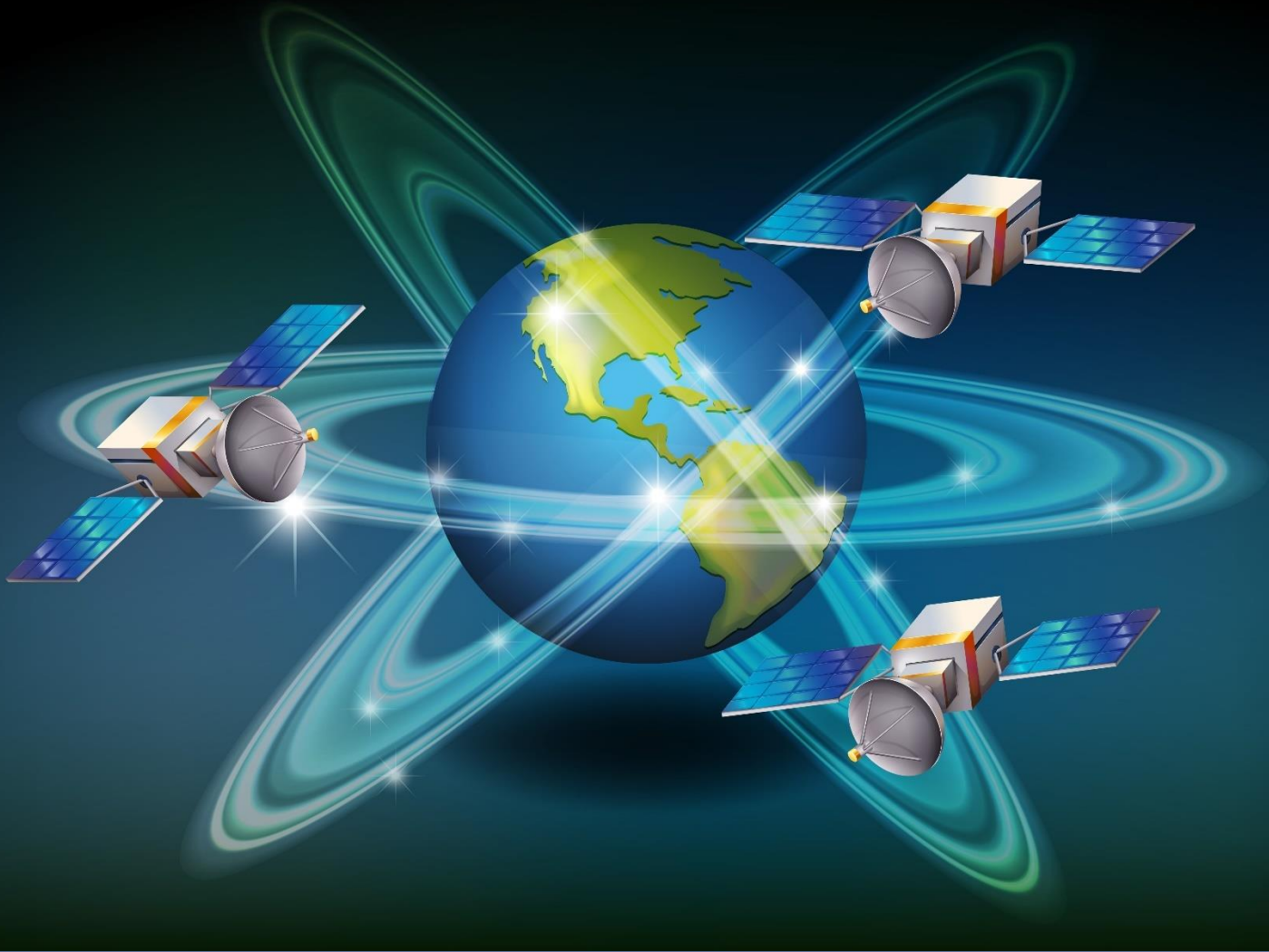




รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนากการให้บริการ ประจำปี 2563



นำเสนอโดย:



บริษัท ซีเอสเอ็น รีเสิร์ช จำกัด

วันที่ 11 พฤศจิกายน 2563

บทสรุปผู้บริหาร

การสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยทำการสำรวจฐานข้อมูลของผู้รับบริการของ สทอภ. ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2562 - เดือนเมษายน 2563 โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเมื่อช่วงเดือนกันยายน 2563 รวมจำนวนตัวอย่าง 172 ราย ประกอบด้วย ผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ (จำนวน 92 ราย) ผู้รับบริการการถ่ายทอดองค์ความรู้ (จำนวน 66 ราย) และผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ (จำนวน 14 ราย)

ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.44 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.72 โดยมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดในด้านบุคลากรที่ให้บริการ (4.58 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.66) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.54) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.39 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.70) และด้านกระบวนการให้บริการ (4.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.67) และหากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.07) ส่วนในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.01) โดยผลสรุปของแต่ละกลุ่มผู้รับบริการมี ดังนี้

1. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

1.1 ความพึงพอใจและความคาดหวัง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.37 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.43 โดยด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (4.54 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.87) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.47 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.35) และด้านกระบวนการให้บริการ (4.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.50) หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.02) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านกระบวนการให้บริการ ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.01) โดยเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจ

น้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อขอดำเนินงานมีมากหลายขั้นตอน การดำเนินงานหรือส่งงานล่าช้า และการสืบค้นข้อมูลช่องทางให้ใช้บริการค่อนข้างจำกัด

1.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ หากเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กับผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า มีทัศนคติต่อ สทอภ. ในทิศทางที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่นในด้านประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ ความเหมาะสมของรูปแบบหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ และคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ ส่วนประเด็นที่เห็นว่าผู้ให้บริการรายอื่นทำได้ดีกว่า คือ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย

1.3 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ค่าดัชนีความภักดีหรือ Net Promoters Score (NPS) ที่เกิดจากส่วนต่างของสัดส่วนกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (Promoters) และสัดส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการ (Detractor) พบว่า การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 61.96 และการแนะนำผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 60.87 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการ สทอภ. มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. เป็นส่วนใหญ่

1.4 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. ทัศนคติที่เห็นด้วยมากต่อบทบาทหน้าที่ของ สทอภ. ได้แก่ เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนา ดาวยเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ และให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ส่วนการแก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ เป็นภาพลักษณ์ที่เห็นด้วยน้อยที่สุด

2. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

2.1 ความพึงพอใจและความคาดหวัง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.40 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.05 โดยด้านบุคลากรที่ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (4.62 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 92.41) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.54) ด้านกระบวนการให้บริการ (4.34 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.80) และด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ (4.12 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.33) หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.13) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย

(ส่วนต่างเท่ากับ -0.13) เนื่องจาก เนื้อหาไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ทำ เนื้อหาในอบรมค่อนข้างมีมาก และเข้าใจยาก อยากรู้เนื้อหาที่ทันสมัย และอธิบายให้ชัดเจนกว่านี้ และเนื้อหาขาดความต่อเนื่อง ไม่มีความเชื่อมโยง

2.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ หากเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กับผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ในทิศทางที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น โดยเฉพาะด้านความเชื่อมั่นในหลักสูตร คุณภาพโดยรวมของหลักสูตร และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ที่ สทอภ. ได้รับคะแนนมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ส่วนประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้ารับการอบรม/ สัมมนา เช่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น และความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ที่จะนำไปใช้งาน ผู้ให้บริการรายอื่นได้รับคะแนนมากกว่า

2.3 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ค่าดัชนีความภักดีหรือ Net Promoters Score (NPS) ที่เกิดจากส่วนต่างของสัดส่วนกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (Promoters) และสัดส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการ (Detractor) พบว่า การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 43.94 และแนะนำหลักสูตรของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 45.45 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการ สทอภ. มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. เป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม มีบางส่วนหรือประมาณร้อยละ 7 ที่มีแนวโน้มจะไม่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. ซึ่งเป็นความท้าทายที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มดังกล่าวต่อไป

2.4 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. ทัศนคติที่เห็นด้วยมากต่อบทบาทหน้าที่ของ สทอภ. ได้แก่ เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ และเป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ โดยไม่มีภาพลักษณ์ใดของ สทอภ. ที่ได้รับคะแนนน้อยกว่าระดับ 4 คะแนน

3. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

3.1 ความพึงพอใจและความคาดหวัง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.56 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.30 โดยด้านบุคลากรที่ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (4.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 93.33) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ (4.59 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.79) และด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา

(4.46 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.29) หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง (ส่วนต่างเท่ากับ +0.06) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษาที่พึงพอใจเท่ากับความคาดหวัง มีเพียงบางส่วนที่การให้คำปรึกษายังไม่สามารถนำไปตอบคำถามภายนอกได้กระจ่างทั้งหมด การปรึกษาบางกรณีคำตอบที่ได้ยังไม่สามารถนำไปตอบคำถามภายนอกได้กระจ่างทั้งหมด และคาดหวังว่าหน่วยงานควรจะมีข้อมูลสนับสนุนทุกอย่าง

3.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ หากเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กับผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ในทิศทางที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น โดยเฉพาะด้านประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากให้คำปรึกษา ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และความเชื่อมั่นในบริการให้คำปรึกษา ที่ สทอภ. ได้รับคะแนนมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ส่วนความเหมาะสมของรูปแบบหรือการให้คำปรึกษาที่จะสามารถนำไปใช้งานได้ ผู้ให้บริการรายอื่นได้รับคะแนนมากกว่า และคุณภาพโดยรวมของการให้คำปรึกษา ได้รับคะแนนไม่แตกต่างกัน

3.3 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ค่าดัชนีความภักดีหรือ Net Promoters Score (NPS) ที่เกิดจากส่วนต่างของสัดส่วนกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (Promoters) และสัดส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการ (Detractor) พบว่า การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 57.14 และแนะนำบริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 71.43 ซึ่งจะเห็นว่ามีความภักดีต่อบริการของ สทอภ. ค่อนข้างสูง เนื่องจากไม่มีผู้ที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับ 8 คะแนน

3.4 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. ทัศนคติที่เห็นด้วยมากต่อบทบาทหน้าที่ของ สทอภ. ได้แก่ ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง โดยไม่มีภาพลักษณ์ใดของ สทอภ. ที่ได้รับคะแนนน้อยกว่าระดับ 4 คะแนน

ข้อเสนอแนะของคณะผู้วิจัย

1. ด้านช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ช่องทางที่มีการใช้บริการมากที่สุดในปัจจุบันคือ เว็บไซต์ และอีเมล แต่เมื่อสอบถามความต้องการของผู้รับบริการกลับพบว่ามีความต้องการใช้บริการช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ค่อนข้างมากในหลายกลุ่ม ดังนั้น สทอภ. จึงควรพิจารณาเพิ่ม

ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงช่องทางการเข้ารับบริการต่างๆ ในช่องทางนี้มากขึ้น

2. ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. หากเปรียบเทียบทัศนคติที่สะท้อนถึงการได้รับประโยชน์ในมิติต่างๆ เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. เทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ค่อนข้างมากในทุกกลุ่ม แต่ในมิติของผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ยังคงได้รับคะแนนน้อยกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ได้แก่ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกลุ่มผู้รับบริการ ข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดความรู้ และความเหมาะสมของรูปแบบหรือการให้คำปรึกษาที่จะสามารถนำไปใช้งานได้ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ ดังนั้น สทอภ. ควรพิจารณาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์/ บริการ โดยเฉพาะมิติด้านการนำไปประยุกต์ใช้งาน และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น และใช้โอกาสในการมีจุดแข็งเรื่องความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร หรือผลิตภัณฑ์และบริการมาช่วยในการผลักดันพัฒนาเรื่องดังกล่าว

3. ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับบริการด้านอื่น และระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเล็กน้อย ซึ่งจะต้องปรับปรุงทั้งการจัดให้มีช่องทางการให้บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย การลดความยุ่งยากและเพิ่มความสะดวกของกระบวนการสั่งซื้อและขอข้อมูล และการจัดระบบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ การขอรับบริการจะต้องมีข้อมูลต่างๆ ให้พร้อม และชัดเจน

4. การบริหารความพึงพอใจให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

- กรณีที่แบ่งกลุ่มลูกค้าที่รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อขาย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงมีระดับการได้รับประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศของ สทอภ. ต่ำกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายปานกลางและกลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายต่ำในทุกประเด็น ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประยุกต์ใช้ คุณภาพบริการ ความคุ้มค่าและความเชื่อมั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของความเชื่อมั่น ที่มีค่าระดับต่ำที่สุด ดังนั้น สทอภ. จึงควรจะต้องหามาตรการในการติดตามการใช้ประโยชน์ของลูกค้ากลุ่มนี้ พร้อมทั้งมีกลยุทธ์หลังการขายเพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ มีการใช้งานอย่างคุ้มค่า และมีทัศนคติที่ดีต่อคุณภาพการบริการ

- กรณีที่แบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน และบุคคลทั่วไป หากพิจารณาประเด็นที่ควรพัฒนาปรับปรุงแก้ไขบริการจากการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis) พบว่า กลุ่มหน่วยงานของรัฐ ควรปรับปรุงเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ได้แก่ ความทันสมัยของเนื้อหา การให้คำแนะนำหลังการส่งมอบงาน และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม กลุ่มสถาบันการศึกษา ควรปรับปรุงเรื่องการนำความรู้ไปต่อยอดใช้งาน กลุ่ม

บริษัทเอกชน ควรปรับปรุงเรื่องกระบวนการให้บริการที่ควรมีการชี้แจงรายละเอียดชัดเจน และคุณภาพบริการควรมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ส่วนกลุ่มบุคคลทั่วไป ไม่มีบริการใดที่ควรปรับปรุงเร่งด่วน แต่ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่มีความประทับใจและเป็นจุดแข็งของบริการ จึงควรรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้ จะเห็นได้ว่ามุมมองต่อการให้บริการของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ สทอภ. ควรพิจารณาจากทรัพยากรขององค์กร และผลกระทบที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	- 1 -
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์	1-2
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	1-2
1.4 กลุ่มตัวอย่าง	1-3
บทที่ 2 วิธีการศึกษาและแนวทางการดำเนินงาน	2-1
2.1 กรอบแนวคิดในการสำรวจ	2-1
2.2 แนวคิดการจัดทำเกณฑ์การประเมินคุณภาพด้านการให้บริการ	2-2
2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ	2-4
2.4 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	2-11
2.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน	2-12
บทที่ 3 แผนการดำเนินงานและการส่งมอบงาน	3-1
บทที่ 4 ผลการสำรวจ	4-1
4.1 ผลการสำรวจของผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-1
4.1.1 ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.	4-1
4.1.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	4-2
4.1.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อบริการของ สทอภ.	4-5
4.1.4 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.	4-13
4.1.5 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ	4-17
4.1.6 ความรักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.	4-17
4.1.7 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.	4-19
4.1.8 ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ.	4-21

สารบัญ (ต่อ)

4.1.9	การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis).....	4-24
4.2	ผลการสำรวจของผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้.....	4-26
4.2.1	ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.....	4-26
4.2.2	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	4-26
4.2.3	ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อบริการของ สทอภ.....	4-27
4.2.4	ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.....	4-32
4.2.5	ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ.....	4-35
4.2.6	ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.....	4-35
4.2.7	ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.	4-36
4.2.8	ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ.....	4-37
4.2.9	การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis).....	4-39
4.3	ผลการสำรวจของผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-41
4.3.1	ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.....	4-41
4.3.2	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	4-42
4.3.3	ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อบริการของ สทอภ.....	4-43
4.3.4	ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.....	4-46
4.3.5	ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ.....	4-48
4.3.6	ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.....	4-48
4.3.7	ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.	4-49
4.3.8	ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ.....	4-50
4.3.9	การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis).....	4-51
บทที่ 5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	5-1
ภาคผนวก ก	กิจกรรมการจัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการสื่อสาร	1

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก ข แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจ.....	1
แบบสอบถามกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลจากดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	2
แบบสอบถามกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	7
แบบสอบถามกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ	12
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถาม และของที่ระลึก	17

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 2-1 กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการของ สทอภ.	2-1
แผนภาพที่ 2-2 แนวคิดการประเมินความภักดี.....	2-9
แผนภาพที่ 2-3 แบบจำลองวิเคราะห์การสำรวจความพึงพอใจ	2-10
แผนภาพที่ 2-4 ขนาดตัวอย่างที่กำหนดตามวิธีของ Taro Yamane.....	2-11
แผนภาพที่ 2-5 Strategic Performance Matrix Analysis	2-16
แผนภาพที่ 4-1 Performance Important Analysis กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียม และข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-25
แผนภาพที่ 4-2 Performance Important Analysis กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้.....	4-40
แผนภาพที่ 4-3 Performance Important Analysis กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ	4-52
แผนภาพที่ 5-1 Performance Important Analysis (หน่วยงานของรัฐ).....	5-17
แผนภาพที่ 5-2 Performance Important Analysis (สถาบันการศึกษา)	5-19
แผนภาพที่ 5-3 Performance Important Analysis (บริษัทเอกชน).....	5-21
แผนภาพที่ 5-4 Performance Important Analysis (บุคคลทั่วไป).....	5-23

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4-1	ผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ใช้บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-1
ตารางที่ 4-2	ผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ใช้บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ.....	4-2
ตารางที่ 4-3	ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูล ภูมิสารสนเทศ	4-3
ตารางที่ 4-4	ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูล ภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ	4-4
ตารางที่ 4-5	ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูล ภูมิสารสนเทศ	4-6
ตารางที่ 4-6	ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูล ดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-8
ตารางที่ 4-7	ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการ ข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ.....	4-10
ตารางที่ 4-8	ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูล ดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-12
ตารางที่ 4-9	การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการข้อมูล ดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-13
ตารางที่ 4-10	การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการข้อมูล ดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ	4-13
ตารางที่ 4-11	ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและ ข้อมูลภูมิสารสนเทศ.....	4-14
ตารางที่ 4-12	ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและ ข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามผู้ให้บริการ.....	4-15
ตารางที่ 4-13	ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียม และข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ	4-16

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4-14 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-17
ตารางที่ 4-15 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ	4-19
ตารางที่ 4-16 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-20
ตารางที่ 4-17 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ	4-21
ตารางที่ 4-18 ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก GISTDA กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ	4-22
ตารางที่ 4-19 หลักสูตรที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-26
ตารางที่ 4-20 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-27
ตารางที่ 4-21 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-28
ตารางที่ 4-22 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-28
ตารางที่ 4-23 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-29
ตารางที่ 4-24 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-30
ตารางที่ 4-25 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-31
ตารางที่ 4-26 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-32
ตารางที่ 4-27 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ จำแนกตามผู้ให้บริการ	4-32
ตารางที่ 4-28 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	4-33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4-29	ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียม และข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามผู้ให้บริการรายอื่น.....	4-34
ตารางที่ 4-30	ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ (พึงพอใจระดับ 1-2 คะแนน) ของกลุ่มผู้รับบริการ ถ่ายทอดองค์ความรู้.....	4-35
ตารางที่ 4-31	ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้.....	4-36
ตารางที่ 4-32	ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้.....	4-37
ตารางที่ 4-33	หลักสูตรการอบรม/ สัมมนาที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอด องค์ความรู้.....	4-38
ตารางที่ 4-34	โครงการที่ใช้บริการ กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-41
ตารางที่ 4-35	ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-42
ตารางที่ 4-36	ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-43
ตารางที่ 4-37	ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษา โครงการ.....	4-44
ตารางที่ 4-38	ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา ของกลุ่มผู้รับบริการ ที่ปรึกษาโครงการ.....	4-45
ตารางที่ 4-39	ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษา โครงการ.....	4-46
ตารางที่ 4-40	การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษา โครงการ.....	4-46
ตารางที่ 4-41	การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษา โครงการจำแนกตามผู้ให้บริการรายอื่น.....	4-46
ตารางที่ 4-42	ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-47
ตารางที่ 4-43	ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษา โครงการ จำแนกตามผู้ให้บริการรายอื่น.....	4-48
ตารางที่ 4-44	ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-49
ตารางที่ 4-45	ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ.....	4-50
ตารางที่ 4-46	บริการให้คำปรึกษาที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ..	4-51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 5-1	ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมของผู้รับบริการของ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563	5-1
ตารางที่ 5-2	ความพึงพอใจของผู้รับบริการของ สทอภ. จำแนกตามประเภกลุ่มผู้รับบริการ	5-2
ตารางที่ 5-3	ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการให้บริการ จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการของ สทอภ.....	5-3
ตารางที่ 5-4	ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม จำแนกตามประเภทลูกค้า	5-4
ตารางที่ 5-5	ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของ สทอภ.	5-5
ตารางที่ 5-6	ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ.....	5-6
ตารางที่ 5-7	ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้า	5-8
ตารางที่ 5-8	ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามผู้ให้บริการ.....	5-9
ตารางที่ 5-9	ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามประเภทลูกค้า.....	5-11
ตารางที่ 5-10	ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.....	5-12
ตารางที่ 5-11	ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้า	5-13
ตารางที่ 5-12	ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.....	5-14
ตารางที่ 5-13	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการของ สทอภ. เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2562 และ 2563.....	5-15

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ สทอภ. เป็นหน่วยงานของรัฐในรูปแบบองค์การมหาชน ภายใต้การกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศ และภูมิสารสนเทศให้เป็นความรู้ที่ไร้พรมแดน และเกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลดาวเทียม และเป็นศูนย์ข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติจากข้อมูลดาวเทียม รวมทั้งบริการให้คำปรึกษา และพัฒนาบุคลากรด้านการสำรวจข้อมูลระยะไกล และภูมิสารสนเทศ ตลอดจนดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ สทอภ. เป็นหน่วยงานของรัฐเพียงแห่งเดียวในประเทศที่ให้บริการภูมิสารสนเทศครบวงจร ดังนั้น การส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ องค์การที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้สาธารณชนเกิดการยอมรับ เชื่อมั่น ต่อการดำเนินงานของ สทอภ. จึงเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยกว่าการปรับปรุง พัฒนาประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการบริการ

ทั้งนี้ การจัดทำคำรับรองการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 กับสำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาระบบข้าราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) ได้กำหนดกรอบการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การมหาชน ในตัวชี้วัดบังคับในองค์ประกอบที่ 4 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาการให้บริการ สทอภ. จึงได้จัดทำ “โครงการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ ประจำปี 2563” เพื่อศึกษา สถานภาพ พฤติกรรม และทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อผลิตภัณฑ์บริการ ความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของ สทอภ. ซึ่งจะส่งผลให้งานบริการมีทิศทางที่ชัดเจน สามารถนำไปพัฒนาการให้บริการของ สทอภ. ให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ ผลจากการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะจะนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อจัดทำแผนการตลาดและพัฒนาธุรกิจ รวมทั้งการปรับปรุงภาพลักษณ์ องค์การที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรได้อย่างเป็น รูปธรรม และมีประสิทธิภาพต่อไป

ซึ่งบริษัท ซีเอสเอ็น รีเสิร์ช จำกัด ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการโครงการฯ ดังกล่าว บัดนี้ ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว จึงได้จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ซึ่งมีรายละเอียดตามที่ จะนำเสนอในลำดับถัดไป

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ และประเมินศักยภาพการดำเนินงานด้านบริการภูมิสารสนเทศของ สทอภ. ให้มีประสิทธิภาพตรงตามกลุ่มผู้รับบริการ
- 2) ศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม ความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวลของผู้รับบริการที่มีต่อการผลิตภัณฑ์ และบริการทั้งหมดของ สทอภ.
- 3) สำรวจและประเมินการรับรู้และความเข้าใจของผู้รับบริการเกี่ยวกับความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ของ สทอภ.

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

โครงการนี้มุ่งสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อประเมินศักยภาพการเติบโตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยจะจัดทำแผนการดำเนินงานและศึกษาวิเคราะห์ภายใต้ขอบเขตที่กำหนด ดังนี้

1.3.1 ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ ตามแนวทางการปรับปรุงการให้บริการตามผลการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาการให้บริการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ที่ผ่านการเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการ สทอภ. แล้ว โดยมีประเด็นที่จะปรับปรุง คือ 1) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กับบุคคลภายนอก และ 2) การปรับปรุงราคาผลิตภัณฑ์มาตรฐาน

1.3.2 ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ และประเมินศักยภาพงานบริการของ สทอภ. ซึ่งมีรายละเอียดการสำรวจ ดังนี้

- ความพึงพอใจต่อภาพรวมของการให้บริการ
- ความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการ
- ความพึงพอใจต่อบุคลากรที่ให้บริการ (โดยจำแนกเป็นระดับเจ้าหน้าที่ และระดับผู้บริหารระดับสูง)
- ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ / บริการหลัก ของ สทอภ.
- ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ
- ความภักดีของผู้รับบริการ
- ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ สทอภ. ให้บริการเป็นประโยชน์ต่อภารกิจของผู้รับบริการ
- ผลิตภัณฑ์และบริการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ/ ประสิทธิผลแก่งานตามภารกิจของหน่วยงาน การรับรู้ข่าวสารจากประชาสัมพันธ์ข่าวสารการให้บริการของ สทอภ.
- ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทอภ.

1.3.3 ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ และประเมินความคาดหวัง และความต้องการของผู้รับบริการ

1.3.4 นำผลประเมินที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการพัฒนาการบริการภูมิสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาตลาดและธุรกิจของ สทอภ. เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า

1.3.5 คณะทำงาน

(1) มีหัวหน้าโครงการที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการสำรวจความพึงพอใจ โดยจะต้องมีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี คุณสมบัติการศึกษาไม่น้อยกว่าปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจ หรือด้านเศรษฐศาสตร์ หรือด้านการตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน

(2) มีที่ปรึกษาโครงการวิจัยมีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ภูมิศาสตร์ จะต้องมึประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี คุณสมบัติการศึกษาไม่น้อยกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน

(3) มีนักวิจัยที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการสำรวจความพึงพอใจ โดยจะต้องมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 2 ปี คุณสมบัติปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจ หรือด้านเศรษฐศาสตร์ หรือด้านการตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 คน

(4) มีผู้ช่วยนักวิจัย มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ช่วยนักวิจัยระหว่าง 2-5 ปี คุณสมบัติไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน

(5) จัดหาวิทยากร ที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับบริการ กลุ่มเป้าหมายของ สทอภ.

1.3.6 จัดทำของที่ระลึก ที่สื่อถึงความเป็นองค์กรที่ทันสมัยของ สทอภ. จำนวนไม่น้อยกว่า 250 ชิ้น เพื่อมอบให้กับผู้รับบริการที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสำรวจ

1.3.7 ฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ สทอภ. ไม่เกิน 20 คน จำนวน 1 หลักสูตร โดยวิทยากร และเนื้อหาหลักสูตรต้องผ่านความเห็นชอบของ สทอภ. ก่อน ทั้งนี้ หากเกิดสถานการณ์ที่ไม่สามารถจัดการฝึกอบรมได้ ผู้รับจ้างต้องสามารถจัดหลักสูตรออนไลน์ให้กับ สทอภ. ให้ได้ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ โดยไม่จำกัดจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมครั้งนี้

1.3.8 เข้าร่วมชี้แจงผลงาน หรือนำเสนอผลงานในที่ประชุม และ/หรือการสัมมนา ที่เกี่ยวข้องตามที่ สทอภ. ร้องขอ

1.4 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ คือ ผู้รับบริการตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2562 - เดือนเมษายน 2563 ของ สทอภ. จำนวนไม่ต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

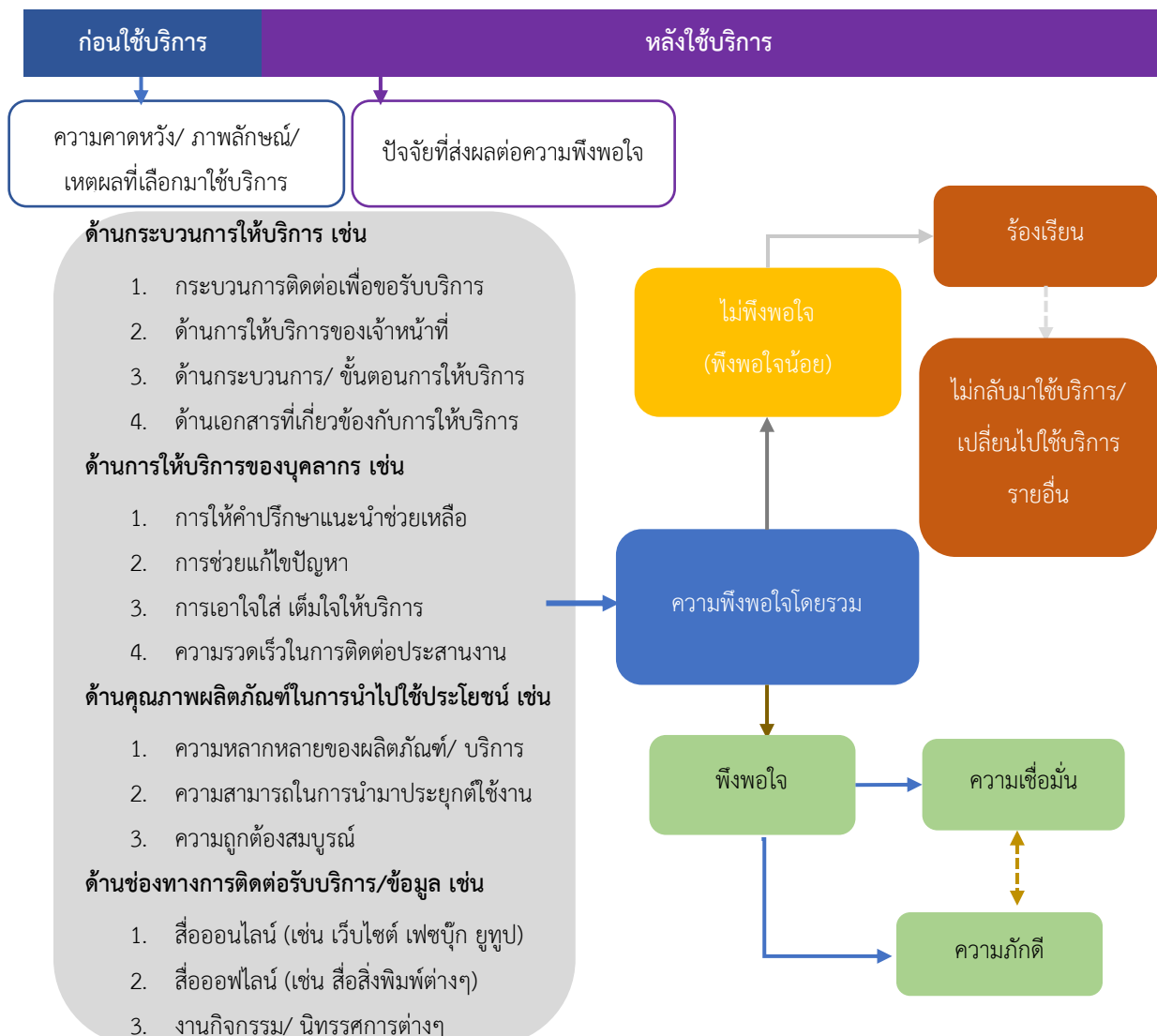
- หน่วยงานของรัฐ
- สถาบันการศึกษา
- บริษัทเอกชน
- บุคคลทั่วไป

บทที่ 2

วิธีการศึกษาและแนวทางการดำเนินงาน

2.1 กรอบแนวคิดในการสำรวจ

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการฯ บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ครบถ้วน จึงได้ทำการกำหนดกรอบแนวคิดตามแนวทางการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. เริ่มตั้งแต่ก่อนมาใช้บริการที่จะสะท้อนถึงความหวังในปัจจัยการให้ผลิตภัณฑ์/ บริการด้านต่างๆ รวมถึงการรับรู้ ทักษะที่มีต่อภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทอภ. หลังจากนั้นเมื่อมาใช้บริการแล้ว สะท้อนผลผ่านความรู้สึก/ ทักษะความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจตามปัจจัยการให้ผลิตภัณฑ์/ บริการในเรื่องนั้นๆ และสุดท้ายจะส่งผลไปถึงความผูกพัน ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ และการมาใช้บริการต่อไปกับ สทอภ. โดยมีกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



แผนภาพที่ 2-1 กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการของ สทอภ.

หมายเหตุ: กรอบแนวคิดดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงตัวแปรได้ภายหลัง ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของข้อมูล

2.2 แนวคิดการจัดทำเกณฑ์การประเมินคุณภาพด้านการให้บริการ

สำหรับการประเมินคุณภาพด้านบริการ จะมีการคำนึงถึงมิติของการวัดผล ทั้งในแง่ของความ ต้องการ ความคาดหวัง รวมไปถึงความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการของ สทอภ. ในรายละเอียดการกำหนดระดับความสำคัญของแต่ละดัชนี เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันกับ คณะทำงานของ สทอภ. และเพื่อให้ได้รายละเอียดแต่ละมิติให้มากที่สุด และครอบคลุมผลการดำเนินงาน ตามวัตถุประสงค์ จึงมีการลำดับการศึกษาและประเมินคุณภาพด้านการให้บริการ ดังนี้

2.2.1 การพัฒนากระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อการประเมินผล (Information Management for Performance Evaluation)

เพื่อให้เกิดการเป็นมาตรฐานเดียวกัน คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนและจัดทำแนวทางการ กำหนดตัวแปรที่จะใช้ในวัดผล รวมถึงการทบทวนผลการสำรวจความพึงพอใจ และพัฒนาการให้บริการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการข้อมูลการวัดผลการ ดำเนินงาน

2.2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกระบวนการให้บริการ

เพื่อให้สะท้อนถึงการรับรู้ ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ที่จะ นำมาสู่ความเชื่อมั่นในการกระบวนการให้บริการ และการดำเนินงาน และทำให้เกิดความภาคภูมิใจต่อ ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. โดยได้ทำการศึกษาทบทวนความสัมพันธ์เชื่อมโยงกระบวนการให้บริการ ที่ จะทำการประเมินตามขอบเขตการดำเนินข้อ 4.2 ใน TOR ได้แก่ กระบวนการให้บริการ บุคลากรที่ ให้บริการ ผลิตภัณฑ์/ บริการหลัก ภาพรวมการให้บริการของ สทอภ. ตลอดจนประโยชน์ที่ได้รับจาก ผลิตภัณฑ์/ บริการ และความภาคภูมิใจของผู้รับบริการ รวมถึงความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์การดำเนินงาน และดำเนินการวิเคราะห์กำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญของดัชนีวัดผล ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีภูมิ สารสนเทศ รวมทั้งคณะทำงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของ สทอภ.

นอกจากนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนผลการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบถึงปัญหา ข้อบกพร่องต่างๆ ที่มาจากผลการสำรวจในปีที่ผ่านมา ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับ บุคคลภายนอก และการปรับปรุงราคาผลิตภัณฑ์มาตรฐาน หรือแม้กระทั่งความผิดพลาดที่ได้รับการแก้ไข แล้ว โดยปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณา มีดังนี้

- ครอบคลุมการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ พันธกิจ ลงไปจนถึงระดับกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการให้บริการที่ผู้รับบริการจะพึงพอใจ เกิดความเชื่อมั่น และภาคภูมิใจต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ

- ได้ทำการวัดสิ่งที่องค์กรต้องการวัดหรือไม่
- กลไกการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นทำงานได้อย่างที่ต้องการหรือไม่
- ส่วนการนำเสนอข้อมูลนั้นทำงานได้อย่างที่ต้องการหรือไม่
- ศึกษาว่าการวัดผลการดำเนินงานนั้นทำงานได้ดีหรือไม่

- สามารถสนับสนุนการทำงานต่างๆ ที่ผู้ใช้ต้องการได้หรือไม่

2.2.3 การรวบรวมข้อมูลผลการสำรวจ และสถิติของ สทอภ.

ทำการรวบรวมข้อมูลผล และสถิติการสำรวจความพึงพอใจในปีที่ผ่านมาจาก สทอภ. ในขั้นตอนนี้จะทำการทบทวนเกี่ยวกับข้อมูลการวัดผลของดัชนีวัดผล ซึ่งประเด็นสำคัญต่างๆ เพื่อนำมาสู่การศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ และประเมินผลในมิติที่เกี่ยวข้อง โดยในการทบทวน มี 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

(1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงภายใน (Internal Validity) เป็นการศึกษาถึงระบบข้อมูลที่ทำให้การจัดเก็บเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงภายใน ซึ่งจะต้องกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการของรายละเอียดกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามมิติที่ใช้วัดผล

(2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ข้อมูลที่จัดเก็บต้องมีความเชื่อมั่นได้ว่ามีความสม่ำเสมอ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นแบบคงเส้นคงวาในการวัด (The Consistency of Measurement) ซึ่งวิธีการควบคุมกระบวนการต่างๆ ในการพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น 4 ประการ มีดังนี้

- การกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการของมิติที่วัดผลต้องถูกต้องชัดเจน
- การเก็บรวบรวมข้อมูลต้องมีกระบวนการที่ดีและถูกต้อง
- เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลต้องเป็นเครื่องมือที่มีคุณสมบัติที่ดี
- กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต้องถูกต้องตามหลักการ

2.2.4 การศึกษาถึงทิศทางแนวโน้มของผลการดำเนินงานตามกรอบการสำรวจความพึงพอใจ

ทำการศึกษาทิศทางแนวโน้มของผลการดำเนินงาน โดยศึกษาย้อนหลังตามข้อมูลทางสถิติที่มี แต่ย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี ตามดัชนีวัดผลแต่ละตัว รวมทั้งการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการดำเนินงานปัจจุบันกับเกณฑ์มาตรฐาน และเปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายที่มีการกำหนดไว้หรือตกลงไว้ เปรียบเทียบผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

การนำเสนอผลการศึกษาในขั้นนี้ จะเป็นการนำเสนอโดยเทคนิคทางสถิติอย่างง่าย อาทิ ค่าเฉลี่ย (Mean) ฐานนิยม (Mode) มัธยฐาน (Median) และใช้แผนผังกราฟหลายประเภทในการนำเสนอผล อาทิ แผนผังเรดาร์ เป็นต้น และการวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูงด้วยการทำ Quadrant Analysis โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกระบวนการให้ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น/ ความพึงพอใจ เพื่อที่จะจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการให้บริการแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสม

2.2.5 การศึกษา สำรวจ วิเคราะห์กระบวนการ และแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการวัดผล

ทำการศึกษากระบวนการที่เกี่ยวข้องกับดัชนีวัดผล โดยเป็นกระบวนการที่สามารถขับเคลื่อนผลงานให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม อันเกี่ยวข้องกับดัชนีวัดผลที่จะนำไปสู่ความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความคาดหวังของผู้รับบริการ ทั้งในมิติด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) และพิจารณาถึงคุณภาพการบริการ ต้นทุน เวลา เพื่อทำความเข้าใจและสำรวจถึงประเด็นอุปสรรคข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในระบบบริหารจัดการ อันสะท้อนออกมาในผลการดำเนินงานที่ปรากฏตามดัชนี

แต่ละตัว อาทิ การจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น และการตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาความไม่พึงพอใจ เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และมุ่งสู่การปรับปรุงพัฒนาอย่างเป็นระบบ

2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2.3.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความเชื่อมั่น และ ภาพลักษณ์

การศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจ ที่จะไปสู่ความเชื่อมั่น และความภักดี โดยอาศัยพื้นฐานแนวคิด ทฤษฎีทางด้านความพึงพอใจ และการบริการ เป็นแนวคิดหลักในการดำเนินงาน โดยความพึงพอใจ มีความหมายทางด้านจิตวิทยา ว่าเป็นความรู้สึกของผู้อื่นที่มารับบริการต่อสถานที่บริการ ตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อของรับบริการในสถานที่นั้นๆ (Chaplin, 1975) จึงเห็นได้ว่าความพึงพอใจเป็นเรื่องของทัศนคติ หรือความรู้สึก ซึ่ง Victor H. Vroom (1964) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นเป็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ ในมิติบริการสาธารณะ¹ ได้มีการให้คำนิยามไว้อย่างชัดเจนว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกของประชาชนต่อสิ่งแวดล้อม หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินผล โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะขั้วบวกหรือขั้วลบ หรือไม่มีปฏิกริยาใดๆ ซึ่งหากเราจะแยกความพึงพอใจออกมาจะพบว่าความพึงพอใจประกอบด้วยอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติ การพิจารณาความหมายของความพึงพอใจ จึงจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับเรื่องของทัศนคติ โดยอาจจะพิจารณาในองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านได้แก่

1) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component)

เป็นลักษณะทางความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ความชอบ ความพอใจ ความเห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ

2) องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive component)

เป็นการที่สมองของบุคคลรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับเข้ามา ประมวลผล ตีความ และเกิดเป็นการรับรู้ และสร้างความคิดเกี่ยวกับวัตถุบุคคล หรือสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาว่าถูกต้อง หรือไม่ถูกต้อง ดีหรือไม่ดี เป็นต้น

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component)

¹ สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร (2537)

เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทัศนคติ “ความพึงพอใจ” จึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลได้เสมอไป

ดังนั้น ความพึงพอใจ เป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulant) ที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินผล โดยบ่งบอกถึงทิศทางการประเมินผลว่าเป็นไปในทิศทางบวก หรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉยๆ ต่อสิ่งเร้า/สิ่งกระตุ้นนั้นๆ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการรับบริการนั้นสามารถแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เกี่ยวกับความคาดหวังอีกได้เช่นกัน ความพึงพอใจจากการรับบริการนั้น หมายถึง ระยะห่างของความคาดหวังกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริง ดังนั้น หากการบริการต่ำกว่าที่คาดหวังไว้อย่อมทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ยิ่งระยะห่างมีมากเท่าใด ความไม่พึงพอใจก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น²

ทฤษฎีความคาดหวัง อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลได้มีการประเมินแล้วว่าสิ่งที่ได้รับนั้นได้นำผลตอบแทนอย่างคุ้มค่ามาให้ อันเกิดจากการที่บุคคลได้มีการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของสิ่งที่ได้รับนั้นควรเป็นเช่นไร โดย Rotter (1999) แบ่งความคาดหวังออกเป็น 2 อย่าง ได้แก่

1) ความคาดหวังเฉพาะ (Specific expectancies) สะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งในอดีต

2) ความคาดหวังทั่วไป (General expectance) เป็นผลรวมของประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์ต่างๆ ที่คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกัน

อย่างไรก็ตาม ในมิติของคุณภาพมาตรฐานการบริการนั้น ความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ เป็นปัจจัยที่มีผลอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งปัจจัยความคาดหวังของลูกค้าที่จะนำไปสู่ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นจาก³

- (1) ชื่อเสียงขององค์กร ภาพพจน์ คำบอกเล่าเกี่ยวกับองค์กร
- (2) ตัวพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งหมายถึงทักษะ ความเป็นมืออาชีพ รูปร่างหน้าตา การแต่งตัว ฯลฯ
- (3) ตัวสินค้า และบริการ ได้แก่ชื่อ ตราสินค้า ประเทศที่ผลิต บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ
- (4) ราคาของผลิตภัณฑ์/ บริการนั้นๆ
- (5) สภาพการณ์แวดล้อม ณ ขณะให้บริการ
- (6) มาตรฐานคุณภาพของลูกค้า
- (7) ข้อมูลข่าวสาร ข่าวลือ และคู่แข่งของสถานบริการ

² Beckwith, 2003

³ วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2539)

ในบางครั้งความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีมากเกินไป ซึ่งเกิดจากการรับรู้ (Perception) ที่คลาดเคลื่อน ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อม ณ เวลานั้น ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องมีต้อย่างนั้น จึงเกิดความคาดหวังที่สูงเกินกว่าปกติ หรือเกินความปกติที่สมเหตุสมผล ซึ่งเมื่อได้รับบริการในระดับปกติจึงอาจจะรู้สึกไม่พึงพอใจได้

เนื่องจากลักษณะของการบริการ จะเป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ที่นำเสนอจากฝ่ายหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งในเชิงกระบวนการ การบริการจะหมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้นๆ โดยที่บริการเป็นสิ่งสัมผัสและแตะต้องไม่ได้ อีกทั้งสูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นและส่งมอบสู่ผู้รับบริการ เพื่อใช้สอยบริการนั้นโดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีที่บริการนั้นมีขึ้น และมีความหมายเป็นชุดของกิจกรรม ที่เกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ มีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ไขปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า โดยที่ลูกค้าสามารถรับรู้ว่าคุณภาพของการบริการนั้นดีหรือไม่ เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าจับต้อง รับรู้ หรือสัมผัสได้ ซึ่งเป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Expected quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (Experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถพิจารณาได้โดยอาศัยหลัก 6 ประการ ดังนี้

1) การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะการให้บริการ (Professionalism and skill) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในงานบริการ สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2) ทศคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และช่วยแก้ไขปัญหาในทันที

3) การเข้าพบง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งของสำนักงาน เวลาที่ให้บริการของพนักงาน และระบบการให้บริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4) ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลักจากการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

5) การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (Recover) เมื่อใดก็ตามที่เหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ทัน่วงที กอบกู้สถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติด้วยวิธีการที่เหมาะสม

6) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and creditability) ลูกค้าจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาโดยตลอด

ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย

- Characteristic of Service Quality หมายถึง ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพของบริการ มุ่งเน้นบุคลิกภาพ หรือลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของผู้ให้บริการ หรือตัวบริการนั้น

- Attributes of Service Quality หมายถึง คุณลักษณะทางคุณภาพของบริการ มุ่งเน้นหน่วยวัด หรือประเด็นเปรียบเทียบ หรือมาตรวัดทั่วไป ที่ใช้วัดเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการของหน่วยงานบริการ 2 แห่ง อาทิ ความรวดเร็ว ความแม่นยำ ความสะอาด ฯลฯ ถือว่าเป็น Attribute factor ของคุณภาพบริการ ในที่นี้ขอเรียกรวมๆ กันว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ

Professor Berry (L. Berry, V. Zeithaml, and A. Parasuraman) “Quality Counts in Service” Business Horizons (May-June 1985s-อ้างอิงในวีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์, 2542 คุณภาพในงานบริการ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และคณะได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการ เพื่อค้นคว้า ปัจจัยอะไรที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของบริการในสายตาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งสรุปว่ามีปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างอิงอยู่ 10 ปัจจัย คือ

- (1) Reliability หรือความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะ หรือมาตรฐานการให้บริการ
- (2) Responsiveness หรือความตอบสนอง/ การตอบสนองต่อความต้องการ หรือความรู้สึกของลูกค้า
- (3) Competence หรือความสามารถ สมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญจริง
- (4) Access หรือการเข้าถึงง่าย การใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก
- (5) Courtesy หรือความสภาพ เคารพบนอบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของบริการ
- (6) Communication หรือความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อความและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่างๆ ได้อย่างกระจ่างชัด
- (7) Creditability หรือความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ
- (8) Security หรือความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการ
- (9) Customer Understanding หรือความเข้าใจในลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน
- (10) Tangibles หรือส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

นอกจากนั้น ส่วนประกอบทางด้านบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยองค์ประกอบของบริการใดๆ ที่มีผลต่อมาตรฐานคุณภาพการให้บริการกระบวนการให้บริการ ที่อาจจะช่วยสร้างความพึงพอใจ หรือก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสายตาของลูกค้า สามารถแบ่งได้ เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการ (Pre-service factors) ได้แก่
 - ภาพลักษณ์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
 - ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท

- ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
- ความแปลกใหม่ การสร้างสรรค์ของการบริการ
- และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ (During-service factors) ได้แก่

- ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ (Convenience)
- ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ (Correctness)
- กิริยา มารยาทที่ดีงามของผู้ให้บริการ (Courtesy)
- ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนการรับบริการ (Complexity)
- ความประณีตบรรจง และพิถีพิถันขณะบริการ (Carefulness)
- ความเลินเล่อของผู้ให้บริการ (Carelessness)
- ฝีมือ ภูมิปัญญา และความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence)

3) กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังจากรับบริการแล้ว (Post-service factors)

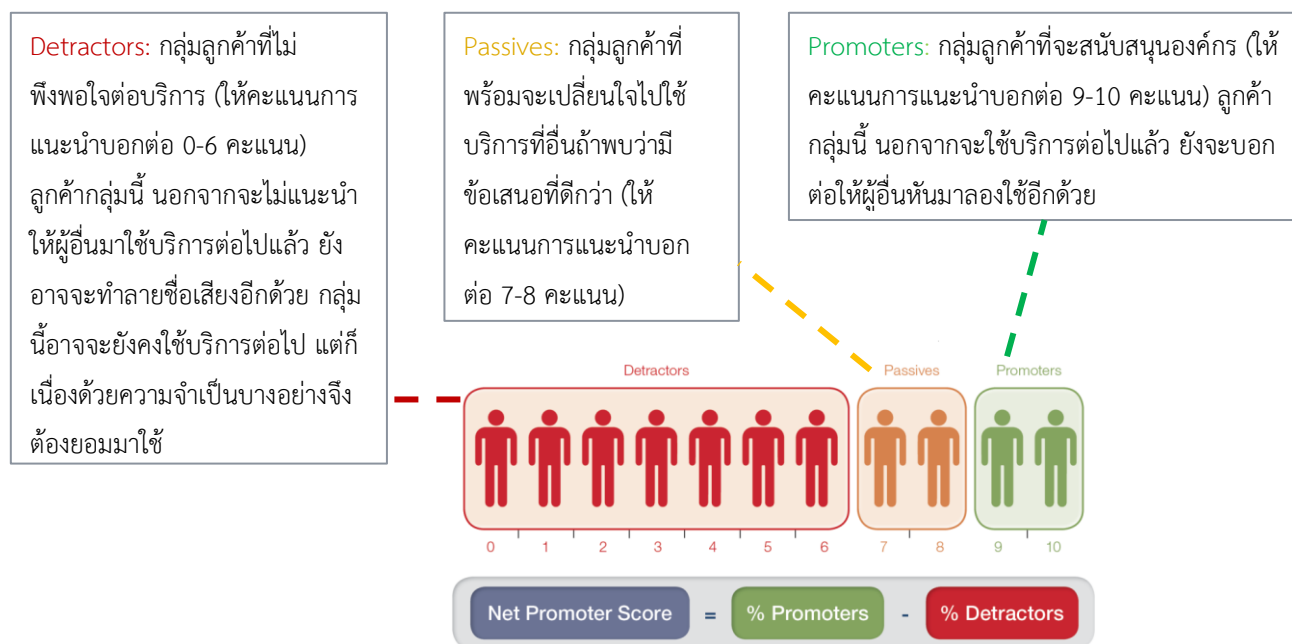
- ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนมารับบริการ (Conformance to customer expectation)
- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของการบริการ (Completeness of service)
- ความสม่ำเสมอคงเส้นคงวาของคุณภาพการบริการ (Consistency of service quality)
- การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า (Complain handling)
- ความคุ้มค่าเงินของบริการ (Cost effectiveness)

ด้วยเหตุนี้การสำรวจความพึงพอใจในครั้งนี้ จึงเป็นการสำรวจความพึงพอใจ ความคาดหวัง ควบคู่ไปกับการสำรวจการรับรู้ ภาพลักษณ์ ความภักดี ที่จะนำไปสู่ความเชื่อมั่นด้วย ซึ่งจะทำให้ได้เห็นระยะห่างและสามารถบ่งบอกถึงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่ชัดเจนและแม่นยำ ในแต่ละมิติการให้บริการของ สทอภ. ได้มากยิ่งขึ้น และเป็นการทำความเข้าใจงานบริการของ สทอภ. ในมิติต่างๆ ได้ด้วย

2.3.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี

เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการ และการแนะนำบอกต่อ มาทำการวิเคราะห์ ประกอบกับความพึงพอใจด้วย โดยคะแนนที่ได้จากการศึกษาในเรื่องแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้ บริการ สามารถนำมาใช้คำนวณหาค่า NPS ซึ่งจะเป็นค่าที่บ่งบอกถึงระดับผู้มาใช้บริการที่ สหอก. ว่า โดยรวมแล้วมีผู้ที่เป็นผู้สนับสนุน สหอก. อยู่ในสัดส่วนสูงมากน้อยแค่ไหน (Promoter) ซึ่งเมื่อนำมาหักลบ กับสัดส่วนของผู้ที่เป็น Detractor แล้วจะได้จำนวนของผู้ที่เป็น Net Promoter โดยที่จำแนกกลุ่มของ ผู้ใช้บริการ ได้ดังนี้

- Detractor หรือกลุ่มที่ค่อนข้างไม่พึงพอใจต่อบริการ (ให้คะแนนการแนะนำบอกต่อ 0-6 คะแนน) กลุ่มนี้นอกจากจะไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ สหอก. ต่อไปแล้ว ยังอาจจะทำลายชื่อเสียงอีกด้วย กลุ่มนี้อาจจะยังคงใช้บริการ สหอก. ต่อไป แต่ก็เนื่องด้วยความจำเป็นบางอย่างจึงต้องมาใช้บริการ
- Passives หรือกลุ่มที่พร้อมจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่นถ้าพบว่ามีข้อเสนอที่ดีกว่า (ให้คะแนนการแนะนำบอกต่อ 7-8 คะแนน)
- Promoters หรือกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (ให้คะแนนการแนะนำบอกต่อ 9-10 คะแนน) กลุ่มนี้นอกจากจะใช้บริการ สหอก. ต่อไปแล้ว ยังจะบอกต่อให้ผู้อื่นหันมาแนะนำให้คนอื่นมาใช้บริการอีกด้วย



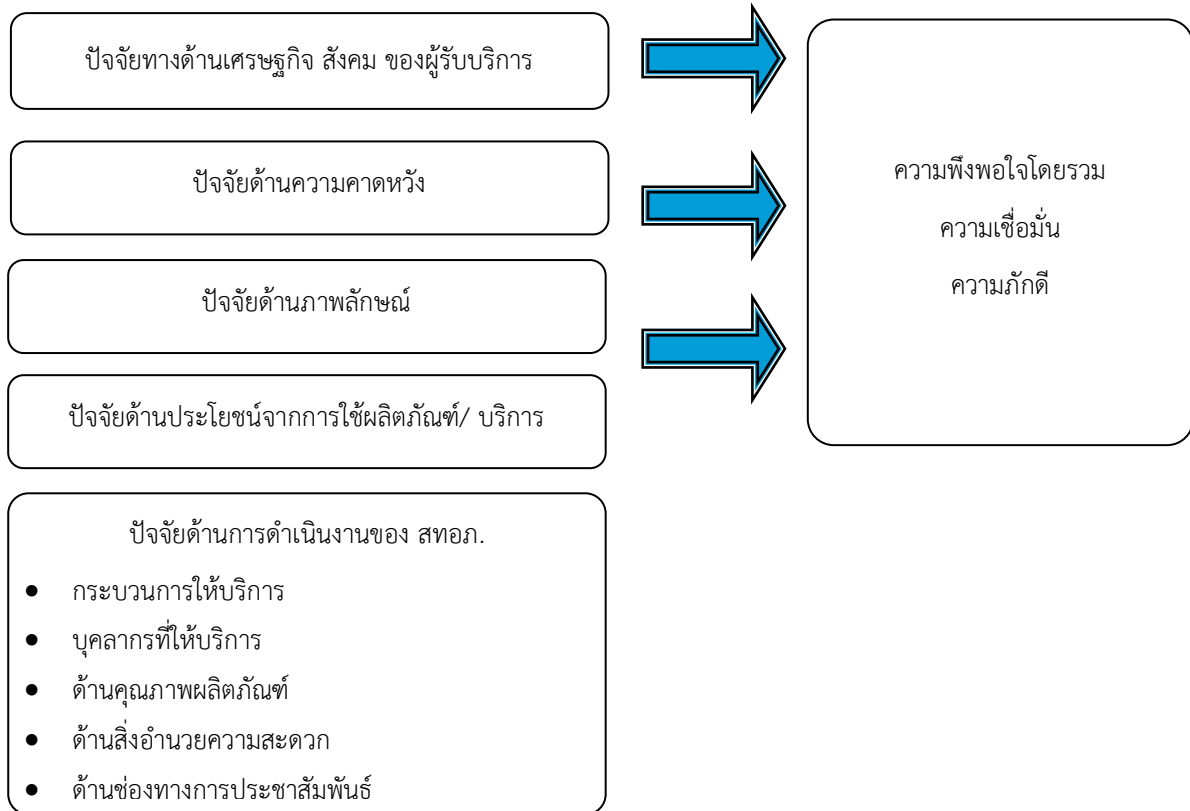
NPS เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดทางด้านการพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าต่อองค์กร จากงานวิจัยพบว่า NPS มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร สามารถใช้เป็น Benchmarking ทั้งกับองค์กรตัวเองและองค์กรคู่แข่งได้

Net Promoter Score: พัฒนาขึ้นโดย Fred Reichheld จาก Bain & Company and Sat Metrix (ตีพิมพ์ใน Harvard Business Review ฉบับ ธันวาคม 2003 เรื่อง The one number you need to grow)

แผนภาพที่ 2-2 แนวคิดการประเมินความภักดี

2.3.3 แบบจำลองการศึกษาความพึงพอใจของ สทอภ.

จากกรอบแนวคิด ทฤษฎี ดังกล่าว และการทบทวนเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพการดำเนินงาน ตามกระบวนการของ สทอภ. จะทำการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อสำรวจจัดเก็บข้อมูล และพัฒนา แบบจำลองการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2-3 แบบจำลองวิเคราะห์การสำรวจความพึงพอใจ

แบบจำลองการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อกระบวนการบริการ และ ผลิตภัณฑ์ของ สทอภ. โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น/ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ/ ความภาคภูมิใจ (ตัวแปรต้น) ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 5 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจของผู้รับบริการ อาทิ ประเภทหน่วยงาน องค์กร การกิจหน่วยงาน เป็นต้น ปัจจัยด้านความคาดหวัง อันเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้รับการใช้บริการในมิติต่างๆ ปัจจัยด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีทัศนคติต่อองค์กร ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับ เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ปัจจัยด้านการดำเนินงานของ สทอภ. ซึ่งสมมติฐานในการสำรวจ คือ ปัจจัยหลักทั้งหมดจะส่งผลต่อความเชื่อมั่น/ ความพึงพอใจในการบริการในมิติต่างๆ/ ความภาคภูมิใจ (ตัวแปรตาม) ในแต่ละด้าน

2.4 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดตัวอย่างสำหรับการจัดเก็บข้อมูลหรือการสำรวจข้อมูลสำหรับการประเมินผลความพึงพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ให้บริการซึ่งมีจำนวนมาก จะกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติ โดยควบคุมค่าความคลาดเคลื่อนให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และสุ่มตัวอย่างให้ได้ตามจำนวนที่กำหนด

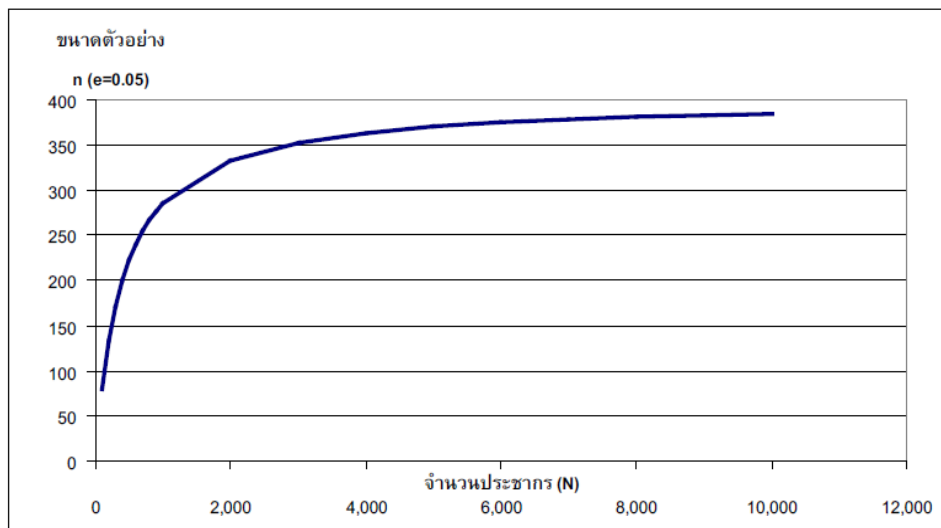
โดยใช้การคำนวณเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการประเมินแต่ละครั้งโดยใช้สูตรของ Taro Yamane, 1973, กำหนดให้ความคลาดเคลื่อนในทางสถิติที่ยอมรับได้มีค่าไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น $(1-\alpha) = 95\%$ หรือ $(\epsilon < 0.05, \alpha = 0.05)$ ซึ่งจะคำนวณจำนวนตัวอย่างโดยรวมได้ดังนี้

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

โดยที่ n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้



แผนภาพที่ 2-4 ขนาดตัวอย่างที่กำหนดตามวิธีของ Taro Yamane

ที่มา: วิเคราะห์โดยที่ปรึกษา

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาประเมินผลครั้งนี้จะเป็นการกำหนดจำนวนตัวอย่างเพื่อสุ่มเลือกตัวอย่างที่จะทำการสำรวจข้อมูลนั้นจะกำหนดให้มีการคัดเลือกให้กระจายครอบคลุมในมิติหรือชั้นภูมิต่างๆ ตามสัดส่วนของหน่วยรับการสำรวจแต่ละประเภท แต่อาจกำหนดให้จำนวนตัวอย่างในบางชั้นภูมิที่มีความสำคัญเป็นพิเศษมีสัดส่วนมากกว่าจำนวนตัวอย่างในชั้นภูมิอื่นได้ตามความเหมาะสม

สำหรับแนวทางการกำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะทำการสำรวจ โดยกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ คือ ผู้รับบริการตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2562 - เดือนเมษายน 2563 ของ สทอภ. ซึ่งมีจำนวน 245 ตัวอย่าง และมีผู้ตอบแบบสำรวจกลับมา 172 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ต้องเท่ากับ 152 ราย

การการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากอาจมีจำนวนประชากรไม่มากนัก จึงกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้หน่วยตัวอย่างที่เป็นบุคคลที่สามารถประเมินการให้บริการและการจัดการของ สทอภ. ได้ชัดเจน โดยจะทำการติดต่อไปทุกรายชื่อที่มีในฐานข้อมูล

2.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ในขั้นตอนการดำเนินโครงการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ ของ สทอภ. ครั้งนี้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 6 ขั้นตอน ดังนี้

2.5.1 พัฒนาแนวคิดการดำเนินงาน ทฤษฎีการประเมินระดับความพึงพอใจ

เป็นการศึกษาข้อมูลทฤษฎีที่มีอยู่ ทั้งผลการศึกษาในปีที่ผ่านมา ข้อมูลสถิติ ผลลัพธ์/บริการของ สทอภ. รวมถึงการประชุมหารือกับคณะทำงานหรือส่วนที่เกี่ยวข้องของ สทอภ. เพื่อรับทราบผลลัพธ์/ บริการ ตลอดจนกระบวนการให้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาสร้างตัววัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ รวมถึงแนวคำถามที่จะทำการสำรวจ โดยจำแนกตามกลุ่มประเภทผู้รับบริการ และกระบวนการให้บริการ

2.5.2 การพัฒนาแบบสอบถาม ที่ปรึกษาจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการสำรวจข้อมูลดังกล่าวโดยวิธีการสุ่มสำรวจที่สอดคล้องกับหลักการทางสถิติที่ได้นำเสนอไว้ และการจัดทำแบบสอบถามนั้นที่ปรึกษาจะคำนึงถึงประเด็นสำคัญๆ ดังนี้

- (1) จัดสร้างตามกรอบโครงสร้างการประเมินที่กำหนดไว้สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และผลลัพธ์/ บริการของ สทอภ. ซึ่งจะทำให้การสำรวจได้ครอบคลุมทุกประเด็น
- (2) ใช้ภาษาอย่างรัดกุมกระชับถูกต้องชัดเจนรอบคอบเพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้ตรงกัน
- (3) ข้อคำถามในแบบสอบถามแต่ละข้อต้องสามารถวัดผลตามที่กำหนดได้อย่างแท้จริงเพื่อให้เครื่องมือมีคุณภาพด้านความเที่ยงตรง
- (4) ถามเฉพาะประเด็นสำคัญมีประโยชน์สะท้อนถึงความเป็นไปของสิ่งที่ต้องการประเมิน
- (5) คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักวิชาในการตั้งคำถามและสามารถหาคำตอบที่ถูกต้องตามหลักวิชาได้เช่นกัน

(6) การจัดทำแบบสอบถามควรคำนึงถึงความสะดวกในการใช้ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเหมาะสมกับเวลาและกลุ่มเป้าหมายในการวัดและประเมินผล และแสดงรายละเอียดวิธีการดำเนินงานตามกิจกรรมต่างๆ ที่ระบุไว้ในรายการข้อกำหนด (TOR) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกผลลัพธ์/ บริการ และกระบวนการให้บริการที่ต้องดำเนินการตามที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ มีการทดสอบแบบสอบถามก่อนที่จะทำการสำรวจ โดยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้พิจารณาข้อคำถามในแบบสอบถาม แล้วประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามรายข้อกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Index of item Objective Congruence : IOC) โดยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยขอความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี

ภูมิสารสนเทศ และด้านเศรษฐศาสตร์ จำนวน 2 ท่าน ในการพิจารณาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีคะแนนค่าความสอดคล้องมีค่าอยู่ระหว่าง -0 ถึง +1 โดยที่

คะแนน +1 หมายถึง คำถามที่กำหนดสอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของการสำรวจ

คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามที่กำหนดสอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของการสำรวจหรือไม่

คะแนน -1 หมายถึง คำถามที่กำหนดไม่สอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของการสำรวจ

โดยค่าดัชนี IOC คำนวณได้จาก

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
R	คือ	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ซึ่งจากการให้ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่าน ด้านความสอดคล้องของประเด็นที่นำมาประเมินกับวัตถุประสงค์การสำรวจ และความสอดคล้องของเกณฑ์การให้คะแนนในระดับต่างๆ ทั้งนี้ ในภาพรวมผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน +1 ทั้งหมด แสดงถึงคำถามที่กำหนดสอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของการสำรวจ ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด เนื่องจากค่าดัชนี IOC ที่ยอมรับได้มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

2.5.3 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จะใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ซึ่งจะสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยจะใช้เครื่องมือการสำรวจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ชื่อว่า Snap Survey โดยมีข้อดีที่สามารถสร้างเครื่องมือที่รองรับการสัมภาษณ์โดยบันทึกผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ และสามารถตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลได้ด้วยการมีระบบบันทึกเสียงที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และสามารถสร้าง Logic Check ในโปรแกรมให้สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ของคำถามได้โดยอัตโนมัติ

2.5.4 การควบคุมคุณภาพในการดำเนินงาน

ในการดำเนินการจะมีการตรวจสอบความถูกต้องข้อมูล (Quality Control) ลงรหัส (Editing) ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ (Data processing) และนักวิเคราะห์-นักสถิติ (Analysts-Statisticians) ได้อย่างครบวงจร โดยมีกระบวนการดำเนินการแต่ละส่วนงาน ดังนี้

- การอบรมทีมงาน เจ้าหน้าที่ทุกส่วนงานต้องเข้าอบรมก่อนเริ่มดำเนินงาน เพื่อทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ เครื่องมือการวิจัย กระบวนการทำงาน การปฏิบัติตัวในงานภาคสนาม และการแก้ปัญหาเบื้องต้น
- การเก็บข้อมูลภาคสนาม มีเจ้าหน้าที่ระดับผู้จัดการโครงการ และ หรือซูเปอร์ไวเซอร์/คอยสังเกตการณ์ เพื่อคอยช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งควบคุมการทำงานให้ได้มาตรฐาน
- การตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม หลังจบการสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ระดับซูเปอร์ไวเซอร์ จะทำการตรวจคุณภาพ (Quality Control) แบบสอบถามทุกชุด เพื่อตรวจสอบความครบถ้วน สมบูรณ์ และความสัมพันธ์ของคำตอบในเบื้องต้น ถ้าหากข้อมูลไม่สมบูรณ์ หรือจำเป็นต้องแก้ไขแบบสอบถาม ซูเปอร์ไวเซอร์จะเป็นผู้สอบถามเพิ่มเติมและแก้ไขข้อมูล
- การตรวจเช็คจากทีมตรวจสอบคุณภาพ (QC) เจ้าหน้าที่ QC จะทำการตรวจเช็คคุณภาพแบบสอบถามของพนักงานสัมภาษณ์ทุกคน หากมีความไม่ครบถ้วนจะส่งกลับให้ผู้รับผิดชอบทำการตรวจสอบข้อมูลก่อนจะนำส่งให้ทีมประมวลผลข้อมูล (Data Processing)
- การประมวลผลข้อมูล (Data Processing) ก่อนจะทำการประมวลผลข้อมูลจะมีการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูล Logic Check ต่างๆ หากพบว่ายังไม่สมเหตุผลก็จะส่งให้กับทีมตรวจสอบคุณภาพทำการตรวจสอบและแก้ไขใหม่อีกครั้ง

2.5.5 การวิเคราะห์และประเมินผล และพัฒนาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจะทำการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งเป็นสถิติพื้นฐานในการคำนวณและวิเคราะห์ผลการวิจัย เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลของตัวแปรที่สนใจบางตัวว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อสรุปค่าสถิติอ้างอิงไปสู่ประชากร โดยอ้างอิงตามหลักวิชาการ ได้แก่

- การแสดงผลด้วยตารางแจกแจงข้อมูล (Frequency Cross-tabulation Table)
- ค่าร้อยละความพึงพอใจ (Percentage)
- สัดส่วนของผู้ที่มีทัศนคติทางลบหรือพึงพอใจน้อย (Bottom 2 box)
- ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean/Standard Deviation)
- การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation)
- การทดสอบความแตกต่างด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติ

โดยมีเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ (Likert Scale) ของระดับความคิดเห็น ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	เกณฑ์การแปลผล	
ระดับที่ 1	1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ระดับที่ 2	1.81 - 2.60	เห็นด้วยน้อย
ระดับที่ 3	2.61 - 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับที่ 4	3.41 - 4.20	เห็นด้วยมาก
ระดับที่ 5	4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด

โดยเป็นการเรียบเรียงข้อมูลโดยใช้เทคนิคทางสถิติพื้นฐาน และทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระดับความพึงพอใจ โดยใช้แบบจำลองทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ผลอย่างเหมาะสม แปลผลการศึกษาวิเคราะห์อย่างมีหลักเชิงวิชาการ โดยแนวทางการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการประเมินมาตรฐานด้านบริการ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ปรึกษาจะทำการวิเคราะห์ให้มีความครอบคลุมทั้งในภาพรวม กระบวนการรับบริการ ประเภทผู้ใช้บริการ และอื่นๆ ที่มีความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมจำแนกตามมิติต่างๆ นอกเหนือจากการวิเคราะห์ในภาพรวม ได้แก่ การวิเคราะห์ตามประเภทกลุ่มลูกค้า และการวิเคราะห์ตามมูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.

นอกจากนั้น จะทำการวิเคราะห์ที่สามารถตอบโจทย์ และนำมาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ได้ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

(1) การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยหรือตัวแปรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรต้น และตัวแปรตามที่ได้นำเสนอในหัวข้อกรอบแนวคิด

(2) การวิเคราะห์ความพึงพอใจ เทียบกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Gap Analysis) จะใช้การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Gap Analysis เพื่อให้ทราบช่องว่างของคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการและกระบวนการสนับสนุนลูกค้า โดยเปรียบเทียบระดับความพอใจและระดับความคาดหวังที่มีต่อประเด็นต่างๆ

(3) การวิเคราะห์ Impact Analysis การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Impact Analysis นอกจากจะทราบว่าปัจจัยใดมีน้ำหนักในการขับเคลื่อนความพอใจของผู้รับบริการแล้ว ที่ปรึกษายังจะนำผลการศึกษานั้นมาวิเคราะห์ต่อในรูปของ Strategic Matrix ซึ่งเป็นเทคนิคที่พัฒนาจาก Mapping Analysis โดยจัดความสัมพันธ์ของระดับความพอใจและน้ำหนักความสำคัญ เพื่อจำแนกว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่เป็นจุดแข็งหรือเป็นจุดอ่อน เพื่อประโยชน์ในการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อการปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะทำการวิเคราะห์ความคาดหวัง (Expectation) ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจโดยรวม โดยจะใช้ความคาดหวัง (Expectation) และคะแนนความพึงพอใจ (Satisfaction) มาแบ่งปัจจัยที่ประเมินลงในตาราง 4 ช่อง (Matrix) เพื่อให้ทราบถึงประเด็นที่เป็นจุดแข็ง ประเด็นที่ควรรักษาระดับไว้ และประเด็นที่เป็นปัญหา รวมถึงลำดับการแก้ไขโดยพิจารณาจากความคาดหวัง (Expectation) เป็นสำคัญ โดยสามารถแบ่งกลุ่มบริการที่ควรปรับปรุงแก้ไขก่อนหลังได้ ดังนี้

- ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการเรื่องนั้นๆ สูง และเป็นเรื่องที่เมื่อใช้บริการแล้วได้รับความพึงพอใจในระดับสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ดังนั้น จึงควรพัฒนาบริการที่อยู่ใน Matrix นี้ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

- ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการเรื่องนั้นๆ ต่ำ แต่เป็นเรื่องที่เมื่อใช้บริการแล้วได้รับความพึงพอใจในระดับสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ดังนั้น จึงควรรักษาระดับการให้บริการที่อยู่ใน Matrix นี้ไว้

- ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการเรื่องนั้นๆ ต่ำ และเป็นเรื่องที่ใช้บริการแล้วได้รับความพึงพอใจในระดับต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ดังนั้น จึงควรพิจารณาพัฒนาปรับปรุงบริการที่อยู่ใน Matrix นี้ในภายหลังหากมีทรัพยากรเพียงพอ

- ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่องที่ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการเรื่องนั้นๆ สูง แต่เมื่อใช้บริการแล้วได้รับความพึงพอใจในระดับต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ดังนั้น จึงควรพิจารณาพัฒนาปรับปรุงบริการที่อยู่ใน Matrix นี้เป็นอันดับแรก

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 2-5



แผนภาพที่ 2-5 Strategic Performance Matrix Analysis

(4) การวิเคราะห์ SWOT & TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กรที่เกิดจากปัจจัยภายนอก และภายใน และนำผลที่ได้มาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ต่อไป

(5) การวิเคราะห์กระบวนการ (Process Analysis) เพื่อนำมาสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ภูมิสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาตลาดและธุรกิจของ สทอภ. เพื่อให้ตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้า และทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า

2.5.6 การจัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการสื่อสาร

จากผลการสำรวจปีที่ผ่านมา มีเรื่องที่ต้องปรับปรุงแก้ไขการให้บริการด้วยการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ สทอภ. ซึ่งได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 จำนวน 1 วัน ในหัวข้อหลักสูตรการสื่อสารในยุคการตลาด 4.0 วิทยากรโดย ดร.วันทนา ปทุมอนันต์ ซึ่งเป็นกิจกรรมผสมผสานระหว่างการบรรยายวิชาการ และการฝึกปฏิบัติร่วมกัน (Work Shop) มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 18 ราย โดยมีหัวข้อหลักสูตรสรุปได้ดังนี้

- สำรวจแนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด/ ความหมายพอสังเขปของ “การตลาด4.0” ที่น่าสนใจ/ แนวทางการฝึกอบรมที่ใช้ในครั้งนี้/ แนวทางการตลาดยุคใหม่ (Advance Marketing) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย/ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดในรูปแบบต่างๆ/ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ & การสร้างกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคยุค 4.0/ แนวความคิดการตลาดยุค 4.0 ที่มีประสิทธิผล

- Workshop: ออกแบบแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เพื่อกำหนดกลยุทธ์

- การเรียนรู้หลักจิตวิทยาการสื่อสารสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า/ ความหมายของจิตวิทยาการสื่อสาร / การสื่อสารผ่านบทบาทการโค้ชชิ่ง (Coaching) / หลุมพรางทางความคิดเชิงลบในการสื่อสาร/ เทคนิคการเอาชนะหลุมพรางทางความคิด/ เทคนิคการเอาชนะหลุมพรางทางความคิด/ การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ให้บริการคุณภาพ/ การสื่อสารกับลูกค้าอย่างมืออาชีพ (Presentation)/ การรับฟังเชิงรุก (Active Listening)/ การให้ข้อมูลป้อนกลับเชิงบวก (Positive Feedback)

- Workshop: ฝึกการสื่อสารอย่างไรจึงรู้ใจลูกค้า

- Workshop: “Who Am I” เป็นการค้นการตัวตนของตนเองผ่านเครื่องมือทางจิตวิทยา ส่งผลให้รู้จักตนเองในหลายๆ ด้านมากขึ้น

- Workshop: “IKIGAI” การค้นหา สิ่งที่ตนเองถนัด และชอบที่จะทำ ส่งผลให้เกิดความสุขความกระตือรือร้นในการทำกิจการต่างๆ สิ่งที่ได้รับจากการฝึกอบรมในครั้งนี้

ทั้งนี้ ภาพบรรยากาศการจัดอบรมฯ และรายชื่อผู้เข้าร่วมแสดงในภาคผนวก ก

บทที่ 3

แผนการดำเนินงานและการส่งมอบงาน

แผนการปฏิบัติงานได้แจกแจงรายละเอียดของงานที่จะทำในแต่ละขั้นตอนพร้อมทั้งกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงาน โดยมีระยะเวลาการดำเนินงาน 90 วัน นับจากวันลงนามในสัญญา
ดังนี้

ลำดับ	กิจกรรม และระยะเวลาดำเนินงาน	เดือนที่												
		1				2				3				
1	งานจัดทำแผน วิธีการดำเนินงาน และร่างแบบสอบถาม													
1.1	การศึกษา ทบทวน วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการให้บริการ ผลการศึกษาที่ผ่านมา	➔												
1.2	จัดทำระเบียบวิธีวิจัย กระบวนการ ตลอดจนแผนการดำเนินงานโครงการฯ		➔											
1.3	การประชุมหารือกับคณะทำงานของ สทอภ. เพื่อรับทราบข้อมูลมาจัดทำแนวคำถาม			➔										
1.4	จัดทำแนวคำถามที่จะใช้ในการสำรวจ				➔									
2	งานพัฒนาเครื่องมือวัดเพื่อสำรวจความพึงพอใจ													
2.1	การทดสอบแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ					➔								
2.2	การสรุปผลการทดสอบแบบสอบถาม และจัดทำรายงานผล							➔						
ส่งมอบรายงานพัฒนาเครื่องมือวัดเพื่อศึกษาวิจัยประเมินผลคุณภาพการให้บริการ (ภายใน 45 วัน)									๒					
3	งานสำรวจข้อมูล วิเคราะห์การประเมินผล จัดทำข้อเสนอแนะ และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์													
3.1	ดำเนินการสำรวจข้อมูลความพึงพอใจจากผู้รับบริการ									➔				
3.2	ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และประมวลผลทางสถิติ										➔			
3.3	จัดทำรายงานวิเคราะห์ แผนการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ											➔		
3.4	จัดฝึกอบรมด้านการสื่อสาร												➔	
ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) (ภายใน 90 วัน)													๒	

บทที่ 4

ผลการสำรวจ

4.1 ผลการสำรวจของผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

การสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนากการให้บริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยทำการสำรวจจากฐานข้อมูลของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2562 – เดือนเมษายน 2563 จำนวน 92 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อ มาก จำนวน 6 ตัวอย่าง กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลาง จำนวน 4 ตัวอย่าง และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ จำนวน 82 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) และการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผลการสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนากการให้บริการของ สทอภ. มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ผลลัพธ์/ บริการของ สทอภ.

4.1.1.1 ผลลัพธ์/ บริการของ สทอภ. ภาพรวม

เมื่อพิจารณาจากผลลัพธ์/ บริการ ที่ใช้บริการ พบว่า ผลลัพธ์/ บริการที่มีการใช้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า) จำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.87) รองลงมาคือ ข้อมูลดาวเทียม THAICHOTE (ไทยโชต) จำนวน 31 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.70) และข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูง (1-2 เมตร) จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.04) ตามลำดับ รายละเอียดตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 ผลลัพธ์/ บริการ ที่ใช้บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

ผลลัพธ์/ บริการ ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข้อมูลดาวเทียม THAICHOTE (ไทยโชต)	31	33.70
2. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า)	33	35.87
3. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูง (1-2 เมตร)	12	13.04
4. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดปานกลาง (2 เมตรขึ้นไป)	8	8.70
5. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดต่ำ	3	3.26
6. ข้อมูลดาวเทียมระบบเรดาร์	6	6.52

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ตอบ

4.1.1.2 ผลลัพธ์/ บริการของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

เมื่อพิจารณาจากผลลัพธ์/ บริการ ที่ใช้บริการ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ ซึ่งแบ่งตามมูลค่าการซื้อเป็น 3 กลุ่ม คือ มูลค่าการซื้อสูง (ตั้งแต่ 1,000,000 บาทเป็นต้นไป) มูลค่าการซื้อปานกลาง (500,000-999,999 บาท) และมูลค่าการซื้อต่ำ (ต่ำกว่า 500,000 บาท) พบว่า การใช้ผลลัพธ์/ บริการส่วนใหญ่เป็นการใช้ผลลัพธ์ข้อมูลดาวเทียม THAICHOTE (ไทยโชต) และข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า) ซึ่งสอดคล้องกับการใช้ผลลัพธ์/ บริการในภาพรวม โดยกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูงมีการใช้ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า) มากที่สุด จำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.67) กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลางมีการใช้ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า) มากที่สุด จำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.00) และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำมีการใช้ข้อมูลดาวเทียม THAICHOTE (ไทยโชต) มากที่สุด จำนวน 29 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.37) ตามลำดับ รายละเอียดตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 ผลลัพธ์/ บริการ ที่ใช้บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ผลลัพธ์/ บริการ	มูลค่าการซื้อสูง		มูลค่าการซื้อปานกลาง		มูลค่าการซื้อต่ำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข้อมูลดาวเทียม THAICHOTE (ไทยโชต)	2	33.33	-	-	29	35.37
2. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า)	4	66.67	3	75.00	26	31.71
3. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูง (1-2 เมตร)	2	33.33	-	-	10	12.20
4. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดปานกลาง (2 เมตรขึ้นไป)	-	-	1	25.00	7	8.54
5. ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดต่ำ	-	-	-	-	3	3.66
6. ข้อมูลดาวเทียมระบบเรดาร์	1	16.67	-	-	5	6.10
รวม	9	100.00	4	100.00	80	100.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.1.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

4.1.2.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารภาพรวม

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. พบว่า ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของ GISTDA จำนวนผู้ตอบ 77 ราย (ร้อยละ 36.84) รองลงมา คือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA จำนวนผู้ตอบ 36 ราย (ร้อยละ 17.22) และงานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด จำนวนผู้ตอบ 31 ราย (ร้อยละ 14.83) ในขณะที่ช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของ GISTDA จำนวนผู้ตอบ 30 ราย (ร้อยละ 32.61) รองลงมาคือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA จำนวนผู้ตอบ

21 ราย (ร้อยละ 22.83) และสื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) จำนวนผู้ตอบ 20 ราย (ร้อยละ 21.74) ดังนั้น สทอภ. จึงควรทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านช่องทาง Facebook มากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีความต้องการในการใช้บริการหรือเข้าถึงข้อมูลข่าวสารค่อนข้างมาก ดังรายละเอียดตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	ช่องทางที่รับทราบ		ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	10	4.78	1	1.09
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	28	13.40	20	21.74
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	6	2.87	4	4.35
4. เว็บไซต์ของ GISTDA	77	36.84	30	32.61
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	31	14.83	9	9.78
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	6	2.87	2	2.17
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	36	17.22	21	22.83
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	4	1.91	2	2.17
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	11	5.26	3	3.26

หมายเหตุ: ช่องทางที่ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ส่วนช่องทางที่ต้องการมากที่สุดสามารถตอบคำถามได้คำตอบเดียว

4.1.2.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

การรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อ พบว่า กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันเป็นช่องทางที่มีความสอดคล้องกับความต้องการใช้บริการแล้ว โดยกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันและต้องการใช้บริการมากที่สุด คือ อีเมล และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันและต้องการใช้บริการมากที่สุด คือ เว็บไซต์ ส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าซื้อปานกลาง ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันยังไม่สอดคล้องกับความต้องการเท่าที่ควร โดยช่องทางที่ใช้บริการมากที่สุดในปัจจุบัน คือ เว็บไซต์ แต่ช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) และอีเมล

โดยมีรายละเอียดของกลุ่มลูกค้าที่จำแนกตามมูลค่าการซื้อ ดังนี้

- กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA และเว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 83.33 เท่ากัน) รองลงมาคือ งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 66.67) สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA

(ร้อยละ 33.33 เท่ากัน) ส่วนช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA และบทความ/ บทความสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร (ร้อยละ 16.67 เท่ากัน)

- กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลาง ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 100.00) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 75.00) และงานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด และจดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ส่วนช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA และสื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)

- กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 82.93) รองลงมาคือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA (ร้อยละ 35.37) และงานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 30.49 เท่ากัน) ส่วนช่องทางที่ต้องการใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 36.59) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 21.95) และจดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA (ร้อยละ 19.51) รายละเอียดดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	มูลค่าการซื้อสูง		มูลค่าการซื้อปานกลาง		มูลค่าการซื้อต่ำ	
	ช่องทางที่รับทราบ	ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด	ช่องทางที่รับทราบ	ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด	ช่องทางที่รับทราบ	ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	16.67	-	25.00	-	9.76	1.22
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	33.33	-	75.00	50.00	28.05	21.95
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	16.67	-	25.00	-	4.88	4.88
4. เว็บไซต์ของ GISTDA	83.33	-	100.00	-	82.93	36.59
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	66.67	16.67	50.00	-	30.49	9.76
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	33.33	16.67	25.00	-	3.66	1.22

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	มูลค่าการซื้อสูง		มูลค่าการซื้อปานกลาง		มูลค่าการซื้อต่ำ	
	ช่องทางที่ รับทราบ	ช่องทางที่ ต้องการ มากที่สุด	ช่องทางที่ รับทราบ	ช่องทางที่ ต้องการ มากที่สุด	ช่องทางที่ รับทราบ	ช่องทางที่ ต้องการ มากที่สุด
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	83.33	50.00	50.00	50.00	35.37	19.51
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	-	-	25.00	-	3.66	2.44
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	-	16.67	25.00	-	12.20	2.44

หมายเหตุ: ช่องทางที่ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ส่วนช่องทางที่ต้องการมากที่สุดสามารถตอบคำถามได้ คำตอบเดียว

4.1.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อบริการของ สทอภ.

4.1.3.1 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม

1) ภาพรวมความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.37 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.43 โดยด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (4.54 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.87) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.47 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.35) และด้าน กระบวนการให้บริการ (4.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.50) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.02) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านกระบวนการให้บริการ ที่พึงพอใจเท่ากับ ความคาดหวัง

2) ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามมูลค่าการซื้อ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดในทุกกลุ่ม โดยกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลาง มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.45 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.09) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ (4.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.58) และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง (4.21 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.24) ตามลำดับ โดยทุกกลุ่มมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านบุคลากรที่ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์/ บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ เช่นเดียวกับความพึงพอใจในภาพรวม ทั้งนี้ กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง มีความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ค่อนข้างมาก

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า กลุ่มมูลค่าการซื้อขายต่ำ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.04) ในขณะที่กลุ่มมูลค่าการซื้อขายสูง และปานกลาง มีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง โดยกลุ่มมูลค่าการซื้อขายมากมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.17) รองลงมาคือ กลุ่มมูลค่าการซื้อขายปานกลาง (ส่วนต่างเท่ากับ -0.03) ตามลำดับ

รายละเอียดดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

กลุ่มลูกค้า		ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์/บริการ	ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	รวม
มูลค่าการซื้อขายสูง	ร้อยละความพึงพอใจ	80.83	84.17	88.89	84.24
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.04	4.21	4.44	4.21
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.50	4.29	4.33	4.38
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.46	-0.08	+0.11	-0.17
	ระดับความพึงพอใจ	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
มูลค่าการซื้อขายปานกลาง	ร้อยละความพึงพอใจ	85.00	91.25	91.67	89.09
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.25	4.56	4.58	4.45
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.31	4.56	4.58	4.48
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.06	0.00	0.00	-0.03
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
มูลค่าการซื้อขายต่ำ	ร้อยละความพึงพอใจ	85.55	87.87	89.93	87.58
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.28	4.39	4.50	4.38
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.29	4.35	4.41	4.34
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.01	+0.05	+0.08	+0.04
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
รวม	ร้อยละความพึงพอใจ	87.50	89.35	90.87	87.43
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.38	4.47	4.54	4.37
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.38	4.44	4.49	4.35
	ส่วนต่าง (GAP)	0.00	+0.03	+0.05	+0.02
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด

4.1.3.2 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ

1) ภาพรวมความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อกระบวนการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.38 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.50 โดยด้านการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.48 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.57) รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อ/ การขอข้อมูลมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว (4.39 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.83) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ/ ขอรับบริการมีข้อมูลชัดเจน (4.37 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.39) และมีช่องทางการให้บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย (4.26 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.22) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.01) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น การให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด ที่มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.06) และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ/ ขอรับบริการมีข้อมูลชัดเจน ที่พึงพอใจเท่ากับความคาดหวัง

2) ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามมูลค่าการซื้อขาย

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อขาย พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดเกือบทุกกลุ่ม ยกเว้น กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อขายสูง โดยกลุ่มมูลค่าการซื้อขายต่ำ มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.28 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.55) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อขายปานกลาง (4.25 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.00) และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อขายสูง (4.04 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.83) ตามลำดับ โดยด้านเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ/ขอรับบริการมีข้อมูลชัดเจน เป็นเรื่องที่กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อขายสูง และปานกลาง พึงพอใจมากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อขายต่ำ พึงพอใจมากที่สุดเรื่องการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด ส่วนการมีช่องทางการให้บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย เป็นเรื่องที่ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

รายละเอียดดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

กลุ่มลูกค้า		1. กระบวนการ สั่งซื้อ/การขอ ข้อมูลมีขั้นตอน ไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว	2. เอกสารที่ เกี่ยวข้องกับ การสั่งซื้อ/ ขอรับบริการมี ข้อมูลชัดเจน	3. การ ให้บริการ ตรงตาม เวลาที่ กำหนด	4. มีช่องทาง การ ให้บริการที่ สะดวกและ เข้าถึงง่าย	รวม
มูลค่าการ ซื้อสูง	ร้อยละความพึงพอใจ	80.00	83.33	80.00	80.00	80.83
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.00	4.17	4.00	4.00	4.04
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.50	-0.33	-0.50	-0.50	-0.46
	ระดับความพึงพอใจ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มูลค่าการ ซื้อ ปานกลาง	ร้อยละความพึงพอใจ	85.00	90.00	85.00	80.00	85.00
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.25	4.50	4.25	4.00	4.25
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.25	4.50	4.50	4.00	4.31
	ส่วนต่าง (GAP)	0.00	0.00	-0.25	0.00	-0.06
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด
มูลค่าการ ซื้อต่ำ	ร้อยละความพึงพอใจ	85.12	86.10	88.78	82.20	85.55
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.26	4.30	4.44	4.11	4.28
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.28	4.30	4.35	4.23	4.29
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.02	0.00	+0.09	-0.12	-0.01
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด
รวม	ร้อยละความพึงพอใจ	87.83	87.39	89.57	85.22	87.50
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.39	4.37	4.48	4.26	4.38
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.40	4.37	4.42	4.34	4.38
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.01	0.00	+0.06	-0.08	0.00
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ ระยะเวลาในการรอข้อมูลนานเกินไปมากที่สุด จำนวน 5 ราย และรองลงมาคือ ขั้นตอนในการติดต่อดำเนินงานมีมากเกินไป จำนวน 4 ราย

4.1.3.3 ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ

1) ภาพรวมความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/

บริการ

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.47 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.35 โดยด้านผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ส่งมอบมีความครบถ้วน สมบูรณ์มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.51 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.22) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับถูกต้องแม่นยำ (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้ตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ (4.45 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.91) และผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดในงานอื่นได้หลากหลาย (4.41 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.26)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.02) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับถูกต้องแม่นยำ ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.01)

2) ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ

จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกกลุ่ม โดยที่มีกลุ่มมูลค่าการซื้อปานกลาง มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.56 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.25) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ (4.39 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.87) และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง (4.21 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.17) ตามลำดับ โดยด้านผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ส่งมอบมีความครบถ้วน สมบูรณ์ เป็นเรื่อง that ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในมากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียม และข้อมูลภูมิสารสนเทศ

กลุ่มลูกค้า		1. การส่งมอบมีความครบถ้วนสมบูรณ์	2. ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับถูกต้องแม่นยำ	3. สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้ตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ	4. สามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดในงานอื่นได้หลากหลาย	รวม
มูลค่าการซื้อสูง	ร้อยละความพึงพอใจ	86.67	83.33	83.33	83.33	84.17
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.33	4.17	4.17	4.17	4.21
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.50	4.50	4.17	4.00	4.29
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.17	-0.33	0.00	+0.17	-0.08
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	มาก	มาก	มากที่สุด
มูลค่าการซื้อปานกลาง	ร้อยละความพึงพอใจ	95.00	95.00	90.00	85.00	91.25
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.75	4.75	4.50	4.25	4.56
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.75	4.75	4.50	4.25	4.56
	ส่วนต่าง (GAP)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
มูลค่าการซื้อต่ำ	ร้อยละความพึงพอใจ	88.78	88.78	87.56	86.34	87.87
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.44	4.44	4.38	4.32	4.39
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.39	4.41	4.32	4.26	4.35
	ส่วนต่าง (GAP)	+0.05	+0.02	+0.06	+0.06	+0.04
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
รวม	ร้อยละความพึงพอใจ	90.22	90.00	88.91	88.26	89.35
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.51	4.50	4.45	4.41	4.47
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.48	4.51	4.41	4.37	4.44
	ส่วนต่าง (GAP)	+0.03	-0.01	+0.04	+0.04	+0.03
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่สมบูรณ์ตามที่ต้องการมากที่สุด จำนวน 2 ราย รองลงมาคือ ควรมีการตรวจสอบรายงานอย่างละเอียดก่อนส่งมอบงาน ความถูกต้องของเอกสารข้อมูลใบเสนอราคา จำนวน 1 รายเท่านั้น

4.1.3.4 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

1) ภาพรวมความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.54 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 90.87 โดยด้านเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ สุภาพ เป็นมิตรมีความพึงพอใจมากที่สุด (4.61 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 92.17) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ (4.60 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.96) และความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน (4.42 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.48)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.06) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำ และแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน ที่พึงพอใจเท่ากับความคาดหวัง

2) ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกตามมูลค่าการซื้อขาย

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมด้านบุคลากรที่ให้บริการ จำแนกมูลค่าการซื้อขาย พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกกลุ่ม โดยกลุ่มมูลค่าการซื้อขายปานกลาง มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.58 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.67) รองลงมาคือ กลุ่มมูลค่าการซื้อขายต่ำ (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.93) และกลุ่มมูลค่าการซื้อขายสูง (4.44 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.89) ตามลำดับ โดยทุกกลุ่มมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ มากกว่าด้านความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน รายละเอียดดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

กลุ่มลูกค้า		1. ความรู้ ความสามารถในการ ให้ข้อมูลคำแนะนำ และแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน	2. เจ้าหน้าที่ เต็มใจให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร	3. เจ้าหน้าที่เอา ใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะ ให้บริการ	รวม
มูลค่าการ ซื้อสูง	ร้อยละความพึงพอใจ	86.67	93.33	86.67	88.89
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.33	4.67	4.33	4.44
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.50	4.33	4.17	4.33
	ส่วนต่าง (GAP)	-0.17	+0.33	+0.17	+0.11
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
มูลค่าการ ซื้อ ปานกลาง	ร้อยละความพึงพอใจ	90.00	90.00	95.00	91.67
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.50	4.50	4.75	4.58
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.50	4.50	4.75	4.58
	ส่วนต่าง (GAP)	0.00	0.00	0.00	0.00
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
มูลค่าการ ซื้อต่ำ	ร้อยละความพึงพอใจ	87.39	91.52	90.87	89.92
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.37	4.58	4.54	4.50
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.33	4.48	4.44	4.41
	ส่วนต่าง (GAP)	+0.04	+0.10	+0.11	+0.09
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
รวม	ร้อยละความพึงพอใจ	88.48	92.17	91.96	90.87
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.42	4.61	4.60	4.54
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.42	4.53	4.50	4.49
	ส่วนต่าง (GAP)	0.00	+0.08	+0.10	+0.06
	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ บุคลากรควรมีองค์ความรู้ สามารถตอบคำถามผู้ใช้บริการได้ โดยไม่ต้องรอให้อีกคนมาตอบ เจ้าหน้าที่ควรบอกรายละเอียดที่ชัดเจน ทั้งเรื่องวันเวลาของภาพถ่าย จำนวน 2 รายเท่ากัน และการแนะนำบริการซ้ำ จำนวน 1 ราย

4.1.4 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.

4.1.4.1 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ สทอภ.

เมื่อพิจารณาการใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. รวมจำนวนตัวอย่าง 92 ราย พบว่า ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น จำนวน 84 ราย (ร้อยละ 91.30) และเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น จำนวน 8 ราย (ร้อยละ 8.70) ได้แก่ Google earth มีการใช้บริการมากที่สุด จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 37.50) รองลงมาคือ United States Geological Survey จำนวน 2 ราย (ร้อยละ 25.00) และกรมแผนที่ทหาร จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 12.50) กรมอุทกศาสตร์ กองทัพเรือ จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 12.50) และเวอร์วีล 03 จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 12.50) ดังรายละเอียดตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น	จำนวน	ร้อยละ
เคย	8	8.70
ไม่เคย	84	91.30

ตารางที่ 4-10 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ผู้ให้บริการ	มูลค่าการซื้อสูง		มูลค่าการซื้อปานกลาง		มูลค่าการซื้อต่ำ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Google earth	1	12.50	-	-	2	25.00	3	37.50
United States Geological Survey	-	-	-	-	2	25.00	2	25.00
กรมแผนที่ทหาร	-	-	-	-	1	12.50	1	12.50
กรมอุทกศาสตร์ กองทัพเรือ	-	-	-	-	1	12.50	1	12.50
เวอร์วีล 03	-	-	-	-	1	12.50	1	12.50
รวม	1	12.50	-	-	7	87.50	8	100.00

4.1.4.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ

1) ภาพรวมประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. และผู้ให้บริการรายอื่น

หากเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ พบว่า มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ในทิศทางที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่นด้านประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ ความเหมาะสมของรูปแบบหรือการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์/ บริการให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ และคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ ส่วนประเด็นที่เห็นว่าผู้ให้บริการรายอื่นทำได้ดีกว่า คือ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ดังนี้

- ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. พบว่า ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.61) รองลงมา คือ คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.25 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.00) และประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.22 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.35) ตามลำดับ

- ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) รองลงมาคือ ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (3.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 75.00) รายละเอียดดังตารางที่ 4-11

สารสนเทศ

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ	ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. (จำนวนตัวอย่าง 92 ราย)		ผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น (จำนวนตัวอย่าง 8 ราย)	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ	84.35	4.22	80.00	4.00
2. ความเหมาะสมของรูปแบบหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้	81.74	4.09	72.50	3.63
3. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ	85.00	4.25	70.00	3.50
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	75.65	3.78	90.00	4.50
5. ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ	87.61	4.38	75.00	3.75
ระดับความคิดเห็นโดยรวม	82.87	4.14	77.50	3.88

เมื่อพิจารณาผู้ใช้บริการที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของทั้ง สทอ. และผู้ให้บริการรายอื่นร่วมด้วย พบว่า คะแนนที่ได้รับไม่มีความแตกต่างกันมากนัก โดย สทอ. ได้รับคะแนนมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่นอย่างชัดเจน 2 ราย คือ United States Geological Survey และ กรมแผนที่ทหาร ยกเว้นความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ดังรายละเอียดตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามผู้ให้บริการ

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ			1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ	2. รูปแบบหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ	3. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ	4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5. ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ
1	สทอ.	ร้อยละ	80.00	73.33	80.00	66.67	86.67
		ค่าเฉลี่ย	4.00	3.67	4.00	3.33	4.33
	Google Earth	ร้อยละ	86.67	73.33	73.33	86.67	66.67
		ค่าเฉลี่ย	4.33	3.67	3.67	4.33	3.33
2	สทอ.	ร้อยละ	80.00	70.00	90.00	70.00	90.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	3.50	4.50	3.50	4.50
	United States Geological Survey	ร้อยละ	60.00	60.00	60.00	90.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	3.00	3.00	4.50	4.00
3	สทอ.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	60.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00
	กรมแผนที่ทหาร	ร้อยละ	60.00	60.00	40.00	80.00	60.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	3.00	2.00	4.00	3.00
4	สทอ.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	กรมอุตุนิยมวิทยา กองทัพอากาศ	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00
5	สทอ.	ร้อยละ	100.00	80.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00
	เวอริตี 03	ร้อยละ	100.00	80.00	80.00	100.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00

2) ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่ต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. และผู้ให้บริการรายอื่น จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อของลูกค้า พบว่า กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง มีความเชื่อมั่นในประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้มากที่สุด (4.17 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 83.33) กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำมีความเชื่อมั่นในความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการมากที่สุด (4.40 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.05) ในขณะที่ผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า กลุ่มมูลค่าการซื้อสูง มีความเชื่อมั่นในประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย มากที่สุด (3.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 60.00) กลุ่มมูลค่าการซื้อต่ำมีความเชื่อมั่นในความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายมากที่สุด (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) รายละเอียดดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ			1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ	2. รูปแบบหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ	3. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ	4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5. ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ
กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง	สทอภ.	ร้อยละ	91.43	80.00	94.29	77.14	91.43
		ค่าเฉลี่ย	4.57	4.00	4.71	3.86	4.57
	ผู้ให้บริการรายอื่น	ร้อยละ	82.86	74.29	71.43	94.29	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.14	3.71	3.57	4.71	4.00
กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ	สทอภ.	ร้อยละ	60.00	80.00	60.00	60.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
	ผู้ให้บริการรายอื่น	ร้อยละ	60.00	60.00	60.00	60.00	40.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00

4.1.5 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

เมื่อพิจารณาจากความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ (พึงพอใจระดับ 1-2 คะแนน) พบว่า มีผู้รับบริการจำนวน 4 ราย ที่ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ โดยแบ่งเป็นด้านกระบวนการให้บริการ 3 ราย ได้แก่ มีความเข้าใจในกระบวนการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องทำดำเนินการอย่างไรค่อนข้างน้อย ระยะเวลาของการส่งภาพเนื่องจากต้องรอภาพจากต่างประเทศ ซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องรีบใช้งานด่วน จึงจำเป็นต้องเพื่อเวลาไว้เสมอเมื่อต้องการใช้งาน และแคตตาล็อกข้อมูลไม่สามารถดูได้แบบเรียลไทม์ ต้องประสานผ่านเจ้าหน้าที่เพื่อติดต่อขอข้อมูล และด้านบุคลากรที่ให้บริการ 1 ราย ที่ไม่มีความรู้ที่เพียงพอที่จะให้คำแนะนำได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ข้อมูลแบบใหม่อย่างไร กรณีที่ถามข้อมูลเชิงลึกจะไม่สามารถให้ข้อมูลได้

4.1.6 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.

4.1.6.1 ภาพรวมความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.

ความภักดีที่มีต่อบริการของ สทอภ. ทำการสำรวจใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. และ 2) จะแนะนำบริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ พบว่า มีกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. (Promoters) คิดเป็นร้อยละ 66.30 เรื่องการกลับมาใช้บริการ และร้อยละ 66.31 เรื่องการแนะนำบอกต่อกิจกรรม/ โครงการของ สทอภ. ส่วนค่า Net Promoters Score (NPS) ที่เกิดจากส่วนต่างของสัดส่วนกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (Promoters) และสัดส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อการบริการ (Detractor) พบว่า การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 61.95 และการแนะนำผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 60.88 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการ สทอภ. มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. เป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม มีบางส่วนหรือประมาณร้อยละ 4 ที่มีแนวโน้มจะไม่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. ซึ่งเป็นความท้าทายที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มดังกล่าวต่อไป รายละเอียดดังตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

ระดับคะแนน	การกลับมาใช้บริการกับ GISTDA	จะแนะนำผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ
10	48.91	46.74
9	17.39	19.57
8	21.74	16.30
7	7.61	11.96
6	4.35	4.35
5	-	1.09
4	-	-
3	-	-
2	-	-
1	-	-

ระดับคะแนน	การกลับมาใช้บริการกับ GISTDA	จะแนะนำผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ
0	-	-
Promoters	66.30	66.31
Passives	29.35	28.26
Detractors	4.35	5.43
Net Promoter Score	61.95	60.88

4.1.6.2 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ความภักดีที่มีต่อบริการของ สทอภ. พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อสูง และมูลค่าการซื้อต่ำ มี Net Promoter Score สูงกว่ากลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลางค่อนข้างมาก โดยกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูงมีกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. (Promoters) มากกว่ากลุ่มอื่นค่อนข้างมากด้านการกลับมาใช้บริการของ สทอภ. รายละเอียดดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ
จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ระดับคะแนน	มูลค่าการซื้อสูง		มูลค่าการซื้อปานกลาง		มูลค่าการซื้อต่ำ	
	การกลับมา ใช้บริการ	การแนะนำ กิจกรรม/ โครงการ	การกลับมา ใช้บริการ	การแนะนำ กิจกรรม/ โครงการ	การกลับมา ใช้บริการ	การแนะนำ กิจกรรม/ โครงการ
10	16.67	16.67	33.33	33.33	51.22	48.78
9	66.67	50.00	-	-	14.63	18.29
8	-	-	33.33	16.67	21.95	17.07
7	-	16.67	-	-	8.54	12.20
6	16.67	-	-	16.67	3.66	3.66
5	-	16.67	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-
1	-	-	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-	-
Promoters	83.33	66.67	33.33	33.33	65.85	67.07
Passives	-	16.67	33.33	16.67	30.49	29.27
Detractors	16.67	16.67	-	16.67	3.66	3.66
Net Promoter Score	66.67	50.00	33.33	16.67	62.20	63.41

4.1.7 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.

4.1.7.1 ภาพรวมภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.

การสำรวจทัศนคติที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. สะท้อนถึงภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) 2) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ 3) สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง 4) สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ 5) สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ 6) สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย และ 7) สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ

ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สทอภ. อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (4.11 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.11) โดยเห็นด้วยว่า สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียน

ในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) มากที่สุด (4.21 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.13) รองลงมาคือ สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ (4.20 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 83.91) และสทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ (4.16 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 83.26) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

ภาพลักษณ์	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	84.13	4.21
2. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	83.91	4.20
3. สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	80.00	4.00
4. สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	83.26	4.16
5. สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ	79.13	3.96
6. สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	81.30	4.07
7. สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	83.04	4.15
รวม	82.11	4.11

นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อวัดระดับความผูกพัน ซึ่งคำนวณตัวชี้วัด (Indicator) สำหรับการวัดระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการ (% Completely Engagement) โดยการคำนวณหาสัดส่วนเป็นร้อยละ (%) ของผู้มาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ให้ “คะแนนความเห็นด้วย” เต็ม 5 คะแนนทั้ง 7 ประเด็นพบว่า ระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 11.96 ของจำนวนผู้ให้บริการที่ทำการสำรวจ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มีโอกาสในการพัฒนาภาพลักษณ์ได้อีกมาก

4.1.7.2 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สทอภ. จำแนกตามมูลค่าการซื้อ พบว่า กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลาง และมูลค่าการซื้อต่ำ มีทัศนคติโดยรวมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สทอภ. มากกว่ากลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูงค่อนข้างมาก โดยกลุ่มที่มีมูลค่าปานกลาง มีระดับความเห็นด้วย 4.18 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 83.57 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ 4.13 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.51 และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง 3.79 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 75.71 รายละเอียดดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ
จำแนกตามมูลค่าการซื้อ

ภาพลักษณ์	มูลค่าการซื้อสูง		มูลค่าการซื้อปานกลาง		มูลค่าการซื้อต่ำ	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	73.33	3.67	90.00	4.50	84.63	4.23
2. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	80.00	4.00	85.00	4.25	84.15	4.21
3. สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	76.67	3.83	85.00	4.25	80.00	4.00
4. สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	73.33	3.67	85.00	4.25	83.90	4.20
5. สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ	73.33	3.67	80.00	4.00	79.76	3.99
6. สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	73.33	3.67	80.00	4.00	81.71	4.09
7. สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	73.33	3.67	80.00	4.00	83.41	4.17
รวม	75.71	3.79	83.57	4.18	82.51	4.13

สำหรับระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการ (% Completely Engagement) หากพิจารณาตามมูลค่าการซื้อ พบว่า กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อปานกลาง มีระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อสูง คิดเป็นร้อยละ 16.67 และกลุ่มที่มีมูลค่าการซื้อต่ำ คิดเป็นร้อยละ 9.76

4.1.8 ผลลัพธ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ.

ผลการสำรวจผลลัพธ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก GISTDA จากจำนวนผู้ตอบ 68 ราย พบว่า ผลลัพธ์/ บริการที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาพถ่ายดาวเทียมที่มีความคมชัดสูง จำนวนผู้ตอบ 22 ราย (ร้อยละ 18.64) รองลงมาคือ การวิเคราะห์ประมวลผลเชิงลึก เชิงตัวเลข หรือสรุปผล จำนวนผู้ตอบ 11 ราย (ร้อยละ 9.32) และการจัดอบรม/เพิ่มความรู้ให้กับบุคคลทั่วไป จำนวนผู้ตอบ 8 ราย (ร้อยละ 6.78) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก GISTDA กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ภาพถ่ายดาวเทียมที่มีความคมชัดสูง	22	18.64
การวิเคราะห์ประมวลผลเชิงลึก เชิงตัวเลข หรือสรุปผล	11	9.32
การจัดอบรม/เพิ่มความรู้ให้กับบุคคลทั่วไป	8	6.78
การตีความการใช้ประโยชน์ที่ดิน Land use	5	4.24
ราคาควรต่ำกว่านี้	5	4.24
ภาพถ่ายดาวเทียมเพิ่มเติมเป็นของตัวเอง	4	3.39
ระบบข้อมูลดาวเทียมออนไลน์	4	3.39
ภาพถ่ายทางอากาศแบบเรียลไทม์	3	2.54
อยากให้มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม	3	2.54
บริการติดต่อขอข้อมูลภาพถ่ายต่างๆ ผ่านทางระบบออนไลน์	3	2.54
ระบบรับปรึกษา/แก้ไขปัญหา/ช่องทางการติดต่อ แบบเรียลไทม์	3	2.54
ภาพถ่ายความร้อนที่มีความละเอียดมากขึ้น	2	1.69
ข้อมูล GIS ที่ให้บริการฟรีในระดับเบื้องต้น	2	1.69
ภาพถ่ายดาวเทียมที่ทันสมัย	2	1.69
ภาพถ่ายความละเอียดสูง ย้อนหลังในรูปแบบใช้งานฟรี	2	1.69
บริการ/ผลิตภัณฑ์ ราคาพิเศษสำหรับนักเรียนนักศึกษา	2	1.69
คลังข้อมูลดาวเทียม	2	1.69
ข้อมูล Radar ชายฝั่ง	2	1.69
กระบวนการงานพัสดุ GISTDA ควรดำเนินการโดยเร็ว	2	1.69
ข้อมูล DEM	2	1.69
ข้อมูล LIDAR	1	0.85
ระบบค้นหาที่มี option ให้เลือกมากกว่าปัจจุบัน	1	0.85
บริการด้านการอบรม โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียน	1	0.85
การหาอุณหภูมิพื้นผิว (Land Surface Temperature)	1	0.85
การสั่งซื้อไม่ควรมีข้อผิดพลาด	1	0.85
ข้อมูลแบบจำลองระดับสูงเชิงเลข (DIGITAL ELEVATION MODEL : DEM)	1	0.85
ภาพถ่าย UAV	1	0.85
ภาพไฮเปอร์สเปกตรัม	1	0.85
มีโปรแกรมราคา	1	0.85
ข้อมูลภาพในรูปแบบภาพพิมพ์ (paper print)	1	0.85
ข้อมูลแผนที่	1	0.85
ภาพถ่ายที่มีครบทุกกรอบปี	1	0.85
ศูนย์เรียนรู้ด้านอวกาศ ที่ กทม.	1	0.85

ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ดาวเทียม Thaichote	1	0.85
ควรกำหนดหรืออัปเดตราคาภาพถ่ายดาวเทียมใหม่	1	0.85
ภาพ Ortho ความถูกต้องสูง	1	0.85
ระบบการสืบค้นภาพถ่ายดาวเทียมที่สามารถเข้าถึงใช้งานได้ง่าย	1	0.85
ภาพถ่ายดาวเทียมที่ถ่ายด้วยความถี่เชิงเวลา (temporal resolution) สูง	1	0.85
ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติม	1	0.85
ข้อมูลจาก UAV	1	0.85
ความรู้ด้านการทหารเพิ่มเติมเกี่ยวกับสารสนเทศ	1	0.85
พิกัดตำแหน่ง	1	0.85
ความร่วมมือวิชาการและเทคโนโลยีด้านป้องกันและปราบปรามยาเสพติด	1	0.85
การวางผังเมือง	1	0.85
งานแผนที่ภาษี	1	0.85
มีผลิตภัณฑ์ภาพถ่ายดาวเทียมที่ครอบคลุมทุกพื้นที่(ในปัจจุบันภาพบางพื้นที่ไม่ถึง)	1	0.85
มีผลิตภัณฑ์ภาพถ่ายดาวเทียมที่ย้อนหลังนานๆได้ด้วย	1	0.85
กระจายและเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญให้ประชาชนรับทราบ	1	0.85
โปรแกรม GIS แบบ vector	1	0.85
รวม	118	100.00

4.1.9 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

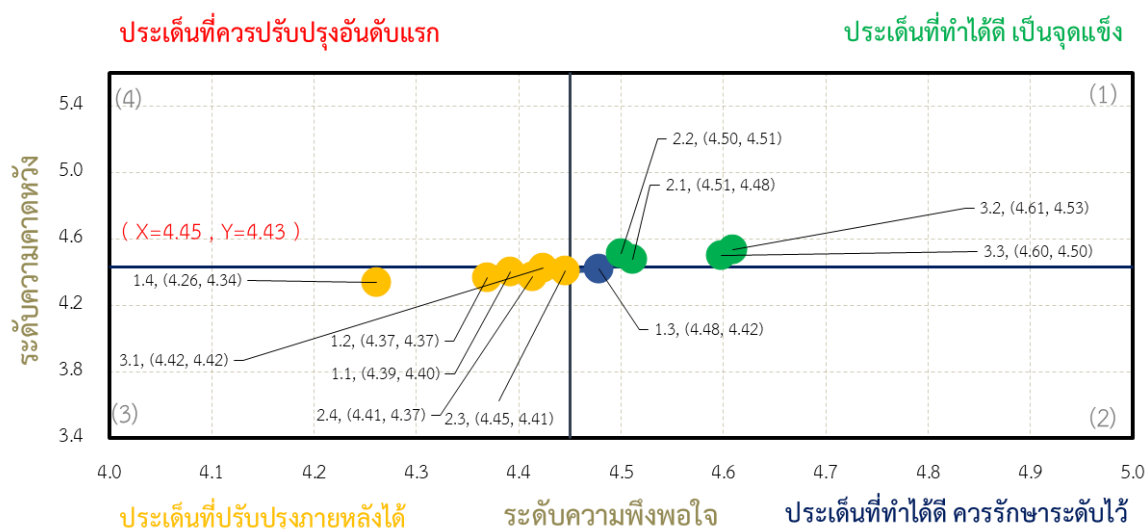
(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ผลลัพธ์และ/หรือบริการที่ส่งมอบมีความครบถ้วน สมบูรณ์ และผลลัพธ์และ/หรือบริการที่ได้รับถูกต้องแม่นยำ

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) คือ การให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อ/การขอข้อมูลมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ/ขอรับบริการมีข้อมูลชัดเจน มีช่องทางการให้บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย ผลลัพธ์และ/หรือบริการที่ได้รับสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้ตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ ผลลัพธ์และ/บริการที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดในงานอื่นได้หลากหลาย ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่อง que มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ทั้งนี้ไม่มีเรื่อง que ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 4-1



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
2.1 ผลลัพธ์และ/หรือ บริการที่ส่งมอบมีความ ครบถ้วน สมบูรณ์ 2.2 ผลลัพธ์และ/หรือ บริการที่ได้รับถูกต้อง แม่นยำ	1.3 การให้บริการตรงตาม เวลาที่กำหนด	1.1 กระบวนการสั่งซื้อ/ การขอข้อมูลมีขั้นตอนไม่ ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว 1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับ การสั่งซื้อ/ขอรับบริการมี ข้อมูลชัดเจน 1.4 มีช่องทางการ ให้บริการที่สะดวกและ เข้าถึงง่าย 2.3 ผลลัพธ์และ/หรือ บริการที่ได้รับสามารถเพิ่ม ประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล ได้ตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้ บริการ 2.4 ผลลัพธ์และ/บริการ ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ ประโยชน์หรือต่อยอดใน งานอื่นได้หลากหลาย 3.1 ความรู้ความสามารถ ในการให้ข้อมูลคำแนะนำ และแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็ม ใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอา ใจใส่ กระตือรือร้นและ พร้อมที่จะให้บริการ	-

แผนภาพที่ 4-1 Performance Important Analysis กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

4.2 ผลการสำรวจของผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

การสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนาการให้บริการถ่ายทอดองค์ความรู้ของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยทำการสำรวจจากฐานข้อมูลของผู้รับบริการของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2562 – เดือนเมษายน 2563 โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนกันยายน 2563 รวมจำนวน 66 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) การตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผลการสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนาการให้บริการของ สทอภ. มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ผลลัพธ์/ บริการของ สทอภ.

เมื่อพิจารณาจากประเด็นที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จาก สทอภ. พบว่า ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน Geospatial Big Data Analytics จำนวน 47 ตัวอย่าง (ร้อยละ 71.21) และการพัฒนาโปรแกรมด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.79) รายละเอียดตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 หลักสูตรที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

กลุ่มผู้รับบริการ	จำนวน	ร้อยละ
Geospatial Big Data Analytics	47	71.21
การพัฒนาโปรแกรมด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ทางอินเทอร์เน็ต	19	28.79
รวม	66	100.00

4.2.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. พบว่า ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของ GISTDA จำนวนผู้ตอบ 45 ราย (ร้อยละ 30.82) รองลงมา คือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA จำนวนผู้ตอบ 36 ราย (ร้อยละ 24.66) และงานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด จำนวนผู้ตอบ 20 ราย (ร้อยละ 13.70) ในขณะที่ช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA จำนวนผู้ตอบ 25 ราย (ร้อยละ 37.88) รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) จำนวนผู้ตอบ 16 ราย (ร้อยละ 24.24) และเว็บไซต์ของ GISTDA จำนวนผู้ตอบ 11 ราย (ร้อยละ 16.67) ดังนั้น สทอภ. จึงควรทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านช่องทาง Facebook มากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีความต้องการในการใช้บริการหรือเข้าถึงข้อมูลข่าวสารค่อนข้างมาก ดังรายละเอียดตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	ช่องทางที่รับทราบ		ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	17	11.64	2	3.03
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	17	11.64	16	24.24
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	2	1.37	3	4.55
4. เว็บไซต์ของ GISTDA	45	30.82	11	16.67
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	20	13.70	1	1.52
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	6	4.11	2	3.03
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	36	24.66	25	37.88
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	1	0.68	2	3.03
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	2	1.37	1	1.52
10. อื่นๆ ได้แก่ หนังสือราชการ ออนไลน์ และการค้นหาทางอินเทอร์เน็ต	-	-	3	4.55

หมายเหตุ: ช่องทางที่ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ส่วนช่องทางที่ต้องการมากที่สุดสามารถตอบคำถามได้คำตอบเดียว

4.2.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อบริการของ สทอภ.

4.2.3.1 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.40 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.05 โดยด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (4.62 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 92.41) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.54) ด้านกระบวนการให้บริการ (4.34 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.80) และด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ (4.12 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.33) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.13) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.13) รายละเอียดดังตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4-21 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่าง ความพึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	86.80	4.34	4.21	+0.13	มากที่สุด
ด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้	82.33	4.12	4.25	-0.13	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	92.41	4.62	4.35	+0.27	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	88.54	4.43	4.27	+0.15	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	88.05	4.40	4.27	-0.13	มากที่สุด

4.2.3.2 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจรวมที่มีต่อกระบวนการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.34 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 86.80 โดยด้านมีการต้อนรับ/ชี้แจงรายละเอียดเป็นอย่างดี ก่อนเข้าร่วมการอบรม/สัมมนา มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.45 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.92) รองลงมาคือ วิธีการสมัครเข้าร่วมอบรม/สัมมนา สะดวก รวดเร็ว (4.44 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.75) และระยะเวลาในการจัดอบรม/สัมมนามีความเหมาะสมกับหลักสูตร (4.14 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.77) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.13) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ระยะเวลาในการจัดอบรม/สัมมนามีความเหมาะสมกับหลักสูตร ที่มีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.13) รายละเอียดดังตารางที่ 4-22

ตารางที่ 4-22 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่างความ พึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. วิธีการสมัครเข้าร่วมอบรม/สัมมนาสะดวก รวดเร็ว	88.75	4.44	4.23	+0.21	มากที่สุด
2. มีการต้อนรับ/ชี้แจงรายละเอียดเป็นอย่างดี ก่อนเข้าร่วมการอบรม/สัมมนา	88.92	4.45	4.13	+0.32*	มากที่สุด
3. ระยะเวลาในการจัดอบรม/สัมมนามีความเหมาะสมกับหลักสูตร	82.77	4.14	4.27	-0.13	มาก
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	86.80	4.34	4.21	+0.13	มากที่สุด

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง เนื้อหาค่อนข้างเยอะ แต่เวลาอบรมน้อยทำให้ไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควรมากที่สุด จำนวน 3 ราย การฝึกอบรมไม่ได้เป็น อย่างที่คาดหวัง เนื้อหาฝนการอบรมมีค่อนข้างมาก บางเรื่องไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง ควรให้มีการลงมือ ปฏิบัติมากกว่า จำนวน 2 รายเท่ากัน

4.2.3.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ มีความพึงพอใจโดย รวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.12 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 82.33 โดยด้านความทันสมัยของหลักสูตรมีความพึงพอใจมากที่สุด (4.36 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.19) รองลงมาคือ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริง (3.88 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.54)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความ พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.13) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริง มีความพึงพอใจน้อยกว่า ความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ส่วนต่างเท่ากับ -0.28) ส่วนความทันสมัยของหลักสูตร มีความพึง พื่อใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.02) รายละเอียดตารางที่ 4-23

ตารางที่ 4-23 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่างความ พึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. องค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริง	77.54	3.88	4.16	-0.28*	มาก
2. ความทันสมัยของหลักสูตร	87.19	4.36	4.34	+0.02	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	82.33	4.12	4.25	-0.13	มาก

สำหรับที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ เนื้อหาไม่สามารถนำไป ประยุกต์ใช้กับงานที่ทำได้มากที่สุด จำนวน 5 ราย รองลงมาคือ เนื้อหาในอบรมค่อนข้างมีมาก และเข้าใจ ยาก อยากได้เนื้อหาที่ทันสมัย และอธิบายให้ชัดเจนกว่านี้ จำนวน 3 รายเท่ากัน

4.2.3.4 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.62 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 92.41 โดยด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการ (4.71 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 94.15) เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตรมีความพึงพอใจมากที่สุด (4.71 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 94.15) และวิทยากรมีความรู้ความสามารถ และถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน (4.45 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.92)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.27) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังทุกด้าน โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการ ที่มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายละเอียดตารางที่ 4-24

ตารางที่ 4-24 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่างความ พึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. วิทยากรมีความรู้ความสามารถ และถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน	88.92	4.45	4.32	+0.13	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร	94.15	4.71	4.37	+0.34*	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการ	94.15	4.71	4.38	+0.33*	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวัง โดยรวม	92.41	4.62	4.35	+0.27	มากที่สุด

สำหรับที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง มีเพียงเล็กน้อย ได้แก่ บุคลากรกลับก่อนเวลาจบการอบรม และเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ที่สามารถตอบคำถามได้ควรใส่ใจต่อผู้เข้ารับบริการทุกคน จำนวน 1 ราย

4.2.3.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.43 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.54 โดยด้านความสะดวกของสถานที่จัดอบรม/ สัมมนา มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.51 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.15) รองลงมาคือ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องจัดกิจกรรม ห้องน้ำ (4.46 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.23) ความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม (4.40 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.00) และความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ (4.34 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.77)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.15) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังทุกด้าน โดยเฉพาะความสะดวกของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา และความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ส่วนต่างเท่ากับ +0.24) รายละเอียดตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-25 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่างความ พึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ	86.77	4.34	4.25	+0.08	มากที่สุด
2. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องจัดกิจกรรม ห้องน้ำ	89.23	4.46	4.22	+0.24*	มากที่สุด
3. ความสะดวกของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา	90.15	4.51	4.27	+0.24*	มากที่สุด
4. ความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่ เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	88.00	4.40	4.35	+0.05	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	88.54	4.43	4.27	+0.15	มากที่สุด

สำหรับที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง มีเพียงเล็กน้อย ได้แก่ควรมีการจัดให้มีการเว้นระยะห่างที่ดีกว่านี้ ความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากอยู่ไกล จำนวน 1 รายเท่านั้น

4.2.4 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.

4.2.4.1 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ สทอภ.

เมื่อพิจารณาการใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. รวมจำนวนตัวอย่าง 66 ราย พบว่า ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นจำนวน 59 ราย (ร้อยละ 89.39) และเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น จำนวน 7 ราย (ร้อยละ 10.61) ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการใช้บริการมากที่สุด จำนวน 2 ราย (ร้อยละ 28.57) รองลงมาคือ ESRI, IMC Institute กระทรวงยุติธรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวนหน่วยงานละ 1 ราย (ร้อยละ 14.29) รายละเอียดตารางที่ 4-26 และ 4-27

ตารางที่ 4-26 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	7	10.61
ไม่เคย	59	89.39

ตารางที่ 4-27 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้
จำแนกตามผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2	28.57
2) ESRI	1	14.29
3) IMC Institute	1	14.29
4) กระทรวงยุติธรรม	1	14.29
5) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	1	14.29
6) มหาวิทยาลัยนเรศวร	1	14.29
รวม	7	100.00

4.2.4.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ

หากเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ในทิศทางที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น 3.90 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.94 และ 3.80 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 76.00 โดยเฉพาะด้านความเชื่อมั่นในหลักสูตร คุณภาพโดยรวมของหลักสูตร และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ที่ สทอภ. ได้รับคะแนนมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ส่วนประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้ารับการอบรม/ สัมมนา เช่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น และความเหมาะสมของเนื้อหาความรู้ที่จะนำไปใช้งาน ผู้ให้บริการรายอื่นได้รับคะแนนน้อยกว่า โดยมีรายละเอียดแต่ละกลุ่ม ดังนี้

- ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. พบว่า ความเชื่อมั่นในหลักสูตร ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.11 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.12) รองลงมาคือ คุณภาพของหลักสูตร (3.98 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 79.70) ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้ารับการอบรม/ สัมมนา และความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ที่จะนำไปใช้งาน ได้รับคะแนนเท่ากัน (3.80 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 76.06) และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (3.79 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 75.76)

- ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้ารับการอบรม/ สัมมนา ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ที่จะนำไปใช้งาน และคุณภาพโดยรวมของหลักสูตร ได้รับคะแนนเท่ากัน (3.86 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.14) ส่วนความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และความเชื่อมั่นในหลักสูตร ได้รับคะแนนเท่ากัน (3.71 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 74.29) รายละเอียดดังตารางที่ 4-28

ตารางที่ 4-28 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ	สทอภ. (จำนวนตัวอย่าง 59 ราย)		ผู้ให้บริการรายอื่น (จำนวนตัวอย่าง 7 ราย)	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการเข้ารับการอบรม/ สัมมนา เช่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้ มีประสิทธิภาพดีขึ้น	76.06	3.80	77.14	3.86
2. ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ที่จะนำไปใช้งาน	76.06	3.80	77.14	3.86
3. คุณภาพโดยรวมของหลักสูตร	79.70	3.98	77.14	3.86
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	75.76	3.79	74.29	3.71
5. ความเชื่อมั่นในหลักสูตร	82.12	4.11	74.29	3.71
ระดับความคิดเห็นโดยรวม	77.94	3.90	76.00	3.80

เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของทั้ง สทอ. และผู้ให้บริการรายอื่นร่วมด้วย พบว่า คะแนนที่ได้รับไม่มีความแตกต่างกันมากนัก รายละเอียดดังตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-29 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอ. กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามผู้ให้บริการรายอื่น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ			1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับ	2. ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้	3. คุณภาพโดยรวมของหลักสูตร	4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5. ความเชื่อมั่นของหลักสูตร
1.	สทอ.	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	ESRI	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
2.	สทอ.	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	IMC Institute	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	60.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
3.	สทอ.	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	60.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
	กระทรวงยุติธรรม	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	80.00	60.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
4.	สทอ.	ร้อยละ	80.00	70.00	80.00	70.00	90.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	3.50	4.00	3.50	4.50
	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	70.00	70.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	3.50	3.50
5.	สทอ.	ร้อยละ	60.00	60.00	60.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ร้อยละ	60.00	80.00	60.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
6.	สทอ.	ร้อยละ	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00
	มหาวิทยาลัยรัตนนคร	ร้อยละ	80.00	60.00	80.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00

4.2.5 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

เมื่อพิจารณาจากความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ (พึงพอใจระดับ 1-2 คะแนน) พบว่า มีผู้รับบริการจำนวน 5 ราย ที่ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ ดังนี้

- ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การฝึกอบรมไม่ได้เป็นอย่างที่คาดหวัง การอบรมไม่เป็นไปตามแบบกำหนดการทำให้เลิกช้ากว่าปกติ
- ด้านคุณภาพเนื้อหา ความรู้ ได้แก่ เนื้อหาไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ทำเนื้อหาควรมีความทันสมัย และอธิบายให้ชัดเจนกว่านี้ และเนื้อหาในอบรมค่อนข้างมีมาก และเข้าใจยาก
- ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ได้แก่ บุคลากรของ GISTDA กลับก่อนเวลาจบการอบรม อยากให้เจ้าหน้าที่เพิ่มความรู้จะสามารถตอบคำถามได้
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากอยู่ไกลจากที่ทำงาน

รายละเอียดดังตารางที่ 4-30

ตารางที่ 4-30 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ (พึงพอใจระดับ 1-2 คะแนน) ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

สาเหตุ	ร้อยละ	จำนวน
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.03	2
การอบรมไม่เป็นไปตามแบบกำหนดการทำให้เลิกช้ากว่าปกติ	1.52	1
การฝึกอบรมไม่ได้เป็นอย่างที่คาดหวัง	1.52	1
ด้านคุณภาพของเนื้อหา	6.06	4
เนื้อหาไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ทำได้	3.03	2
อยากได้เนื้อหาที่ทันสมัย และอธิบายให้ชัดเจนกว่านี้	1.52	1
เนื้อหาในอบรมค่อนข้างมีมาก และเข้าใจยาก	1.52	1
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	1.52	1
บุคลากรกลับก่อนเวลาจบการอบรม และเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ที่สามารถตอบคำถามได้ควรใส่ใจต่อผู้เข้ารับบริการทุกคน	1.52	1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	1.52	1
ความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากอยู่ไกลจากที่ทำงาน	1.52	1

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.2.6 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.

ความภักดีที่มีต่อบริการของ สทอภ. ทำการสำรวจใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. และ 2) จะแนะนำบริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ พบว่า มีกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. (Promoters) คิดเป็นร้อยละ 51.52 เรื่องการกลับมาใช้บริการ และคิดเป็นร้อยละ 53.03 เรื่องการแนะนำบอกต่อหลักสูตรของ สทอภ. ส่วนค่า Net Promoters Score (NPS) ที่เกิดจากส่วนต่างของสัดส่วนกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (Promoters) และสัดส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการ (Detractor) พบว่า การ

กลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 43.94 และแนะนำหลักสูตรของ สทอภ.ให้กับบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 45.45 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการ สทอภ. มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. เป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม มีบางส่วนหรือประมาณร้อยละ 7 ที่มีแนวโน้มจะไม่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. ซึ่งเป็นความท้าทายที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มดังกล่าวต่อไป รายละเอียดดังตารางที่ 4-31

ตารางที่ 4-31 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ระดับคะแนน	การกลับมาใช้บริการกับ GISTDA	จะแนะนำหลักสูตรของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ
10	33.33	39.39
9	18.18	13.64
8	25.76	27.27
7	15.15	12.12
6	4.55	3.03
5	1.52	3.03
4	-	-
3	1.52	-
2	-	-
1	-	1.52
0	-	-
Promoters	51.52	53.03
Passives	40.91	39.39
Detractors	7.58	7.58
Net Promoter Score	43.94	45.45

4.2.7 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.

การสำรวจทัศนคติที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. สะท้อนถึงภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) 2) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ 3) สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง 4) สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ 5) สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ 6) สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย และ 7) สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ

ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สทอภ. อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (4.29 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.84) โดย สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) มากที่สุด (4.44 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.79) รองลงมาคือ สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ (4.39 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.88) และ สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ (4.32 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.36) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4-32

ตารางที่ 4-32 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ภาพลักษณ์	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	88.79	4.44
2. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	87.88	4.39
3. สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	84.85	4.24
4. สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	84.85	4.24
5. สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ	83.94	4.20
6. สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	84.24	4.21
7. สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	86.36	4.32
รวม	85.84	4.29

นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อวัดระดับความผูกพัน ซึ่งคำนวณตัวชี้วัด (Indicator) สำหรับการวัดระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการ (% Completely Engagement) โดยการคำนวณหาสัดส่วนเป็นร้อยละ (%) ของผู้มาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ให้ “คะแนนความเห็นด้วย” เต็ม 5 คะแนนทั้ง 7 ประเด็น พบว่า ระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 22.73 ของจำนวนผู้ให้บริการที่ทำการสำรวจ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงมีแนวโน้มที่ดีและสามารถพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นต่อไปได้

4.2.8 ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ.

ผลการสำรวจการหลักสูตรการอบรม/ สัมมนาที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ. จากจำนวนผู้ตอบ 58 ราย พบว่า หลักสูตร 3 อันดับแรกที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ AI & Deep Learning จำนวนผู้ตอบ 13 ราย (ร้อยละ 14.29) รองลงมาคือ Geospatial Big Data Analytics จำนวนผู้ตอบ 8 ราย (ร้อยละ 8.79) และ UAV จำนวนผู้ตอบ 7 ราย (ร้อยละ 7.69) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-33 หลักสูตรการอบรม/ สัมมนาที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ. กลุ่มผู้ให้บริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
AI & Deep Learning	13	22.41
Geospatial Big Data Analytics	8	13.79
UAV	7	12.07
หลักสูตรภูมิสารสนเทศขั้นต้น	6	10.34
การประมวลผลภาพถ่ายดาวเทียมเบื้องต้น	4	6.90
remote sensor GIS	4	6.90
การเขียนโปรแกรมประยุกต์ทาง GIS	4	6.90
การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศกับการเกษตร	4	6.90
การเขียนโปรแกรมด้วยภาษา Python	3	5.17
การใช้งาน Drone	3	5.17
หลักสูตรภูมิสารสนเทศขั้นสูง	3	5.17
Application	3	5.17
Data Visualization	2	3.45
การเขียนโปรแกรม	2	3.45
Modeling	2	3.45
Business Intelligent	2	3.45
โปรแกรมทางภูมิศาสตร์	2	3.45
Data Wrangling	1	1.72
การใช้ประโยชน์ที่ดิน	1	1.72
การพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	1	1.72
Arcmap+Google earth	1	1.72
IOT	1	1.72
หลักสูตร การพัฒนาโปรแกรมด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ทางอินเทอร์เน็ต ระดับ advance	1	1.72
การประยุกต์ใช้ Big data กับงานด้านต่างๆ	1	1.72
Leaflet	1	1.72
การนำเข้า Web Map Services บนโปรแกรม ArcGIS	1	1.72
ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์	1	1.72
การอบรมเกี่ยวกับการสำรวจด้วยเครื่องรับสัญญาณดาวเทียม	1	1.72
Computer science	1	1.72
ลดราคาการบริการงานแผนที่	1	1.72
การพัฒนา Application บน smartphone	1	1.72
Infographic	1	1.72
ด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ	1	1.72

ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
การพัฒนาแหล่งน้ำ	1	1.72
ความรู้พื้นฐานของการใช้งานแผนที่	1	1.72
การวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลโซเชียล	1	1.72

4.2.9 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

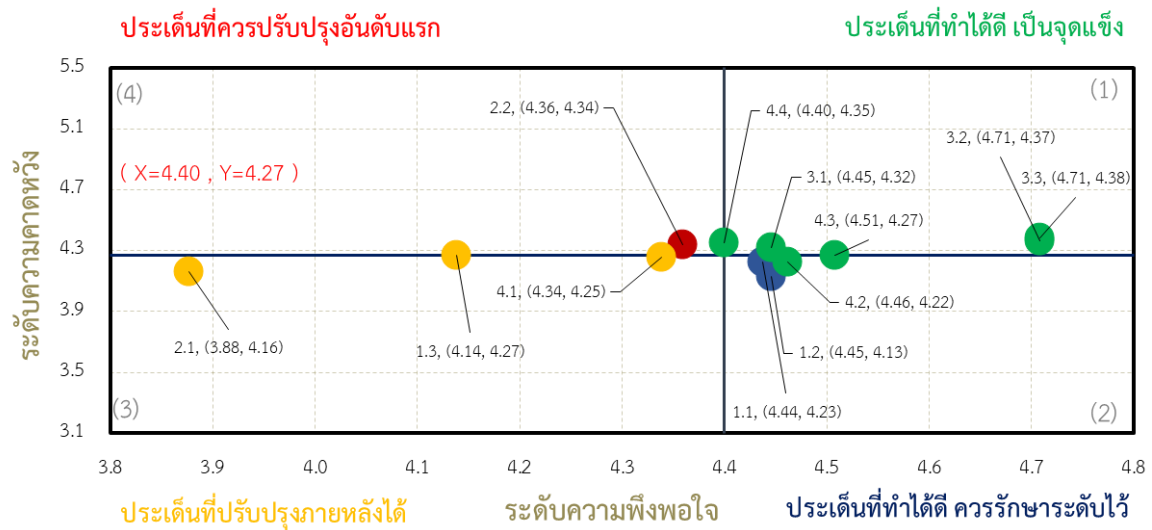
(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ วิทยากรมีความรู้ความสามารถ และถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการ ความสะอาดของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา และความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ วิธีการสมัครเข้าร่วมอบรม/สัมมนาสะดวก รวดเร็ว มีการต้อนรับ/ชี้แจงรายละเอียดเป็นอย่างดี ก่อนเข้าร่วมการอบรม/สัมมนา และความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องจัดกิจกรรม ห้องน้ำ

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ระยะเวลาในการจัดอบรม/สัมมนา มีความเหมาะสมกับหลักสูตร และความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่อง que ความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) คือ ความทันสมัยของหลักสูตร

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 4-2



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
3.1 วิทยากรมีความรู้ ความสามารถ และ ถ่ายทอดความรู้ได้อย่าง ชัดเจน 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และ พร้อมที่จะให้บริการ 4.3 ความสะอาดของ สถานที่จัดอบรม/สัมมนา 4.4 ความพร้อมของ เอกสารและอุปกรณ์ที่ เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	1.1 วิธีการสมัครเข้าร่วม อบรม/สัมมนาสะดวก รวดเร็ว 1.2 มีการต้อนรับ/ชี้แจง รายละเอียดเป็นอย่างดี ก่อนเข้าร่วมการอบรม/ สัมมนา 4.2 ความเพียงพอของสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น ห้องจัดกิจกรรม ห้องน้ำ	1.3 ระยะเวลาในการจัด อบรม/สัมมนามีความ เหมาะสมกับหลักสูตร 4.1 ความสะดวกในการ เดินทางมารับบริการ	2.2 ความทันสมัยของ หลักสูตร

แผนภาพที่ 4-2 Performance Important Analysis กลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

4.3 ผลการสำรวจของผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

การสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนาการให้บริการที่ปรึกษาโครงการของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยทำการสำรวจจากฐานข้อมูลของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2562 – เดือนเมษายน 2563 จำนวน 14 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) การตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผลการสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนาการให้บริการของ สทอภ. มีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 ผลลัพธ์/ บริการของ สทอภ.

เมื่อพิจารณาจากโครงการที่ได้รับการให้คำปรึกษา พบว่า มีการใช้บริการโครงการที่ต่างกั น รายละเอียดตารางที่ 4-34

ตารางที่ 4-34 โครงการที่ใช้บริการ กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

โครงการ	จำนวน	ร้อยละ
1) โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันการปลูกไม้มีค่าเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ ประจำปี 2562	1	7.14
2) โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงพื้นที่การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชายฝั่งทะเลไทย เพื่อการจัดการป้องกันและแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล 23 จังหวัด ปีงบประมาณ 2563	1	7.14
3) การจ้างที่ปรึกษาเพื่อสร้างและพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	1	7.14
4) โครงการจัดทำระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อพัฒนาระบบการเฝ้าระวังการจำหน่ายสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ชนนึ่งบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา และการกระทำผิดกฎหมาย ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 22/2558	1	7.14
5) โครงการการประเมินและติดตามโรคใบร่วงของยางพาราด้วยข้อมูลดาวเทียม	1	7.14
6) โครงการการพัฒนาการประเมินผลผลิตอ้อยด้วยเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (ระยะที่ 2)	1	7.14
7) โครงการ จัดทำฐานข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่ลุ่มน้ำชั้น 1 ระดับกิจกรรม/โครงการ จังหวัดแม่ฮ่องสอน	1	7.14
8) ดำเนินงานจัดทำแผนที่มาตรฐานเพื่อเตรียมการจัดตั้งพื้นที่และมาตรการคุ้มครองทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งฯ	1	7.14
9) ดำเนินงานโครงการขยายตัวของเมืองเฟส 2	1	7.14
10)โครงการวิเคราะห์เส้นทางเคลื่อนที่ของคราบน้ำมันจากตำแหน่งที่จอดเรือที่ 2 ของบริษัท บงกช มา รีน เซอร์วิส จำกัด	1	7.14
11)โครงการปรับปรุงระบบปฏิบัติการค้นหาพื้นที่บุกรุกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	1	7.14
12)เข้าใช้ข้อมูลจากดาวเทียมรายละเอียดสูงออนไลน์ (Web Map Services)	1	7.14
13)ดำเนินงานบินสำรวจเก็บข้อมูลภาพถ่ายทางอากาศด้วย UAV แปลงเรียนรู้เกษตรอัจฉริยะ	1	7.14
14)โครงการพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศด้านการบริหารจัดการน้ำ การติดตามประเมินสถานการณ์น้ำ และการแจ้งเตือนผ่านโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) ของจังหวัดนนทบุรี	1	7.14

4.3.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. พบว่า ช่องทางที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของ GISTDA จำนวนผู้ตอบ 11 ราย (ร้อยละ 31.43) รองลงมา คือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA จำนวนผู้ตอบ 8 ราย (ร้อยละ 22.86) และสื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) จำนวนผู้ตอบ 5 ราย (ร้อยละ 14.29) ในขณะที่ช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA จำนวนผู้ตอบ 6 ราย (ร้อยละ 42.86) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) จำนวนผู้ตอบ 5 ราย (ร้อยละ 35.71) เว็บไซต์ของ GISTDA งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด และบทความ/บทความทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ช่องทางละ 1 ราย (ร้อยละ 7.14) ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่องทางที่ใช้บริการในปัจจุบันมีความสอดคล้องกับช่องทางที่ต้องการใช้บริการแล้ว ดังรายละเอียดตารางที่ 4-35

ตารางที่ 4-35 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	ช่องทางที่รับทราบ		ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	2	5.71	-	-
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	5	14.29	5	35.71
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	3	8.57	-	-
4. เว็บไซต์ของ GISTDA	11	31.43	1	7.14
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	4	11.43	1	7.14
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	2	5.71	-	-
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	8	22.86	6	42.86
8. สกู๊ป/ บทความทางโทรทัศน์ วิทยุ	-	-	-	-
9. บทความ/ บทความทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	-	-	1	7.14

หมายเหตุ: ช่องทางที่ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ส่วนช่องทางที่ต้องการมากที่สุดสามารถตอบคำถามได้คำตอบเดียว

4.3.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อบริการของ สทอภ.

4.3.3.1 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.56 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.30 โดยด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (4.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 93.33) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ (4.59 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.79) และด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา (4.46 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.29) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง (ส่วนต่างเท่ากับ +0.06) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา ที่พึงพอใจเท่ากับ ความคาดหวัง รายละเอียดดังตารางที่ 4-36

ตารางที่ 4-36 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่าง ความพึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	91.79	4.59	4.43	+0.16	มากที่สุด
ด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา	89.29	4.46	4.46	0.00	มากที่สุด
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	93.33	4.67	4.64	+0.02	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	91.30	4.56	4.50	+0.06	มากที่สุด

4.3.3.2 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อกระบวนการให้บริการของ สทอภ. มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.59 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.79 โดยด้านความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงานมีความพึงพอใจมากที่สุด (4.93 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 98.57) รองลงมาคือ ความชัดเจนของเอกสารที่เกี่ยวกับการขอรับบริการให้คำปรึกษา/โครงการ และความสะดวกรวดเร็วในการขอใช้บริการให้คำปรึกษา/โครงการ มีระดับความพึงพอใจเท่ากัน (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน และมีความคล่องตัว (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.57) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.16) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ความสะดวกรวดเร็วในการขอใช้บริการให้คำปรึกษา/โครงการ ที่มีความพึงพอใจเท่ากับความคาดหวัง รายละเอียดดังตารางที่ 4-37

ตารางที่ 4-37 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่าง ความพึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. ความสะดวกรวดเร็วในการขอใช้บริการ ให้คำปรึกษา/โครงการ	90.00	4.50	4.50	0.00	มากที่สุด
2. ความชัดเจนของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ ขอรับบริการให้คำปรึกษา/โครงการ	90.00	4.50	4.29	+0.21	มากที่สุด
3. ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน และมี ความคล่องตัว	88.57	4.43	4.29	+0.14	มากที่สุด
4. ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน	98.57	4.93	4.64	+0.29	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	91.79	4.59	4.43	+0.16	มากที่สุด

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตอบ
ช้า และข้อมูลไม่ถูกต้องมากที่สุด จำนวน 1 ราย

4.3.3.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.46 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.29 โดยด้านโครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษามีความถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.57 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.43) รองลงมาคือ โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถนำไปใช้งาน หรือต่อยอดในงานอื่นได้ (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถใช้งานได้จริงตามที่ต้องการ (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.57) และมีบริการให้คำแนะนำการใช้งานโครงการ/ ผลงาน หลังจากส่งมอบงาน (4.36 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.14)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจเท่ากับความคาดหวัง และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษามีความถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้ ที่พึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.14) และบริการให้คำแนะนำการใช้งานโครงการ/ ผลงาน หลังจากส่งมอบงาน ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.14) รายละเอียดตารางที่ 4-38

ตารางที่ 4-38 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษา
โครงการ

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่างความ พึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้ คำปรึกษามีความถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้	91.43	4.57	4.43	+0.14	มากที่สุด
2. โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้ คำปรึกษา สามารถใช้งานได้จริงตามที่ ต้องการ	88.57	4.43	4.43	0.00	มากที่สุด
3. มีบริการให้คำแนะนำการใช้งานโครงการ/ ผลงาน หลังจากส่งมอบงาน	87.14	4.36	4.50	-0.14	มากที่สุด
4. โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้ คำปรึกษา สามารถนำไปใช้งาน หรือต่อยอด ในงานอื่นได้	90.00	4.50	4.50	0.00	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	89.29	4.46	4.46	0.00	มากที่สุด

สำหรับที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ การปรึกษาบางกรณี คำตอบที่ดียังไม่สามารถนำไปตอบคำถามภายนอกได้กระจ่างทั้งหมด คาดหวังว่าหน่วยงานควรมีข้อมูล สนับสนุนทุกอย่าง จำนวน 1 รายเท่ากัน

4.3.3.4 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อบุคลากรที่ให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.67 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 93.33 โดยด้าน เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการสุขภาพ เป็นมิตร มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.79 คะแนน คิดเป็น ร้อยละ 95.71) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ (4.71 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 94.29) และความรู้ความสามารถแนะนำและแก้ไขปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00)

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึง พื่อใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.02) ในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจ เท่ากับความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการสุขภาพ เป็นมิตร ที่มีความ พึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.07) ดังรายละเอียดตารางที่ 4-39

ตารางที่ 4-39 ความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการ ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่างความ พึงพอใจและ ความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
1. ความรู้ความสามารถแนะนำและแก้ไข ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน	90.00	4.50	4.50	0.00	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร	95.71	4.79	4.71	+0.07	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการ	94.29	4.71	4.71	0.00	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	93.33	4.67	4.64	+0.02	มากที่สุด

สำหรับที่ทำให้ความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ได้แก่ การบริการบางกรณีผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ในทันที และคาดหวังความรวดเร็ว และถูกต้อง

4.3.4 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ.

4.3.4.1 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ สทอภ.

เมื่อพิจารณาการการเข้าอบรม/ สัมมนาของ สทอภ. รวมจำนวนตัวอย่าง 14 ราย พบว่า ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น จำนวน 10 ราย (ร้อยละ 71.43) และเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 28.57) ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 2 ราย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 1 ราย และบริษัท จีไอเอส จำกัด จำนวน 1 ราย รายละเอียดตารางที่ 4-40 และ 4-41

ตารางที่ 4-40 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	4	28.57
ไม่เคย	10	71.43

ตารางที่ 4-41 การใช้บริการผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ
จำแนกตามผู้ให้บริการรายอื่น

ผู้ให้บริการ	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2	50.00
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	1	25.00
บริษัท จีไอเอส จำกัด	1	25.00
รวม	4	100.00

4.3.4.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ

หากเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ในทิศทางที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่น 4.40 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.00 และ 4.30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.00 โดยเฉพาะด้านประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการให้คำปรึกษา ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย และความเชื่อมั่นในบริการให้คำปรึกษา ที่ สทอภ. ได้รับคะแนนมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ส่วนความเหมาะสมของรูปแบบหรือการให้คำปรึกษาที่จะสามารถนำไปใช้งานได้ ผู้ให้บริการรายอื่นได้รับคะแนนมากกว่า และคุณภาพโดยรวมของการให้คำปรึกษา ได้รับคะแนนไม่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดแต่ละกลุ่ม ดังนี้

- ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. พบว่า ความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ ประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.57) ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.36 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.14) และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (4.29 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.71)

- ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของผู้ให้บริการรายอื่นพบว่า ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) รองลงมาคือ ประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.25 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.00) และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) รายละเอียดดังตารางที่ 4-42

ตารางที่ 4-42 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ	GISTDA (จำนวนตัวอย่าง 10 ราย)		ผู้ให้บริการรายอื่น (จำนวนตัวอย่าง 4 ราย)	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการให้คำปรึกษา	88.57	4.43	85.00	4.25
2. ความเหมาะสมของรูปแบบหรือการให้คำปรึกษาที่จะสามารถนำไปใช้งานได้	88.57	4.43	90.00	4.50
3. คุณภาพโดยรวมของการให้คำปรึกษา	90.00	4.50	90.00	4.50
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	85.71	4.29	80.00	4.00
5. ความเชื่อมั่นในบริการให้คำปรึกษา	87.14	4.36	85.00	4.25
ระดับความคิดเห็นโดยรวม	88.00	4.40	86.00	4.30

เมื่อพิจารณาผู้ใช้บริการที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของทั้ง สทอภ. และผู้ให้บริการรายอื่นร่วมด้วย พบว่า คะแนนที่ได้รับไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ยกเว้น เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัท จีไอเอส จำกัด ที่ สทอภ. ได้รับคะแนนมากกว่าทุกด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 4-43

ตารางที่ 4-43 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ จำแนกตาม ผู้ให้บริการรายอื่น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ			1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้จากการให้คำปรึกษา	2. ความเหมาะสมรูปแบบหรือการให้คำปรึกษา	3. คุณภาพโดยรวมของการให้คำปรึกษา	4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5. ความเชื่อมั่นในบริการให้คำปรึกษา
1	สทอภ.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
2	สทอภ.	ร้อยละ	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
		ค่าเฉลี่ย	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ร้อยละ	90.00	90.00	90.00	80.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	4.50	4.50	4.50	4.00	4.00
3	สทอภ.	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	จีเอส	ร้อยละ	60.00	80.00	80.00	60.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.3.5 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

เมื่อพิจารณาจากความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ (พึงพอใจระดับ 1-2 คะแนน) พบว่า ไม่มีผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

4.3.6 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.

ความภักดีที่มีต่อบริการของ สทอภ. ทำการสำรวจใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. และ 2) จะแนะนำบริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ พบว่า มีกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. (Promoters) คิดเป็นร้อยละ 57.14 เรื่องการกลับมาใช้บริการ และคิดเป็นร้อยละ 71.43 เรื่องการแนะนำบอกต่อกิจกรรม/ โครงการของ สทอภ. ส่วนค่า Net Promoters Score (NPS) พบว่า มีระดับ

ความภักดีต่อบริการของ สทอภ. ค่อนข้างสูง เนื่องจากไม่มีผู้ที่ให้คะแนนต่ำกว่าระดับ 8 คะแนน รายละเอียดดังตารางที่ 4-44

ตารางที่ 4-44 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ระดับคะแนน	การกลับมาใช้บริการกับ GISTDA	จะแนะนำกิจกรรม/ โครงการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ
10	50.00	57.14
9	7.14	14.29
8	42.86	28.57
7	-	-
6	-	-
5	-	-
4	-	-
3	-	-
2	-	-
1	-	-
0	-	-
Promoters	57.14	71.43
Passives	42.86	28.57
Detractors	0.00	0.00
Net Promoter Score	57.14	71.43

4.3.7 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.

การสำรวจทัศนคติที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. สะท้อนถึงภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) 2) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ 3) สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง 4) สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ 5) สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ 6) สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย และ 7) สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ

ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สทอภ. อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.41 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.16 โดยเห็นด้วยว่า สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญมากที่สุด (4.57 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.43) รองลงมาคือ

สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.57) และ สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย (4.36 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.14) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4-45

ตารางที่ 4-45 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ภาพลักษณ์	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	87.14	4.36
2. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	87.14	4.36
3. สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	88.57	4.43
4. สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	91.43	4.57
5. สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ	87.14	4.36
6. สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	87.14	4.36
7. สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	88.57	4.43
รวม	88.16	4.41

นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อวัดระดับความผูกพัน ซึ่งคำนวณตัวชี้วัด (Indicator) สำหรับการวัดระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการ (% Completely Engagement) โดยการคำนวณหาสัดส่วนเป็นร้อยละ (%) ของผู้มาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ให้ “คะแนนความเห็นด้วย” เต็ม 5 คะแนนทั้ง 7 ประเด็นคำถาม พบว่า ระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 28.57 ของจำนวนผู้ใช้บริการที่ทำการสำรวจ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงมีแนวโน้มที่ดีและสามารถพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นต่อไปได้

4.3.8 ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ.

ผลการสำรวจผลิตภัณฑ์/ บริการจาก ที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ. จากจำนวนผู้ตอบ 10 ราย พบว่า ต้องการเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทันสมัยมากที่สุด จำนวนผู้ตอบ 3 ราย (ร้อยละ 30.00) รองลงมาคือ ข้อมูลดาวเทียม จำนวนผู้ตอบ 2 ราย (ร้อยละ 20.00) และ Big Data ด้านการบริการที่ดียิ่งขึ้น เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การฝึกอบรมให้ความรู้บุคลากร ให้บริการข้อมูลพื้นที่พืชเศรษฐกิจ จำนวนผู้ตอบ 1 ราย (ร้อยละ 10.0) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4-46

ตารางที่ 4-46 บริการให้คำปรึกษาที่ต้องการเพิ่มเติมจาก สทอภ. กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ต้องการเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทันสมัย	3	30.00
ข้อมูลดาวเทียม	2	20.00
Big Data	1	10.00
ด้านการบริการที่ดียิ่งขึ้น	1	10.00
เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	1	10.00
การฝึกอบรมให้ความรู้บุคลากรด้านภูมิสารสนเทศ	1	10.00
ให้บริการข้อมูลพื้นที่พิเศษเศรษฐกิจ	1	10.00
รวม	10	100.00

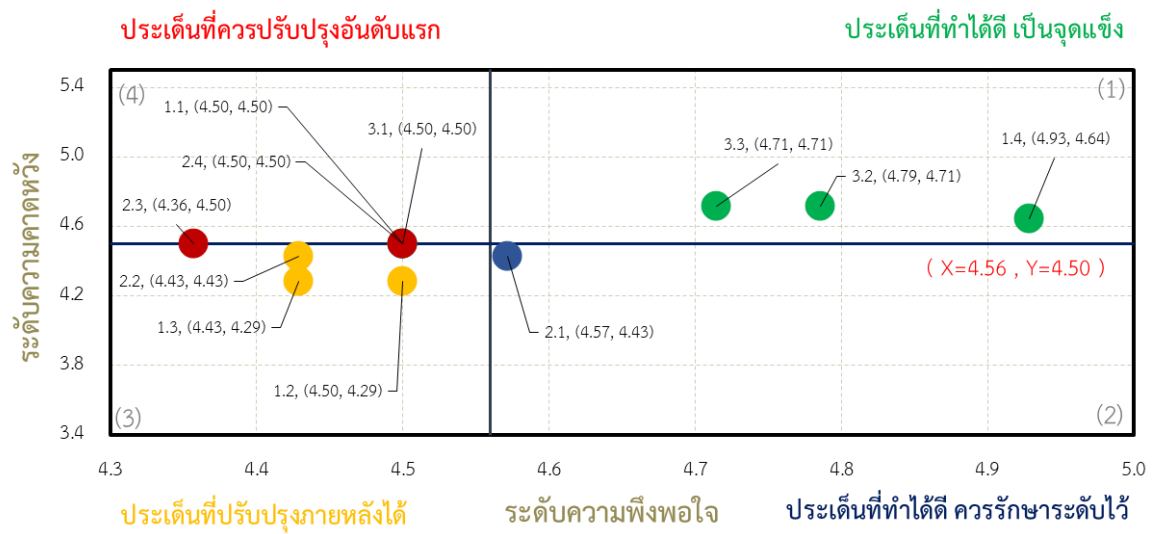
4.3.9 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการสุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) คือ โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษามีความถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่อง que มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความชัดเจนของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอรับบริการให้คำปรึกษา/โครงการ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน และมีความคล่องตัว และโครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถใช้งานได้จริงตามที่ต้องการ

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่อง que มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการขอใช้บริการให้คำปรึกษา/โครงการ มีบริการให้คำแนะนำการใช้งานโครงการ/ ผลงาน หลังจากส่งมอบงาน โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถนำไปใช้งาน หรือต่อยอดในงานอื่นได้ และความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน รายละเอียดดังแผนภาพที่ 4-3



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
1.4 ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการสุภาพเป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ	2.1 โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษามีความถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้	1.2 ความชัดเจนของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอรับบริการให้คำปรึกษา/โครงการ 1.3 ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน และมีความคล่องตัว 2.2 โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถใช้งานได้จริงตามที่ต้องการ	1.1 ความสะดวกรวดเร็วในการขอใช้บริการให้คำปรึกษา/โครงการ 2.3 มีบริการให้คำแนะนำการใช้งานโครงการ/ผลงาน หลังจากส่งมอบงาน 2.4 โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถนำไปใช้งาน หรือต่อยอดในงานอื่นได้ 3.1 ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำ และแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน

แผนภาพที่ 4-3 Performance Important Analysis กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยทำการสำรวจจากฐานข้อมูลของผู้รับบริการของ สทอภ. ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2562 - เดือนเมษายน 2563 โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนกันยายน 2563 รวมจำนวนตัวอย่าง 172 ราย ประกอบด้วย ผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ (จำนวน 92 ราย) ผู้รับบริการการถ่ายทอดองค์ความรู้ (จำนวน 66 ราย) และผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ (จำนวน 14 ราย) สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของ สทอภ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ.

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.44 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.72 โดยมีรายละเอียดการสำรวจในแต่ละมิติ ดังนี้

1.1 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม จำแนกตามหัวข้อที่ประเมิน

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวม จำแนกในแต่ละด้านที่ให้บริการของ สทอภ. พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดในด้านบุคลากรที่ให้บริการ (4.58 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.66) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.54) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.39 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.70) และด้านกระบวนการให้บริการ (4.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.67) ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ +0.07) ส่วนในแต่ละด้านที่ให้บริการมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่พึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังเล็กน้อย (ส่วนต่างเท่ากับ -0.01) รายละเอียดดังตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมของผู้รับบริการของ สทอภ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ประเด็นการสำรวจ	ร้อยละความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ส่วนต่างความพึงพอใจและความคาดหวัง	ระดับความพึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	87.67	4.38	4.33	+0.05	มากที่สุด
ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ	87.70	4.39	4.40	-0.01	มากที่สุด
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	91.66	4.58	4.45	+0.13	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	88.54	4.43	4.27	+0.16	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	88.72	4.44	4.37	+0.07	มากที่สุด

หมายเหตุ: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำรวจเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

1.2 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการ พบว่า ทุกกลุ่มผู้รับบริการของ สทอภ. มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.56 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.30) รองลงมาคือ กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ (4.45 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.09) และกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ (4.40 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.05) ตามลำดับ

หากพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการของ สทอภ. จำแนกตามประเด็นการสำรวจ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (เนื้อหา ความรู้) ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (4.12 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.33) รายละเอียดดังตารางที่ 5-2

ตารางที่ 5-2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการของ สทอภ. จำแนกตามประกลุ่มผู้รับบริการ

ประเด็นการสำรวจ	ผู้รับบริการข้อมูลจากดาวเทียมฯ		ผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้		ผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	87.50	4.38	86.80	4.34	91.79	4.59
ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ	89.35	4.47	82.33	4.12	89.29	4.46
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	90.87	4.54	92.41	4.62	93.33	4.67
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	N/A	N/A	88.54	4.43	N/A	N/A
ความพึงพอใจโดยรวม	89.09	4.45	88.05	4.40	91.30	4.56

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่ได้ทำการสำรวจในหัวข้อดังกล่าว

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังทุกกลุ่ม โดยกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังมากที่สุด (ส่วนต่างเท่ากับ +0.13) รองลงมาคือ กลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ (ส่วนต่างเท่ากับ +0.06) และกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ (ส่วนต่างเท่ากับ +0.02) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 5-3

ตารางที่ 5-3 ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการให้บริการ จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการของ สทอภ.

กลุ่มผู้รับบริการ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ส่วนต่าง ความพึงพอใจ และความคาดหวัง	ระดับ ความ พึงพอใจ
ผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิ สารสนเทศ	89.09	4.45	4.43	+0.02	มากที่สุด
ผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้	88.05	4.40	4.27	+0.13	มากที่สุด
ผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ	91.30	4.56	4.50	+0.06	มากที่สุด
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม	88.72	4.44	4.37	+0.07	มากที่สุด

1.3 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม จำแนกตามประเภทลูกค้า

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้าที่ประกอบด้วย หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน และบุคคลทั่วไป พบว่า ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มหน่วยงานของรัฐ มีความพึงพอใจมากที่สุด (4.45 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.00) รองลงมาคือ บริษัทเอกชน (4.44 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.80) บุคคลทั่วไป (4.44 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.80) และสถาบันการศึกษา (4.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.60) ตามลำดับ

หากพิจารณาในแต่ละด้านที่ให้บริการของ สทอภ. จำแนกตามประเด็นการสำรวจพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยกลุ่มหน่วยงานของรัฐ และบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากที่สุดด้านบุคลากรที่ให้บริการ สถาบันการศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจมากที่สุดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

หากเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวัง พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังเกือบทุกกลุ่ม ยกเว้น บริษัทเอกชน ที่มีความพึงพอใจเท่ากับความคาดหวัง โดยบุคคลทั่วไปมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังมากที่สุด (ส่วนต่างเท่ากับ +0.15) รองลงมาคือ หน่วยงานของรัฐ (ส่วนต่างเท่ากับ +0.10) และสถาบันการศึกษา (ส่วนต่างเท่ากับ +0.07) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 5-4

ตารางที่ 5-4 ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม จำแนกตามประเภทลูกค้า

ประเภทลูกค้า		ประเด็นการสำรวจ				
		ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการ	ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวม
หน่วยงานของรัฐ	ร้อยละความพึงพอใจ	88.20	85.80	92.80	88.60	89.00
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.41	4.29	4.64	4.43	4.45
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.30	4.37	4.46	4.28	4.35
	ส่วนต่างความพึงพอใจและความคาดหวัง	+0.11	-0.08	+0.19	+0.15	+0.10
สถาบันการศึกษา	ร้อยละความพึงพอใจ	84.60	91.80	90.20	85.00	88.60
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.23	4.59	4.51	4.25	4.43
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.23	4.50	4.46	4.05	4.36
	ส่วนต่างความพึงพอใจและความคาดหวัง	0.00	+0.09	+0.05	+0.20	+0.07
บริษัทเอกชน	ร้อยละความพึงพอใจ	88.00	88.60	90.20	-	88.80
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.40	4.43	4.51	-	4.44
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.43	4.43	4.46	-	4.44
	ส่วนต่างความพึงพอใจและความคาดหวัง	-0.03	0.00	+0.05	-	0.00
บุคคลทั่วไป	ร้อยละความพึงพอใจ	87.80	87.40	90.80	100.00	88.80
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	4.39	4.37	4.54	5.00	4.44
	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	4.27	4.21	4.29	5.00	4.29
	ส่วนต่างความพึงพอใจและความคาดหวัง	+0.12	+0.15	+0.25	0.00	+0.15

1.4 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ

ผู้รับบริการได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อความไม่พึงพอใจ (พึงพอใจระดับ 1-2 คะแนน) ต่อการบริการที่ได้รับในช่วงปีที่ผ่านมา จำนวน 9 ราย แบ่งเป็นกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียม และข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำนวน 4 ราย และกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ จำนวน 5 ราย โดยส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ สำหรับกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ เช่น ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเจ้าหน้าที่ ระยะเวลาการให้บริการ และรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่อัปเดตทันเหตุการณ์ ส่วนกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ เช่น ระยะเวลาการอบรม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรม เป็นต้น รายละเอียดดังตารางที่ 5-5

ตารางที่ 5-5 ความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของ สทอภ.

กลุ่มผู้รับบริการ	ประเด็นความไม่พึงพอใจ
ผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ (4 ราย)	ด้านกระบวนการให้บริการ - มีความเข้าใจในกระบวนการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องดำเนินการอย่างไรค่อนข้างน้อย - ระยะเวลาของการส่งภาพเนื่องจากต้องรอภาพจากต่างประเทศ ซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องรีบใช้งานด่วน จึงจำเป็นต้องเผื่อเวลาไว้เสมอเมื่อต้องการใช้งาน - แคลคูลัสข้อมูลไม่สามารถดูได้แบบเรียลไทม์ ต้องประสานผ่านเจ้าหน้าที่เพื่อติดต่อขอข้อมูล ด้านบุคลากรที่ให้บริการ - ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ที่เพียงพอที่จะให้คำแนะนำได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ข้อมูลแบบใหม่อย่างไร กรณีที่ถามข้อมูลเชิงลึกจะไม่สามารถให้ข้อมูลได้
ผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ (5 ราย)	ด้านกระบวนการให้บริการ - การอบรมไม่เป็นไปตามกำหนดการทำให้เลิกช้ากว่าปกติ - เมื่อมีปัญหาวิทยากรไม่เข้ามาดู และไม่สามารถช่วยตอบคำถามในการฝึกอบรมได้ - เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการอบรมไม่มีไฟล์ที่ใช้ในการนำเสนอ - อาหารว่างควรทำเป็นลักษณะเป็นกล่องหรือบรรจุในรูปแบบที่สามารถนำกลับบ้านได้ - ข้อมูลความรู้ที่นำมาสอนยังไม่สามารถนำไปปฏิบัติใช้งานได้ - โปรแกรม ArcMap ไม่สามารถใช้งานได้ ควรมีการตรวจสอบคอมพิวเตอร์ให้มีความพร้อมก่อนอบรม ด้านคุณภาพเนื้อหา ความรู้ - การอธิบายเนื้อหาไม่ชัดเจน - เนื้อหาไม่มีความทันสมัย ไม่สามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้ - เนื้อหาที่นำมาอบรมเหมาะกับหน่วยงานที่มีจำนวนข้อมูลที่มากและหลากหลายมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ซึ่งอาจไม่เหมาะสมกับหน่วยงานอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ด้านบุคลากรที่ให้บริการ - ด้านความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ ควรพัฒนาให้ทัดเทียมกับวิทยากร เพื่อจะได้ตอบคำถามผู้เข้าอบรมได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก - ไม่สะดวกในการเดินทาง เนื่องจากอยู่ไกลจากที่ทำงาน

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. พบว่า ช่องทาง 3 อันดับแรก ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA จำนวน 133 ตัวอย่าง (ร้อยละ 77.33) รองลงมาคือ จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 80 ตัวอย่าง (ร้อยละ 46.51) และงานประชุม/ สัมมนา / นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด จำนวน 55 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.98) หากพิจารณาช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก ส่วนใหญ่สอดคล้องกับช่องทางที่ใช้บริการในปัจจุบัน โดยมีช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) เป็นช่องทางที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม นอกเหนือจากช่องทางที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน รายละเอียดดังตารางที่ 5-6

ตารางที่ 5-6 ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ.

ช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	ช่องทางที่ใช้บริการ		ช่องทางที่ต้องการมากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ)	29	16.86	3	1.74
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	50	29.07	41	23.84
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	11	6.40	7	4.07
4. เว็บไซต์ของ GISTDA (www.gistda.or.th)	133	77.33	42	24.42
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	55	31.98	11	6.40
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	14	8.14	4	2.33
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	80	46.51	52	30.23
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	5	2.91	4	2.33
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร	13	7.56	5	2.91
10. อื่นๆ เช่น หนังสือราชการ ไลน์ การค้นหาทางอินเทอร์เน็ต			3	1.74

หมายเหตุ: ช่องทางที่ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ส่วนช่องทางที่ต้องการมากที่สุดสามารถตอบคำถามได้คำตอบเดียว

หากพิจารณาช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้า พบว่า กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และบริษัทเอกชน ช่องทางหลักในการใช้บริการเป็นช่องทางที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการใช้บริการแล้ว โดยสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) เป็นช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากในทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนบุคคลทั่วไป ช่องทางในการใช้บริการมีความสอดคล้องกับช่องทางที่ต้องการใช้บริการแล้ว โดยมีการใช้บริการใน 3 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และงานประชุม/ สัมมนา

โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มประเภทลูกค้า ดังนี้

- หน่วยงานของรัฐ ช่องทาง 3 อันดับแรก ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 72.04) รองลงมาคือ จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 54.84) และงานประชุม/ สัมมนา/ นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 36.56) หากพิจารณาช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่า จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 33.33) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 27.96) และเว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 15.05)

- สถาบันการศึกษา ช่องทาง 3 อันดับแรก ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 85.71) รองลงมาคือ จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 52.38) สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) และงานประชุม/ สัมมนา/ นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 33.33) เท่ากัน หากพิจารณาช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่า จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ของ GISTDA เป็นช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 33.33) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 19.05) และสื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/ การขายของ GISTDA (ร้อยละ 4.76)

- บริษัทเอกชน ช่องทาง 3 อันดับแรก ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 82.00) รองลงมาคือ จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA (ร้อยละ 36.00) และงานประชุม/ สัมมนา/ นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 26.00) หากพิจารณาช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่าเว็บไซต์ของ GISTDA เป็นช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 32.00) รองลงมาคือ จดหมาย/ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA (ร้อยละ 28.00) และงานประชุม/ สัมมนา/ นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 18.00)

- บุคคลทั่วไป ช่องทาง 3 อันดับแรก ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ของ GISTDA (ร้อยละ 87.50) รองลงมาคือ บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร (ร้อยละ 25.00) และงานประชุม/ สัมมนา/ นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 12.50) หากพิจารณาช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่าเว็บไซต์ของ GISTDA เป็นช่องทางที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 62.50) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook) (ร้อยละ 25.00) และงานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด (ร้อยละ 12.50) รายละเอียดดังตารางที่ 5-7

ตารางที่ 5-7 ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้า

ช่องทางการ รับทราบข้อมูล ข่าวสาร	หน่วยงานของรัฐ		สถาบันการศึกษา		บริษัทเอกชน		บุคคลทั่วไป	
	ช่องทาง ที่ใช้ บริการ	ช่องทางที่ ต้องการ มากที่สุด	ช่องทาง ที่ใช้ บริการ	ช่องทาง ที่ต้องการ มากที่สุด	ช่องทาง ที่ใช้ บริการ	ช่องทาง ที่ต้องการ มากที่สุด	ช่องทาง ที่ใช้ บริการ	ช่องทาง ที่ต้องการ มากที่สุด
1. สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ)	24.73	2.15	9.52	-	8.00	2.00	-	-
2. สื่อสังคมออนไลน์ ของ GISTDA (Facebook)	34.41	27.96	33.33	19.05	20.00	18.00	12.50	25.00
3. สื่อสังคมออนไลน์ ของ GISTDA (YouTube)	8.60	3.23	9.52	4.76	2.00	6.00	-	-
4. เว็บไซต์ของ GISTDA	72.04	15.05	85.71	33.33	82.00	32.00	87.50	62.50
5. งานประชุม/ สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	36.56	6.45	33.33	-	26.00	8.00	12.50	12.50
6. กิจกรรมส่งเสริม การตลาด/การขาย	13.98	3.23	-	4.76	2.00	-	-	-
7. จดหมาย/จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ (E- Mail)	54.84	33.33	52.38	33.33	36.00	28.00	-	-
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ ทางโทรทัศน์ วิทยุ	4.30	2.15	4.76	4.76	-	2.00	-	-
9. บทความ/ บท สัมภาษณ์ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	5.38	3.23	14.29	-	6.00	4.00	25.00	-
10. อื่นๆ เช่น หนังสือ ราชการ ไลน์ การ ค้นหาทางอินเทอร์เน็ต	-	3.23	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: ช่องทางที่ใช้บริการสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ส่วนช่องทางที่ต้องการมากที่สุดสามารถตอบคำถามได้
คำตอบเดียว

3. ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.

3.1 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามผู้ให้บริการ

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามผู้ให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้รับบริการของ GISTDA ได้รับประโยชน์มากกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ยกเว้น ด้านความคุ้มค่าของ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งกลุ่มสถาบันการศึกษา บุคคลทั่วไป เห็นว่าผู้ให้บริการรายอื่นมีความคุ้มค่ามากกว่า ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. อย่างไรก็ตาม สทอภ. มีจุดแข็งในเรื่องของความเชื่อมั่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นเรื่องที่ได้รับความไว้วางใจมากที่สุด และมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่นอย่างชัดเจน โดยด้านความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.27 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 88.00) รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.17 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 83.37) และประโยชน์ที่นำไป ประยุกต์ใช้ (4.08 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 81.51) ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการรายอื่น ความคุ้มค่าของต้นทุน หรือค่าใช้จ่าย ได้รับคะแนนมากที่สุด (4.11 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.11) รองลงมาคือ ประโยชน์ที่นำไป ประยุกต์ใช้ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) และความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ (3.89 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.89) รายละเอียดดังตารางที่ 5-8

ตารางที่ 5-8 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามผู้ให้บริการ

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ	ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. (จำนวนตัวอย่าง 172 ราย)		ผลิตภัณฑ์/ บริการ ของผู้ให้บริการรายอื่น (จำนวนตัวอย่าง 19 ราย)	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับ	81.51	4.08	80.00	4.00
2. ความเหมาะสมของรูปแบบ หรือการนำเสนอ	80.12	4.01	77.89	3.89
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ	83.37	4.17	76.84	3.84
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	76.51	3.83	82.11	4.11
5. ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ	85.47	4.27	76.84	3.84
ระดับความคิดเห็นโดยรวม	81.40	4.07	78.74	3.94

3.2 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. จำแนกตาม ประเภทลูกค้า พบว่า กลุ่มหน่วยงานของรัฐ ได้รับคะแนนมากกว่าผู้ให้บริการรายอื่นทุกด้าน กลุ่ม สถาบันการศึกษา และบุคคลทั่วไป เห็นว่าผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. มีความคุ้มค่าของต้นทุนหรือ ค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ส่วนบริษัทเอกชน ได้รับคะแนนไม่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นใน ทุกด้าน

โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มประเภทลูกค้า ดังนี้

- หน่วยงานของรัฐ ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.00) รองลงมา คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) ประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (3.90 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.00) ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการรายอื่น ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ (3.90 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.00) และประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (3.80 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 76.00)

- สถาบันการศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 95.00) เท่ากัน รองลงมาคือ ประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) และความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการรายอื่น ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (4.50 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.00) รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) และประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (3.75 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 75.00)

- บริษัทเอกชน ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. เท่ากับผู้ให้บริการรายอื่นทุกด้าน

- บุคคลทั่วไป ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ และประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (4.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 93.33) เท่ากัน รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (4.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.67) และความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ (4.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 80.00) ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการรายอื่น ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (4.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 93.33) รองลงมาคือ ประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ (4.33 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.67) ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ (3.67 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 73.33) เท่ากัน รายละเอียดดังตารางที่ 5-9

ตารางที่ 5-9 ประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ประเภทลูกค้า			1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับ	2. ความเหมาะสมของรูปแบบ หรือการนำเสนอ	3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ	4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5. ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ
หน่วยงานของรัฐ	GISTDA	ร้อยละ	80.00	80.00	80.00	78.00	86.00
		ค่าเฉลี่ย	4.00	4.00	4.00	3.90	4.30
	ผู้ให้บริการราย	ร้อยละ	76.00	80.00	78.00	72.00	72.00
		ค่าเฉลี่ย	3.80	4.00	3.90	3.60	3.60
สถาบันการศึกษา	GISTDA	ร้อยละ	90.00	75.00	95.00	80.00	95.00
		ค่าเฉลี่ย	4.50	3.75	4.75	4.00	4.75
	ผู้ให้บริการรายอื่น	ร้อยละ	75.00	65.00	70.00	90.00	80.00
		ค่าเฉลี่ย	3.75	3.25	3.50	4.50	4.00
บริษัทเอกชน	GISTDA	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	ผู้ให้บริการรายอื่น	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		ค่าเฉลี่ย	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
บุคคลทั่วไป	GISTDA	ร้อยละ	93.33	80.00	93.33	66.67	86.67
		ค่าเฉลี่ย	4.67	4.00	4.67	3.33	4.33
	ผู้ให้บริการรายอื่น	ร้อยละ	86.67	73.33	66.67	93.33	73.33
		ค่าเฉลี่ย	4.33	3.67	3.33	4.67	3.67

4. ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.

ความภักดีที่มีต่อบริการของ สทอภ. ทำการสำรวจใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การกลับมาใช้บริการของ สทอภ. และ 2) จะแนะนำบริการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ พบว่า มีกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. (Promoters) มากกว่าครึ่งทั้งเรื่องการกลับมาใช้บริการ และการแนะนำบอกต่อกิจกรรม/โครงการ ของ สทอภ. ส่วนค่า Net Promoters Score (NPS) ที่เกิดจากส่วนต่างของสัดส่วนกลุ่มที่จะสนับสนุนองค์กร (Promoters) และสัดส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการ (Detractor) พบว่า การกลับมาใช้บริการ ของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 54.65 และแนะนำกิจกรรม/ โครงการของ สทอภ.ให้กับบุคคลอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 55.81 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการ สทอภ. มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. เป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม มีบางส่วนหรือประมาณร้อยละ 5 ที่มีแนวโน้มจะไม่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. ซึ่งเป็นความท้าทายที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มดังกล่าวต่อไป รายละเอียดดังตารางที่ 5-10

ตารางที่ 5-10 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ.

ระดับคะแนน	การกลับมาใช้บริการกับ GISTDA	จะแนะนำกิจกรรม/ โครงการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ
10	43.02	44.77
9	16.86	16.86
8	25.00	21.51
7	9.88	11.05
6	4.07	3.49
5	0.58	1.74
4	-	-
3	0.58	-
2	-	-
1	-	0.58
0	-	-
Promoters	59.88	61.63
Passives	34.88	32.56
Detractors	5.23	5.81
Net Promoter Score	54.65	55.81

หากพิจารณาความภักดีที่มีต่อบริการของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้า พบว่า หน่วยงานของรัฐ และบุคคลทั่วไป มีกลุ่มที่เป็นผู้สนับสนุน สทอภ. มากกว่าร้อยละ 70 ซึ่งมากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่นค่อนข้างมาก โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มประเภทลูกค้า ดังนี้

- หน่วยงานของรัฐ Net Promoter Score ของการกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 46.24 และแนะนำกิจกรรม/โครงการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 47.31
- สถาบันการศึกษา Net Promoter Score ของการกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 66.67 และแนะนำกิจกรรม/โครงการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 76.19
- บริษัทเอกชน Net Promoter Score ของการกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 62.00 และแนะนำกิจกรรม/โครงการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 62.00
- บุคคลทั่วไป Net Promoter Score ของการกลับมาใช้บริการของ สทอภ. คิดเป็นร้อยละ 75.00 และแนะนำกิจกรรม/โครงการของ สทอภ. ให้กับบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รายละเอียดดังตารางที่ 5-11

ตารางที่ 5-11 ความภักดีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ สทอภ. จำแนกตามประเภทลูกค้า

ระดับคะแนน	หน่วยงานของรัฐ		สถาบันการศึกษา		บริษัทเอกชน		บุคคลทั่วไป	
	การกลับมาใช้บริการ	การแนะนำบอกต่อ	การกลับมาใช้บริการ	การแนะนำบอกต่อ	การกลับมาใช้บริการ	การแนะนำบอกต่อ	การกลับมาใช้บริการ	การแนะนำบอกต่อ
10	33.33	38.71	57.14	57.14	52.00	50.00	62.50	50.00
9	19.35	15.05	14.29	23.81	14.00	16.00	12.50	25.00
8	30.11	29.03	9.52	-	22.00	18.00	25.00	12.50
7	10.75	10.75	14.29	14.29	8.00	12.00	-	-
6	4.30	3.23	4.76	-	4.00	4.00	-	12.50
5	1.08	2.15	-	4.76	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
3	1.08	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
1	-	1.08	-	-	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoters	52.69	53.76	71.43	80.95	66.00	66.00	75.00	75.00
Passives	40.86	39.78	23.81	14.29	30.00	30.00	25.00	12.50
Detractors	6.45	6.45	4.76	4.76	4.00	4.00	0.00	12.50
NPS	46.24	47.31	66.67	76.19	62.00	62.00	75.00	62.50

5. ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.

ทำการสำรวจทัศนคติที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. ที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) 2) สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ 3) สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง 4) สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ 5) สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ 6) สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย และ 7) สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ

ทัศนคติโดยรวมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สทอภ. อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.20 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.04 โดยเห็นด้วยว่า สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information) มากที่สุด (4.31 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 86.16) รองลงมาคือ สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ (4.28 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.70) และ สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ (4.24 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.77) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 5-12

ตารางที่ 5-12 ภาพลักษณ์ที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ.

ภาพลักษณ์	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	86.16	4.31
2. สทอภ. เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	85.70	4.28
3. สทอภ. มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	82.56	4.13
4. สทอภ. ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	84.53	4.23
5. สทอภ. แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ	81.63	4.08
6. สทอภ. เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	82.91	4.15
7. สทอภ. เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	84.77	4.24
รวม	84.04	4.20

นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อวัดระดับความผูกพัน ซึ่งคำนวณตัวชี้วัด (Indicator) สำหรับการวัดระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการ (% Completely Engagement) โดยการคำนวณหาสัดส่วนเป็นร้อยละ (%) ของผู้มาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการที่ให้ “คะแนนความเห็นด้วย” เต็ม 5 คะแนนทั้ง 7 ประเด็น พบว่า ระดับความผูกพันโดยสมบูรณ์ของผู้มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 17.44 ของจำนวนผู้ใช้บริการที่ทำการสำรวจทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มีโอกาสในการพัฒนาภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไปอีก หากพิจารณาตามประเภทลูกค้า พบว่า หน่วยงานของรัฐ มีระดับความผูกพันมากที่สุด (%Completely Engagement เท่ากับ 22.58) รองลงมาคือ บริษัทเอกชน (%Completely Engagement เท่ากับ 14.00) บุคคลทั่วไป (%Completely Engagement เท่ากับ 12.50) และสถาบันการศึกษา (%Completely Engagement เท่ากับ 4.76)

6. ผลการปรับปรุงการให้บริการของ สทอภ.

จากการดำเนินงานปรับปรุงการให้บริการของ สทอภ. ในช่วงปีที่ผ่านมาใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก และ 2) การปรับปรุงราคาผลิตภัณฑ์มาตรฐาน เมื่อพิจารณาผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของ สทอภ. ใน ปี 2562 เทียบกับปี 2563 พบว่า ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการแล้ว อย่างไรก็ตาม ช่องทางเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่ผู้รับบริการต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น สทอภ. ควรพิจารณาเพิ่มข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านช่องทางดังกล่าวให้มากขึ้น ส่วนการปรับปรุงราคาผลิตภัณฑ์มาตรฐาน หากพิจารณาจากประโยชน์ที่ได้รับเรื่องความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย กลุ่มผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ และกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ เห็นว่ามีความคุ้มค่าจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ น้อยกว่ากลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับปีที่ผ่านมา แม้คะแนนจะอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดแล้ว แต่อย่างน้อยกว่าปีที่ผ่านมาในทุกด้านที่ทำการสำรวจ โดยเฉพาะด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ รายละเอียดดังตารางที่ 5-13

ตารางที่ 5-13 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการของ สทอภ. เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2562 และ 2563

ประเด็นการสำรวจ	ปี 2562		ปี 2563		ส่วนต่าง ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ
	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	ร้อยละ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	
ด้านกระบวนการให้บริการ	95.20	4.76	87.67	4.38	-0.38
ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ	96.00	4.80	87.70	4.39	-0.41
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	96.20	4.81	91.66	4.58	-0.23
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	95.00	4.75	88.54	4.43	-0.32
ความพึงพอใจโดยรวม	95.80	4.79	88.72	4.44	-0.35
จำนวนตัวอย่าง	264		172		

7. การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

1) หน่วยงานของรัฐ

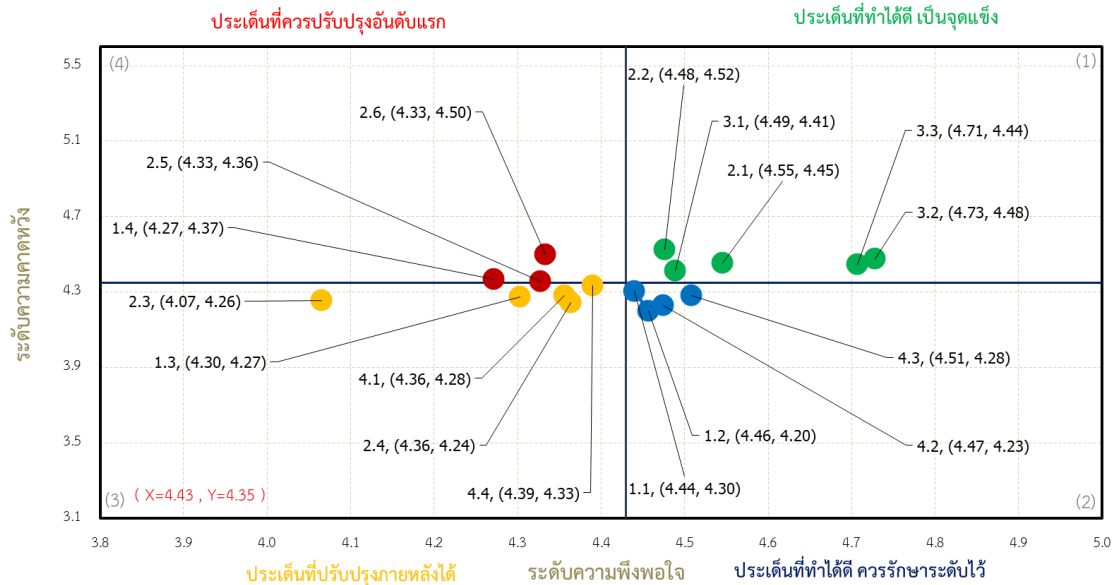
(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ มีความครบถ้วน สมบูรณ์ มีความถูกต้องแม่นยำ วิทยาการ มีความรู้ ให้คำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว การบริการชัดเจน มีการชี้แจงรายละเอียด ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก สามารถใช้งานได้จริง สามารถนำไปต่อยอดในงานอื่นได้ ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ และความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ระยะเวลาเหมาะสม มีความทันสมัย และให้คำแนะนำหลังส่งมอบงาน

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 5-1



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
2.1 มีความครบถ้วน สมบูรณ์ 2.2 มีความถูกต้องแม่นยำ 3.1 วิชยากร มีความรู้ ให้ คำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็ม ใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอา ใจใส่ กระตือรือร้นและ พร้อมที่จะให้บริการ	1.1 ความสะดวก รวดเร็ว 1.2 การบริการชัดเจน มี การชี้แจงรายละเอียด 4.2 ความเพียงพอของสิ่ง อำนวยความสะดวก 4.3 ความสะอาดของ สถานที่จัดอบรม/สัมมนา	1.3 การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก 2.3 สามารถใช้งานได้จริง 2.4 สามารถนำไปต่อยอด ในงานอื่นได้ 4.1 ความสะดวกในการ เดินทางมารับบริการ 4.4 ความพร้อมของ เอกสารและอุปกรณ์ที่ เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	1.4 ระยะเวลาเหมาะสม 2.5 มีความทันสมัย 2.6 ให้คำแนะนำหลังส่ง มอบงาน

แผนภาพที่ 5-1 Performance Important Analysis (หน่วยงานของรัฐ)

2) สถาบันการศึกษา

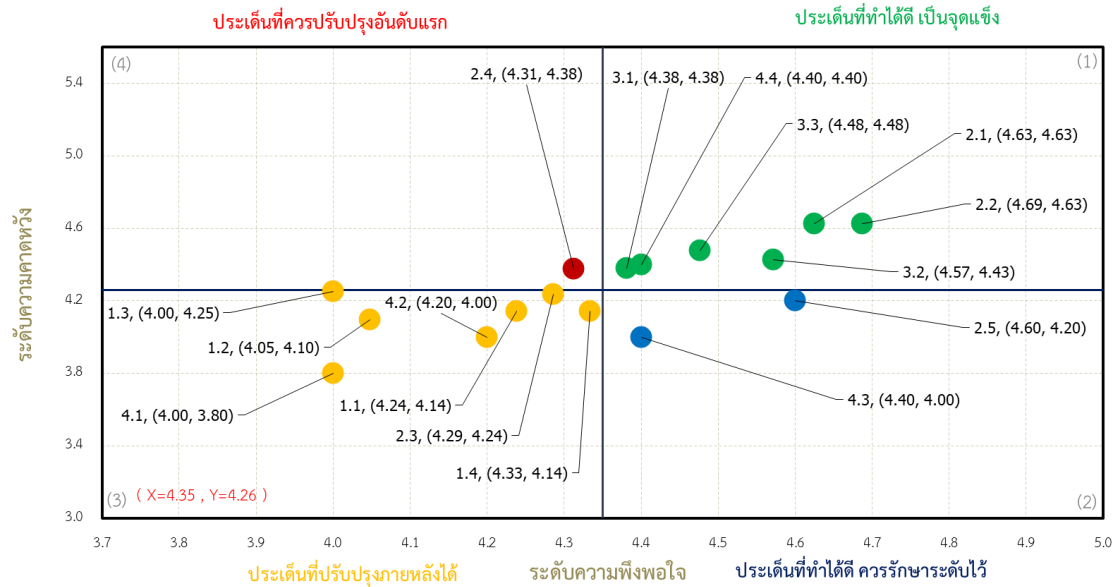
(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ มีความครบถ้วน สมบูรณ์ มีความถูกต้องแม่นยำ วิทยากร มีความรู้ ให้คำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ และความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ มีความทันสมัย และความสะอาดของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว การบริการชัดเจน มีการชี้แจงรายละเอียด การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก ระยะเวลาเหมาะสม สามารถใช้งานได้จริง ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ และความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) คือ สามารถนำไปต่อยอดในงานอื่นได้

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 5-2



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
2.1 มีความครบถ้วน สมบูรณ์ 2.2 มีความถูกต้องแม่นยำ 3.1 วิทยากร มีความรู้ ให้ คำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็ม ใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอา ใจใส่ กระตือรือร้นและ พร้อมที่จะให้บริการ 4.4 ความพร้อมของ เอกสารและอุปกรณ์ที่ เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	2.5 มีความทันสมัย 4.3 ความสะอาดของ สถานที่จัดอบรม/สัมมนา	1.1 ความสะดวก รวดเร็ว 1.2 การบริการชัดเจน มี การชี้แจงรายละเอียด 1.3 การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก 1.4 ระยะเวลาเหมาะสม 2.3 สามารถใช้งานได้จริง 4.1 ความสะดวกในการ เดินทางมารับบริการ 4.2 ความเพียงพอของสิ่ง อำนวยความสะดวก	2.4 สามารถนำไปต่อยอด ในงานอื่นได้

แผนภาพที่ 5-2 Performance Important Analysis (สถาบันการศึกษา)

3) บริษัทเอกชน

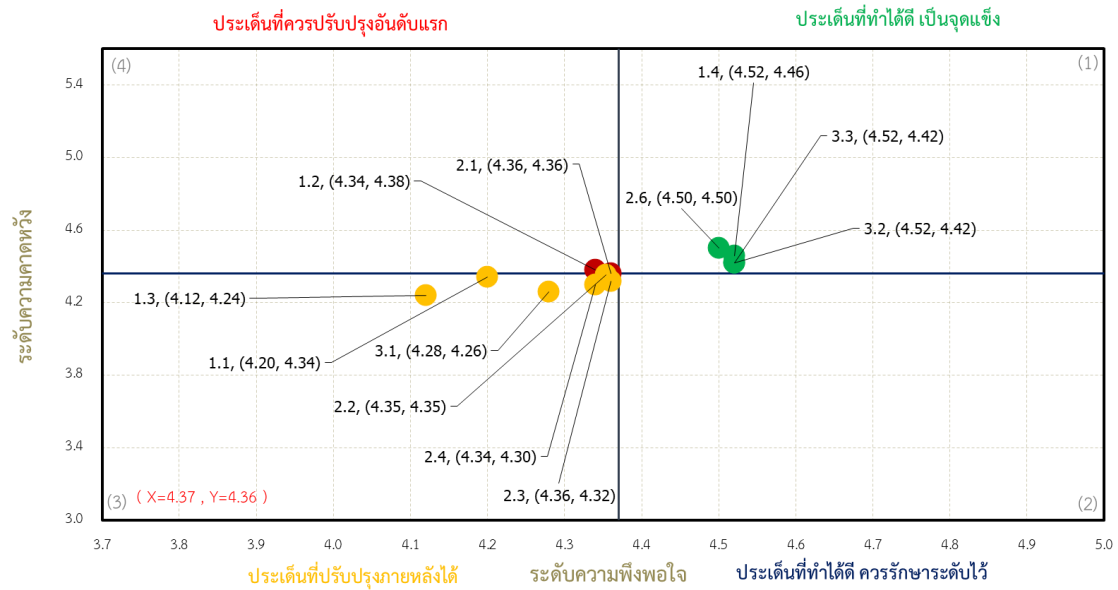
(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ระยะเวลาเหมาะสม ให้คำแนะนำหลังส่งมอบงาน เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ทั้งนี้ไม่มีเรื่องที่ต้องรักษาระดับไว้

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก มีความถูกต้องแม่นยำ สามารถใช้งานได้จริง สามารถนำไปต่อยอดในงานอื่นได้ และวิทยากร มีความรู้ ให้คำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ การบริการชัดเจน มีการชี้แจงรายละเอียด และมีความครบถ้วน สมบูรณ์

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 5-3



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
1.4 ระยะเวลาเหมาะสม 2.6 ให้คำแนะนำหลังส่งมอบงาน 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ	-	1.1 ความสะอาด รวดเร็ว 1.3 การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก 2.2 มีความถูกต้องแม่นยำ 2.3 สามารถใช้งานได้จริง 2.4 สามารถนำไปต่อยอดในงานอื่นได้ 3.1 วิทยากร มีความรู้ ให้คำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน	1.2 การบริการชัดเจน มีการชี้แจงรายละเอียด 2.1 มีความครบถ้วน สมบูรณ์

แผนภาพที่ 5-3 Performance Important Analysis (บริษัทเอกชน)

4) บุคคลทั่วไป

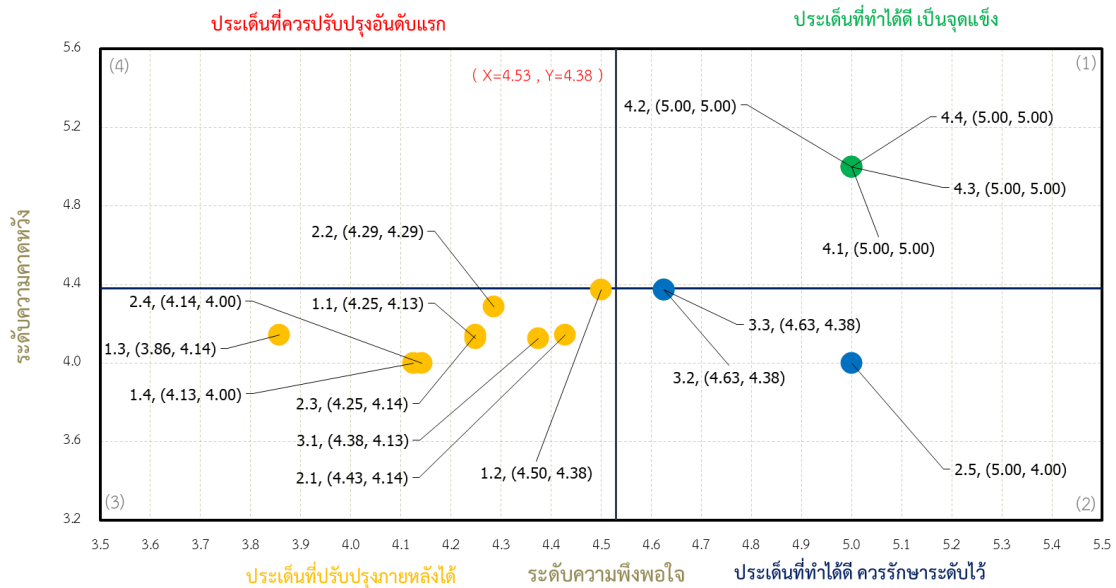
(1) ประเด็นที่ทำได้ดี เป็นจุดแข็ง (Maintain Strong Performance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา และความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

(2) ประเด็นที่ทำได้ดี ควรรักษาระดับไว้ (Monitor for Change in Importance) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจสูงแล้ว (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ มีความทันสมัย เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ

(3) ประเด็นที่ปรับปรุงภายหลังได้ (Focus if Resource Permit) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) และเป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว การบริการชัดเจน มีการชี้แจงรายละเอียด การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก ระยะเวลาเหมาะสม มีความครบถ้วน สมบูรณ์ มีความถูกต้องแม่นยำ สามารถใช้งานได้จริง สามารถนำไปต่อยอดในงานอื่นได้ และวิทยากร มีความรู้ ให้คำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน

(4) ประเด็นที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก (Priority Area for Improvement) เป็นเรื่องที่มีความคาดหวังสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) แต่เป็นเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจต่ำ (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม) ทั้งนี้ไม่มีเรื่องที่ต้องปรับปรุงเป็นอันดับแรก

รายละเอียดดังแผนภาพที่ 5-4



หมายเหตุ : ค่าบนแกน X หมายถึง ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และค่าบนแกน Y หมายถึง ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

1. ประเด็นที่ทำได้ เป็นจุดแข็ง	2. ประเด็นที่ทำได้ ควรรักษาระดับไว้	3. ประเด็นที่ปรับปรุง ภายหลังได้	4. ประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก
4.1 ความสะดวกในการ เดินทางมารับบริการ 4.2 ความเพียงพอของสิ่ง อำนวยความสะดวก 4.3 ความสะอาดของ สถานที่จัดอบรม/สัมมนา 4.4 ความพร้อมของ เอกสารและอุปกรณ์ที่ เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	2.5 มีความทันสมัย 3.2 เจ้าหน้าที่มีความเต็ม ใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร 3.3 เจ้าหน้าที่มีความเอา ใจใส่ กระตือรือร้นและ พร้อมที่จะให้บริการ	1.1 ความสะดวก รวดเร็ว 1.2 การบริการชัดเจน มี การชี้แจงรายละเอียด 1.3 การบริการไม่ซับซ้อน สะดวก 1.4 ระยะเวลาเหมาะสม 2.1 มีความครบถ้วน สมบูรณ์ 2.2 มีความถูกต้องแม่นยำ 2.3 สามารถใช้งานได้จริง 2.4 สามารถนำไปต่อยอด ในงานอื่นได้ 3.1 วิทยากร มีความรู้ ให้ คำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน	-

แผนภาพที่ 5-4 Performance Important Analysis (บุคคลทั่วไป)

ข้อเสนอแนะของคณะผู้วิจัย

1. ด้านช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ช่องทางที่มีการใช้บริการมากที่สุดในปัจจุบัน คือ เว็บไซต์ และอีเมล แต่เมื่อสอบถามความต้องการของผู้รับบริการกลับพบว่ามีความต้องการใช้บริการช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ค่อนข้างมากในหลายกลุ่ม ดังนั้น สทอภ. จึงควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงช่องทางในการเข้ารับบริการต่างๆ ในช่องทางนี้มากขึ้น

2. ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. หากเปรียบเทียบทัศนคติที่สะท้อนถึงการได้รับประโยชน์ในมิติต่างๆ เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. เทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น พบว่า ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์/ บริการของ สทอภ. ค่อนข้างมากในทุกกลุ่ม แต่ในมิติของผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ยังคงได้รับคะแนนน้อยกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ได้แก่ ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกลุ่มผู้รับบริการ ข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดความรู้ และความเหมาะสมของรูปแบบหรือการให้คำปรึกษาที่จะสามารถนำไปใช้งานได้ของกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ ดังนั้น สทอภ. ควรพิจารณาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์/ บริการ โดยเฉพาะมิติด้านการนำไปประยุกต์ใช้งาน และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น และใช้โอกาสในการมีจุดแข็งเรื่องความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร หรือผลิตภัณฑ์และบริการมาช่วยในการผลักดันพัฒนาเรื่องดังกล่าว

3. ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับบริการด้านอื่น และระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังเล็กน้อย ซึ่งจะต้องปรับปรุงทั้งการจัดให้มีช่องทางการให้บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย การลดความยุ่งยากและเพิ่มความสะดวกของกระบวนการสั่งซื้อและขอข้อมูล และการจัดระบบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ การขอรับบริการจะต้องมีข้อมูลต่างๆ ให้พร้อม และชัดเจน

4. การบริหารความพึงพอใจให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

- กรณีที่แบ่งกลุ่มลูกค้าที่รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ จำแนกตามมูลค่าการซื้อ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อสูงมีระดับการได้รับประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศของ สทอภ. ต่ำกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อปานกลางและกลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่าการซื้อต่ำในทุกประเด็น ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประยุกต์ใช้ คุณภาพบริการ ความคุ้มค่า และความเชื่อมั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของความเชื่อมั่น ที่มีค่าระดับต่ำที่สุด ดังนั้น สทอภ. จึงควรจะต้องหามาตรการในการติดตามการใช้ประโยชน์ของลูกค้ากลุ่มนี้ พร้อมทั้งมีกลยุทธ์หลังการขายเพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ มีการใช้งานอย่างคุ้มค่า และมีทัศนคติที่ดีต่อคุณภาพการบริการ

- กรณีที่แบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน และบุคคลทั่วไป หากพิจารณาประเด็นที่ควรพัฒนาปรับปรุงแก้ไขบริการจากการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis) พบว่า กลุ่มหน่วยงานของรัฐ ควรปรับปรุงเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์/ บริการ ได้แก่ ความทันสมัยของเนื้อหา การให้คำแนะนำหลังการส่งมอบงาน และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม กลุ่มสถาบันการศึกษา ควรปรับปรุงเรื่องการนำความรู้ไปต่อยอดใช้งาน กลุ่มบริษัทเอกชน ควรปรับปรุงเรื่องกระบวนการให้บริการที่ควรมีการชี้แจงรายละเอียดชัดเจน และคุณภาพบริการควรมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ส่วนกลุ่มบุคคลทั่วไป ไม่มีบริการใดที่ควรปรับปรุงเร่งด่วน แต่ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่มีความประทับใจและเป็นจุดแข็งของบริการ จึงควรรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้ จะเห็นได้ว่ามุมมองต่อการให้บริการของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ สทอภ. ควรพิจารณาจากทรัพยากรขององค์กร และผลกระทบที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ

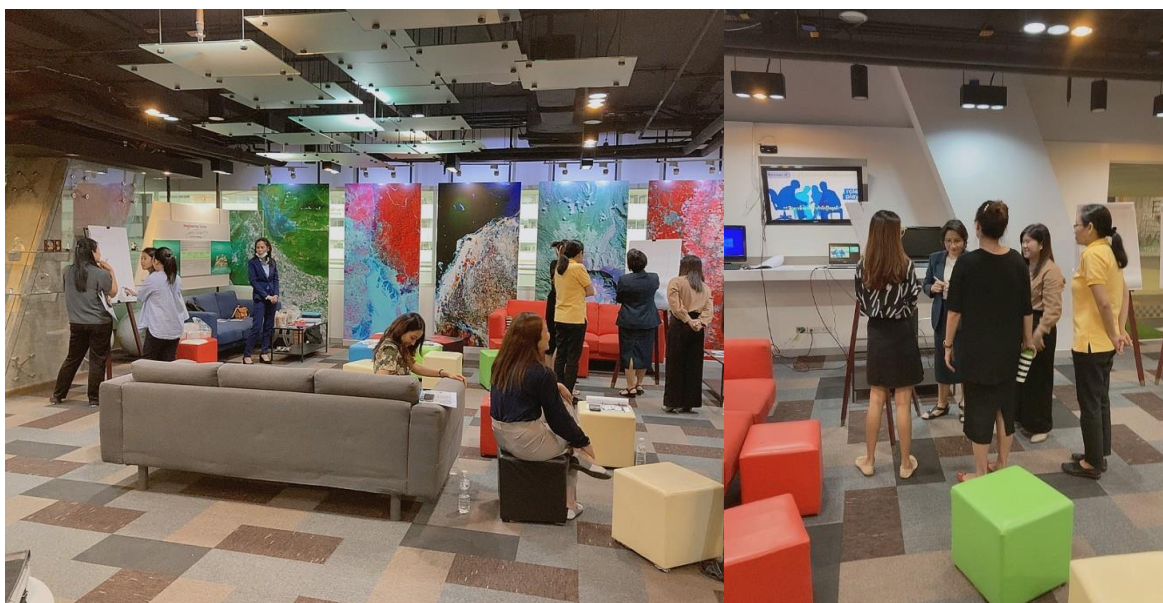
ภาคผนวก ก

กิจกรรมการจัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการสื่อสาร

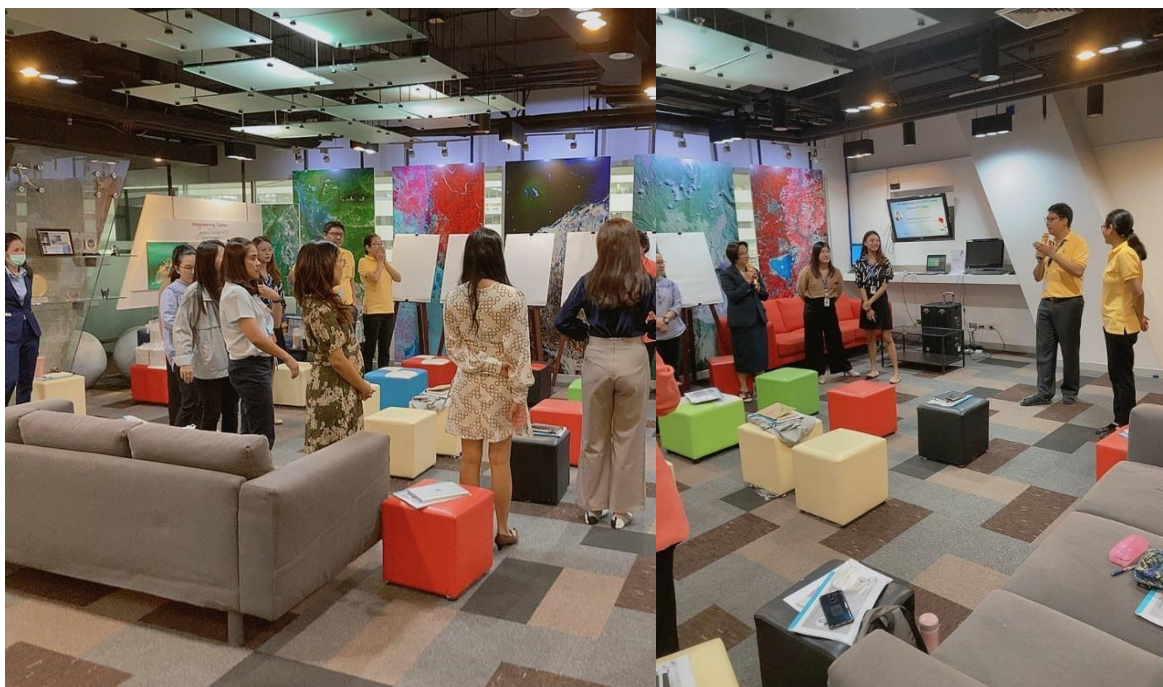
ภาพบรรยากาศการจัดอบรมฯ



ภาพบรรยากาศการจัดอบรมฯ (ต่อ)



ภาพบรรยากาศการจัดอบรมฯ (ต่อ)



รายชื่อผู้เข้ารับการอบรม



รายชื่อผู้เข้าร่วมฝึกอบรม หลักสูตร “การสื่อสารในยุคการตลาด 4.0”

วันจันทร์ที่ 9 พฤศจิกายน 2563 เวลา 08.30-16.00 น.

ณ พื้นที่ CHR ชั้น 6 สทอภ. ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1	นางสาวกมลมาศ ทองแก้ว	หน.ฟตล.	
2	นางรัชก ศรีผึ้ง	นักพัฒนาธุรกิจ	
3	นางจิรณัย อินทรมณี	นักการตลาด	
4	นางสาวอุตมลักษณ์ มั่นคง	นักภูมิสารสนเทศ	
5	นางสาววสุพรรณ แซ่ตัน	นักพัฒนาธุรกิจ	
6	นางสาวแสงระวี วงษ์กาไชย	นักการตลาด	
7	นายชาคริต พิทักษ์รัตนสกุล	นักเทคโนโลยีสารสนเทศ	
8	นางสาวธัญจิรา บุญมา	นักภูมิสารสนเทศ	
9	นางสาวศิริพร อภินันทนา	นักภูมิสารสนเทศ	
10	นางศิวรักษ์ ดัชนีโอกาส	นักภูมิสารสนเทศ	
11	นายประเสริฐ สดะบดี	นักจัดการงานทั่วไป	

รายชื่อผู้เข้าร่วมการอบรมฯ (ต่อ)



รายชื่อผู้เข้าร่วมฝึกอบรม หลักสูตร “การสื่อสารในยุคการตลาด 4.0”

วันจันทร์ที่ 9 พฤศจิกายน 2563 เวลา 08.30-16.00 น.

ณ พื้นที่ CHR ชั้น 6 สทอภ. ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
12	ดร.เจี๊ยม ฝรัง	นักบริหาร ภาครัฐ ชำนาญการพิเศษ	
13	วิมล วัฒนศิริ	นักการตลาดจากศูนย์ฯ	
14	ปานทอง จิตติคุณ	นักสื่อสารมวลชน	ปานทอง
15	ทพ.พินิจ ภูมิภักดิ์	นักพัฒนาจาก กอ.	
16	ธนา ธรรมเทศ	นักเขียนบทวิทยุกระจายเสียง	ธนา ธรรมเทศ
17	อภาพรณ ป้อมสรวง	นักจัดการงานทั่วไป	อภาพรณ
18	นางสาวชัชชารีย์ ขุ่มแก้ว	นักบริหารวิชาการ	Conference

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจ

แบบสอบถามกลุ่มผู้รับบริการข้อมูลจากดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA มีความประสงค์ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการของ GISTDA จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสำรวจ เพื่อนำผลการสำรวจที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน/การให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลจากแบบสำรวจจะถูกเก็บเป็นความลับทุกประการ การนำเสนอข้อมูลจะสรุปในภาพรวมเท่านั้น โดยไม่มีการแสดงข้อมูลรายบุคคลแต่อย่างใด

- ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2562-เดือนเมษายน 2563 ที่ผ่านมา ท่านได้ใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการดังต่อไปนี้ของ GISTDA หรือไม่ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

หมายเหตุ: กรณีที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการใดเลยขอให้ยุติการตอบแบบแบบสำรวจ

	ผลิตภัณฑ์/ บริการ
1	ข้อมูลดาวเทียม THAICHOTE (ไทยโชต)
2	ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูงมาก (50 เซนติเมตรหรือมากกว่า)
3	ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดสูง (1-2 เมตร)
4	ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดปานกลาง (2 เมตรขึ้นไป)
5	ข้อมูลดาวเทียมรายละเอียดต่ำ
6	ข้อมูลดาวเทียม ระบบเรดาร์

- ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA หรือไม่

1	เคย กรุณาระบุผู้ให้บริการรายอื่น.....
2	ไม่เคย

- ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดในมิติต่างๆ ต่อไปนี้ ระหว่างผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA และผู้ให้บริการรายอื่นที่ท่านเคยใช้บริการ

(หมายเหตุ: กรณีที่ไม่เคยใช้บริการผู้ให้บริการรายอื่นให้ประเมินเฉพาะ GISTDA)

ประเด็น	GISTDA					ผู้ให้บริการรายอื่น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ เช่น ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. ความเหมาะสมของรูปแบบหรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/ บริการ	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

4. การรับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ GISTDA

4.1 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ GISTDA ผ่านช่องทางใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

4.2 ช่องทางใดที่ท่านต้องการให้ GISTDA ทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์มากที่สุด (เลือกได้คำตอบเดียว)

ช่องทาง	4.1 ช่องทางที่ รับทราบ	4.2 ช่องทางที่ ต้องการมากที่สุด
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	1	1
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	2	2
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	3	3
4. เว็บไซต์ของ GISTDA (www.gistda.or.th)	4	4
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	5	5
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	6	6
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	7	7
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	8	8
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	9	9
10. อื่นๆ กรุณาระบุ.....		10

5. ความพึงพอใจและความคาดหวังจากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA

5.1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ GISTDA ภายหลังจากใช้บริการ

5.2 ระดับความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ GISTDA ก่อนใช้บริการ

ประเด็นการสำรวจ	ระดับความพึงพอใจ						ระดับความคาดหวัง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ												
1. กระบวนการสั่งซื้อ/การขอข้อมูลมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ/ขอรับบริการมีข้อมูลชัดเจน	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
3. การให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
4. มีช่องทางการให้บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่าย	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ												
5. ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ส่งมอบมีความครบถ้วน สมบูรณ์	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
6. ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับถูกต้องแม่นยำ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
7. ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้ตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
8. ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดในงานอื่นได้หลากหลาย	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ												
9. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำและแก้ปัญหาถูกต้อง ชัดเจน	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
10. เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
11. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
12. ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมทุกเรื่อง	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	

5.3 กรุณาระบุเหตุผลที่พึงพอใจน้อยกว่า 3 คะแนน หรือพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง

1) ด้านกระบวนการให้บริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

2) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

3) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

6. ท่านจะกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ และแนะนำผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ โดยที่ 0 หมายถึง จะไม่กลับมาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ หรือจะไม่แนะนำเลย ไปจนถึง 10 หมายถึง จะกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการ หรือจะแนะนำอย่างแน่นอน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น										
1. จะกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA อีก	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
2. จะแนะนำผลิตภัณฑ์/ บริการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0

7. ท่านเห็นด้วยต่อบทบาทหน้าที่ของ GISTDA ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

บทบาทหน้าที่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. GISTDA เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	5	4	3	2	1
2. GISTDA เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	5	4	3	2	1
3. GISTDA มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	5	4	3	2	1
4. GISTDA ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	5	4	3	2	1

บทบาทหน้าที่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. GISTDA แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรม อวกาศและภูมิสารสนเทศ	5	4	3	2	1
6. GISTDA เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและ ประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	5	4	3	2	1
7. GISTDA เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิด การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิ สารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	5	4	3	2	1

8. ท่านต้องการผลิตภัณฑ์/ บริการจาก GISTDA เพิ่มเติมในด้านใดบ้าง (โปรดเรียงลำดับตามความต้องการ
จากมากไปน้อย)

- 1).....
- 2).....
- 3).....

ข้อมูลผู้ตอบแบบสำรวจ

ชื่อ-นามสกุล.....หน่วยงาน/ บริษัท

.....

โทรศัพท์.....อีเมล

.....

ที่อยู่/ สถานที่ติดต่อ

.....

แบบสอบถามกลุ่มผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA มีความประสงค์ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการของ GISTDA จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสำรวจ เพื่อนำผลการสำรวจที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการดำเนินงาน/การให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลจากแบบสำรวจจะถูกเก็บเป็นความลับทุกประการ การนำเสนอข้อมูลจะสรุปในภาพรวมเท่านั้น โดยไม่มีการแสดงข้อมูลรายบุคคลแต่อย่างใด

- ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2562-เดือนเมษายน 2563 ที่ผ่านมา ท่านได้เข้ารับการอบรม/ สัมมนาของ GISTDA ดังต่อไปนี้หรือไม่ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

หมายเหตุ: กรณีที่ไม่เคยเข้ารับการอบรม/ สัมมนาหลักสูตรใดเลยขอให้ยุติการตอบแบบสำรวจ

	หลักสูตรการอบรม/ สัมมนา
1	
2	
3	
4	
5	
6	

- ท่านเคยเข้ารับการอบรม/ สัมมนาที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA หรือไม่

1	เคย กรุณาระบุผู้ให้บริการรายอื่น.....
2	ไม่เคย

- ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดในมิติต่างๆ ต่อไปนี้ ระหว่างเข้ารับการอบรม/ สัมมนาของ GISTDA และผู้ให้บริการรายอื่นที่ท่านเคยใช้บริการ

(หมายเหตุ: กรณีที่ไม่เคยใช้บริการผู้ให้บริการรายอื่นให้ประเมินเฉพาะ GISTDA)

ประเด็น	GISTDA					ผู้ให้บริการรายอื่น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการอบรม/ สัมมนา เช่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. ความเหมาะสมของเนื้อหา ความรู้ที่จะนำไปใช้งาน	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. คุณภาพโดยรวมของหลักสูตร	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. ความเชื่อมั่นในหลักสูตร	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

4. การรับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ GISTDA

4.1 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ GISTDA ผ่านช่องทางใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

4.2 ช่องทางใดที่ท่านต้องการให้ GISTDA ทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์มากที่สุด (เลือกได้คำตอบเดียว)

ช่องทาง	4.1 ช่องทางที่ รับทราบ	4.2 ช่องทางที่ ต้องการมากที่สุด
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	1	1
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	2	2
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	3	3
4. เว็บไซต์ของ GISTDA (www.gistda.or.th)	4	4
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	5	5
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	6	6
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	7	7
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	8	8
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	9	9
10. อื่นๆ กรุณาระบุ.....		10

5. ความพึงพอใจและความคาดหวังจากการเข้ารับการอบรม/ สัมมนาของ GISTDA

5.1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเข้ารับการอบรม/ สัมมนาของ GISTDA ภายหลังจากใช้บริการ

5.2 ระดับความคาดหวังที่มีต่อการเข้ารับการอบรม/ สัมมนาของ GISTDA ก่อนใช้บริการ

ประเด็นการสำรวจ	ระดับความพึงพอใจ						ระดับความคาดหวัง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ												
1. วิธีการสมัครเข้าร่วมอบรม/สัมมนาสะดวก รวดเร็ว	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
2. มีการต้อนรับ/ชี้แจงรายละเอียดเป็นอย่างดี ก่อนเข้าร่วมการอบรม/สัมมนา	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
3. ระยะเวลาในการจัดอบรม/สัมมนามีความเหมาะสมกับหลักสูตร	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้												
4. องค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริง	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
5. ความทันสมัยของหลักสูตร	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ												
6. วิทยากรมีความรู้ความสามารถ และถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
7. เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ สุภาพ เป็นมิตร	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
8. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก												
9. ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
10. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องจัดกิจกรรม ห้องน้ำ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
11. ความสะอาดของสถานที่จัดอบรม/สัมมนา	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
12. ความพร้อมของเอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมทุกเรื่อง	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	

5.3 กรุณาระบุเหตุผลที่พึงพอใจน้อยกว่า 3 คะแนน หรือพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง

1) ด้านกระบวนการให้บริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

2) ด้านคุณภาพของเนื้อหา ความรู้ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

3) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

6. ท่านจะกลับมาอบรม/สัมมนา และแนะนำหลักสูตรของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ โดยที่ 0 หมายถึง จะไม่กลับมาอบรม/สัมมนา หรือจะไม่แนะนำเลย ไปจนถึง 10 หมายถึง จะกลับมาอบรม/สัมมนา หรือจะแนะนำอย่างแน่นอน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น										
1. จะกลับมาอบรม/สัมมนา กับ GISTDA อีก	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
2. จะแนะนำหลักสูตรของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0

7. ท่านเห็นด้วยต่อบทบาทหน้าที่ของ GISTDA ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

บทบาทหน้าที่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. GISTDA เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนา ดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	5	4	3	2	1
2. GISTDA เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	5	4	3	2	1

บทบาทหน้าที่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. GISTDA มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	5	4	3	2	1
4. GISTDA ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	5	4	3	2	1
5. GISTDA แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรมอวกาศและภูมิสารสนเทศ	5	4	3	2	1
6. GISTDA เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	5	4	3	2	1
7. GISTDA เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	5	4	3	2	1

8. ท่านต้องการให้ GISTDA เพิ่มเติมหลักสูตรการอบรม/สัมมนาในด้านใดบ้าง (โปรดเรียงลำดับตามความต้องการจากมากไปน้อย)

- 1).....
- 2).....
- 3).....

ข้อมูลผู้ตอบแบบสำรวจ

ชื่อ-นามสกุล.....หน่วยงาน/ บริษัท.....
 โทรศัพท์.....อีเมล์.....
 ที่อยู่/ สถานที่ติดต่อ

แบบสอบถามกลุ่มผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA มีความประสงค์ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการของ GISTDA จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสำรวจ เพื่อนำผลการสำรวจที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน/การให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลจากแบบสำรวจจะถูกเก็บเป็นความลับทุกประการ การนำเสนอข้อมูลจะสรุปในภาพรวมเท่านั้น โดยไม่มีการแสดงข้อมูลรายบุคคลแต่อย่างใด

- ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2562-เดือนเมษายน 2563 ที่ผ่านมา ท่านได้รับบริการให้คำปรึกษาโครงการจาก GISTDA ดังต่อไปนี้หรือไม่ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

หมายเหตุ: กรณีที่ไม่เคยได้รับบริการให้คำปรึกษาโครงการใดเลยขอให้ยุติการตอบแบบสำรวจ

	โครงการ
1	
2	
3	
4	
5	
6	

- ท่านเคยใช้บริการที่ปรึกษาโครงการที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ GISTDA หรือไม่

1	เคย กรุณาระบุผู้ให้บริการรายอื่น.....
2	ไม่เคย

- ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดในมิติต่างๆ ต่อไปนี้ ระหว่างบริการให้คำปรึกษาของ GISTDA และผู้ให้บริการรายอื่นที่ท่านเคยใช้บริการ

(หมายเหตุ: กรณีที่ไม่เคยใช้บริการผู้ให้บริการรายอื่นให้ประเมินเฉพาะ GISTDA)

ประเด็น	GISTDA					ผู้ให้บริการรายอื่น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากให้คำปรึกษา เช่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. ความเหมาะสมของรูปแบบหรือการให้คำปรึกษาที่สามารถนำไปใช้งานได้	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. คุณภาพโดยรวมของการให้คำปรึกษา	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. ความคุ้มค่าของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. ความเชื่อมั่นในบริการให้คำปรึกษา	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

4. การรับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ GISTDA

4.1 ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ GISTDA ผ่านช่องทางใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

4.2 ช่องทางใดที่ท่านต้องการให้ GISTDA ทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์มากที่สุด (เลือกได้คำตอบเดียว)

ช่องทาง	4.1 ช่องทางที่ รับทราบ	4.2 ช่องทางที่ ต้องการมากที่สุด
1. สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ของ GISTDA (แผ่นพับ, โบรชัวร์, โปสเตอร์)	1	1
2. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (Facebook)	2	2
3. สื่อสังคมออนไลน์ของ GISTDA (YouTube)	3	3
4. เว็บไซต์ของ GISTDA (www.gistda.or.th)	4	4
5. งานประชุม/สัมมนา/นิทรรศการที่ GISTDA เป็นเจ้าภาพ หรือร่วมจัด	5	5
6. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด/การขายของ GISTDA	6	6
7. จดหมาย/จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) จาก GISTDA	7	7
8. สกู๊ป/ บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ	8	8
9. บทความ/ บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	9	9
10. อื่นๆ กรุณาระบุ.....		10

5. ความพึงพอใจและความคาดหวังจากการรับบริการให้คำปรึกษาของ GISTDA

5.1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อเข้ารับบริการให้คำปรึกษาของ GISTDA ภายหลังจากใช้บริการ

5.2 ระดับความคาดหวังที่มีต่อเข้ารับบริการให้คำปรึกษาของ GISTDA ก่อนใช้บริการ

ประเด็นการสำรวจ	ระดับความพึงพอใจ						ระดับความคาดหวัง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ												
1. ความสะดวกรวดเร็วในการขอใช้บริการให้คำปรึกษา/โครงการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
2. ความชัดเจนของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอรับบริการให้คำปรึกษา/โครงการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
3. ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน และมีความคล่องตัว	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
4. ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา												
5. โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษามีความถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
6. โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถใช้งานได้จริงตามที่ต้องการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
7. มีบริการให้คำแนะนำการใช้งานโครงการ/ ผลงาน หลังจากส่งมอบงาน	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
8. โครงการ/ผลงาน ที่ได้รับจากบริการให้คำปรึกษา สามารถนำไปใช้งาน หรือต่อยอดในงานอื่นได้	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ												
9. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำและแก้ปัญหา ถูกต้อง ชัดเจน	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
10. เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการสุภาพ เป็นมิตร	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
11. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ	5	4	3	2	1	99	5	4	3	2	1	99
ความพึงพอใจและความคาดหวังโดยรวมทุกเรื่อง	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	

5.3 กรุณาระบุเหตุผลที่พึงพอใจน้อยกว่า 3 คะแนน หรือพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง

1) ด้านกระบวนการให้บริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

2) ด้านคุณภาพของบริการให้คำปรึกษา กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

3) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ กรุณาระบุเหตุผล

.....

.....

.....

6. ท่านจะกลับมาใช้บริการให้คำปรึกษา และแนะนำบริการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ โดยที่ 0 หมายถึง จะไม่กลับมาใช้บริการ หรือจะไม่แนะนำเลย ไปจนถึง 10 หมายถึง จะกลับมาใช้บริการ หรือจะแนะนำอย่างแน่นอน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น										
1. จะกลับมาใช้บริการกับ GISTDA อีก	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
2. จะแนะนำบริการของ GISTDA ให้กับบุคคลอื่นๆ	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0

7. ท่านเห็นด้วยต่อบทบาทหน้าที่ของ GISTDA ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

บทบาทหน้าที่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. GISTDA เป็นองค์กรชั้นนำระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนในการให้บริการด้านการพัฒนาดาวเทียมและภูมิสารสนเทศ (Geo-information)	5	4	3	2	1
2. GISTDA เป็นองค์กรชั้นนำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ	5	4	3	2	1
3. GISTDA มีเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรอวกาศระดับสากลที่เข้มแข็ง	5	4	3	2	1
4. GISTDA ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ	5	4	3	2	1

บทบาทหน้าที่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. GISTDA แก้ไขปัญหาของประเทศด้วยนวัตกรรม อวกาศและภูมิสารสนเทศ	5	4	3	2	1
6. GISTDA เป็นองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมและ ประเทศ ทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับนโยบาย	5	4	3	2	1
7. GISTDA เป็นหน่วยงานที่ผลักดันและส่งเสริมให้เกิด การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิ สารสนเทศ เพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ	5	4	3	2	1

8. ท่านต้องการให้ GISTDA เพิ่มเติมบริการให้คำปรึกษาในด้านใดบ้าง (โปรดเรียงลำดับตามความต้องการ
จากมากไปน้อย)

- 1).....
- 2).....
- 3).....

ข้อมูลผู้ตอบแบบสำรวจ

ชื่อ-นามสกุล.....หน่วยงาน/ บริษัท

.....

โทรศัพท์.....อีเมล

.....

ที่อยู่/ สถานที่ติดต่อ

.....

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถาม และของที่ระลึก

รายชื่อผู้รับบริการข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศ

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
1	คุณ ณัฐสรณ์ คุปตะวาณิช	บริษัท ทีเอ็ม คอนซัลติ้ง เอนจิเนียริง แอนด์ แมเนจเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	เลขที่ 151 ถนนนวลจันทร์ แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
2	คุณ วริศรา ดันตังค์	บริษัท ดับบลิวเอชเอ อินดัสเตรียล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	เลขที่ 9 ชั้น 18 อาคารยูเอ็มทาวเวอร์ ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง จ.เชียงใหม่ 10250
3	คุณ จุฑารัตน์ โอนันต์ทิยะ	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
4	คุณ มานพ ธัญญะสิทธิ์	บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)	เลขที่ 50 หมู่ 3 คลังก๊าซเขาป๋อย อำเภอสรรพยา จ.ชัยภูมิ 20230
5	คุณ อรณัฐ ตั้งยศวิไล	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
6	คุณ กมล แจ่มเรืองทอง	บริษัท พาสโค (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 65 อาคาร 42 ทาวเวอร์ ชั้น 18 ซอยสุขุมวิท 42 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
7	คุณ ชญานิน พรหมจันทร์	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
8	คุณ อรณิธรณ์ ชูประดิษฐ์	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 166 ถนนประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
9	คุณ วราคม วงศ์ชัย	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะวิศวกรรมศาสตร์	เลขที่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ 50200
10	คุณ ประภาภรณ์ บุตรพรม	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
11	คุณ ชัยรัตน์ มหาอำนาจ	บริษัท พรอสเพอริที อินเตอร์เทรด จำกัด	เลขที่ 86/157 หมู่ 2 ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
12	คุณ กัมปนาท มาลัย	บริษัท เอเชียน เอนจิเนียริง คอนซัลแต้นท์ จำกัด	เลขที่ 90/18-20 อาคารสารธานี ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
13	คุณ จิตติกา มณีกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์	เลขที่ 999 หมู่ 5 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170
14	คุณ ราเชน มาลินี	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 15มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จ.สงขลา 90112
15	คุณ วริญญา ใจใส	บริษัท อินทีเกรเทด เอนจิเนียริง คอนซัลแทนท์ จำกัด	เลขที่ 60/93 ซอยรามอินทรา 40 (แยก 33) แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
16	คุณ ดายุรัตน์ ร้องคำ	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
17	คุณ ไพฑูรย์ นิยมพิทักษ์พงศ์	บริษัท นูแมพ จำกัด	เลขที่ 195/47 หมู่ 3 ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
18	คุณ อุดมศักดิ์ สงวนศิริธรรม	กรมป่าไม้	เลขที่ 61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
19	คุณ ญัฐมา นิตินทรตระกูล	บริษัท ไฮโดร ดีไซน์ จำกัด	เลขที่ 236/154 ถนนเลี้ยวเมืองนนทบุรี ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง จ.นนทบุรี 11000
20	คุณ จันทรา งามเนียม	กรมชลประทาน สำนักสำรวจด้านวิศวกรรมและธรณีวิทยา	เลขที่ 811 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
21	Mr.Dibesh Khadka	Asian Institute of Technology, Water Engineering and Management	เลขที่ 58 หมู่ 9 ถนนพหลโยธิน อำเภอลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
22	คุณ นิติ เอียดจ้อย	บริษัท ทีม คอนซัลติ้ง เอนจิเนียริ่ง แอนด์ แมเนจเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	เลขที่ 151 ถนนนวลจันทร์ แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
23	คุณ แผลด ศรีลาชัย	บริษัท เอส ที เอส เอ็นจิเนียริ่ง คอนซัลแตนท์ จำกัด	เลขที่ 196/10-11 ซอยประดิพัทธ์ 14 ถนนประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
24	คุณ วรณิชา ชาตวันชัย	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
25	คุณ พิมพ์ตะวัน มินากุล	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
26	คุณ ไพรญา แก้วน้อย	บริษัท เอ็น.พี.เซอร์เวย์ จำกัด	เลขที่ 189/75 (หมู่บ้านตรียมย์ ฟิฟท์) หมู่ที่ 1 ตำบลบางขุนกอง อำเภอบางกรวย จ.นนทบุรี 11130
27	คุณ จิรเวช กลิเจริญ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ สาขาพัฒนาสังคม (โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา)	เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
28	คุณ จิรเดช ไม้สนธิ์	บริษัท สเปน จำกัด	เลขที่ 223/5 ซอยรามคำแหง 21 ถนนรามคำแหง แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
29	คุณ จิราพร ศิริเวช	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
30	คุณ วีระพล ใจจันทร์	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด	เลขที่ 5 ถนนดินแดง แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
31	คุณ ศุภรดา จรัสแสนปะเสริฐ	บริษัท กันกุลเอ็นจิเนียริ่ง จำกัด (มหาชน)	เลขที่ 1177 อาคารเฟิร์ล แบงก์ค็อก ชั้น 8 ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
32	คุณ ชวกร ชินโชคเจริญ	สวนสัตว์ขอนแก่น	เลขที่ 88 หมู่ 8 - ตำบลคำม่วง อำเภอเขาสวนกวาง จ.ขอนแก่น 40280
33	คุณไมตรี ประทีป ญกลาง	บริษัท แมคโครคอนซัลแตนท์ จำกัด	เลขที่ 20 ซอยรัชดาภิเษก 36 ถนนรัชดาภิเษก แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
34	คุณ ศุภกานต์ จันทรรณ	บริษัท สยามจีไอเอส จำกัด	เลขที่ 9/8-9 หมู่ 10 ตำบลทรายขาว อำเภอยาง จ.เชียงราย 57120
35	คุณ กนิษฐา เจริญเชื้อ	บริษัท ซีคอฟ จำกัด	เลขที่ 239 ถนนริมคลองประปา แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
36	คุณ เนตรนภา ไชยเป้ง	มูลนิธิวิจัยและพัฒนาเพื่อคุณภาพชีวิต	เลขที่ 256/1 หมู่ 5 ตำบลหนองควาย เขตหางดง จ.เชียงใหม่ 50230
37	คุณ ไกรศรี สว่างศรี	กรมสอบสวนคดีพิเศษ	เลขที่ 120 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ชั้น 8 อาคารรัฐประศาสนภักดี ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
38	คุณ สิทธิธรรม อู่รอด	บริษัท จีไออินฟอร์เมติกส์ เทคโนโลยี จำกัด	เลขที่ 120/22 หมู่ 2 ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ 50300
39	คุณ ธวัชชัย ศิริคุณินทร์	-	เลขที่ 100/50 หมู่บ้านมณียา อำเภอเมือง จ.นนทบุรี 11000
40	คุณ อาริยา โอปิเตยกุล	-	เลขที่ 34/24 ถนนรถไฟ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จ.ราชบุรี 10500
41	คุณ ยุภาพร ไชยแสน	บริษัท บุญรักษาฟาร์ม จำกัด	เลขที่ 777 หมู่ 3 ตำบลวังสมบูรณ์ อำเภอวังสมบูรณ์ จ.สระแก้ว 27250
42	คุณ สิริลักษณ์ สุทธิโส	บริษัท อินทิเกรเทด เอนจิเนียริง คอนซัลแทนท์ จำกัด	เลขที่ 60/93 ซอยรามอินทรา 40 (แยก 33) แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
43	คุณ ศศิธร โคสุวรรณ	โครงการวิจัยการหนุนเสริมศักยภาพนักวิจัยท้องถิ่นชุมชน กระเหรี่ยง 5 อำเภอ ชายแดนจังหวัดตากระยะที่ 2 วิทยาลัย โพธิ์วิทยาชัย ม.ศรีนครินทร์วิโรฒ	เลขที่ 114 ถนนสุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
44	คุณ อนุชิต สุขเจริญพงษ์	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่	เลขที่ 75/10 ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
45	คุณ ญัฐพงศ์ เอกศิริพงษ์	บริษัท จีอีอาร์เอ จำกัด	เลขที่ 1159/107 ถนนประชาพัฒนา แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
46	คุณ กันตา กล้าวรารุณ	บริษัท แสงโซคมผลิตผล จำกัด	เลขที่ 122/1 หมู่ที่ 6 ตำบลอุโมงค์ อำเภอเมือง จ.ลำพูน 51150
47	คุณ พงษ์ศักดิ์ มีมุสิก	กองบังคับการปราบปราม	เลขที่ 1096กองกำลังการ 4 กองบังคับการปราบปราม แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
48	คุณ อุทัยวรรณ ผิวพรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์	เลขที่ 25/25 มหาวิทยาลัยมหิดล คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170
49	คุณ ญัฐกมล ศิริธร	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม	เลขที่ 99 หมู่ 18 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จ.ปทุมธานี 10121

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
50	คุณ มานพ รอดแก้ว	หน่วยจัดการต้นน้ำห้วยหมากเหลี่ยม	หน่วยจัดการต้นน้ำห้วยหมากเหลี่ยม บ้านผาเสด็จใน ตำบลดอยฮาง อำเภอเมือง จ.เชียงราย 57000
51	คุณ อธิพงษ์ ก่อผล	กรมป่าไม้	เลขที่ 61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
52	คุณ อริยา เอี่ยมเผ่าจินดา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
53	คุณ พชรินทร์ ชันคำ	สถาบันสำรวจและติดตามการปลูกพืชเสพติด สำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด	ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ ถนนโชตนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ 50303
54	คุณ จรินทร์ บุญญาภาพ	มหาวิทยาลัยนเรศวร คณะเกษตรศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จ.พิษณุโลก 65000
55	คุณ พันธ์ ศรีนวลแก้ว	องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้	เลขที่ 76 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100
56	คุณ พรพรรณา คงสี	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริต แห่งชาติ	เลขที่ 361 ถนนนนทบุรี สยามบิณน้ำ ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จ.นนทบุรี 11000
57	คุณ คณิตญา บุญเกิด	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	เลขที่ 61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
58	คุณ อรุณัฐ ตั้งยศวิไล	บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด	เลขที่ 104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
59	คุณ อนุเผ่า ออบแพทย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชา วิศวกรรมโยธา	เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
60	คุณ สมณธีร ยศอาจ	บริษัท เอฟ โกว์ เซอร์วิส แอนด์ ซัพพลาย จำกัด	เลขที่ 33/169 หมู่ 1 ตำบลเชิงเนิน อำเภอเมือง จ.ระยอง 21000
61	คุณ อรชร กำเนิด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี บัณฑิตวิทยาลัย ร่วมด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 126 ถนนประชาธิปไตย แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140
62	คุณ สันศินัย ทองแถม	กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 2003/61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
63	คุณ อมรรัตน์ เองฉ้วน	-	เลขที่ 7/43 ซอยสวนสยาม 24 แยก 8 ถนนสวนสยาม แขวงคันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ 10230
64	คุณ ชุติศักดิ์ เลิศฤทธิศรีกุล	บริษัท สิทธิประชาแอนด์แอสโซซิเอทส์ จำกัด	เลขที่ 352 หมู่ที่ 2 ตำบลสีคิ้ว อำเภอสีคิ้ว จ.นครราชสีมา 30140

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
65	คุณ เกียรติศักดิ์ ปริตมมงคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศรีเอทีพีแม่ทัพ	เลขที่ 89/308 หมู่ 4 ตำบลเหมือง อำเภอเมือง จ.ชลบุรี 20130
66	คุณ สุขพัฒน์ ไวยสารา	-	แขวงบางปลา เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10900
67	คุณ อาทิตย์ ศิลาวัณษ์	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ.พี.จีโอกราฟิก	เลขที่ 228/5 หมู่ 9 ตำบลทับกวาง อำเภอแก่งคอย จ.สระบุรี 18260
68	คุณ ปรีดา สมใจ	บริษัท ซีคอฟ จำกัด	เลขที่ 239 ถนนริมคลองประปา แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
69	คุณ นิกร มหาวัน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 63 หมู่ 4 ถนนสายเชียงใหม่-พร้าว ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จ. เชียงใหม่ 50290
70	คุณ ธนสรณ์ ปัทมรุจ	องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เขตสุราษฎร์ธานี	เลขที่ 145 หมู่ 2 ถนนศรีวิชัย ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
71	คุณ ญัฐนิชา ธรรมกิริติ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง	อาคารบริหารวิชาการรวม ชั้น 5 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตำบลคลองหอยโข่ง อำเภอหาดใหญ่ จ. สงขลา 90112
72	คุณ อภิวัชร ธรรมศิริ	บริษัท ดีเค็ด คอนซัลแตนท์ จำกัด	เลขที่ 1199 อาคารปิยวรรณ ชั้น 8 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
73	คุณ งามเพ็ญ วงศ์วัฒนะ	กรมแผนที่ทหาร	เลขที่ 111 โรงเรียนแผนที่ ถนนราชดำเนินนอก แขวงบางขุนพรหม เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200
74	คุณ ปรีเวท วรรณโกวิท	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ศูนย์วิศวกรรมสารสนเทศภูมิศาสตร์และนวัตกรรม	เลขที่ 126 ถนนประชาธิปไตย แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140
75	คุณ กมลลักษณ์ ภูมิรักษ์	ศูนย์ปฏิบัติการอุทยานแห่งชาติทางทะเลที่ 2 จ.ภูเก็ต	เลขที่ 927/7 หมู่ 5 ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จ.ภูเก็ต 83110
76	คุณ ปรัช กองสมบัติ	โครงการจัดตั้งวิทยาเขตอำนาจเจริญ มหาวิทยาลัยมหิดล	เลขที่ 259 หมู่ 13 ถนนชยางกูร ตำบลโนนหนามแท่ง อำเภอเมือง จ. อำนาจเจริญ 37000
77	คุณ พรเทพ อนุสรณินิสาร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์	เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
78	คุณ ชัชวาล กมลคุ้มสกุล	บริษัท สำนักกฎหมายจุลจักร ชัชวาล และบุญเชิด จำกัด	เลขที่ 1448 ซอยเทิดไทย 21 แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600
79	คุณ ดวงพร อุปรโมยมาศ	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 166 ถนนประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
80	คุณ ญัฐวุฒิ พรหมดำรงค์	กรมข้าวทหาร กองบัญชาการ กองทัพไทย	เลขที่ 127 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
81	คุณ สมบัติ ดันเจริญ	บริษัท ทรานส์คอนซัลท์ จำกัด	เลขที่ 125 อาคารเดอะปณณ ชั้น 6 ถนนคลองลำเจียก แขวงนวมินทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
82	คุณ ธนาภรณ์	บริษัท ยูนิเวอร์แซล ยูทีลิตี้ส์ จำกัด (มหาชน)	เลขที่ 1 อาคารอีสท์วอเตอร์ ชั้น 18 ซอยวิภาวดีรังสิต 5 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
83	คุณ รัฐพล แพร์ตกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะสิ่งแวดล้อม ภาควิชา วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม	เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
84	คุณ พิเศษ เสนาวงษ์	บริษัท เอ็กซ์พีเรียนซ์ ตอนซ์ลแตนท์ แอนด์โซลูชั่น จำกัด	เลขที่ 1500 ซอยจัญสนิหงส์ 75 แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700
85	คุณ ชินวัชร สิริชลาพันธ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	เลขที่ 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
86	คุณ ขวาลิน เกิดชุมทอง	บริษัท เคบีเอส เคน แอนด์ ชูการ์ จำกัด	เลขที่ 5 ซอยสุขุมวิท 57 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
87	คุณ ฐนิชชา แก้วงาม	บริษัท อินทิเกรเทด เอนจิเนียริ่ง คอนซัลแตนท์ จำกัด	เลขที่ 60/93 ซอยรามอินทรา 40 (แยก 33) แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
88	คุณ รุ่ง นพชัยอนันต์	บริษัท สยามคูโบต้าคอร์ปอเรชั่น จำกัด	เลขที่ 101/19-24 หมู่ที่ 20 นิคมอุตสาหกรรมนวนคร ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
89	คุณ จาตุก น้อยจินดา	บริษัท ยูไนเต็ด แอนนาลิสต์ แอนด์ เอ็นจิเนียริ่ง คอนซัล แตนท์ จำกัด	เลขที่ 81 ซอยอุดมสุข 41 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260
90	คุณ ชีรชัย วงศ์วินัยโยธิน	องค์การบริหารส่วนตำบลท่าตูม	เลขที่ 111 ม.8 ท่ามะดะม จ.ปราจีนบุรี
91	คุณ สมเจต คำหงษ์	องค์การบริหารส่วนตำบลท่าแร่	เลขที่ 65 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าแร่ อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี 76110
92	คุณ ฉัตรชัย โคตพันธ์	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	เลขที่ 61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

รายชื่อผู้รับบริการถ่ายทอดองค์ความรู้

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
1	คุณ กนกกร บุญมี	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เลขที่ 199/19 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
2	คุณ อาทิตย์ กระอ่อมแก้ว	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	สำนักงานสถิติแห่งชาติ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 2 ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
3	คุณ วฐิ พรหมพิทยารัตน์	คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร	เลขที่ 99 ม.9 คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ต.ท่าโพธิ์ อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
4	คุณ จุฬาลักษณ์ สุธิรรอด	กรมพัฒนาที่ดิน	กองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
5	คุณ ชนะพล พวงพฤษ	ท่าเรือแหลมฉบัง การท่าเรือแห่งประเทศไทย	อาคารบริหารท่าเรือแหลมฉบัง กองนิติการและจัดการทรัพย์สิน ถ.สุขุมวิท ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
6	คุณ ธนัญธร วงษ์ไทยวรรณ	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	เลขที่ 134/2-3 ถ.สุขุมวิท ต.ศรีราชา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110
7	คุณ จินดารัตน์ นุ่มกวน	กรมวิชาการเกษตร	เลขที่ 23/4 ม.1 ต.เกาะขวาง อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000
8	คุณ วีระ ปะทะขันธ์	กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 52/1 ซอยพหลโยธิน 53/4 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10900
9	คุณ นิลอุบล ไวปริชี	สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 60/1 ซอยพิบูลวัฒนา 7 ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท กรุงเทพฯ 10400
10	คุณ พรพิมล คงบาง	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง	เลขที่ 44 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
11	คุณ จักรี จันทรฉ่ำ	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 166 ถ.ประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใจ เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
12	คุณ เกศินี ภัทรสัทยากร	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	เลขที่ 53 ม.2 อาคาร ท.102 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ถ.เจริญสุขุมวิท ต.บางกรวย อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130
13	คุณ เก่ง พุทธอรุณ	กรมทรัพยากรน้ำ	เลขที่ 1/902 ถ.ประชากรราษฎร์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
14	คุณ กรวรรณ อาจเลิศ	สำนักเทคโนโลยีการสำรวจและทำแผนที่ กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 2003/61 สำนักเทคโนโลยีการสำรวจและทำแผนที่ กรมพัฒนาที่ดิน ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
15	คุณ สุภาฯ พรหมบุญศรี	กรมป่าไม้	เลขที่ 2/50 (ห้อง 211) ซ. พหลโยธิน 40 ถ. พหลโยธิน แขวง ลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
16	คุณ สุเมธีย์ งามสะอาด	กรมการข้าว	เลขที่ 50กรมการข้าว ศสส. ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
17	คุณ สถิต ขวัญแก้ว	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์	เลขที่ 5036 หมู่ที่ 5 ถนนสระบุรี - หล่มสัก ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000
18	คุณ อนุวัฒน์ เอกดำรงค์	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่	เลขที่ 460/55 คอนโดเดอะนิชชีติลาดพร้าว130 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
19	คุณ โสฬส ณ ถลาง	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่	เลขที่ 489 ม.6 ต.เหนือคลอง อ.เหนือคลอง จ.กระบี่ 81130
20	คุณ วีระพล ใจจันทร์	สถาบันสำรวจและติดตามการปลูกพืชเสพติด สำนักงาน ป.ป.ส.	สถาบันสำรวจและติดตามการปลูกพืชเสพติด บริเวณศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50303
21	คุณ อุดมศักดิ์ สงวนศิริธรรม	กรมป่าไม้	เลขที่ 68/300 หมู่บ้านรัชธานี 9 ถนนสายไหม ซอยสายไหม 43 แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10900
22	คุณ วิไลลักษณ์ ศรีสุนทร	สำนักจัดการที่ดินป่าไม้ กรมป่าไม้	เลขที่ 10/1 หมู่ที่ 5 ตำบลบางเตือ อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13220
23	คุณ สุดาวรรณ ไวยเจริญ	กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 98/311 คอนโด The key ซอยพหลโยธิน 34 ถนนพหลโยธิน กรุงเทพฯ 10900
24	คุณ วงศ์ทิพย์ อินแก้ว	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 166 อาคารสุวรรณภูมิ ถ.ประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
25	คุณ วรนิจ ไกรพิณิจ	สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 118/1 อาคารทิปโก้ 2 ถนนพระรามที่ 6 พญาไท กรุงเทพฯ 10400
26	คุณ นรินทร์ทิพย์ พุทธสิทธิ์	กรมวิชาการเกษตร	เลขที่ 65/155 ม.6 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10900
27	คุณ ดวงพร ต้นหลูปลา	กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 2003/61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
28	คุณ ทศน์พล ชูยิ้ม	องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	เลขที่ 112/36 ถ.สิงหนาทบำรุง ต.จองคำ อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน 58000
29	คุณ พงศ์พล ห่อตระกูล	องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ถ.ขุนลุมประพาส ต.จองคำ อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน 58000
30	คุณ ปิยะนุช อรัญยานนท์	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ	เลขที่ 361 ถ.นนทบุรี อ.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000
31	คุณ รมวิทย์ นี้อยะวงศ์	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	เลขที่ 53 หมู่ 2 อาคาร ท.101 ชั้น 11 ถ.เจริญสุขุมวิท ต.บางกรวย อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130
32	คุณ สิริยา สิทธิสาร	คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ	เลขที่ 222คณะวิทยาศาสตร์ ม.ทักษิณ ต.บ้านพร้าว อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
33	คุณ สุภาภรณ์ ทองสินุช	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 166 ส.ป.ก. ถ.ประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ10400
34	คุณ สิริลักษณ์ น้อยเคียง	กรมส่งเสริมการเกษตร	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ชั้น 3 อาคารส่งเสริมการเกษตร 1 กรมส่งเสริมการเกษตร ถนน พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ10900
35	คุณ ละไม ศรีสวัสดิ์	สำนักวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 79/71 ลุมพินีคอนโดทาว์น (รามอินทรา กม.8- นวมินทร์) อาคารบี ถ.นวมินทร์ แขวงคันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ10230
36	คุณ กฤษณา แสงดี	กรมวิชาการเกษตร	เลขที่ 50 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมวิชาการเกษตร ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ10900
37	คุณ นายธนกร ผดุงกิจ	องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	เลขที่ 136 ม.1 ต.ปางหมู อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน 58000
38	คุณ รดา รุจิณรงค์	กรมชลประทาน	กรมชลประทานสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
39	คุณ ธีระยุทธ รองสวัสดิ์	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 56/25 หมู่บ้าน เซนส์ สายไหม 56 แขวงอเงิน เขตสายไหม กรุงเทพฯ10220
40	คุณ พรณิศา สุวรรณ	กรมป่าไม้	เลขที่ 349/11 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ
41	คุณ กฤษณา แสงดี	กรมวิชาการเกษตร	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมวิชาการเกษตร 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ10900
42	คุณ ธนกร ผดุงกิจ	องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	เลขที่ 136 ม.1 ต.ปางหมู อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน 58000
43	คุณ สมประสงค์ ประวันนา	กรมพัฒนาที่ดิน	เลขที่ 204/1 ซ.พหลโยธิน 53/5 ถ.พหลโยธิน อนุสาวรีย์ บางเขน กรุงเทพฯ10900
44	คุณ เต้น ยิ้มแต่	บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	555/1 Energy Complex Building A, Floor 6th, 19th – 36th floor, Vibhavadi-Rangsit Rd., Chatuchak, Chatuchak, Bangkok 10900 Thailand
45	คุณ วิภาวรรณ บัวทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	21 moo.6 Thepkasatree rd, Sub-district Rassada , Mueang , Phuket 83000
46	คุณ วลัยพร ศะศิประภา	กรมวิชาการเกษตร	เลขที่ 50 กรมวิชาการเกษตร ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ10900
47	คุณ ชนกันต์ พอจิต	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	เลขที่ 53 หมู่ 2 ถ.เจริญสุขวงศ์ ต.บางกรวย อ.บางกรวย (ห้อง 1106 อาคาร ท.101 ชั้น 11) จ.นนทบุรี 11130

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
48	คุณ เทพนม สมควร	สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม	เลขที่ 166อาคาร ส.ป.ก. ถนนประดิพัทธ์ ถนนประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
49	คุณ สมเจตน์ โกศลศาสตร์	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	เลขที่ 53 หมู่ที่ 2 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย อาคาร ท.101 ชั้น 11 ฝ่ายสำรวจ จ.นนทบุรี 11130
50	คุณ ฤทธิรงค์ เกาภูริระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	เลขที่ 69 ม.1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000
51	คุณ ทิฆัมพร มานะรักษ์	องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน	เลขที่ 125 หมู่ที่ 15องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน 51000
52	คุณ อรพินท์ ธนินบุญ	กรมป่าไม้	เลขที่ 61กรมป่าไม้ ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
53	คุณ ศุภณัฐ คุ่มโหมด	สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	เลขที่ 924 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ10110
54	คุณ อนุชิต สุขเจริญพงษ์	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่	เลขที่ 75/10 กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ถนนพระรามที่6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ10400
55	คุณ นิติธิรณ์ จือเหลียง	กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง	กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เลขที่ 120 หมู่ที่ 3 ชั้นที่ 5-9 อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่10210
56	คุณ บรรณรัตน์ พลเยี่ยม	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพัทลุง	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพัทลุง, ถ.ไชยบุรี, ต.คูหาสวรรค์ อ.เมือง จ.พัทลุง, 93000
57	คุณ กชกร สิริเกรียงไกร	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	เลขที่ 53 หมู่ 2การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ถนนจรัญสนิทวงศ์ ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จ.นนทบุรี 11130
58	คุณ ชญานันท์ ศิริทวีพงศ์	สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)	เลขที่ 65 หมู่ที่ 1สวพส. (อาคาร 2) ศูนย์ข้อมูลและสารสนเทศ ต.สุเทพ อ.สุเทพ จ.เชียงใหม่ 50200
59	คุณ ไพรพล กมลรัตน์	กรมชลประทาน	เลขที่ 811 ถ.สามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
60	คุณ พุทธิรักษ์ อะทาลาน	สำนักสำรวจด้านวิศวกรรมและธรณีวิทยา	เลขที่ 174/332 คอนโดบ้านสวนอาคารบี ซอยศรีพรสวรรค์ ตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
61	คุณ ฉวีวรรณ พงษ์สวัสดิ์	สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง	เลขที่ 65 ม.1สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ถ.สุเทพ ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
62	คุณ กนกพร จันทร์ส่อง	กองนโยบายและแผนงาน สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร	เลขที่ 27/6 หมู่ 9 ซ.เอกชัย 16 ถ. เอกชัย บางขุนเทียน จอมทอง กรุงเทพฯ 10150
63	คุณ สรายุทธ ทองน้อย	กรมการข้าว	ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมการข้าว 50 พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
64	คุณ เจษฎา ทองพูล	กรมชลประทาน	เลขที่ 811 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี กรมชลประทาน อาคารฝ่ายวิชาการ สำนักสำรวจด้านวิศวกรรมและธรณีวิทยา ชั้น 5 ส่วนเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ห้อง 05.10 กรุงเทพฯ
65	คุณ ดวงมล โกกนุทานนท์	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด	เลขที่ 5 อาคาร1 ชั้น5 สำนักงาน ป.ป.ส. แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
66	คุณ ทัดทอง พรหมณี	ทองหทัย ศูนย์เรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่	22 Mu 2, Na Yang, Cha-am District, Phetchaburi 76120

รายชื่อผู้รับบริการที่ปรึกษาโครงการ

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
1	คุณ สุชาดา อ่อนเมือง	สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)	เลขที่ 120 หมู่ที่ 3 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 (อาคาร B) ชั้น 9 ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ 10210
2	คุณ กิตติยา เงินเงินบุญ	กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (ทช.)	เลขที่ 120 หมู่ 3 ชั้น 5-9 อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถนน แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
3	คุณ เจตนา พัฒนจันทร์	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	เลขที่ 789 อาคารโตโลโปดี ชั้น 2 หมู่ที่ 3 ตำบลอุโมง อำเภอดำรงวิทยารุจิราลัย จ.สุพรรณบุรี 72160
4	คุณ สุภาภรณ์ ชมชัย	กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน	เลขที่ 120 หมู่ 3 อาคารศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ชั้น 8 อาคารราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
5	คุณ จิตาภรณ์ ภูมิไชย	การยางแห่งประเทศไทย	เลขที่ 67/25การยางแห่งประเทศไทยถนนบางขุนนนท์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700
6	คุณ เปรมฤดี กังสนารักษ์	บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด	บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด. 2 อาคารเพลินจิตเซ็นเตอร์ ชั้น 3 ถ.สุขุมวิท คลองเตย กรุงเทพฯ 10110.
7	คุณ ภัทรพร สอนบุญ	สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	เลขที่ 60/1 ซอยพิบูลวัฒนา 7 ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
8	คุณ ชนกวร จันทรขันธ์	กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (ทช.)	เลขที่ 120 หมู่ 3 ชั้น 5-9 อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถนน แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
9	คุณ ขวัญฤทัย ศรีแสงฉาย	การเคหะแห่งชาติ	เลขที่ 905ฝ่ายวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัย อาคาร 2 ชั้น 4 การเคหะแห่งชาติ ถ. นวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
10	คุณ สันติ โตเต็ม	บริษัท บงกช มารีน เซอร์วิส จำกัด	เลขที่ 80 ซอยบางนา-ตราด 30 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ กรุงเทพฯ 10260
11	คุณ ศิริรัตน์ พัฒนสุพงษ์	กรมป่าไม้	เลขที่ 61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
12	คุณ ภาณุภูมิ พิระชัย	การประปานครหลวง	เลขที่ 400 อาคารสำนักงานใหญ่การประปานครหลวง ถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ องค์กร	ที่อยู่
13	คุณ วิชชุดา ยั่งยืน	สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร	เลขที่ 50สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
14	คุณ องอาจ นิ่มเป้า	สำนักงานจังหวัดนนทบุรี	สำนักงานจังหวัดนนทบุรีถนนรัตนนิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จ.นนทบุรี 11000

ของที่ระลึกให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม (กระบอกน้ำเก็บความร้อน/ เย็น)

