบัน (4) ควรปรับปรุงข้อมูลการตลาดให้ทันสมัยตลอดเวลา (4) ควรเพิ่มความบทความวิเคราะห์ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มากขึ้นกว่าเดิม

5. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนี้ (1) ควรจัดพื้นที่จัดรถสำหรับผู้มาใช้บริการให้เพียงพอ (2) ควรขยายระยะเวลาการเปิดให้บริการจนถึง 20.00 น. และควรเปิดให้บริการทุกวัน (3) ควรให้บริการให้ยืมหนังสือกลับบ้านได้ และ (4) ควรหาหนังสือใหม่ๆ และเพิ่มวิทยานิพนธ์เข้ามา ส่วนการให้บริการ GIT eLibrary ควรปรับปรุงดังนี้ (1) ปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ให้น่าสนใจ ดูง่าย และน่าสนใจขึ้น (2) ปรับปรุงการเข้าถึงระบบให้รวดเร็วขึ้น (3) เพิ่มระยะเวลาการเก็บหนังสือเล่มโปรด และ (4) จัดทำหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร (ทุกเล่ม) ในรูปแบบ E Book และบรรจุเข้าไปใน eLibrary เพื่อให้เกิดความสะดวกในการค้นหา

6. กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการ (None User) มีความคิดเห็นต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือความต้องการมาใช้บริการในอนาคต ตามประเภทการให้บริการดังนี้

6.1 การตรวจวิเคราะห์ใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (1) มีความต้องการให้ใบรับรองคุณภาพของ GIT เป็นใบรับรองคุณภาพมาตรฐานในสากล สามารถใช้ได้ทุกประเทศ (2) อัตราค่าบริการการตรวจสอบคุณภาพ ควรเริ่มต้นที่ 200 บาท/ชิ้นงาน (3) การออกใบรับรองคุณภาพควรดำเนินการให้เร็วขึ้น ภายใน 1 วัน (4) ลดขั้นตอนการติดต่อขอใช้บริการลง เพื่อให้เกิดความสะดวก และ (5) รูปภาพกับของที่นำไปตรวจสอบต้องเหมือนกัน

6.2 การฝึกอบรม/สัมมนา พบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการส่วนมาก (ร้อยละ 87.50) ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาของหน่วยงาน จึงทำให้ไม่ทราบถึงกำหนดการจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ หรือการจัดสัมมนาของหน่วยงานทั้งแบบ online หรือ offline ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่ม

นี้มีข้อเสนอแนะให้ GIT มีการจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาในช่วงเวลาหรือระยะเวลาที่แตกต่างกัน อาทิ การจัดฝึกอบรมหรือสัมมนาในทุกวันอาทิตย์ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละครั้ง หรือจัดทุก 3 เดือน และจัดฝึกอบรมหรือสัมมนา ผ่านทางช่องทางออนไลน์/โปรแกรม ZOOM หรือ VDO Call

6.3 การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนมาก (ร้อยละ 95.00) ไม่ทราบว่า GIT มีการให้บริการฐานข้อมูลผ่าน <https://infocenter.git.or.th> จึงมีข้อเสนอแนะว่า (1) ระบบฐานข้อมูลควรเพิ่มเติมแหล่งข้อมูลที่ช่วยในการกระจายสินค้า หรือช่องทางในการขายสินค้าให้มากขึ้น (2) ฐานข้อมูลควรเป็นฐานข้อมูลมาตรฐานสากล (3) ควรปรับปรุงฐานข้อมูลให้ทันสมัย และเป็นปัจจุบันตลอดเวลา และ (4) ควรมีการส่งฐานข้อมูลการตลาดต่างๆ ผ่านสื่อ online ไปยังผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับรับทราบอย่างสม่ำเสมอ

6.4 ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และระบบ GIT eLibrary พบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการมีความต้องการให้ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (1) ไม่ควรคิดค่าบริการ (2) ควรมีบริการให้ยืมกลับบ้านได้ และ (3) ควรเปิดให้บริการทุกวัน ส่วน GIT eLibrary ผู้ประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการมีความคิดว่าระบบมีความซับซ้อน ยุ่งยากในการใช้งาน (1) ควรปรับปรุงระบบให้สามารถใช้งานได้อย่างง่าย ไม่ซับซ้อน และจัดทำให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการเข้าดูเนื้อหา และ (2) ควรเปิดให้ผู้ใช้บริการทุกคนสามารถเข้าใช้บริการได้ โดยไม่ต้องสมัครสมาชิก และไม่ต้อง Login เข้าระบบ

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---



## 5.1 บทสรุป

ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) ผู้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 (Active User) จำนวน 300 ตัวอย่าง จำแนกออกตามประเภทการให้บริการได้ทั้งหมด 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ 120 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า 50 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการฝึกอบรม/สัมมนา 70 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 4 ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ 30 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 5 ผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary 30 ตัวอย่าง (2) กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแต่ไม่ได้ใช้บริการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 (Inactive User) จำนวน 60 ตัวอย่าง จำแนกเป็นผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า และการฝึกอบรม/สัมมนา จำนวน 40, 10 และ 10 ตัวอย่าง ตามลำดับ และ (3) กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการ GIT เลย (None User) จำนวน 40 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า หรือการฝึกอบรม/สัมมนาเลย

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ผู้ใช้บริการ GIT มีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 2.52 ครั้ง/ปี ส่วนมากเป็นการส่งอัญมณีมาตรวจวิเคราะห์ จำแนกอัญมณีธรรมชาติ สังเคราะห์ และเลียนแบบ มีการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า เฉลี่ย 2.76 ครั้ง/ปี ส่วนมากเป็นการตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินั่ม ส่วนการให้บริการฝึกอบรม พบว่า ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการฝึกอบรมเฉลี่ย 1.29 หลักสูตร/ปี และเข้าร่วมสัมมนาเฉลี่ย 1.88 ครั้ง/ปี ส่วนใหญ่เข้าอบรมหลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ ส่วนการให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ด้วยการสืบค้นข้อมูลผ่าน <https://infocenter.git.or.th> เฉลี่ย 4.90 ครั้ง/เดือน หรือ 58.80 ครั้ง/ปี ส่วนมากสืบค้นข้อมูลบทความทางวิชาการ เกาะติดสถานการณ์การตลาด และสถิติการค้าไทย/บทวิเคราะห์การนำเข้าส่งออก มีการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ เฉลี่ย 1.16 ครั้ง/เดือน หรือ 13.95 ครั้ง/ปี และใช้บริการ eLibrary เฉลี่ย 2.69 ครั้ง/เดือน หรือ 32.30 ครั้ง/ปี ส่วนมากเข้ามาสืบค้นข้อมูลหนังสือ/วารสาร/นิตยสารด้านการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Design)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ GIT ที่ถือได้ว่าเป็น จุดแข็ง (Strength) ที่สำคัญ คือ (1) GIT เป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (2) ใบรับรองคุณภาพของ GIT เป็นใบรับรองที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (3) เนื้อหาในหลักสูตรการฝึกอบรมเป็นสิ่งที่ต้องการของตลาด และสามารถนำไปใช้งานได้จริง (4) ฐานข้อมูลการตลาดของ GIT เป็นฐานข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล (5) เป็นฐานข้อมูลที่มีความทันสมัย (up to date) มีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ (6) เป็นฐานข้อมูลที่สามารถใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานกลยุทธ์ทางการตลาด (7) ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (8) มีหนังสือ วารสาร และนิตยสาร ที่มีความทันสมัย หลากหลาย และครบถ้วน และ (9) GIT eLibrary เป็นเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย สะดวกในการใช้งาน สามารถใช้ได้ทั้งคอมพิวเตอร์หรือในมือถือ

ในส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้ให้บริการไม่เลือกใช้บริการ GIT จากการสำรวจในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พบว่า เหตุผลหลักที่ผู้เคยใช้บริการไม่มาใช้บริการ GIT ก็คือ การไม่มีสินค้าที่ต้องการตรวจสอบคุณภาพ หรือต้องการใบรับรองคุณภาพ จึงทำให้ไม่เข้ามาใช้บริการ รวมถึงการระบาดของโรคอุบัติใหม่ (Covid-19) ที่ทำให้เกิดภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและธุรกิจการค้าทั่วโลกต่างได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ย่อมได้รับผลกระทบเชิงลบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่วนจุดอ่อน (Weakness) ที่สำคัญ คือ GIT ยังไม่สามารถสื่อสารให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด รับรู้และเข้าใจในบทบาทหน้าที่ และการให้บริการของหน่วยงาน ซึ่งจะเห็นได้จากมุมมองของผู้ไม่ใช้บริการ (None User) ที่ยังมีทัศนคติค่อนข้างไม่ดี ที่ส่วนมากยังคงเข้าใจว่า GIT มีขั้นตอนการให้บริการที่ยุ่งยาก ไม่สะดวก มีระยะเวลาในการให้บริการช้า และอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม ซึ่งถือได้ว่าเป็นประเด็นสำคัญที่ GIT จำเป็นต้องมีการสื่อสารให้ผู้ประกอบการในธุรกิจรับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน อย่างกว้างขวาง

เมื่อพิจารณาช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของ GIT ของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ส่วนมากรับทราบข้อมูลข่าวสารจาก website (www.git.or.th) และจากคนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในมุมมองของผู้ใช้บริการ คือ website และ social network ต่างๆ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนมากตระหนักถึงสถานการณ์ในปัจจุบัน และต้องการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทาง online มากกว่า

ภาพลักษณ์องค์กรหรือทัศนคติของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่มีต่อ GIT พบว่า GIT เป็นหน่วยงานที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล และมีการให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นตัว

ปัจจัยที่สำคัญและสะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการที่ผ่านมาในอดีต ที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล และสามารถตรวจสอบได้ อีกภาพลักษณ์ที่สำคัญของ GIT ก็คือ การเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา โดยเฉพาะในเรื่องของอุปกรณ์เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย และในส่วนของผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำที่หน่วยงาน ส่วนมากมีทัศนคติที่ดีกับเจ้าหน้าที่/บุคลากรของ GIT และรับทราบว่าบุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และบุคลากรมีอัธยาศัยที่ดีและความเต็มใจให้บริการ

ในส่วนของภาพลักษณ์กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ และอัตราค่าบริการของ GIT พบว่า ผู้ใช้บริการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการใช้บริการในปัจจุบันส่วนมากเข้าใจในกระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ และคิดว่าระยะเวลาในการให้บริการของ GIT นั้นเหมาะสมแล้ว และส่วนมากคิดว่าอัตราค่าบริการของ GIT มีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ทั้งการตรวจวิเคราะห์คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ โลหะมีค่า และการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการกลับมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีกับองค์กร มีความคิดเห็นว่า GIT เป็นองค์กรที่ไม่ค่อยมีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ มีขั้นตอนหรือระยะเวลาในการให้บริการที่ไม่ชัดเจน และอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ GIT กับหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน พบว่า ผู้ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า มีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์สำคัญที่ GIT โดดเด่นเหนือกว่าหน่วยงานอื่นๆ ก็คือ การเป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นหน่วยงานที่มีคุณภาพการให้บริการ (ผลการตรวจสอบคุณภาพ) ที่มีความถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ รวมทั้ง การเป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของหน่วยงานตามมาตรฐานสากล ในมุมมองของผู้ใช้บริการ ก็ยังพบว่าผู้ให้บริการมีความเชื่อว่าหน่วยงานจากต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือมากกว่าหน่วยงานในประเทศไทย ส่วนผู้ให้บริการฝึกอบรม/สัมมนา มีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ของ GIT ในเรื่องของการฝึกอบรมไม่แตกต่างจากหน่วยงานอื่นๆ มากนัก วิทยากร/บุคลากรของแต่ละหน่วยงานต่างมีความรู้ความสามารถในเรื่องอัญมณีและเครื่องประดับ และมีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการฝึกอบรมที่ทันสมัย

การประเมินระดับความเชื่อมั่นต่อการให้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 93.13 และร้อยละ 96.00 มีความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และโลหะมีค่า เนื่องจากผู้ให้บริการได้รับผลการตรวจสอบคุณภาพมีความเป็นมาตรฐาน แม่นยำ และน่าเชื่อถือ และ GIT เป็น

---

หน่วยงานที่ยอมรับและน่าเชื่อถือในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ นอกจากนั้น ผู้ใช้บริการร้อยละ 92.00 มีความเชื่อมั่นต่อองค์ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม เพราะว่าความรู้ที่ได้รับนั้น มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำกลับมาใช้ได้จริง และวิทยากรมีความรู้และสามารถถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี

ในส่วนสุดท้าย คือ การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการในด้านต่างๆ ของ GIT ในภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 89.44 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากกับบริการของ GIT (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.47) และจะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการในประเภทต่างๆ ต่างมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากต่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ทั้งทางด้านขั้นตอนการให้บริการ และระยะเวลาการให้บริการ อัตราค่าบริการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความทันสมัย ทำให้ได้ผลตรวจสอบคุณภาพที่มีความถูกต้องแม่นยำและน่าเชื่อถือ เนื้อหาในการฝึกอบรมตรงตามความต้องการ ครบถ้วน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้งานได้จริง มีเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารทันสมัยรวดเร็ว การเข้าถึงฐานข้อมูลสะดวก ฐานข้อมูลด้านการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้งานได้จริง ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ GIT eLibrary มีหนังสือ/วารสาร ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน มีความหลากหลาย ครบถ้วน ตรงตามความต้องการ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่มีความเต็มใจให้บริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

จากผลการประเมินความเชื่อมั่นและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการจาก GIT เมื่อพิจารณาแนวโน้มความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ GIT พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 95.82 ต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการของ GIT ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการร้อยละ 3.98 ที่ยังไม่แน่ใจ ส่วนมากเป็นการใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าว่าต้องการให้ตรวจสอบคุณภาพที่หน่วยงานใด และร้อยละ 0.21 ไม่ต้องการมาใช้บริการ เป็นผู้ใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องการเปลี่ยนมาใช้บริการ eLibrary แทน เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้บริการมากกว่าแต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 60.00 มีความต้องการลองมาใช้บริการ (ถ้ามีโอกาส) เนื่องจากทราบว่า GIT เป็นหน่วยงานของภาครัฐ เป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความน่าเชื่อถือ และทราบว่าหน่วยงานที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย

จากการสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นที่มีต่อการให้บริการของ GIT ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการเกือบทั้งหมดไม่พบข้อจำกัดต่างๆ ทางด้านการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอน/กระบวนการให้บริการ อัตราค่าบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ ทั้งในการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

โลหะมีค่า การฝึกอบรม/สัมมนา การให้บริการฐานข้อมูลการตลาด ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ และ eLibrary ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีข้อจำกัดบางประการที่พบ ก็คือ หน้าโฮมเพจมีอักษรเยอะเกินไป ช่องทางการเข้าแหล่งข้อมูลหรือ website ดูค่อนข้างยาก ซับซ้อน หน้าโฮมเพจมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ทำให้ค้นหาลำบาก และมีประเด็นข้อมูลข่าวสารไม่ทันสมัย เช่น ด้านการตลาด ภาษีศุลกากร รวมไปถึงการให้บริการห้องสมุดหรือ eLibrary ที่มีหนังสือและวิทยานิพนธ์มีจำนวนไม่มากนัก

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก กับการให้บริการ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และมีมุมมองภาพลักษณ์องค์กรในทางบวก ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ และการเสริมสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารและการตลาด ดังนี้

1. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในวงกว้าง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ การยอมรับ และการร่วมมือ ให้กับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้ใช้บริการ (None User) เพื่อปรับทัศนคติให้เกิดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ระยะเวลาการให้บริการ อัตราค่าบริการ และข้อมูลการส่งเสริมการขายอื่นๆ และเป็นการสื่อสารให้ผู้ประกอบการในธุรกิจรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน และกว้างขวาง อาจอาศัยการจัดตั้งศูนย์เครือข่ายของ GIT ในแต่ละภูมิภาค เพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สื่อสาร และเป็นส่วนหน้าในการให้บริการ รับตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ หรือจัดตั้งหน่วยรถเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ออกให้บริการ ในภาคสนาม เพื่อรับทราบถึงความต้องการของผู้ประกอบการในแต่ละภูมิภาค หรือการสร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรม CSR ต่างๆ เช่น การสนับสนุนการจัดงานกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน หรือ NGOs การสนับสนุนทุนวิจัย หรือการมอบทุนการศึกษา เป็นต้น

2. ภาพลักษณ์องค์กรที่สำคัญของ GIT คือ การเป็นหน่วยงานเฉพาะทาง เป็นที่รู้จักและยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (คะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์อยู่ในระดับที่ดีมาก) ดังนั้น GIT ควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำจุดเด่นหรือจุดแข็งมาเป็นจุดขาย เช่น ใบบรับรองคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานสากล ผลการตรวจสอบมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ เนื้อหาในหลักสูตรที่น่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ GIT ในระดับสากล และทำให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับอย่างยั่งยืน

---

3. การฝึกอบรม/สัมมนา ควรเพิ่มความหลากหลายของหลักสูตร อาทิ หลักสูตรอัญมณีมือสอง หลักสูตรเครื่องประดับที่ทำจากดิน ควรจัดการฝึกอบรมภาคปฏิบัติการร่วมกับการฝึกอบรมภาคทฤษฎีด้วยทุกครั้ง ควรแบ่งพื้นฐานความรู้ของผู้เข้ารับการอบรมให้แต่ละหลักสูตร เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้อย่างเท่าเทียมกัน การจัดฝึกอบรม/สัมมนาแบบออนไลน์ ควรจัดเตรียมเอกสารประกอบการอบรม/สัมมนาให้ผู้เรียนก่อนล่วงหน้า หรือไม่ควรมีการยกเลิกการจัดฝึกอบรม/สัมมนา ในกรณีที่มีผู้เข้าร่วมงานน้อย ทั้งนี้ เพื่อให้การฝึกอบรม/สัมมนาตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ในทุกระดับ

4. ควรปรับหน้า website ให้มีรูปแบบสวยงาม เรียบง่าย มีการจัดเรียงข้อมูลอย่างเป็นระบบ และมีช่องทางในการเข้าถึงฐานข้อมูลการตลาด หรือช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหน่วยงานที่มีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ประกอบการในธุรกิจทั้งที่เป็นผู้ให้บริการและที่ยังไม่เคยใช้บริการ หรือยังไม่รู้จักแบรนด์ องค์กร หรือการให้บริการของ GIT มากนัก สามารถค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตรงตามความต้องการ เพื่อให้เกิดความประทับใจ และสร้างโอกาสการเข้ามาใช้บริการในอนาคตได้

5. ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมในการสื่อสารกับผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน ก็คือ website (www.git.or.th) และ social network เช่น Facebook, Instagram ดังนั้น การตอบโต้พูดคุยทาง website และ social network หรือการจัดการข้อความหรือข้อความความคิดเห็นต่างๆ บน social network จำเป็นต้องมีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ รวมถึง เพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้มีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น รวมทั้ง ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่าน Line กลุ่ม

6. การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ (1) ควรจัดพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการให้เพียงพอ (2) ควรขยายระยะเวลาการเปิดให้บริการจนถึง 20.00 น. และควรเปิดให้บริการทุกวัน (3) ควรมีบริการให้ยืมหนังสือกลับบ้านได้ และ (4) ควรหาหนังสือใหม่ๆ และเพิ่มวิทยานิพนธ์เข้ามา ส่วนการให้บริการ eLibrary (1) ควรปรับปรุงความเร็วในการเข้าถึงระบบให้รวดเร็วขึ้น (2) ควรเพิ่มระยะเวลาการเก็บหนังสือเล่มโปรด (3) จัดทำหนังสือ/วารสาร/นิตยสาร (ทุกเล่ม) ในรูปแบบ E Book และบรรจุเข้าไปใน eLibrary เพื่อให้เกิดความสะดวกในการค้นหา และ (4) ควรเปิดให้ผู้ใช้บริการทุกคนสามารถเข้าใช้บริการได้ โดยไม่ต้องสมัครสมาชิก และไม่ต้อง Login เข้าระบบ

## เอกสารอ้างอิง

- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543. เอกสารประกอบการสอนวิชาจิตวิทยาการบริหาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2543. พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ “13”. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์. 2556. โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบการอำนวยความสะดวก. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการยุติธรรม, กระทรวงยุติธรรม.
- Ajzen, I. 1988. **Attitudes, Personality and Behavior**. Chicago: The Dorsey Press.
- Henerson, E., M., Morris, L. Lynn and Fisz-Gibbon, T. Carol. 1978. **How to Measure Attitudes**. 7<sup>th</sup> 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**. 10<sup>th</sup> 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**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Basic Books.
- Vroom, W. H. 1964. **Working and Motivation**. New York: John Willey and Sons.
- Yamane, T. 1967. **Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed**. New York: Harper and Row.

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---



## ภาคผนวก

### เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---

## แบบสอบถามชุดที่ 1

### งานบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์การใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### 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 ประเภทธุรกิจ ระบุ \_\_\_\_\_

A5 ขนาดธุรกิจ ( ) 1. ขนาดเล็ก ( ) 2. ขนาดกลาง ( ) 3. ขนาดใหญ่  
(ทรัพย์สิน < 30 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน 30-60 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน >60 ล้านบาท)

#### ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองอัญมณีและเครื่องประดับที่หน่วยงานใด ประมาณกี่ครั้ง

- |   |                      |
|---|----------------------|
| ( ) 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. ตรวจวิเคราะห์จำแนกเพชรธรรมชาติ เพชรสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบเพชร |
| ( ) 3. ตรวจสอบการผ่านการปรับปรุงคุณภาพอัญมณี  | ( ) 4. ตรวจสอบเพชรที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพ                                  |
| ( ) 5. ตรวจสอบชนิดของมุกและการปรับปรุงคุณภาพ  | ( ) 6. การจัดระดับมาตรฐานคุณภาพ (4C's) ของเพชร                              |
| ( ) 7. ตรวจวิเคราะห์เพื่อระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ ของอัญมณี (ทับทิม ไพลิน มรกต) | ( ) 8. ตรวจสอบชนิดของหยกและการปรับปรุงคุณภาพ                                |

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) <b>(ถามต่อข้อ B7)</b> |
| ( ) 3. เครื่องมือ/อุปกรณ์ไม่ทันสมัย                         | ( ) 4. มีหน่วยงานอื่นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลมากกว่า         |
| ( ) 5. ลูกค้ามีความต้องการให้ตรวจสอบที่หน่วยงานอื่น         | ( ) 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่ดี/ไม่เต็มใจให้บริการ           |
| ( ) 7. การให้บริการไม่รวดเร็ว (ช้าไป) <b>(ถามต่อข้อ B8)</b> | ( ) 8. ใบรับรองคุณภาพไม่มีความน่าเชื่อถือ                     |
| ( ) 9. ข้อมูล/ความรู้ ไม่ถูกต้อง / ไม่น่าเชื่อถือ           | ( ) 10. อื่นๆ ระบุ _____                                      |

**B5 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. ใช้บริการมานานแล้ว                | ( ) 8. อื่นๆ ระบุ _____                                  |
| ( ) 9. ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร         |  |

**B6 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT (จากข้อ B5) ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)**

**B7 ในกรณีที่ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B4 (2)) ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร หรืออย่างไร (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_**

**B8 ในกรณีที่ท่านคิดว่า การให้บริการไม่รวดเร็ว หรือระยะเวลาในการให้บริการของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B4 (7)) ท่านคิดว่าระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_**

### ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

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

**2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย**

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	1	2	3	4	5
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	1	2	3	4	5
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	1	2	3	4	5
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5

C2 (จากข้อ B1 หน่วยงานที่มีความถี่ในการใช้บริการลำดับที่ 2 คือ \_\_\_\_\_)\*\*\*

ท่านคิดว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ GIT แล้ว หน่วยงาน \_\_\_\_\_ มีข้อดีที่เหนือกว่า GIT อย่างไรบ้าง

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

ท่านคิดว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ GIT แล้ว หน่วยงาน \_\_\_\_\_ มีข้อด้อยกว่า GIT อย่างไรบ้าง

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

หมายเหตุ : 1. GRS คือ Gem Research Swiss Lab 2. AIGS คือ Asian Institute of Gemological Science  
3. GIA คือ Gemological Institute of America 4. IGI คือ International Gemological Institute  
5. ICA คือ International Colored Gemstone Association

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

D1 จากประสบการณ์การใช้บริการ GIT ท่านมีความเชื่อมั่นต่อผลการตรวจสอบคุณภาพในระดับใด เพราะอะไร

- ( ) 1. ไม่เชื่อมั่น ( ) 2. ค่อนข้างไม่เชื่อมั่น ( ) 3. เฉยๆ ( ) 4. ค่อนข้างเชื่อมั่น ( ) 5. เชื่อมั่นมาก
- เหตุผล \_\_\_\_\_

D2 ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	พอใจปานกลาง	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 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการใดของ GIT หรือไม่

- ( ) 1. ไม่มี ( ) 2. มี โปรดระบุเหตุผล \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

D4 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการ GIT ต่อหรือไม่ เพราะอะไร

- ( ) 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะว่า \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

( ) 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่า \_\_\_\_\_

( ) 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะว่า \_\_\_\_\_

#### ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

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

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

## แบบสอบถามชุดที่ 2

### งานบริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์การใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### 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 ประเภทธุรกิจ ระบุ \_\_\_\_\_

A5 ขนาดธุรกิจ ☐ 1. ขนาดเล็ก ☐ 2. ขนาดกลาง ☐ 3. ขนาดใหญ่  
(ทรัพย์สิน < 30 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน 30-60 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน >60 ล้านบาท)

#### ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่า ที่หน่วยงานใด ประมาณกี่ครั้ง

- |  |                      |
|--|----------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) | จำนวน _____ ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 2. บริษัท บางกอกแอสเสย์ ออฟฟิต จำกัด                                      | จำนวน _____ ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. บริษัท อัลฟ่า พรีเมียม เมททัล จำกัด                                    | จำนวน _____ ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 4. บริษัท อินเตอร์เทค (ประเทศไทย) จำกัด                                   | จำนวน _____ ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 5. บริษัท โกลด์ ฟิลด์ รีไฟเนอรี จำกัด                                     | จำนวน _____ ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ ระบุ _____   | จำนวน _____ ครั้ง/ปี |

B2 ท่านใช้บริการตรวจสอบคุณภาพโลหะมีค่า ที่ GIT ในเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตรวจวิเคราะห์ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า<br>เช่น ทองคำ เงิน แพลตตินัม | <input type="checkbox"/> 2. ตรวจโลหะเจืออันตรายในเครื่องประดับ<br>เช่น ตะกั่ว นิกเกิล แคดเมียม |
| <input type="checkbox"/> 3. ตรวจวัดความหนา   | <input type="checkbox"/> 4. ตรวจค่าบริสุทธิ์ด้วยเทคนิค X-Ray                                   |
| <input type="checkbox"/> 5. ตรวจธาตุองค์ประกอบของโลหะผสมของ<br>วัตถุดิบและเครื่องประดับ            | <input type="checkbox"/> 6. ตรวจค่าความบริสุทธิ์ทองคำด้วย Fire Assay                           |
|  | <input type="checkbox"/> 7. แกะสลักโลหะมีค่าด้วยเลเซอร์  |

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

**B3 เหตุผลในการเลือกใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. คุณภาพการให้บริการ                         | <input type="checkbox"/> 2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม               |
| <input type="checkbox"/> 3. ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์            | <input type="checkbox"/> 4. ความน่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงาน GIT |
| <input type="checkbox"/> 5. ตามความต้องการของลูกค้า                    | <input type="checkbox"/> 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ    |
| <input type="checkbox"/> 7. ความรวดเร็วในการให้บริการ                  | <input type="checkbox"/> 8. ใบรับรองคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ           |
| <input type="checkbox"/> 9. ข้อมูล/ความรู้ มีความถูกต้อง / น่าเชื่อถือ | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ ระบุ_____                          |

**B4 เหตุผลในการเลือกไม่ใช้บริการตรวจสอบคุณภาพและออกใบรับรองโลหะมีค่าที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ/ผลการตรวจวิเคราะห์ไม่แม่นยำ                   | <input type="checkbox"/> 2. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม (แพงไป) <b>(ถามต่อข้อ B7)</b> |
| <input type="checkbox"/> 3. เครื่องมือ/อุปกรณ์ไม่ทันสมัย                         | <input type="checkbox"/> 4. มีหน่วยงานอื่นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลมากกว่า         |
| <input type="checkbox"/> 5. ลูกค้ามีความต้องการให้ตรวจสอบที่หน่วยงานอื่น         | <input type="checkbox"/> 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่ดี/ไม่เต็มใจให้บริการ           |
| <input type="checkbox"/> 7. การให้บริการไม่รวดเร็ว (ช้าไป) <b>(ถามต่อข้อ B8)</b> | <input type="checkbox"/> 8. ใบรับรองคุณภาพไม่มีความน่าเชื่อถือ                     |
| <input type="checkbox"/> 9. ข้อมูล/ความรู้ ไม่ถูกต้อง / ไม่น่าเชื่อถือ           | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ ระบุ_____                                       |

**B5 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของ GIT มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. website ของสถาบัน (www.git.or.th) | <input type="checkbox"/> 2. social network เช่น Facebook, instagram           |
| <input type="checkbox"/> 3. ข่าวประชาสัมพันธ์ ทาง e-mail      | <input type="checkbox"/> 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ นสพ. |
| <input type="checkbox"/> 5. ป้าย/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์        | <input type="checkbox"/> 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว                   |
| <input type="checkbox"/> 7. ใช้บริการมานานแล้ว                | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ ระบุ_____                                   |
| <input type="checkbox"/> 9. ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร         |   |

**B6 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT (จากข้อ B5) ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)**\_\_\_\_\_

**B7 ในกรณีที่ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B4 (2)) ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ควรเป็นเท่าไร หรืออย่างไร (โปรดระบุ)**\_\_\_\_\_

**B8 ในกรณีที่ท่านคิดว่าการให้บริการไม่รวดเร็ว หรือระยะเวลาในการให้บริการของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B4 (7)) ท่านคิดว่าระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร (โปรดระบุ)**\_\_\_\_\_

### ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

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

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	1	2	3	4	5
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	1	2	3	4	5
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5



ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	1	2	3	4	5
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5

C2 (จากข้อ B1 หน่วยงานที่มีความถี่ในการใช้บริการลำดับที่ 2 คือ \_\_\_\_\_)\*\*\*

ท่านคิดว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ GIT แล้ว หน่วยงาน \_\_\_\_\_ มีข้อดีที่เหนือกว่า GIT อย่างไรบ้าง

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

ท่านคิดว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ GIT แล้ว หน่วยงาน \_\_\_\_\_ มีข้อด้อยกว่า GIT อย่างไรบ้าง

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

หมายเหตุ : 1. BAO คือ Bangkok Assay Office

2. APM คือ Alpha Precious Metal

3. ITT คือ Intertek Thailand

4. GFR คือ Goldfield Refinery

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

D1 จากประสบการณ์การใช้บริการ GIT ท่านมีความเชื่อมั่นต่อผลการตรวจสอบคุณภาพในระดับใด เพราะอะไร

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

เหตุผล \_\_\_\_\_

D2 ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	พอใจปานกลาง	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

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

D3 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการใดของ GIT หรือไม่

( ) 1. ไม่มี ( ) 2. มี โปรดระบุเหตุผล \_\_\_\_\_

D4 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

( ) 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะว่ามี \_\_\_\_\_

( ) 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่ามี \_\_\_\_\_

( ) 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะว่ามี \_\_\_\_\_

#### ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรคที่ท่านพบ	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (การตรวจวิเคราะห์)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (การตรวจวิเคราะห์)
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร	ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านการสื่อสารกับผู้ให้บริการ	ด้านการสื่อสารกับผู้ให้บริการ

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

### แบบสอบถามชุดที่ 3

#### งานบริการด้านการฝึกอบรมและสัมมนา

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์การใช้บริการที่ GIT จึงขอความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### 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 ประเภทธุรกิจ ระบุ \_\_\_\_\_

A5 ขนาดธุรกิจ ☐ 1. ขนาดเล็ก ☐ 2. ขนาดกลาง ☐ 3. ขนาดใหญ่  
(ทรัพย์สิน < 30 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน 30-60 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน >60 ล้านบาท)

#### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านได้เข้ารับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมสัมมนา ที่หน่วยงานใดบ้าง และจำนวนเท่าใด

ความถี่ในการฝึกอบรม/สัมมนา	ฝึกอบรม (หลักสูตร/ปี)	สัมมนา (ครั้ง/ปี)
<input type="checkbox"/> 1. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT)		
<input type="checkbox"/> 2. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย (AIGS)		
<input type="checkbox"/> 3. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา (GIA)		
<input type="checkbox"/> 4. วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ		
<input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ _____		
<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ ระบุ _____		

B2 ท่านเคยเข้ารับการฝึกอบรมกับ GIT ในหลักสูตรอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 หลักสูตร)

- ☐ 1. หลักสูตรทางด้านอัญมณีศาสตร์ ☐ 2. หลักสูตรด้านการออกแบบ  
☐ 3. หลักสูตรด้านการตลาด ☐ 4. หลักสูตรเกี่ยวกับทองและโลหะมีค่า  
☐ 5. Workshop / สัมมนา

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

**B3 เหตุผลในการเลือกใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนาGIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |   |   |
|---|---|
| ( ) 1. เนื้อหาหลักสูตรตรงตามความต้องการ                 | ( ) 2. เนื้อหาในหลักสูตรสามารถนำไปใช้งานได้จริง |
| ( ) 3. เป็นหลักสูตรต่อเนื่อง/มาอบรมให้หลักสูตรอื่นๆ ต่อ | ( ) 4. หน่วยงาน/บริษัทส่งมาอบรม                 |
| ( ) 5. เครื่องมืออุปกรณ์ในการฝึกอบรมทันสมัย             | ( ) 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการดี/เต็มใจให้บริการ   |
| ( ) 7. อัตราค่าฝึกอบรมเหมาะสม                           | ( ) 8. ระยะเวลาในการอบรมเหมาะสม                 |
| ( ) 9. ความน่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงาน GIT        | ( ) 10. อื่นๆ ระบุ_____                         |

**B4 เหตุผลในการเลือกไม่ใช้บริการการฝึกอบรม/สัมมนาGIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |  |   |
|--|---|
| ( ) 1. เนื้อหาหลักสูตรไม่ตรงตามความต้องการ             | ( ) 2. เนื้อหาในหลักสูตรไม่สามารถนำไปใช้งานได้จริง  |
| ( ) 3. อบรมในเนื้อหาหลักสูตรต่างๆ ครบตามความต้องการ    | ( ) 4. หน่วยงาน/บริษัทส่งไปอบรมที่หน่วยงานอื่น      |
| ( ) 5. เครื่องมืออุปกรณ์ในการฝึกอบรมไม่ทันสมัย         | ( ) 6. เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่ดี/ไม่เต็มใจให้บริการ |
| ( ) 7. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม (แพงไป) (ถามต่อข้อ B7) | ( ) 8. ระยะเวลาในการอบรมไม่เหมาะสม                  |
| ( ) 9. ความไม่น่าเชื่อถือในระดับสากลของหน่วยงาน GIT    | ( ) 10. อื่นๆ ระบุ_____                             |

**B5 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. ใช้บริการมานานแล้ว                | ( ) 8. อื่นๆ ระบุ_____                                   |
| ( ) 9. ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร         |  |

**B6 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT (จากข้อ B5) ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)**

**B7 ในกรณีที่ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการฝึกอบรมของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B4 (7)) ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร หรืออย่างไร (โปรดระบุ)**

**ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร**

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

2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	1	2	3	4	5
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	1	2	3	4	5
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	1	2	3	4	5
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5

C2 (จากข้อ B1 หน่วยงานที่มีความถี่ในการใช้บริการลำดับที่ 2 คือ \_\_\_\_\_)\*\*\*

ท่านคิดว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ GIT แล้ว หน่วยงาน \_\_\_\_\_ มีข้อดีที่เหนือกว่า GIT อย่างไรบ้าง

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

ท่านคิดว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ GIT แล้ว หน่วยงาน \_\_\_\_\_ มีข้อด้อยกว่า GIT อย่างไรบ้าง

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

หมายเหตุ : 1. AIGS คือ สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย

2. GIA คือ สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งอเมริกา

3. มศว. คือ วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

D1 จากประสบการณ์การใช้บริการ GIT ท่านมีความเชื่อมั่นต่อองค์ความรู้ที่ได้รับการฝึกอบรมในระดับใด เพราะอะไร

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

เหตุผล \_\_\_\_\_

D2 ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	พอใจปานกลาง	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/อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เพียงพอ					
5. สถานที่จัดฝึกอบรมเหมาะสม เพียงพอต่อผู้เข้ารับการอบรม	1	2	3	4	5
6. โสตทัศนูปกรณ์มีระบบเสียง ทันสมัยและมีคุณภาพ	1	2	3	4	5
7. อุปกรณ์ประกอบการฝึกอบรม เช่น อัญมณี และเครื่องมือตรวจสอบ มีคุณภาพ ทันสมัยและเพียงพอ	1	2	3	4	5
8. เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความครบถ้วน	1	2	3	4	5
9. เนื้อหาสาระในแต่ละหลักสูตรมีความเข้าใจง่าย	1	2	3	4	5
10. ระยะเวลาในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม	1	2	3	4	5
11. วิทยากรมีความรู้ และความเข้าใจในเนื้อหาหลักสูตร	1	2	3	4	5
12. วิทยากรมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ดี	1	2	3	4	5
13. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีมนุษยสัมพันธ์/เอาใจใส่ผู้เข้าอบรม	1	2	3	4	5
14. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

D3 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการใดของ 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

ปัญหาอุปสรรคที่ท่านพบ	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (การฝึกอบรม/สัมมนา)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (การฝึกอบรม/สัมมนา)
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร	ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากร
ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านการสื่อสารกับผู้ให้บริการ	ด้านการสื่อสารกับผู้ให้บริการ

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

## แบบสอบถามชุดที่ 4

### งานบริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานที่ท่านมีประสบการณ์การใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### 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 ประเภทธุรกิจ ระบุ \_\_\_\_\_

A5 ขนาดธุรกิจ ( ) 1. ขนาดเล็ก ( ) 2. ขนาดกลาง ( ) 3. ขนาดใหญ่  
(ทรัพย์สิน < 30 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน 30-60 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน >60 ล้านบาท)

#### ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

B1 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีการลงทะเบียนเข้าในระบบ

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

( ) 1. ใช้บริการ เฉลี่ย \_\_\_\_\_ ครั้ง/เดือน ( ) 2. ไม่เคยใช้บริการ (ยติสัมภาษณ์และหาตัวอย่างใหม่)

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

- |  |   |
|--|---|
| ( ) 1. ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรม                 | ( ) 2. เกษตติสถานการณ์การตลาด                                 |
| ( ) 3. บทความวิชาการ                           | ( ) 4. สถิติการค้าไทย / บทวิเคราะห์การนำเข้าส่งออก            |
| ( ) 5. จัปประเด็นข่าวเด่น                      | ( ) 6. ข้อมูลอุตสาหกรรมรายประเทศ                              |
| ( ) 7. ชัดความสามารถในการแข่งขันรายสินค้า      | ( ) 8. อัตราภาษี / กฎระเบียบการค้า                            |
| ( ) 9. งานแสดงสินค้า / งานสัมมนา               | ( ) 10. รายชื่อผู้นำเข้าในต่างประเทศ / รายชื่อผู้ประกอบการไทย |
| ( ) 11. หน่วยงานอัญมณีและเครื่องประดับนานาชาติ | ( ) 12. อื่นๆ ระบุ _____                                      |

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

- |   |  |
|---|--|
| ( ) 1. เป็นฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล   | ( ) 2. เป็นฐานข้อมูลเชิงลึกทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ       |
| ( ) 3. เป็นฐานข้อมูลที่สามารถใช้วางแผนกลยุทธ์ทางด้าน<br>การตลาด                                 | ( ) 4. เป็นฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ฟรี<br>ไม่เสียค่าใช้จ่าย |
| ( ) 5. เป็นฐานข้อมูลที่ทันสมัย (up to date)   | ( ) 6. เป็นฐานข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ ใช้งานได้ง่าย    |
| ( ) 7. <a href="https://infocenter.git.or.th">https://infocenter.git.or.th</a> ง่ายต่อการใช้งาน | ( ) 8. เป็นฐานข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ                  |
| ( ) 9. อื่นๆ ระบุ _____   |  |

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

B4 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. ใช้บริการมานานแล้ว ( ) 8. อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_  
( ) 9. ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร

B5 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT (จากข้อ B5) ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ) \_\_\_\_\_

### ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

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

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	1	2	3	4	5
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	1	2	3	4	5
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	1	2	3	4	5
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5

### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

D1 ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจาก GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	พอใจปานกลาง	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. การเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์สืบค้นได้ง่าย และสะดวก	1	2	3	4	5
7. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม และน่าสนใจ	1	2	3	4	5



ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	พอใจปานกลาง	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก
8. หน้าโฮมเพจสามารถใช้งานหรือสืบค้น ได้ง่าย (friendly user)	1	2	3	4	5
9. ความเหมาะสมของสี และตัวหนังสือ หน้าโฮมเพจ	1	2	3	4	5
10. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D3 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการใดของ GIT หรือไม่

- ( ) 1. ไม่มี ( ) 2. มี โปรดระบุเหตุผล \_\_\_\_\_

D4 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการฐานข้อมูลของ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

- ( ) 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะ \_\_\_\_\_
- ( ) 2. ไม่แน่ใจ เพราะ \_\_\_\_\_
- ( ) 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะ \_\_\_\_\_

#### ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรค จากการให้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรคที่ท่านพบ	ข้อเสนอแนะ
ด้านคุณภาพการให้บริการ (เนื้อหา/ข้อมูล/องค์ความรู้)	ด้านคุณภาพการให้บริการ (เนื้อหา/ข้อมูล/องค์ความรู้)
ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หน้าโฮมเพจ	ด้านการเข้าถึง (Accessibility) หน้าโฮมเพจ

E2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

---



---



---



---

ขอขอบพระคุณ

## แบบสอบถามชุดที่ 5

### งานบริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการของ GIT ในฐานะที่ท่านมีประสบการณ์การใช้บริการที่ GIT จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลความคิดเห็นของท่านจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการให้บริการของ GIT ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
- ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
- ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร
- ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
- ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### 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 ประเภทธุรกิจ ระบุ \_\_\_\_\_
- A5 ขนาดธุรกิจ ☐ 1. ขนาดเล็ก ☐ 2. ขนาดกลาง ☐ 3. ขนาดใหญ่  
(ทรัพย์สิน < 30 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน 30-60 ล้านบาท) (ทรัพย์สิน >60 ล้านบาท)

#### ส่วนที่ 2 การใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

- B1.1 ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT หรือไม่  
☐ 1. ใช้บริการ เฉลี่ย \_\_\_\_\_ ครั้ง/เดือน ☐ 2. ไม่เคยใช้บริการ
- B1.2 ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการระบบ GIT eLibrary หรือไม่? (<https://elibrary.git.or.th>)  
☐ 1. ใช้บริการ เฉลี่ย \_\_\_\_\_ ครั้ง/เดือน ☐ 2. ไม่เคยใช้บริการ  
(ถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้บริการทั้งข้อ B1.1 และ B1.2 ให้ยุติสัมภาษณ์และหาตัวอย่างใหม่)
- B2 ท่านใช้บริการห้องสมุดของ GIT หรือระบบ 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)
- B3 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 ที่สามารถนำไปอ้างอิง ☐ 8. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ/มีการบริการที่ดี หรือใช้งานได้ง่าย  
☐ 9. เป็นห้องสมุดที่มีอัตราค่าเช่าใช้บริการเหมาะสม ☐ 10. อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_

B4 เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการสืบค้นข้อมูลในระบบ GIT eLibrary (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

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

B5 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. ป้ายโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์         | ( ) 6. คนรู้จัก/เพื่อนแนะนำ/คำบอกกล่าว                   |
| ( ) 7. ใช้บริการมานานแล้ว                | ( ) 8. อื่นๆ ระบุ_____                                   |
| ( ) 9. ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร         |  |

B6 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT (จากข้อ B5) ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ) \_\_\_\_\_

### ส่วนที่ 3 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

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

2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	1	2	3	4	5
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	1	2	3	4	5
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	1	2	3	4	5
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

D1 ท่านมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้าง ไม่พอใจ	พอใจ ปานกลาง	ค่อนข้าง พอใจ	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 เข้าใช้งานได้ง่าย	1	2	3	4	5
12. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

D2 ท่านมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการห้องสมุดของ GIT หรือไม่

( ) 1. ไม่มี ( ) 2. มี โปรดระบุเหตุผล \_\_\_\_\_

D3 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ ของ GIT ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

( ) 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะ \_\_\_\_\_

( ) 2. ไม่แน่ใจ เพราะ \_\_\_\_\_

( ) 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะ \_\_\_\_\_

D4 ท่านมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการระบบ GIT eLibrary มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	ไม่พอใจ	ค่อนข้าง ไม่พอใจ	พอใจ ปานกลาง	ค่อนข้าง พอใจ	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. การจัดหมวดหมู่ในระบบ eLibrary ทำให้สามารถค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว	1	2	3	4	5
6. ระบบ eLibrary มีดีไซน์สวยงาม 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 หรือไม่

( ) 1. ไม่มี ( ) 2. มี โปรดระบุเหตุผล \_\_\_\_\_

D6 ในอนาคต ท่านจะกลับมาใช้บริการระบบ GIT eLibrary ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร

( ) 1. กลับมาใช้บริการแน่นอน เพราะ \_\_\_\_\_

( ) 2. ไม่แน่ใจ เพราะ \_\_\_\_\_

( ) 3. ไม่กลับมาใช้บริการอีก เพราะ \_\_\_\_\_

### ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

E1 ท่านประสบปัญหาอุปสรรค จากการให้บริการของ GIT ในเรื่องใดบ้าง และท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างไรบ้าง

ปัญหาอุปสรรคที่ท่านพบ	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 ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของท่านอย่างไรบ้าง

---



---



---



---

ขอขอบพระคุณ

## แบบสอบถามชุดที่ 6

### ผู้ไม่เคยใช้บริการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มอบหมายให้ผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ GIT ฐานที่เป็นผู้หนึ่งที่ไม่เคยใช้บริการที่ GIT คณะผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ในการสอบถามข้อมูลจากท่าน เพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ GIT ให้ตรงตามความต้องการ และเพื่อการให้บริการของท่านในอนาคต ดังนั้น จึงขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้สมบูรณ์

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 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 ประเภทธุรกิจ ระบุ \_\_\_\_\_

A5 ขนาดธุรกิจ ☐ 1. ขนาดเล็ก (ทรัพย์สิน < 30 ล้านบาท) ☐ 2. ขนาดกลาง (ทรัพย์สิน 30-60 ล้านบาท) ☐ 3. ขนาดใหญ่ (ทรัพย์สิน >60 ล้านบาท)

#### ส่วนที่ 2 การรับรู้และภาพลักษณ์องค์กร

B1 ท่านทราบหรือไม่ว่า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ GIT

มีการให้บริการด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ 1. ตรวจสอบออกใบรับรองคุณภาพ อัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 2. ตรวจสอบออกใบรับรองคุณภาพ โลหะมีค่า
- ☐ 3. จัดการฝึกอบรมในหลักสูตรเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 4. จัดงานสัมมนาเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 5. ให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ผ่าน <https://infocenter.git.or.th>
- ☐ 6. ให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 7. ให้บริการ eLibrary
- ☐ 8. ให้บริการพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 9. อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_

B2 ทำไมท่านไม่เลือกใช้บริการที่ GIT (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. สถานที่ตั้งของหน่วยงานไกล เข้าถึงได้ไม่สะดวก
- ☐ 2. ขั้นตอนยุ่งยาก ไม่สะดวก
- ☐ 3. อุปกรณ์/เครื่องมือ ไม่ได้มาตรฐาน
- ☐ 4. อุปกรณ์/เครื่องมือ ไม่ทันสมัย
- ☐ 5. อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม (ถามต่อข้อ B3)
- ☐ 6. ระยะเวลาในการให้บริการช้า (ถามต่อข้อ B4)
- ☐ 7. ลูกค้านักต้องการใช้บริการที่หน่วยงานอื่น
- ☐ 8. ผลการตรวจสอบไม่ถูกต้องแม่นยำ / ไม่น่าเชื่อถือ
- ☐ 9. หน่วยงาน/เจ้าหน้าที่ ให้บริการข้อมูลไม่ถูกต้อง
- ☐ 10. เจ้าหน้าที่มีความรู้ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับน้อย
- ☐ 11. เจ้าหน้าที่ทัศนคติที่ไม่ดี / ไม่เต็มใจให้บริการ / ไม่เอาใจใส่ลูกค้า
- ☐ 12. GIT ไม่มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 13. GIT ไม่น่าเชื่อถือในระดับสากล
- ☐ 14. GIT ไม่เป็นที่ยอมรับในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- ☐ 15. การบริการอย่างไม่โปร่งใส
- ☐ 16. อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_

B3 ในกรณีที่ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B2 (5)) ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ควรเป็นเท่าไร หรืออย่างไร (โปรดระบุ)\_\_\_\_\_

B4 ในกรณีที่ท่านคิดว่าการให้บริการไม่รวดเร็ว หรือระยะเวลาในการให้บริการของ GIT ไม่เหมาะสม (จากข้อ B2 (6)) ท่านคิดว่าระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร (โปรดระบุ)\_\_\_\_\_

B5 จากข้อความต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ GIT โดยที่ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คือ เห็นด้วย 3 เฉยๆ 2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 คือ ไม่เห็นด้วย

ภาพลักษณ์	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เป็นองค์กรที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
2. เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
3. เป็นองค์กรให้บริการอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	1	2	3	4	5
4. เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตลอดเวลา	1	2	3	4	5
5. มีอุปกรณ์/เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและทันสมัย	1	2	3	4	5
6. ขั้นตอน/ระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจน	1	2	3	4	5
7. เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	1	2	3	4	5
8. ผลการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5
9. บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับ	1	2	3	4	5
10. บุคลากรมีทัศนคติที่ดี/เต็มใจให้บริการ/เอาใจใส่ลูกค้า	1	2	3	4	5
11. อัตราค่าบริการเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพการให้บริการ	1	2	3	4	5
12. มีช่องทางการเข้าถึง/ติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย และสะดวก	1	2	3	4	5
13. มีความทันสมัยในการให้บริการ	1	2	3	4	5
14. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล หลากหลาย และครบถ้วน	1	2	3	4	5
15. เป็นหน่วยงานที่มีระบบฐานข้อมูล มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	1	2	3	4	5

B6 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. ใช้บริการมานานแล้ว                | ( ) 8. อื่นๆ ระบุ_____                                   |
| ( ) 9. ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร         |  |

B7 ท่านคิดว่าช่องทางการสื่อสารหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของ GIT (จากข้อ B5) ช่องทางใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)\_\_\_\_\_

รายงานฉบับสมบูรณ์ :

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

---

### ส่วนที่ 3 ความต้องการใช้บริการในอนาคต

D1 ในอนาคต ท่านคิดว่าจะมาใช้บริการที่ GIT หรือไม่ เพราะอะไร

( ) 1. จะมาใช้บริการ เพราะว่า\_\_\_\_\_

( ) 2. ไม่แน่ใจ เพราะว่า\_\_\_\_\_

( ) 3. ยังไม่คิดจะใช้บริการ เพราะว่า\_\_\_\_\_

D2 ถ้าหากท่านจะมาใช้บริการที่ GIT ท่านจะมาให้บริการใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) 1. ตรวจสอบออกใบรับรองคุณภาพ อัญมณีเครื่องประดับ

( ) 2. ตรวจสอบออกใบรับรองคุณภาพ โลหะมีค่า

( ) 3. ฝึกอบรมในหลักสูตรเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

( ) 4. สัมมนาเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

( ) 5. ฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ผ่าน <https://infocenter.git.or.th>

( ) 6. ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ

( ) 7. eLibrary

( ) 8. พิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ

( ) 9. อื่นๆ ระบุ\_\_\_\_\_

D3 ท่านคิดว่า GIT จำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างไรบ้าง เพื่อที่ท่านจะเข้ามาใช้บริการในอนาคต

D3.1 การตรวจวิเคราะห์ออกใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

D3.2 การตรวจวิเคราะห์ออกใบรับรองคุณภาพโลหะมีค่า\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

D3.3 การฝึกอบรม/สัมมนา ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

D3.4 การให้บริการฐานข้อมูลการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

D3.5 การให้บริการห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับ\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

D3.6 การให้บริการด้านระบบ eLibrary \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ขอขอบพระคุณ