

รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

งานประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

จัดทำโดย บริษัท นิกเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง
(ประเทศไทย) จำกัด
วันที่ 8 ตุลาคม 2564

Nikkei Research
& Consulting
Thailand



บทสรุปผู้บริหาร

งานประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2564 ประกอบด้วยขอบเขตการดำเนินงานใน 6 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของ สบร.
2. ประเมินความพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. ที่สำคัญ
3. ประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาค ให้การสนับสนุน
4. ประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
5. จัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.
6. จัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ซึ่งผลการประเมินที่สำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 ประเมิน ความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของ สบร. โดยการสำรวจผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ ได้แก่ ผู้ให้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ ผู้ให้บริการมิวเซียมสยาม ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของ 2 แหล่งเรียนรู้ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่สูงมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 คะแนน คิดเป็น 93.94% (Top 2 boxes เท่ากับ 96.74%) และ ในภาพรวมผู้ให้บริการมีระดับการได้รับประโยชน์ที่สูงมากเช่นกัน คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 คะแนน คิดเป็น 93.22% (Top 2 boxes เท่ากับ 94.14%) ซึ่งมีรายละเอียดการประเมินในแต่ละ แหล่งเรียนรู้ในประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นสำรวจของอุทยานการเรียนรู้ (Tk Park)	ประเด็นสำรวจของมิวเซียมสยาม
1. เจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	1. เนื้อหาและนิทรรศการ
2. เนื้อหา สื่อการเรียนรู้	2. เจ้าหน้าที่หรือบุคลากร
3. สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3. เนื้อหา สื่อการเรียนรู้
4. การให้บริการ	4. สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
	5. การให้บริการ
	6. นิทรรศการ

โดยมีสาระสำคัญของการประเมิน ดังนี้

- ผลสำรวจคะแนนความพึงพอใจการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 คะแนน คิดเป็น 93.90% (Top 2 boxes เท่ากับ 96.75%) อยู่ในระดับที่สูงมาก ในขณะที่มิวเซียมสยาม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 คะแนน คิดเป็น 93.99% (Top 2 boxes เท่ากับ 96.73%) ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงมากเช่นกัน
- ผลสำรวจการได้รับประโยชน์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 คะแนน คิดเป็น 95.19% (Top 2 boxes เท่ากับ 98.05%) ในขณะมิวเซียมสยาม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 คะแนน คิดเป็น 91.24% (Top 2 boxes เท่ากับ 90.20%)

แหล่งเรียนรู้ต้นแบบ	ความพึงพอใจ			ประโยชน์ที่ได้รับ		
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	%Top 2Boxes	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	%Top 2Boxes
ภาพรวมแหล่งเรียนรู้ 2 หน่วยงาน	4.70	93.94%	96.74%	4.66	93.22%	94.14%
อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	4.69	93.90%	96.75%	4.76	95.19%	98.05%
มิวเซียมสยาม	4.70	93.99%	96.73%	4.56	91.24%	90.20%

- เมื่อสอบถามถึงด้านความไม่พึงพอใจของการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ยังคงมีความต้องการให้ปรับปรุงบริการ ในส่วนของการขยายระยะเวลาเปิด-ปิด บริการเพิ่มเติมต่างๆที่ต้องการ ในขณะที่ผู้ใช้บริการมิวเซียมสยามต้องการให้ปรับปรุงบริการในเรื่องสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น จำนวน ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ร้านอาหารที่ไม่หลากหลาย เป็นต้น
- ในด้านความผูกพันของใช้บริการอุทยานการเรียนรู้มีสัดส่วนกลุ่มที่ผูกพัน (61.69%) ในขณะที่ผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม เป็นกลุ่มที่มีความผูกพัน (47.06%) ซึ่งถือว่าผู้ใช้บริการทั้ง 2 แหล่งเรียนรู้มีความสัมพันธ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้ลักษณะของการให้บริการอาจมีผลต่อคะแนนความผูกพันเช่นกัน เช่น อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ให้บริการที่มีความต่อเนื่อง เช่น การยืมคืนหนังสือ ในขณะที่มิวเซียมสยาม จะเป็นสถานที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งขาประจำและขาจรได้

ในการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานผู้มีส่วนร่วมดำเนินงาน 2) ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ และ 3) เจ้าหน้าที่ สามารถสรุปสาระสำคัญความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มได้ ดังนี้

- ผลการสำรวจหน่วยงานผู้มีส่วนร่วมดำเนินงานกับอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า มีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในเรื่องของบุคลากรผู้ประสานงาน และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดได้ แต่ยังมีเรื่องข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาการทำงานในรอบปีงบประมาณและการจัดเตรียมเอกสารที่อยากให้มีการพิจารณาแก้ไขต่อไป ในทิศทางเดียวกันผู้ร่วมดำเนินงานกับมิวเซียมสยามมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในเรื่องของการประสานงานที่ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี มีการช่วยเหลือสนับสนุนที่ดีและรวดเร็ว มากไปกว่านั้นยังทำให้เกิดแนวคิดในการดำเนินงานด้านพิพิธภัณฑ์ที่กว้างขึ้น การตั้งการสร้างสรรคต่างๆ อีกทั้งยังช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ร่วมกันและช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ซึ่งกันและกัน
- ผลการสำรวจผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในเรื่องของหนังสือใหม่ๆ ความหลากหลายของหนังสือ และสถานที่สำหรับอ่านหนังสือ โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี และมีความพึงพอใจในเรื่องการให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ การจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนสถานที่ตั้งที่อยู่ใจกลางเมือง ในขณะที่ผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม มีความคาดหวังในเรื่องความเป็นไทย ซึ่งมีความพึงพอใจในเรื่องการได้เห็นสิ่งของแปลกใหม่ และสามารถรับรู้ประวัติความเป็นมาบรรยากาศการนำเสนอ และพนักงานต้อนรับให้บริการ และคำแนะนำเป็นอย่างดี
- ผลการสำรวจเจ้าหน้าที่อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับคำชื่นชมจากผู้ใช้บริการในเรื่องความหลากหลายของหนังสือ บริการ TK Book Delivery และค่าใช้บริการ ซึ่งสิ่งที่ต้องการจะเป็นในส่วนของกิจกรรมที่ทันสมัย ในขณะที่มิวเซียมสยามจะได้รับคำชื่นชมในเรื่องเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมิตร และ ความน่าสนใจของนิทรรศการ และยังคงต้องการในส่วนของการจัดกิจกรรมที่มี Influencer การอำนวยความสะดวกในการใช้ wheelchair และการปรับรูปแบบนิทรรศการผ่าน clubhouse

ประเด็น 2 ประเมินความพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สปร. ที่สำคัญ โดยการสำรวจผู้ใช้บริการช่องทางออนไลน์ของหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงาน ได้แก่ สปร. ส่วนกลาง อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม โดยผู้ใช้บริการสามารถทำแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านลิงก์แบบสอบถามที่โพสต์ผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ ซึ่งผลการประเมิน พบว่า ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 คะแนน คิดเป็น 84.22% ซึ่งการได้รับประโยชน์มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 คะแนน คิดเป็น 84.78% ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมากเช่นกัน โดยมีสาระสำคัญของการประเมินแต่ละช่องทางออนไลน์ ดังนี้

ช่องทางออนไลน์	ความพึงพอใจ		ประโยชน์ที่ได้รับ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ภาพรวมช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์	4.21	84.22%	4.24	84.78%
ภาพรวมช่องทางเว็บไซต์ของ 3 หน่วยงาน	4.25	85.07%	4.25	85.02%
- www.okmd.or.th	4.26	85.20%	4.22	84.40%
- www.tkpark.or.th	4.20	84.00%	4.17	83.47%
- www.museumsiam.org	4.30	86.00%	4.36	87.20%
ภาพรวมช่องทางเฟซบุ๊กของ 3 หน่วยงาน	4.25	85.01%	4.25	85.01%
- OKMD	4.24	84.82%	4.34	86.87%
- TK Park	4.28	85.50%	4.20	84.01%
- Museum Siam	4.23	84.68%	4.21	84.16%
ช่องทางแอปพลิเคชัน TK Online Library	3.97	79.33%	4.17	83.33%

- ในการสำรวจความไม่พึงพอใจในภาพรวมของช่องทางต่างๆ พบว่า ยังต้องการการพัฒนาระบบ ตลอดจนเนื้อหา และองค์ความรู้ในการเข้าใช้บริการ ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็ได้มีแผนการพัฒนาดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง
- ในเรื่องของความผูกพันของการใช้ช่องทางออนไลน์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี

ประเด็นที่ 3 ประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาค ให้การสนับสนุน มีการสำรวจเครือข่ายเก่าและเครือข่ายใหม่ของ สอ. และ สพร. ทั้งในส่วนของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน รายละเอียดดังนี้

เครือข่าย สอ.	เครือข่าย สพร.
เครือข่ายเก่า • อุทยานการเรียนรู้นครราชสีมา • อุทยานการเรียนรู้ปัตตานี • อุทยานการเรียนรู้แม่ฮ่องสอน เครือข่ายใหม่ • อุทยานการเรียนรู้ศรีสะเกษ • อุทยานการเรียนรู้พิพิธภัณฑ์เมืองลำปาง	เครือข่ายเก่า • มิวเซียมประพวน • พิพิธภัณฑ์ชัยภูมิ • พิพิธภัณฑ์บ้านดงไฮจิมนต์ เครือข่ายใหม่ • พิพิธภัณฑ์การทางพิเศษแห่งประเทศไทย • พิพิธภัณฑ์ศาลรัฐธรรมนูญ • มิวเซียมภูเก็ต

โดยมีสาระสำคัญของการประเมินเครือข่าย ดังนี้

- ผลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารของเครือข่าย สอธ. พบว่า ผู้บริหารเครือข่ายเก่ามีความคาดหวังในเรื่องของการสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ และยกระดับแหล่งเรียนรู้ให้ครอบคลุมด้านอื่นๆ ซึ่งสามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงก่อนหลังที่สำคัญได้แก่ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ อุปกรณ์สื่อการเรียนรู้ต่างๆ มีการแนะนำเรื่องการจัดกิจกรรม และ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งยังคงต้องการการสนับสนุนในเรื่องของวัสดุ อุปกรณ์ การแนะนำกิจกรรมต่างๆ วิทยากรที่ให้ความรู้ ตลอดจนหน่วยงานสนับสนุน

ขณะที่ผู้บริหารเครือข่ายใหม่มีความคาดหวัง ในเรื่องการแบ่งปันความรู้ สื่อการเรียนรู้ใหม่ๆ และการอบรมให้ความรู้เจ้าหน้าที่ในด้านการจัดกิจกรรม ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงชัดเจนในเรื่องของแนวคิดการใช้พื้นที่ ที่มีได้มาจากการเยี่ยมชมแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ การพัฒนาความรู้ อุปกรณ์ที่ใช้ ตลอดจนด้านการประชาสัมพันธ์ และยังคงต้องการในด้านสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย และการจัดอบรม

- ในการสำรวจความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของเครือข่าย สอธ. พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเครือข่ายเก่ามีความคาดหวังในเรื่องของกิจกรรม องค์ความรู้ ชุดสื่อการเรียนรู้ ทั้งนี้อยากให้มีการช่วยเหลือและสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการขยายเวลาเปิด-ปิดทำการ การสร้างกิจกรรมใหม่ๆ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการจัดหาหนังสือใหม่ๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีความต้องการการสนับสนุนในด้านการอบรมเจ้าหน้าที่

ขณะที่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเครือข่ายใหม่มีความคาดหวังในเรื่องของการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการ การสนับสนุน สื่อการเรียนรู้ต่างๆ จากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาต่อยอดได้ ซึ่งจากการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายของ สอธ. ได้มีการประยุกต์ใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ และการทำกิจกรรมที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม สื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย และ การได้รับการอบรมจาก TK Park ยังเป็นสิ่งที่ต้องการการสนับสนุน

- ผลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารของเครือข่าย สพร. พบว่า ผู้บริหารเครือข่ายเก่ามีความคาดหวังในเรื่องที่จะสามารถเป็นตัวอย่าง เป็นที่น่าสนใจในอนาคต ทำให้ผู้เข้าใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ตลอดจนการได้ร่วมงานกับ สพร. ต่อไปในอนาคต ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนในเรื่องของ การประชาสัมพันธ์ รูปแบบการนำเสนอและเมื่อประสบความสำเร็จในการทำงานทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ทำให้การมีความคิดริเริ่มในการพัฒนาต่อยอด ทั้งนี้ยังอยากให้ทาง สพร. เข้ามาดูแลสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ

ขณะที่ผู้บริหารเครือข่ายใหม่มีความคาดหวังที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในการจัดการพิพิธภัณฑ์ ต้องการคำแนะนำ เพื่อให้พิพิธภัณฑ์มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่พบคือเรื่องของการขยายรูปแบบองค์ความรู้ อย่างไรก็ตาม ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการจัดการ องค์ความรู้ใหม่ๆ ยังคงเป็นเรื่องที่ต้องการการสนับสนุน

- ในการสำรวจความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของเครือข่าย สพร. พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเครือข่ายเก่าคาดหวังในเรื่องต่างๆ ได้แก่ ความรู้ในการบริหารจัดการ การทำ Content ต่างๆ ตลอดจนการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากล ซึ่งหลังจากการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการบริหารจัดการ รูปแบบการนำเสนอ ทำให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเรียนรู้การให้บริการที่มีความเท่าเทียมกัน แต่ในเรื่องงบประมาณ และการบริหารจัดการ ยังเป็น เรื่องที่ ต้องการการสนับสนุน

ขณะที่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเครือข่ายใหม่มีความคาดหวังในเรื่องความรู้ในการบริหารจัดการเช่นเดียวกัน และต้องการความรู้เรื่องการจัดรูปแบบนิทรรศการ และการกำหนดตัวชี้วัดขององค์กร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงหลังจากเข้าร่วมเครือข่าย เห็นได้ชัดเจนในเรื่องของแนวคิดการจัดทำนิทรรศการ การกำหนดบทบาทที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถเพิ่มกลุ่มเป้าหมายได้

อย่างไรก็ตาม เครือข่ายใหม่ยังต้องการการสนับสนุนในเรื่องของการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ การทำ Content ให้ดูน่าสนใจและ การอบรมเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน

ประเด็นที่ 4 ประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มีสาระสำคัญของการประเมินนิสัยการรักการอ่าน ดังนี้

- สัดส่วนผู้ที่ชื่นชอบการอ่านมากถึง 94.19% ในขณะที่ 5.81% ยังคงไม่ชอบการอ่าน รูปแบบการอ่านที่ชื่นชอบ มีสัดส่วนพอๆกัน โดยอยู่ในรูปแบบรูปเล่มหนังสือ/เอกสาร (53.49%) และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (46.51%)
- สถานที่ที่ชอบอ่านหนังสือมากที่สุด คือ อ่านหนังสือที่บ้าน (86.05%) ส่วนใหญ่มีการอ่านทุกวัน (48.84%) โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการอ่านเฉลี่ยอยู่ที่ 85 นาทีต่อวัน

- ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ต่อครั้ง อยู่ที่ 1 ชั่วโมงขึ้นไป – 2 ชั่วโมง (46.51%) รองลงมา คือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง (27.91%) และมากกว่า 2 ชั่วโมง (23.26%)
- เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ชอบการอ่าน 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อความบันเทิง (48.84%) เพื่อเพิ่มความรู้ให้กับตนเอง (44.19%) ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (27.91%)

ประเด็นที่ 5 การจัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร. โดยการจัดการประชุมผ่าน ผ่านทาง Video Conference: ZOOM เพื่อรายงานผลการประเมินสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 และ ร่วมวางแผนพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. เปิดโอกาสให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของทั้ง 3 หน่วยงาน สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยอ้างอิงตามจุดที่ต้องพัฒนาปรับปรุงของผลการประเมินในครั้งนี้ โดยความคิดเห็นจะถูกพัฒนาในกึ่งระบบ mind map หรือแผนที่ความคิด เหมือนการจัดระบบความคิด ความสำคัญของเรื่องที่ควรพัฒนาปรับปรุง ซึ่งมุ่งหวังให้การระดมความคิดเห็นในการปรับปรุงและพัฒนาบริการครั้งนี้ สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ประเด็นที่ 6 จัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

จากการรายงานผลการประเมินและระดมความคิดเห็น แบ่งปันข้อมูลจากหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงาน พบว่าทุกหน่วยงานได้ตระหนักถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนได้หาแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไข แสดงให้เห็นว่าแต่ละหน่วยงานไม่ได้หยุดการพัฒนาแต่อย่างใด ทั้งนี้จากการประชุมร่วมกัน ได้เห็นถึงประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญแบ่งเป็น 5 ประเด็นหลัก ซึ่งจะอยู่ในแผนการพัฒนาปรับปรุงบริการ ได้แก่

1. เรื่องการบริหารจัดการบุคลากร ซึ่งบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กรและเป็นกระบอกเสียงที่จะบอกเล่าเรื่องราวได้เป็นอย่างดี ควรมีการจัดอบรมและ guideline เกี่ยวกับการให้บริการอย่างใดก็ตาม เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์โควิดทำให้ต้องมีการจัดสรรบุคลากรให้ตรงตามความต้องการ และมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ให้เกิดความเหมาะสม ทั้งนี้การนำระบบ self-service เข้ามาใช้งานจะสามารถช่วยลดภาระของเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อคำถามหรือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันเวลาที่

2. เรื่องการเข้าใช้พื้นที่ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จะเห็นได้ว่าทั้ง TK Park และมิวเซียมสยามมีแผนในการพัฒนาการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์ แต่เนื่องจากประกาศจากทางรัฐบาลทำให้ต้องสถานที่ที่ต้องถูกปิดเป็นการชั่วคราว ซึ่งหากมีการเปิดใช้พื้นที่ได้ จะเป็นโอกาสที่ดีในการนำเสนอจุดเด่นต่างๆที่มีการพัฒนาแล้ว ทำให้สามารถดึงดูดให้ผู้ให้บริการเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากส่วนใหญ่อยู่บ้านเป็นเวลานาน ต้องการที่จะทำกิจกรรมหรือเปลี่ยนบรรยากาศ
3. เรื่องการให้บริการช่องทางออนไลน์ต่างๆ ยังเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการต้องการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัด และเป็นเรื่องที่ทุกหน่วยงานตระหนักดีว่าต้องพัฒนาระบบออนไลน์ ตลอดจนองค์ความรู้ เนื้อหาประเด็นต่างๆ ให้ถูกต้อง ครบคลุม เข้าถึงได้ง่ายและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เรื่องการประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องสำคัญมีความจำเป็นที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ให้บริการรับรู้ข้อมูลการอัปเดต และเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงทุกเพศทุกวัย และไม่ทำให้เกิดการสับสน แต่รูปแบบการประชาสัมพันธ์อาจมีการพัฒนาร่วมกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ให้บริการในวงกว้างได้
5. เรื่องการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถลงลึกในรายละเอียดของการทำงาน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องคำนึงถึงการให้ความรู้แก่ทุกเพศทุกวัย ดังนั้นการออกแบบการบริการ หรือการนำเสนอองค์ความรู้จะต้องเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย หากได้รับทราบความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย จะสามารถเห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากการประเมินผลการดำเนินงานของ สบร. ปี 2564 ทำให้เห็นได้ชัดว่า ผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สามารถรับรู้ได้จากคะแนนความพึงพอใจและคะแนนการได้รับประโยชน์ ตลอดจนความคิดเห็นต่างๆที่ได้รับจากการสำรวจในทุกมิติเป็นไปในทิศทางที่ดี แต่อย่างไรก็ตามองค์กรที่ต้องการจะพัฒนาให้ก้าวไกลและยั่งยืนย่อมต้องมีการวางแผนและแนวทางพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสม ดังนั้นจึงควรพิจารณาผลการประเมินข้างต้นเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูล พัฒนาและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้ให้บริการต่อไปในอนาคต

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 ความเป็นมา	1
1.1 หลักการและเหตุผล.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 กลุ่มเป้าหมาย.....	2
1.4 พื้นที่/ขอบเขตและวิธีการดำเนินงาน	2
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 กรอบแนวคิด และวิธีการประเมินผล	7
2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีการศึกษาความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.....	8
2.2 แผนบริหารความเสี่ยงต่อเนื่อง (Business Continuity Plan : BCP).....	26
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน.....	28
3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานโดยละเอียด.....	29
บทที่ 4 ผลการประเมินและวิเคราะห์ผลการศึกษา	32
4.1 การประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.....	32
1. ผลรวมการสำรวจการประเมินความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.	32
2. ผลการประเมินผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	34
3. ผลการประเมินผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม.....	54
4.2 การประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.....	87
4.3 การประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาคที่ สบร. ให้การสนับสนุน.....	189
4.4 การประเมินผลการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	201
4.5 การจัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.	209
4.6 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการใช้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ 2565	210
ภาคผนวก	224
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม	225
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. ที่สำคัญ.....	241
ภาคผนวก ค. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับเครือข่าย	276
ภาคผนวก ง. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	281
ภาคผนวก จ. ภาพการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการผ่านระบบ Online Video Conference	288

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 กำหนดจำนวนตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้.....	14
ตารางที่ 2.2 กลุ่มตัวอย่าง - ประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้.....	14
ตารางที่ 2.3 รายละเอียดของมาตรวัดที่ใช้ในการประเมิน	16
ตารางที่ 2.4 เกณฑ์การแปลค่าคะแนน	17
ตารางที่ 2.5 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ	18
ตารางที่ 2.6 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์.....	19
ตารางที่ 2.7 รายละเอียดของมาตรวัดที่ใช้ในการประเมิน	20
ตารางที่ 2.8 เกณฑ์การแปลค่าคะแนน	21
ตารางที่ 2.9 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่าย	22
ตารางที่ 2.10 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	24
ตารางที่ 2.11 ยุทธศาสตร์ของ สบร. ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565).....	25
ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงานของโครงการ	28
ตารางที่ 3.2 สิ่งที่ต้องส่งมอบในแต่ละงวดงาน	31
ตารางที่ 4.1 ตารางสรุปผลประเมินความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์ของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบปี 2564.....	33
ตารางที่ 4.2 ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินความพึงพอใจของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบปี 2561 – 2564.....	33
ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	38
ตารางที่ 4.5 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	41
ตารางที่ 4.6 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	42
ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	47
ตารางที่ 4.8 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	53
ตารางที่ 4.9 ห้องจัดแสดงนิทรรศการที่ชื่นชอบ	58
ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม	59
ตารางที่ 4.11 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	63
ตารางที่ 4.12 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม	64
ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	67
ตารางที่ 4.14 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของมิวเซียมสยาม	75

ตารางที่ 4.15	หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สอธ.	76
ตารางที่ 4.16	สรุปผลการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สอธ.	76
ตารางที่ 4.17	สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้	78
ตารางที่ 4.18	สรุปผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	80
ตารางที่ 4.19	หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สพร.	81
ตารางที่ 4.20	สรุปผลการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สพร.	82
ตารางที่ 4.21	สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม	84
ตารางที่ 4.22	สรุปผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	86
ตารางที่ 4.23	ตารางสรุปผลประเมินความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์จากช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ปี 2564	88
ตารางที่ 4.24	ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินความพึงพอใจจากช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ ปี 2562 - 2564	89
ตารางที่ 4.25	ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินการได้รับประโยชน์จากช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ ปี 2562 - 2564	90
ตารางที่ 4.26	ตารางเหตุผลผลการการใช้ข้อมูล/องค์ความรู้จากสื่อออนไลน์บ่งชี้บ่งชี้ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	92
ตารางที่ 4.27	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	94
ตารางที่ 4.28	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	96
ตารางที่ 4.29	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	97
ตารางที่ 4.30	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	99
ตารางที่ 4.31	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	99
ตารางที่ 4.32	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD แบ่งตามประเภทผลกระทบความ	102
ตารางที่ 4.33	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเว็บไซต์ OKMD	107
ตารางที่ 4.34	ตารางเหตุผลผลการการใช้ข้อมูล/องค์ความรู้จากสื่อออนไลน์บ่งชี้บ่งชี้ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	110
ตารางที่ 4.35	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	111
ตารางที่ 4.36	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	114
ตารางที่ 4.37	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	115
ตารางที่ 4.38	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	115
ตารางที่ 4.39	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	116
ตารางที่ 4.40	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	119
ตารางที่ 4.41	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเว็บไซต์ TK Park	124
ตารางที่ 4.42	ตารางเหตุผลผลการการใช้ข้อมูล/องค์ความรู้จากสื่อออนไลน์บ่งชี้บ่งชี้ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	127
ตารางที่ 4.43	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	128
ตารางที่ 4.44	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	132
ตารางที่ 4.45	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	132
ตารางที่ 4.46	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	133
ตารางที่ 4.47	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	134

ตารางที่ 4.48	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	137
ตารางที่ 4.49	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	142
ตารางที่ 4.50	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	145
ตารางที่ 4.51	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	146
ตารางที่ 4.52	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	147
ตารางที่ 4.53	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	148
ตารางที่ 4.54	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	148
ตารางที่ 4.55	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	151
ตารางที่ 4.56	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเฟซบุ๊ก OKMD	153
ตารางที่ 4.57	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park	156
แผนภูมิที่ 4.58	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park	157
ตารางที่ 4.59	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park	158
ตารางที่ 4.60	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park	159
ตารางที่ 4.61	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park	160
ตารางที่ 4.62	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	162
ตารางที่ 4.63	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเฟซบุ๊ก TK Park	165
ตารางที่ 4.64	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	167
แผนภูมิที่ 4.65	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	168
ตารางที่ 4.66	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	169
ตารางที่ 4.67	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	170
ตารางที่ 4.68	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	171
ตารางที่ 4.69	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	173
ตารางที่ 4.70	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	175
ตารางที่ 4.71	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	178
ตารางที่ 4.72	เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	180
ตารางที่ 4.73	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	181
ตารางที่ 4.74	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	182
ตารางที่ 4.75	เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	182
ตารางที่ 4.76	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ	185
ตารางที่ 4.77	ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของแอปพลิเคชัน	188
ตารางที่ 4.78	รายชื่อเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ที่ดำเนินการสัมภาษณ์	189

ตารางที่ 4.79 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	190
ตารางที่ 4.80 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	192
ตารางที่ 4.81 รายชื่อเครือข่ายมิวเซียมสยามที่ดำเนินการสัมภาษณ์	193
ตารางที่ 4.82 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	194
ตารางที่ 4.83 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	196
ตารางที่ 4.84 (ร่าง) กำหนดการประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สปร.	209
ตารางที่ 4.85 รายละเอียดแผนการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และการให้บริการของหน่วยงาน สปร.	211
ตารางที่ 4.86 รายละเอียดแผนการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และการให้บริการของหน่วยงาน อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	214
ตารางที่ 4.87 รายละเอียดแผนการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และการให้บริการของหน่วยงาน มิวเซียมสยาม	219

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 2.1 ภาพรวมของระเบียบวิธีการศึกษา	7
แผนภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจ	8
แผนภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็ง: Importance Performance Analysis (IPA)	9
แผนภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการสำรวจความไม่พึงพอใจ	10
แผนภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดความพึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง	11
แผนภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดการสำรวจการได้รับประโยชน์ของลูกค้า	12
แผนภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดความผูกพัน	12
แผนภาพที่ 2.8 กรอบแนวคิดความผูกพันแบ่งตามผู้ใช้บริการ	13
แผนภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ TK Park	49
แผนภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร TK Park	50
แผนภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ของ TK Park	51
แผนภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อสถานที่	52
แผนภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อการให้บริการของ TK Park	53
แผนภาพที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	69
แผนภาพที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรมิวเซียมสยาม	70
แผนภาพที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ของมิวเซียมสยาม	71
แผนภาพที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกของมิวเซียมสยาม	72
แผนภาพที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อการให้บริการของมิวเซียมสยาม	73
แผนภาพที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อนิทรรศการของมิวเซียมสยาม	74
แผนภาพที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	103
แผนภาพที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD	104
แผนภาพที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD	105
แผนภาพที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์ OKMD	106
แผนภาพที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	121
แผนภาพที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park	122
แผนภาพที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park	123
แผนภาพที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์ TK Park	124
แผนภาพที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	139

แผนภาพที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	140
แผนภาพที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม.....	141
แผนภาพที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อคุณภาพเนื้อหาในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	142
แผนภาพที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	152
แผนภาพที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ	164
แผนภาพที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	175
แผนภาพที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	186
แผนภาพที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อด้านระบบแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	187
แผนภาพที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	188
แผนภาพที่ 4.30 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน สบร.	210
แผนภาพที่ 4.31 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)....	213
แผนภาพที่ 4.32 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน มิวเซียมสยาม	218

สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่ 4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจแหล่งเรียนรู้ของ สบร.	32
แผนภูมิที่ 4.2 ผลการประเมินการได้รับประโยชน์แหล่งเรียนรู้ของ สบร.	33
แผนภูมิที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา).....	34
แผนภูมิที่ 4.4 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ.....	35
แผนภูมิที่ 4.5 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	36
แผนภูมิที่ 4.6 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด.....	36
แผนภูมิที่ 4.7 เหตุผล/เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการTK Park.....	37
แผนภูมิที่ 4.8 สัดส่วนสมาชิกของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	37
แผนภูมิที่ 4.9 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	38
แผนภูมิที่ 4.10 ความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร.....	39
แผนภูมิที่ 4.11 ความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้	39
แผนภูมิที่ 4.12 ความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก.....	40
แผนภูมิที่ 4.13 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	40
แผนภูมิที่ 4.14 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	41
แผนภูมิที่ 4.15 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	42
แผนภูมิที่ 4.16 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	43
แผนภูมิที่ 4.17 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (บริการเพิ่มเติม).....	43
แผนภูมิที่ 4.18 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (บริการเพิ่มเติม) แบ่งตามสัดส่วนคะแนน.....	44
แผนภูมิที่ 4.19 ข้อเสนอแนะที่ผู้ให้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	44
แผนภูมิที่ 4.20 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	45
แผนภูมิที่ 4.21 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	46
แผนภูมิที่ 4.22 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา).....	54
แผนภูมิที่ 4.23 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ.....	55
แผนภูมิที่ 4.24 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักมิวเซียมสยาม.....	56
แผนภูมิที่ 4.25 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากมิวเซียมสยามบ่อยที่สุด.....	56
แผนภูมิที่ 4.26 เหตุผล/เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการมิวเซียมสยาม.....	57
แผนภูมิที่ 4.27 พื้นที่ที่เคยเข้าใช้บริการ/พื้นที่ที่ชื่นชอบ	58
แผนภูมิที่ 4.28 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม	59
แผนภูมิที่ 4.29 ความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร.....	60
แผนภูมิที่ 4.30 ความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้	60
แผนภูมิที่ 4.31 ความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก.....	61
แผนภูมิที่ 4.32 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	61
แผนภูมิที่ 4.33 ความพึงพอใจต่อนิทรรศการ	62

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

แผนภูมิที่ 4.34	ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม.....	62
แผนภูมิที่ 4.35	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม	63
แผนภูมิที่ 4.36	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	64
แผนภูมิที่ 4.37	ข้อเสนอแนะที่ผู้ให้บริการมิวเซียมสยาม.....	65
แผนภูมิที่ 4.38	ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมิวเซียมสยาม	65
แผนภูมิที่ 4.39	การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมิวเซียมสยาม.....	66
แผนภูมิที่ 4.40	ผลการประเมินความพึงพอใจจากการใช้บริการช่องทางออนไลน์ของ สบร.	88
แผนภูมิที่ 4.41	ผลการประเมินการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางออนไลน์ของ สบร.....	89
แผนภูมิที่ 4.42	ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)	90
แผนภูมิที่ 4.43	ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	91
แผนภูมิที่ 4.44	การใช้สื่อออนไลน์	91
แผนภูมิที่ 4.45	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	93
แผนภูมิที่ 4.46	ความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD	94
แผนภูมิที่ 4.47	ความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD.....	95
แผนภูมิที่ 4.48	ความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD.....	95
แผนภูมิที่ 4.49	ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD.....	96
แผนภูมิที่ 4.50	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	97
แผนภูมิที่ 4.51	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD แบ่งตามสัดส่วนคะแนน.....	98
แผนภูมิที่ 4.52	ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ OKMD.....	100
แผนภูมิที่ 4.53	การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมิวเซียมเว็บไซต์ OKMD.....	101
แผนภูมิที่ 4.54	ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา).....	108
แผนภูมิที่ 4.55	ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park.....	109
แผนภูมิที่ 4.56	การใช้สื่อออนไลน์	109
แผนภูมิที่ 4.57	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park.....	111
แผนภูมิที่ 4.58	ความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park.....	112
แผนภูมิที่ 4.59	ความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park	112
แผนภูมิที่ 4.61	ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	113
แผนภูมิที่ 4.62	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	114
แผนภูมิที่ 4.63	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	115
แผนภูมิที่ 4.64	ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ TK Park.....	117
แผนภูมิที่ 4.65	การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมิวเซียมเว็บไซต์ TK Park.....	118
แผนภูมิที่ 4.66	ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)	125
แผนภูมิที่ 4.67	ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	126
แผนภูมิที่ 4.68	การใช้สื่อออนไลน์	126

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

แผนภูมิที่ 4.69 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	128
แผนภูมิที่ 4.70 ความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	129
แผนภูมิที่ 4.71 ความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	130
แผนภูมิที่ 4.72 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	131
แผนภูมิที่ 4.73 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	131
แผนภูมิที่ 4.74 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	132
แผนภูมิที่ 4.75 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	133
แผนภูมิที่ 4.76 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	135
แผนภูมิที่ 4.77 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	136
แผนภูมิที่ 4.78 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเพชบุรี OKMD (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)	143
แผนภูมิที่ 4.79 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเพชบุรี OKMD	144
แผนภูมิที่ 4.80 การร่วมกิจกรรมของผู้เข้าใช้บริการเพชบุรี OKMD	144
แผนภูมิที่ 4.81 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพชบุรี OKMD	145
แผนภูมิที่ 4.82 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเพชบุรี OKMD	146
แผนภูมิที่ 4.83 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรี OKMD	147
แผนภูมิที่ 4.84 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรี OKMD แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	147
แผนภูมิที่ 4.85 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเพชบุรี OKMD	149
แผนภูมิที่ 4.86 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเพชบุรี OKMD	150
แผนภูมิที่ 4.87 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)	154
แผนภูมิที่ 4.88 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเพชบุรี TK Park	155
แผนภูมิที่ 4.89 การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เข้าใช้บริการเพชบุรี TK Park	155
แผนภูมิที่ 4.90 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park	156
แผนภูมิที่ 4.91 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเพชบุรี TK Park	157
แผนภูมิที่ 4.92 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park	158
แผนภูมิที่ 4.93 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	159
แผนภูมิที่ 4.94 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเพชบุรี TK Park	160
แผนภูมิที่ 4.95 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park	161
แผนภูมิที่ 4.96 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)	165
แผนภูมิที่ 4.97 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม	166
แผนภูมิที่ 4.98 การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เข้าใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม	166
แผนภูมิที่ 4.99 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม	167
แผนภูมิที่ 4.100 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม	168
แผนภูมิที่ 4.101 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม	169
แผนภูมิที่ 4.102 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม แบ่งตามสัดส่วนคะแนน	170

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

แผนภูมิที่ 4.103	ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	171
แผนภูมิที่ 4.104	การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	172
แผนภูมิที่ 4.105	ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับ	176
แผนภูมิที่ 4.106	ความถี่ในการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	177
แผนภูมิที่ 4.107	บริการที่เข้าใช้ในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	177
แผนภูมิที่ 4.108	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	178
แผนภูมิที่ 4.109	ความพึงพอใจต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	179
แผนภูมิที่ 4.110	ความพึงพอใจต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	179
แผนภูมิที่ 4.111	ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	180
แผนภูมิที่ 4.112	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	181
แผนภูมิที่ 4.113	การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library แบ่งตามสัดส่วนคะแนน.....	181
แผนภูมิที่ 4.114	ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library.....	183
แผนภูมิที่ 4.115	การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	184
แผนภูมิที่ 4.116	ข้อมูลทั่วไปของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ TK Park (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา).....	201
แผนภูมิที่ 4.117	พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ TK Park.....	202
แผนภูมิที่ 4.118	ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park).....	203
แผนภูมิที่ 4.119	ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด	203
แผนภูมิที่ 4.120	เหตุผล/เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการ TK Park	204
แผนภูมิที่ 4.121	พฤติกรรมในการอ่านหนังสือของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ TK Park	204
แผนภูมิที่ 4.122	สถานที่ที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน	205
แผนภูมิที่ 4.123	เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน	206
แผนภูมิที่ 4.124	ประเภทหนังสือ วารสาร เอกสาร บทความ ที่มักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน	206
แผนภูมิที่ 4.125	ประเภทเนื้อหา สารความรู้ที่ผู้รักการอ่านชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน.....	207
แผนภูมิที่ 4.126	พฤติกรรมการใช้สื่อ/ ช่องทาง ที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน	207
แผนภูมิที่ 4.127	ช่องทางที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน.....	208
แผนภูมิที่ 4.128	สื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน.....	208

บทที่ 1

ความเป็นมา

1.1 หลักการและเหตุผล

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สบร. จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ.2547 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2547 และแก้ไขเพิ่มเติม เมื่อ 13 สิงหาคม 2561 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2561 มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นองค์กรบริหารและจัดการความรู้ที่สมบูรณ์ หลากหลาย และเป็นองค์กรพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ รวมทั้งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตที่สอดคล้องกับ ทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมถึงสามารถให้บริการและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต้นแบบทั้งในรูปแบบของอุทยาน การเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ นอกจากนี้สนับสนุนส่งเสริมให้มีพื้นที่สร้างสรรค์ที่เอื้อต่อการเข้าถึงและ การใช้บริการด้านการเรียนรู้รวมทั้งพื้นที่ในการค้นคว้า แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างแรงบันดาลใจ ทั้งที่เป็น พื้นที่จริงทางกายภาพและพื้นที่เสมือนจริง ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนทุกช่วงวัย โดยเฉพาะ ผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ที่หลากหลาย เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงความรู้ ส่งเสริม ให้เด็กและเยาวชนมีนิสัยรักการอ่านและการเรียนรู้ รวมทั้งพัฒนาทักษะที่หลากหลายและสังคมการเรียนรู้ใน ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ตลอดจนสามารถนำความรู้ไปต่อยอดและ ขยายผลเพื่อสร้างรายได้และยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ สร้างนวัตกรรมและพัฒนารูปแบบใหม่ ของ ทุกช่วงวัยรวมถึงกลุ่มผู้ด้อยโอกาสเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นต้นแบบขยายผล

นอกจากนี้ พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2561 มาตรา 38 กำหนดให้ “การประเมินผลของสำนักงานให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยองค์การ มหาชน” ซึ่งตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2559 มาตรา 24/1 ในการควบคุมดูแลการ ดำเนินงานขององค์การมหาชน ให้คณะกรรมการ พิจารณากำหนดแนวทางปฏิบัติงานขององค์การมหาชนให้ เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ซึ่งต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจ ความมีประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในเชิงภารกิจ ความซื่อสัตย์สุจริต การลดขั้นตอน การปฏิบัติงาน การกระจายอำนาจการตัดสินใจ การอำนวยความสะดวก และการตอบสนองความต้องการของ ประชาชน อีกทั้งการจัดทำตัวชี้วัดในการประเมินผลสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) กับ สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ซึ่งต้องมีการวัดความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์ของ ผู้รับบริการและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน สบร. ซึ่งบางตัวชี้วัดสามารถใช้ประกอบ ในการประเมินระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)

ในการดำเนินงาน สบร. จึงได้จัดทำ “งานประเมินผลการดำเนินงานสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ ความรู้ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564” เพื่อประเมินผลสำรวจความพึงพอใจและ การใช้ประโยชน์จากการให้บริการของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบของ สบร. และการให้บริการสื่อออนไลน์ รวมทั้ง ติดตามประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาคที่ สบร. ให้การสนับสนุน เพื่อวิเคราะห์

จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา/ปรับปรุงให้บริการในแหล่งเรียนรู้ของ สบร. ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) ประจำปีงบประมาณ 2564 ซึ่งได้จัดทำไว้กับสำนักงาน กพร.

1.2.2 เพื่อรับทราบความพึงพอใจ ความผูกพัน การได้รับประโยชน์ ความต้องการ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของงานบริการแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ แหล่งเรียนรู้เครือข่ายที่ สบร. ให้การสนับสนุน และการให้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

1.2.3 เพื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร. ได้รับทราบผลการประเมินการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค จุดอ่อนและจุดแข็ง ที่สะท้อนภาพรวมผลการดำเนินงานของ สบร. และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

- 1.3.1 ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ต้นแบบของ สบร.
- 1.3.2 เจ้าหน้าที่แหล่งเรียนรู้เครือข่าย สบร.
- 1.3.3 ผู้ใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.
- 1.3.4 สมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
- 1.3.5 ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สบร.

1.4 พื้นที่/ขอบเขตและวิธีการดำเนินงาน

1.4.1 พื้นที่การดำเนินงาน

สามารถจำแนกเป็น

- การประเมินผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้ต้นแบบของ สบร. และการประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร
- การประเมินการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ที่สำคัญของ สบร. ของผู้บริการทั้งในและต่างประเทศ ผ่านแบบสำรวจออนไลน์
- การประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายที่ สบร. ให้การสนับสนุนการจัดตั้งในพื้นที่ภูมิภาค ผ่านการสัมภาษณ์ออนไลน์

1.4.2 ขอบเขตการดำเนินงาน

1.4.2.1 ประเมิน ความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของ สบร. ซึ่งประกอบด้วย

1) ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK park) และ มิวเซียมสยาม

2) รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาปรับปรุงงานบริการของแหล่งเรียนรู้ 2 แห่งของ สบร. ได้แก่ TK Park และ มิวเซียมสยาม โดยการระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง (In-Depth Interview)

1.4.2.2 ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. ที่สำคัญ ประกอบด้วย

1) ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการช่องทางออนไลน์ โดยใช้แบบสำรวจออนไลน์ในการเก็บข้อมูล ได้แก่

- เว็บไซต์ 3 หน่วยงาน ได้แก่ OKMD (www.okmd.or.th) TK Park (www.tkpark.or.th) และ Museum Siam (www.museumsiam.org)
- เฟซบุ๊ก 3 หน่วยงาน ได้แก่ OKMD TK Park และ Museum Siam
- แอปพลิเคชัน ได้แก่ ห้องสมุดออนไลน์ TK Public Online Library

2) วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาปรับปรุงงานบริการของช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

1.4.2.3 ประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาคที่ สบร. ให้การสนับสนุน จำนวน 3-5 แห่ง โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และ/หรือโปรแกรมการสื่อสารอื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพ สำหรับใช้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของแหล่งเรียนรู้เครือข่าย เพื่อรับทราบข้อมูล รับฟังความคิดเห็น ปัญหาอุปสรรค และ ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานพัฒนาแหล่งเรียนรู้เครือข่ายของ สบร.

1.4.2.4 ประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) เพื่อวัดระยะเวลาการอ่านของเด็กและเยาวชนที่เป็นสมาชิกห้องสมุดมีชีวิตอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) สะท้อนผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีนิสัยรักการอ่านการเรียนรู้ โดยการสัมภาษณ์สมาชิกที่มีอายุระหว่าง 6-24 ปี ถึงพฤติกรรมการอ่าน ประสิทธิภาพของการอ่าน และระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านต่อวัน รวมทั้งระยะเวลาการอ่านหนังสือและการอ่านผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ตามนิยาม “การอ่าน” ของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ได้ทำการสำรวจการอ่านในปี 2561

1.4.2.5 จัดการประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร. จำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน เพื่อรายงานผลการประเมินงานสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ประจำปีงบประมาณ 2564 และร่วมกัน

วางแผนพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ให้มีประสิทธิภาพและสะท้อนความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อไป

1.4.2.6 จัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดยในแผนมีการวิเคราะห์ พร้อมข้อเสนอแนะการพัฒนาในอนาคตด้วย

1.4.3 วิธีการดำเนินงาน

1.4.3.1 การเตรียมการเพื่อการประเมิน ประกอบด้วย

1) เตรียมการศึกษาการประเมินผลการดำเนินงาน สบร. โดยศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิตามขอบเขตการดำเนินงานทั้ง 6 ด้าน รายละเอียดปรากฏในข้อกำหนดการจ้าง (TOR) ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 1.4.2.1-1.4.2.6 ประกอบด้วย

- 1.1) ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่ง เรียนรู้ของ สบร.
- 1.2) ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการ ช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.
- 1.3) ประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายที่ สบร. ให้การสนับสนุน
- 1.4 ประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
- 1.5 จัดการประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.
- 1.6 จัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

2) กำหนดกรอบแนวคิดและวิธีการประเมินผล โดยออกแบบวิธีการสำรวจ อาทิ การจัดเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม/การรับฟังความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และจัดทำร่างแบบประเมินในประเด็นต่างๆ และประเด็นในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกำหนดแผนการดำเนินงานประเมินผลที่กำหนด

3) การสำรวจและประเมินผล หากมีความจำเป็นในการให้รางวัลสำหรับการตอบคำถามเพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมมากขึ้น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการดังกล่าว ทางบริษัท/ผู้ประเมินจะต้องเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด

1.4.3.2 จัดทำรายงานความก้าวหน้าการประเมินผลการดำเนินงานและจัดทำรายงานประเมินผล โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

- 1) ทบทวน/ทดสอบแบบสอบถามฯ ตามความเหมาะสมกับงานประเมิน

2) การเก็บข้อมูล/ลงพื้นที่/สำรวจกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของ สบร. /เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของเครือข่ายแหล่งเรียนรู้/ สมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)/ เจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3) ประมวลและวิเคราะห์ผลเพื่อจัดทำรายงานความก้าวหน้าในการดำเนินงาน ด้านต่างๆ ตามข้อกำหนดการจ้าง (TOR) ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 1.4.2.1-1.4.2.6

1.4.3.3 จัดทำร่างรายงานโดยมีเนื้อหาของรายงานต้องครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ตาม ขอบเขตของงาน โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1) เก็บข้อมูล/สำรวจกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ/ ผู้ใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์/ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของแหล่งเรียนรู้เครือข่าย/ สมาชิกอุทยาน การเรียนรู้ (TK Park)/ เจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนได้เสีย

2) บันทึกข้อมูลเข้าระบบประมวลผล ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่บันทึกเข้า ระบบวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลจัดทำเป็นรายงานประเมินผลดังนี้

2.1) ร่างรายงานการประเมินผลความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับ ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ของ สบร.

2.2) ร่างรายงานการประเมินผลความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับ ประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

2.3) ร่างรายงานแหล่งเรียนรู้เครือข่ายที่ได้รับการสนับสนุนจาก สบร.

2.4) ร่างรายงานการประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

2.5) แผนการจัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.

2.6) ร่าง แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

1.4.3.4 จัดทำรายงานการประเมินครบถ้วนตามวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงาน ทั้งนี้รายงานประเมินผลการดำเนินงานของ สบร. ประกอบด้วย

1) รายงานการประเมินผลความพึงพอใจ การผูกพัน และการได้รับประโยชน์จาก แหล่งเรียนรู้ของ สบร. และผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะ และเสนอแผนในการพัฒนาปรับปรุงบริการของแหล่ง เรียนรู้ต้นแบบทั้ง 2 แห่ง

2) รายงานการประเมินผลความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จาก การใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. และผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาปรับปรุงงาน บริการของช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

- 3) รายงานการประเมินผลแหล่งเรียนรู้ที่ได้รับการสนับสนุนจาก สบร. พร้อมทั้งผลการวิเคราะห์ ปัญหาและอุปสรรค และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาแหล่งเรียนรู้เครือข่ายของ สบร.
- 4) รายงานการประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
- 5) สรุปผลการจัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.
- 6) แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

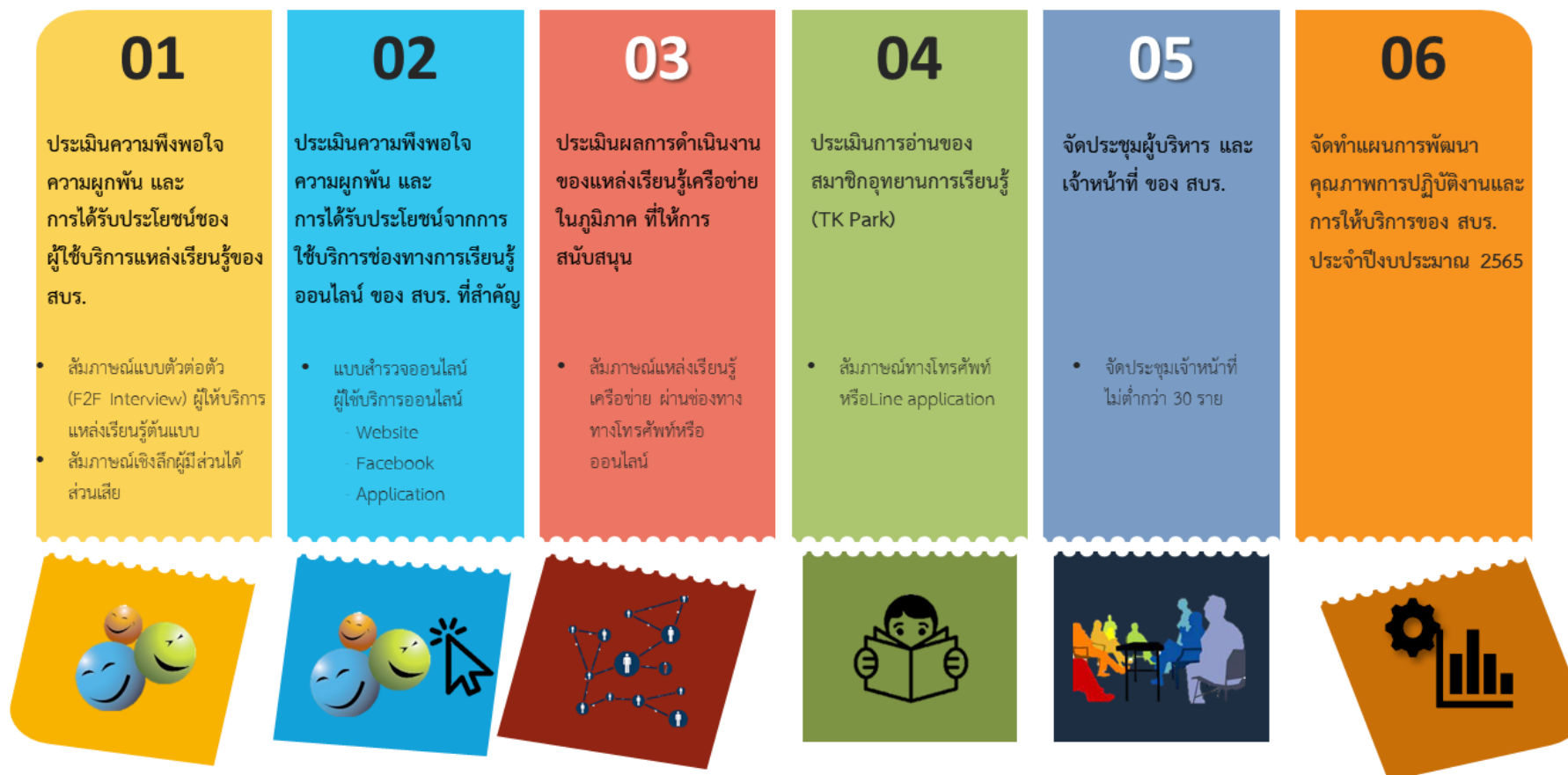
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 การให้บริการและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ และแหล่งเรียนรู้เครือข่ายทั้งในรูปแบบของอุทยานการเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ รวมถึงการให้บริการสื่อออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์สามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ ที่หลากหลาย นำความรู้ไปต่อยอดและขยายผลเพื่อสร้างรายได้และยกระดับความเป็นอยู่ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงความรู้ รวมทั้งมีความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการด้านการเรียนรู้ การค้นคว้า แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างแรงบันดาลใจ ทั้งที่เป็นพื้นที่จริงทางกายภาพและพื้นที่เสมือนจริง อีกทั้งสามารถส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีนิสัยรักการอ่านและการเรียนรู้ รวมถึงพัฒนาทักษะที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น

1.5.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งผู้ให้บริการ และบุคลากร สบร. มีส่วนร่วมในการประเมินงานบริการตามภารกิจของ สบร. เสนอแนะ จัดทำแผนการปรับปรุงงานบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งผู้ให้บริการสามารถนำผลการประเมิน ไปพัฒนางานต่างๆให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลเกิดประโยชน์และความคุ้มค่าต่อประชาชน รวมทั้งนำไปพัฒนานโยบาย กลยุทธ์และวิธีการดำเนินงาน แผนงาน/โครงการให้บรรลุเป้าหมายในการบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ต่อไป

บทที่ 2

กรอบแนวคิด และวิธีการประเมินผล



แผนภาพที่ 2.1 ภาพรวมของระเบียบวิธีการศึกษา

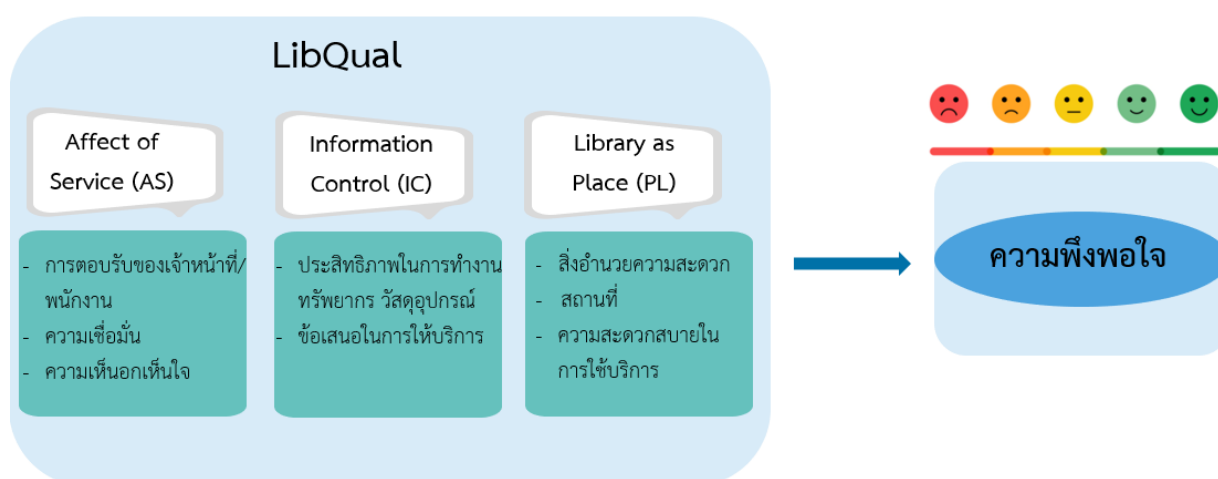
2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีการศึกษาความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.

2.1.1 ทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจสามารถเป็นได้ทั้งความรู้สึกทางบวกและทางลบ (Shelly, 1975)

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นการแสดงความใส่ใจที่จะพัฒนา ปรับปรุงบริการให้แก่ผู้มาใช้บริการอีกด้วย ทั้งนี้ คุณภาพการบริการ ในบริบทของแหล่งเรียนรู้ หมายถึง ความพร้อมในการใช้งาน การเข้าถึงทรัพยากร การให้บริการด้านความรู้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการ

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ทางทีมที่ปรึกษาฯ ประยุกต์ใช้โมเดล LibQual ซึ่งเป็นโมเดลที่ถูกพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาศึกษาในเรื่องคุณภาพการให้บริการห้องสมุด/แหล่งเรียนรู้ในหลายรูปแบบ และยังมีการใช้โมเดลนี้ในการศึกษาในหลายประเทศทั่วโลก โดยมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทในเรื่องที่ต้องการจะศึกษา ซึ่งจะประกอบด้วย 3 มิติหลัก ได้แก่ Affect of service (AS), Information Control (IC) และ Library as Place (LP) โดยในแต่ละมิติ จะมีประเด็นคำถามที่ครอบคลุมในหัวข้อย่อยนั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ



ที่มา : Kumar, A., & Mahajan, P. (2019). Library performance assessment of service quality through LibQUAL: The case of Maharshi Dayanand University (MDU), Rohtak (India). *Library Philosophy and Practice*, 1-17.

แผนภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการสำรวจความพึงพอใจ

โดยการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า จะมีการใช้การวิเคราะห์ Importance Performance Analysis (IPA) เป็นกรอบแนวคิดที่พัฒนาโดย Martilla and James (1977) ที่มีการนำมาใช้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยนำมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะสามารถให้ข้อมูลสำคัญแก่ผู้บริหารในการวัดความพึงพอใจและการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร โดยนำเสนอในรูปแบบที่ง่ายต่อการเข้าใจ



ที่มา : Martilla, J.A. and James, J.C. (1977) Importance-Performance Analysis. Journal of Marketing, 41, 77-79.

แผนภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็ง: Importance Performance Analysis (IPA)

โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน (Quadrants) ประกอบด้วย :

- **Quadrant I: ควรให้ความสนใจ:** เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ใช้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ใช้บริการควรให้ความสำคัญและควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **Quadrant II: ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์:** เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ใช้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **Quadrant III: สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน:** เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ใช้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **Quadrant IV: สิ่งที่ต้องรักษาไว้:** เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ใช้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ ทีมที่ปรึกษา ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจในการใช้บริการควบคู่ไปด้วย เนื่องจากต้องการให้ทาง สบร. สามารถเห็นมุมมองให้ครบทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งในการศึกษาความไม่พึงพอใจในครั้งนี้ ได้นำแนวคิดจากโมเดลของ Marcel Zeelenberg และ Rik Pieters (2004) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า นอกเหนือจากอารมณ์ทางบวกที่ก่อเกิดความพึงพอใจ ในทางกลับกันยังคงมีอารมณ์ทางลบที่ก่อให้เกิดความเสียใจ ผิดหวัง เนื่องจากสิ่งที่ได้รับไม่ตรงไปตามความคาดหวังหรือการได้รับบริการไม่ตรงตามความต้องการ ทั้งนี้อารมณ์ที่กล่าวมาข้างต้นอาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจ และเกิดผลกระทบในอนาคต



ที่มา : Bloemer, J., Brijis, T., Swinnen, G., & Vanhoof, K. (2002). Identifying latently dissatisfied customers and measures for dissatisfaction management. *International Journal of Bank Marketing*, 20(1), 27-37.

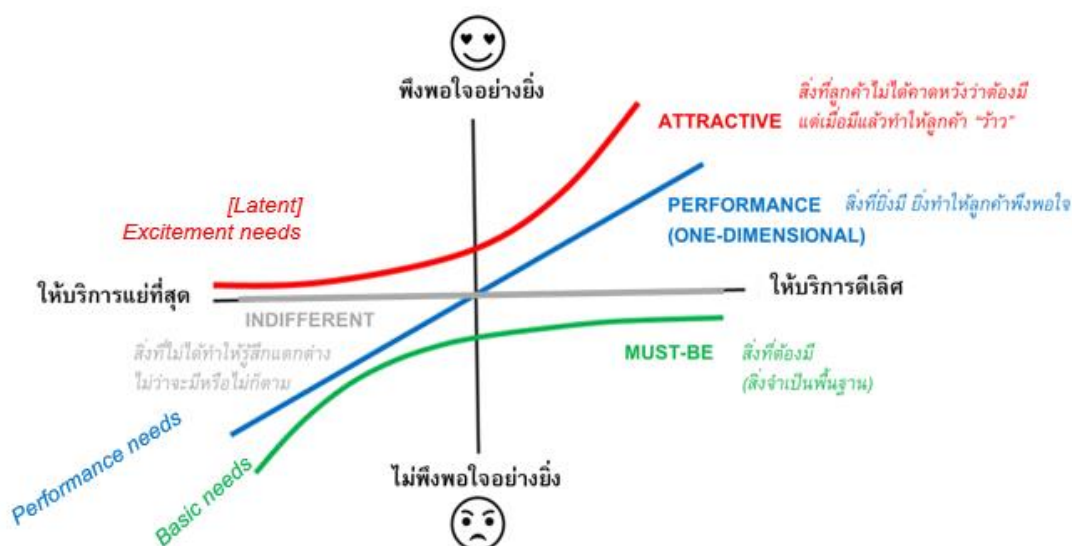
แผนภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการสำรวจความไม่พึงพอใจ

2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง

เมื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ ทางทีมที่ปรึกษา เห็นว่าควรที่จะมีการศึกษาด้านความพอใจ ความต้องการและความคาดหวังควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงปัจจัยหรือผลกระทบที่มีต่อความพึงพอใจ โดยในการศึกษาครั้งนี้มีการประยุกต์ใช้ Kano Model ซึ่งนำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับความพึงพอใจว่าด้วย กิจกรรม/บริการแต่ละประเภทหรือแต่ละคุณลักษณะ ไม่ได้ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้เท่ากัน แต่ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อคุณลักษณะนั้นๆ ด้วย ซึ่งคุณลักษณะที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจ/อารมณ์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับมุมมอง การรับรู้ และความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งสามารถทำการวิเคราะห์ใน 2 มิติหลัก ได้แก่ ความพึงพอใจ และ ระดับของการให้บริการ ทั้งนี้จะมีการนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดอื่นๆ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

โดย KANO โมเดลนี้ สามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- Performance คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- Indifference คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม



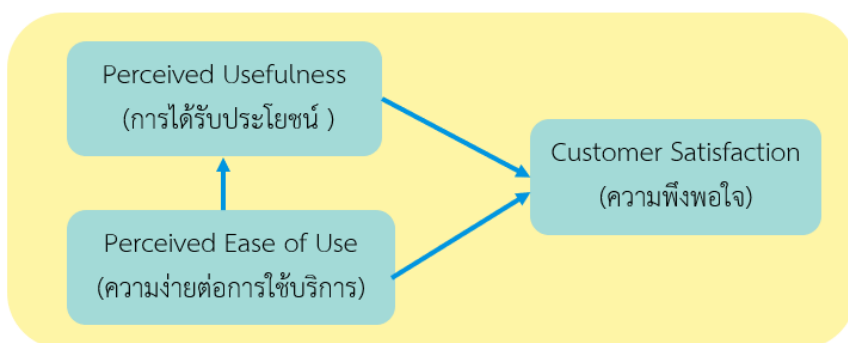
ที่มา : Kano N, Seraku N, Takahashi F, Tsuji S (1984) Attractive quality and must-be quality. J. Japan. Society Quality Control, 14:39-48

แผนภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดความพึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวัง

2.1.3 ทฤษฎีการได้รับประโยชน์ของลูกค้า

การศึกษาการได้รับประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถนำไปประยุกต์ใช้เมื่อเข้ามาใช้บริการที่แหล่งเรียนรู้ จากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์ควบคู่กัน เนื่องจากมีสมมติฐานว่ามีความสัมพันธ์และผลลัพธ์เกิดในทิศทางเดียวกัน มากไปกว่านั้นเมื่อก้าวถึงการได้รับประโยชน์ จะมีการศึกษาควบคู่กับการง่ายต่อการใช้บริการ โดยพบมากในบริบทของการศึกษาช่องทางออนไลน์

อย่างไรก็ตาม จากที่กล่าวมาข้างต้นโมเดลการได้รับประโยชน์นี้สามารถเข้าใจได้ง่ายและประยุกต์ใช้ได้ทั้งในการศึกษาออนไลน์และออฟไลน์



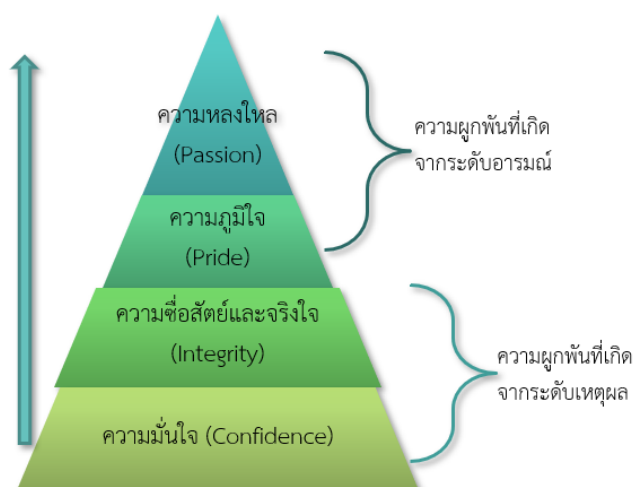
ที่มา : Abdel-Maksoud, N. F. (2018). The Relationship between Students' Satisfaction in the LMS" Acadox" and Their Perceptions of Its Usefulness, and Ease of Use. *Journal of Education and Learning*, 7(2), 184-190.

แผนภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดการสำรวจการได้รับประโยชน์ของลูกค้า

2.1.4 ทฤษฎีความผูกพัน

การศึกษาความผูกพันของผู้ใช้บริการ อาศัยหลักการของ The Gallup Organization โดยเสนอผ่านทาง McEwen (2005) พบว่าระดับความผูกพันของผู้ใช้บริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่

- 1) ความมั่นใจ (Confidence) หมายถึงระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อมั่นว่าองค์กรจะสามารถรักษาสัญญาที่ให้ไว้กับตนได้
- 2) ความซื่อสัตย์และจริงใจ (Integrity) หมายถึงการที่องค์กรมีมาตรการปฏิบัติงานต่อผู้ใช้บริการอย่างยุติธรรม และอาจจะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างยุติธรรม
- 3) ความภูมิใจ (Pride) หมายถึงระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มีความภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้า/บริการขององค์กร/แบรนด์นั้นๆ
- 4) ความหลงใหล (Passion) หมายถึงความหลงใหลของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร/แบรนด์ โดยลูกค้าที่ผูกพันถึงระดับนี้ จะรู้สึกว่ามีสินค้าใดที่จะมาทดแทน หรือแทนที่องค์กร/แบรนด์ที่บริโภค/ใช้บริการ อยู่ได้



ที่มา : McEwen, W. J. (2005) Married to the brand: Why consumer bond with some brands for life, New York : Gallup Press, p.67.

แผนภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดความผูกพัน

จากโมเดลนี้ The Gallup ได้พัฒนาต่อเป็นการจัดกลุ่มผู้ใช้บริการตามความผูกพัน สามารถแบ่งผู้ใช้บริการออกเป็น 4 กลุ่มได้ ดังนี้

- กลุ่มที่ 1. Fully Engaged คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์ เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในสินค้า/บริการ และไม่สนใจต่อราคาสินค้าเลย
- กลุ่มที่ 2. Engaged คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- กลุ่มที่ 3. Not Engaged คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อองค์กร/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น
- กลุ่มที่ 4. Actively Disengaged หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ



ที่มา: McEwen, W. J. (2005) Married to the brand: Why consumer bond with some brands for life, New York: Gallup Press, p.67

แผนภาพที่ 2.8 กรอบแนวคิดความผูกพันแบ่งตามผู้ใช้บริการ

โดยนำกรอบแนวคิดและทฤษฎีมาประยุกต์ใช้เพื่อประเมินผล ในประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และ การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของ สบร.

1) กลุ่มเป้าหมาย : ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และมิวเซียมสยาม และในการพัฒนาปรับปรุงงานบริการของแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ของ สบร.

2) วิธีการเก็บข้อมูล : - การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face interview) โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview)

3) กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ : รายละเอียดดังตารางที่ 2.1 ตารางที่ 2.2 และ ตารางที่ 2.5

- **ส่วนที่ 1** การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face interview) โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม

ตารางที่ 2.1 กำหนดจำนวนตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้

	สถานการณ์ปกติ		สถานการณ์ไม่ปกติ	
	TK Park	Museum Siam	TK Park	Museum Siam
ผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ	200	200	150	150

หากในกรณีที่เกิดเหตุการณ์สภาวะไม่ปกติ ทางทีมที่ปรึกษาฯ จะทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Computer Assisted Telephone Interview : CATI) หรือวิธีการที่เหมาะสม และพิจารณาปรับลดจำนวนตัวอย่างให้เหมาะสม เนื่องจากมีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูลที่สมบูรณ์ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละรูปแบบของการเก็บข้อมูล

ตารางที่ 2.2 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้

ช่วงอายุ	ผู้บริการอุทยานการเรียนรู้ TK Park	ผู้บริการ Museum Siam
7 - 12 ปี (ประถมศึกษา)	40	40
13 -15 ปี (มัธยมศึกษาตอนต้น)	40	40
16-18 ปี (มัธยมศึกษาตอนปลาย)	40	40
19- 22 ปี (มหาวิทยาลัย)	40	40
มากกว่า 22 ปี (ประชาชนทั่วไป)	40	40
รวม	200	200

หมายเหตุ:

* มีการกำหนด Soft quota ในการเก็บข้อมูล เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายตามช่วงอายุ

**กรณีที่กลุ่มเป้าหมายตามช่วงอายุไม่เพียงพอ ได้ทำการเกลี่ยช่วงอายุแต่คงจำนวนทั้งหมดให้เท่าเดิม

***จำนวนตัวอย่างมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสถานการณ์และผ่านความเห็นชอบจาก สปร.

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ได้มีการทำ Contact Sheet เพื่อสรุปถึงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์สำเร็จ กับกลุ่มเป้าหมายจริง ในการเก็บข้อมูลแต่ละพื้นที่ โดยภายหลังจากการทำสรุป Contact Sheet จะทำให้สามารถสรุปสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแห่งที่ไปทำการเก็บข้อมูล ในประเด็นต่างๆ ได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ แต่ปฏิเสธการสัมภาษณ์
- สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ และสัมภาษณ์สำเร็จ
- สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ แต่สัมภาษณ์ไม่จบ
- สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เจอ แต่คุณสมบัติไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- อื่นๆ

4) ประเด็นในการสำรวจ : ทางทีมที่ปรึกษาได้จำแนกประเด็นการสำรวจในแต่ละแหล่งเรียนรู้ของ สบร. โดยอ้างอิงจากแบบสำรวจงานประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้มีความกระชับและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น แบบสำรวจที่ใช้ในครั้งนี้ มี 2 ชุด ประกอบด้วย แบบสอบถาม (1) ผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ TK Park และ (2) ผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม โดยมีประเด็น/โครงสร้างในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ข้อมูลการใช้บริการ

- ข้อมูลทั่วไป
- ประสบการณ์ในการใช้บริการ
- ความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ
- การได้รับประโยชน์
- ความผูกพัน
- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้แบบสอบถามทั้ง TK Park และมิวเซียมสยาม จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่จะมีความแตกต่างในส่วน of ประเด็นย่อยเพื่อให้เหมาะสมกับประเภทการให้บริการ และปรับเปลี่ยนคำถามให้ตรงตามบริบทของแหล่งเรียนรู้ต่างๆ

5) มาตรวัดในการประเมิน

ข้อคำถามในส่วนของการประเมินภาพรวมความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ โดยมาตรวัดที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ทางทีมที่ปรึกษาฯ ใช้มาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนความพึงพอใจในเรื่องนั้นๆ น้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนในเรื่องนั้นๆ มากที่สุด เช่นเดียวกับการประเมินภาพรวมการได้รับประโยชน์ จะใช้มาตรวัดระดับการได้รับประโยชน์ 5 ระดับ แบบ Likert Scale

จากน้อยไปมากเช่นกัน กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง การได้รับประโยชน์ในเรื่องนั้นๆ น้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง การได้รับประโยชน์ในเรื่องนั้นๆ มากที่สุด

สำหรับมาตรวัดระดับความผูกพัน 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง รู้สึกผูกพันมากที่สุด ในส่วนของมาตรวัดระดับความสำคัญ 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

ในขณะที่มาตรวัดระดับความไม่พึงพอใจ 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน -1 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจในเรื่องนั้นๆ น้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน -5 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจในเรื่องนั้นๆ มากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 2.3 และ 2.4

ตารางที่ 2.3 รายละเอียดของมาตรวัดที่ใช้ในการประเมิน

มาตรวัดความพึงพอใจ :



มาตรวัดการได้รับประโยชน์ :



มาตรวัดความผูกพัน :



มาตรวัดความสำคัญ :



มาตรวัดความไม่พึงพอใจ :



ตารางที่ 2.4 เกณฑ์การแปลค่าคะแนน

คะแนน	ระดับ	ความหมาย
1.00 -1.80	1	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน/ ความสำคัญ น้อยที่สุด
1.81-2.60	2	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน/ ความสำคัญ น้อย
2.61-3.40	3	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน/ ความสำคัญ ปานกลาง
3.41-4.20	4	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน/ ความสำคัญ มาก
4.21-5.00	5	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน/ ความสำคัญ มากที่สุด

คะแนน	ระดับ	ความหมาย
-1.00 ถึง -1.80	-1	ระดับความไม่พึงพอใจน้อยที่สุด
-1.81 ถึง -2.60	-2	ระดับความไม่พึงพอใจน้อย
-2.61 ถึง -3.40	-3	ระดับความไม่พึงพอใจปานกลาง
-3.41 ถึง -4.20	-4	ระดับความไม่พึงพอใจมาก
-4.21 ถึง -5.00	-5	ระดับความไม่พึงพอใจมากที่สุด

ในการคำนวณและวิเคราะห์ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ในภาพรวม จะมีการนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปใช้ประมวลผลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- การคำนวณค่าร้อยละและคะแนนความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจนั้น ค่าร้อยละ จะรวมผู้ตอบทั้งที่แสดงความคิดเห็น และไม่แสดงความคิดเห็น ส่วนการคำนวณคะแนนจะไม่รวมผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็น
- การวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นย่อยใช้การคำนวณค่าร้อยละ และคะแนนเฉลี่ย ซึ่งการแปลผลจะพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นหลัก

สูตรการคำนวณคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{คะแนนเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนของคนตอบคนที่ 1} + \text{คะแนนของคนตอบคนที่ 2} + \text{คะแนนของคนตอบคนที่ 3} + \dots + \text{คะแนนคนตอบคนที่ n}}{\text{จำนวนคนตอบทั้งหมด (n)}}$$

$$\% \text{ Top two Boxes} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบที่ให้คะแนนมากที่สุด 2 อันดับแรก} \times 100}{\text{จำนวนคนตอบทั้งหมด (n) ไม่นับผู้ไม่แสดงความคิดเห็น}}$$

- **ส่วนที่ 2** การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาปรับปรุงงานบริการของแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม

ตารางที่ 2.5 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ

	TK Park	Museum Siam
หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สบร.	5	5
ผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้	5	5
เจ้าหน้าที่	3	3
รวม	13	13

*ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บจากแบบสำรวจเชิงปริมาณ โดยแบ่งเป็นผู้ให้บริการที่มีคะแนนความพึงพอใจสูง และผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่ำ เพื่อให้ได้เห็นโอกาส มุมมอง ปัญหาและอุปสรรคอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ 2 ประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และ การได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. ที่สำคัญ

- 1) กลุ่มเป้าหมาย : - ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ 3 หน่วยงาน
- ผู้ใช้บริการ Facebook 3 หน่วยงาน
- ผู้ใช้บริการ Application TK Park Online Library
- 2) วิธีการเก็บข้อมูล : แบบสอบถามออนไลน์
- 3) กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ : รายละเอียดดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และ การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์

	OKMD	TK Park	Museum Siam	Online TK Public Library
ผู้ให้บริการ Website	150	150	150	-
ผู้ให้บริการ Facebook	150	150	150	-
ผู้ให้บริการ Application	-	-	-	60
รวม	300	300	300	60

ในการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการออนไลน์ ทีมที่ปรึกษาฯ จะใช้ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของทาง OKMD อุทยานการเรียนรู้ TK Park และมิวเซียมสยาม เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงการทำแบบสอบถาม โดยใส่ URL หรือ QR code บนหน้า Website, Facebook ตลอดจน Application สำหรับออฟไลน์ จะทำการขออนุญาตวาง QR code ที่หน้าทางเข้าอุทยานการเรียนรู้ TK Park และมิวเซียมสยามเพื่อเพิ่มการมองเห็น การเข้าถึงและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ ที่ปรึกษาฯ ได้จัดให้มีการแจกรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมการตอบแบบสอบถามและกระตุ้นการมีส่วนร่วมให้มากยิ่งขึ้น

*ของรางวัลสำหรับสร้างแรงจูงใจ ทางปรึกษาฯ ได้มีการหารือกับทีมงาน สปร. ตามความเหมาะสม

**จำนวนตัวอย่างปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสถานการณ์และผ่านความเห็นชอบจาก สปร.

4) ประเด็นในการสำรวจ : ทางทีมที่ปรึกษาได้จำแนกประเด็นการสำรวจออนไลน์ในแต่ละแหล่งเรียนรู้ของ สปร. โดยอ้างอิงจากแบบสำรวจงานประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้มีความกระชับและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น แบบสำรวจที่ใช้ในครั้งนี้ มี 7 ชุด ประกอบด้วย แบบสอบถาม (1) ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD (2) ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD (3) ผู้ใช้บริการเว็บไซต์อุทยานการเรียนรู้ TK Park (4) ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กอุทยานการเรียนรู้ TK Park (5) ผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม (6) ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม และ (7) ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library โดยมีประเด็น/โครงสร้างในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ข้อมูลการให้บริการออนไลน์

- ข้อมูลทั่วไป
- ประสบการณ์ในการใช้บริการออนไลน์
- ความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการออนไลน์
- การได้รับประโยชน์
- ความผูกพัน
- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้แบบสอบถามทั้ง OKMD TK Park และมิวเซียมสยาม จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่จะมีความแตกต่างในส่วนของข้อมูลที่แสดงบนออนไลน์ และปรับเปลี่ยนคำถามให้ตรงตามบริบทของความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์นั้นๆ

5) มาตรวัดในการประเมิน

ข้อคำถามในส่วนของการประเมินภาพรวมความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ โดยมาตรวัดที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ทางทีมที่ปรึกษาฯ ใช้มาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากนั้นน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนความพึงพอใจในเรื่องนั้นๆ น้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนในเรื่องนั้นๆ มากที่สุด เช่นเดียวกับการประเมินภาพรวมการได้รับประโยชน์ จะใช้มาตรวัดระดับการได้รับประโยชน์ 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากนั้นน้อยไปมากเช่นกัน กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง การได้รับประโยชน์ในเรื่องนั้นๆ น้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง การได้รับประโยชน์ในเรื่องนั้นๆ มากที่สุด สำหรับมาตรวัดระดับความผูกพัน 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากนั้นน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน 1 หมายถึง รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน 5 หมายถึง รู้สึกผูกพันมากที่สุด

ในขณะที่มาตรวัดระดับความไม่พึงพอใจ 5 ระดับ แบบ Likert Scale จากนั้นน้อยไปมาก กล่าวคือ คะแนน -1 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจในเรื่องนั้นๆ น้อยที่สุด เรียงลำดับจนถึงคะแนน -5 หมายถึง มีการให้ระดับคะแนนความไม่พึงพอใจในเรื่องนั้นๆ มากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 2.7 และ 2.8

ตารางที่ 2.7 รายละเอียดของมาตรวัดที่ใช้ในการประเมิน

มาตรวัดความพึงพอใจ :



มาตรวัดการได้รับประโยชน์ :



มาตรวัดความผูกพัน :



มาตรวัดความไม่พึงพอใจ :



ตารางที่ 2.8 เกณฑ์การแปลค่าคะแนน

คะแนน	ระดับ	ความหมาย
1.00 -1.80	1	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน น้อยที่สุด
1.81-2.60	2	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน น้อย
2.61-3.40	3	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน ปานกลาง
3.41-4.20	4	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน มาก
4.21-5.00	5	ระดับ ความพึงพอใจ/ การได้รับประโยชน์/ ความผูกพัน มากที่สุด

คะแนน	ระดับ	ความหมาย
-1.00 ถึง -1.80	-1	ระดับความไม่พึงพอใจน้อยที่สุด
-1.81 ถึง -2.60	-2	ระดับความไม่พึงพอใจน้อย
-2.61 ถึง -3.40	-3	ระดับความไม่พึงพอใจปานกลาง
-3.41 ถึง -4.20	-4	ระดับความไม่พึงพอใจมาก
-4.21 ถึง -5.00	-5	ระดับความไม่พึงพอใจมากที่สุด

ในการคำนวณและวิเคราะห์ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน การได้รับประโยชน์ในภาพรวม จะมี การนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปใช้ประมวลผลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ (Statistic Package for Social Science : SPSS) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน

- การคำนวณค่าร้อยละและคะแนนความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจนั้น ค่าร้อยละ จะรวมผู้ตอบทั้งที่แสดง ความคิดเห็น และไม่แสดงความคิดเห็น ส่วนการคำนวณคะแนนจะไม่รวมผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็น

- การวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นย่อยใช้การคำนวณค่าร้อยละ และคะแนนเฉลี่ย ซึ่งการแปลผลจะพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นหลัก

สูตรการคำนวณคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{คะแนนเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนของคนตอบคนที่ 1} + \text{คะแนนของคนตอบคนที่ 2} + \text{คะแนนของคนตอบคนที่ 3} + \dots + \text{คะแนนคนตอบคนที่ n}}{\text{จำนวนคนตอบทั้งหมด (n)}}$$

$$\% \text{ Top two Boxes} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบที่ให้คะแนนมากที่สุด 2 อันดับแรก} \times 100}{\text{จำนวนคนตอบทั้งหมด (n) ไม่นับผู้ไม่แสดงความคิดเห็น}}$$

ประเด็นที่ 3 ประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาคที่ สบร. ให้การสนับสนุน

- 1) กลุ่มเป้าหมาย : แหล่งเรียนรู้เครือข่ายของ สบร.
- 2) วิธีการเก็บข้อมูล : การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) ผ่านการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์/ออนไลน์
- 3) กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ : รายละเอียดดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่าย

	เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้	เครือข่ายพิพิธภัณฑ์
เครือข่ายเก่า	3 แห่ง	3 แห่ง
ประกอบด้วย		
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร	1 ท่าน	1 ท่าน
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ	2 ท่าน	2 ท่าน
เครือข่ายใหม่ (เข้าร่วมไม่เกินระยะเวลา 2 ปี)	2 แห่ง	2 แห่ง
ประกอบด้วย		
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร	1 ท่าน	1 ท่าน
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ	2 ท่าน	2 ท่าน
รวม	5 แห่ง	5 แห่ง

*ช่องทางการสัมภาษณ์ คำนึงถึงความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหลัก

** จำนวนตัวอย่างปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสถานการณ์และผ่านความเห็นชอบจาก สบร.

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ จะมีการเก็บข้อมูลทั้งเครือข่ายเก่าและเครือข่ายใหม่ เนื่องจากต้องการทราบความคิดเห็นรอบด้าน โดยประเด็นที่สอบถามจะครอบคลุมในเชิงการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย การได้รับการสนับสนุน ตลอดจนประโยชน์ที่ได้รับ เป็นต้น ทั้งนี้ ทางทีมที่ปรึกษา ได้ทำการสัมภาษณ์ทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร และเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารจะเน้นการซักถามในเชิงนโยบาย หรือแนวทางการในการบริหารและกิจกรรมต่างๆ ขณะที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการจะเป็นการซักถามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการ

ปฏิบัติงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ตลอดจนประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย และผลประโยชน์ต่อเนื้อที่ผู้ใช้บริการเครือข่ายได้รับ

4) ประเด็นการสำรวจ : ในการสำรวจจะมีการแบ่งแนวคำถามเป็น 2 ชุด (1) สำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร และ (2) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ

ตัวอย่างประเด็นในการสำรวจ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร :

- การพัฒนาเกี่ยวกับด้านนโยบาย
- กลุ่มเป้าหมายของเครือข่าย
- การบริหารจัดการ
- ความพร้อมของเครือข่าย
- การสนับสนุนจากแหล่งเรียนรู้เครือข่ายต้นแบบ
- การติดต่อ ประสานงานกับเครือข่ายต้นแบบ
- การประชาสัมพันธ์
- กิจกรรมต่างๆ และประโยชน์ที่ได้รับ
- ปัญหาและอุปสรรค
- ข้อเสนอแนะ

ตัวอย่างประเด็นในการสำรวจ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ :

- การสนับสนุนจากแหล่งเรียนรู้เครือข่ายต้นแบบ
- การติดต่อ ประสานงานกับเครือข่ายต้นแบบ
- การประชาสัมพันธ์
- กิจกรรมต่างๆ และประโยชน์ที่ได้รับ
- ปัญหาและอุปสรรค
- ข้อเสนอแนะ

ประเด็นที่ 4 ประเมินผลการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

- 1) กลุ่มเป้าหมาย : เด็กและเยาวชนที่เป็นสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (อายุระหว่าง 6-24 ปี)
- 2) วิธีการเก็บข้อมูล : การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face interview) โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือ Line application
- 3) กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ : มีรายละเอียดดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ช่วงอายุ	TK Park
ช่วงอายุ 6 - 12 ปี (วัยประถมศึกษา)	50
ช่วงอายุ 13 - 18 ปี (วัยมัธยมศึกษา)	50
ช่วงอายุ 19 - 24 ปี (วัยนักศึกษามหาวิทยาลัย)	50
รวม	150

**จำนวนตัวอย่างสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของสถานการณ์และผ่านความเห็นชอบจาก สบร.

เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ทางทีมที่ปรึกษาฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์รายชื่อสมาชิกจากทีมอุทยานการเรียนรู้ TK Park โดยสัดส่วนจำนวนตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมและได้รับความเห็นชอบจาก สบร.

4) ประเด็นการสำรวจ :

ตัวอย่างประเด็นในการสำรวจ

- ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการอ่านต่อวัน
- เหตุผลหรือแรงจูงใจในการอ่าน
- เนื้อหาสาระที่ชอบอ่าน
- ความพร้อมของเครือข่าย
- ประเภทหนังสือที่ชอบอ่าน
- ช่องทางที่ใช้อ่าน

ประเด็นที่ 5 จัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.

- 1) กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.
- 2) วิธีการเก็บข้อมูล : ทางทีมที่ปรึกษาฯ รายงานผลการประเมินสำนักงานและพัฒนาองค์ความรู้ และสอบถามความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะต่างๆ ในมุมมองของผู้บริหารและ เจ้าหน้าที่ของ สบร. เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกและ นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ผลในลำดับถัดไป
- 3) จำนวนกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ : ไม่น้อยกว่า 30 คน

ประเด็นที่ 6 จัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร.

ประจำปีงบประมาณ 2565

ในการวิเคราะห์การศึกษา ทีมที่ปรึกษาฯ จะทำการวิเคราะห์ผลเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ซึ่งมีการกิจหลักในการบริหารและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงองค์ความรู้ ให้กับประชาชนทุกกลุ่มและทุกช่วงวัยมีโอกาสพัฒนาความคิด เพิ่มและต่อยอดองค์ความรู้ และพัฒนาภูมิปัญญาด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง เข้าถึงองค์ความรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อยกระดับศักยภาพทุนมนุษย์ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นผ่านระบบการเรียนรู้สาธารณะที่เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งนี้การบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ของ สบร. ประกอบด้วยบทบาท 3 ด้านหลัก คือ

- 1) การสร้างนวัตกรรมองค์ความรู้ (Knowledge Innovation) ทั้งที่เป็นเนื้อหาสาระ (Content) และที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Physical) อาทิ ต้นแบบแหล่งเรียนรู้
- 2) การถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Diffusion)
- 3) การใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ (Knowledge Utilization)

โดยยุทธศาสตร์ของ สบร. ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ดังแสดงในตารางที่ 2.11

ตารางที่ 2.11 ยุทธศาสตร์ของ สบร. ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565)

ยุทธศาสตร์	มุ่งเน้น
1) ด้านการพัฒนาวัตกรรมการเรียนรู้	นวัตกรรมการเรียนรู้และองค์ความรู้ที่ สบร. บริหารจัดการและพัฒนาสามารถขับเคลื่อน ให้เกิดคนไทย 4.0 เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการก้าวสู่โลกที่หนึ่ง
2) ด้านพัฒนาต้นแบบแหล่งเรียนรู้	ต้นแบบแหล่งเรียนรู้ของ สบร. ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ให้บริการอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ เท้าทันกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและความต้องการของประชาชน
3) ด้านพัฒนาเครือข่าย	เครือข่ายการเรียนรู้ของ สบร. มีศักยภาพในการให้บริการความรู้แก่คนไทยทุกกลุ่มทุกช่วงวัยในวงกว้าง

ยุทธศาสตร์	มุ่งเน้น
4) ด้านพัฒนาประสิทธิภาพภายในองค์กร	สปร. เป็นองค์กรที่มีระบบการบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพปรับตัวได้ทันต่อความก้าวหน้า ทางเทคโนโลยี มีความโปร่งใส มีระบบการให้บริการประชาชนที่มีคุณภาพ

2.2 แผนบริหารความเสี่ยงต่อเนื่อง (Business Continuity Plan : BCP)

ในการดำเนินงาน อาจมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้นในช่วงเวลาการเก็บข้อมูลซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่องานที่ทำการศึกษา โดยสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ได้สรุปเหตุการณ์สภาวะวิกฤตเป็น 9 เหตุการณ์ที่สำคัญ ได้แก่ 1.เหตุการณ์อุทกภัย 2.เหตุการณ์อัคคีภัย 3.เหตุการณ์แผ่นดินไหว 4.เหตุการณ์ชุมนุมประท้วง/จลาจล 5.เหตุการณ์โรคระบาดต่อเนื่อง 6.เหตุการณ์ก่อการร้าย 7.เหตุการณ์ไฟดับในวงกว้าง 8.เหตุการณ์หรือภัยที่เกิดจากอินเทอร์เน็ต/เครือข่ายล่ม และ 9.เหตุการณ์หรือภัยที่เกิดจากการจารกรรมข้อมูล โดยระบุผลกระทบออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านอาคาร/สถานที่ปฏิบัติงานหลัก
- 2) ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญ/การจัดส่งวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญ
- 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลที่สำคัญ
- 4) ด้านบุคลากรหลัก
- 5) ด้านลูกค้า/ ผู้ให้บริการ/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ ทางทีมที่ปรึกษาฯ ได้มีการคำนึงถึงแผนบริหารความเสี่ยงต่อเนื่อง โดยเน้นย้ำที่สถานการณ์ปัจจุบันคือ เหตุการณ์โรคระบาด (COVID19) ซึ่งอาจส่งผลกระทบหลักในด้านที่ 1 และด้านที่ 4 และด้านที่ 5 :

1) อาคาร/สถานที่ปฏิบัติงานหลัก หมายถึงเหตุการณ์ที่ทำให้สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้รับความเสียหายหรือไม่สามารถใช้สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้ และส่งผลให้บุคลากรไม่สามารถเข้าไปปฏิบัติงานได้ชั่วคราวหรือระยะยาว ซึ่งรวมทั้งการที่ผู้รับบริการไม่สามารถเข้าถึงสถานที่ให้บริการของหน่วยงานด้วย

4) ด้านบุคลากรหลัก หมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้บุคลากรหลักไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ

5) ด้านลูกค้า/ ผู้ให้บริการ/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ หมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ลูกค้า/ ผู้ให้บริการ/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่สามารถติดต่อหรือให้บริการหรือส่งมอบงานได้

ทั้งนี้ ทางทีมที่ปรึกษาฯ ได้มีการจัดเตรียมแผนสำรอง หากเหตุการณ์ยังไม่กลับมาในสภาวะปกติในช่วงเวลาที่ต้องทำการเก็บข้อมูล ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

แผนสำรองวิธีการเก็บข้อมูล 1 : ในกรณีที่**สามารถเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตัวต่อตัว** จะมีมาตรการความปลอดภัยที่รัดกุม เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การใช้เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ การเว้นระยะห่าง และการทำความสะอาดเครื่องมือ Tablet เป็นต้น ทั้งนี้จำนวนตัวอย่างอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมเนื่องจากผู้ให้บริการในช่วงแรก อาจยังไม่กลับมาให้บริการมากเท่าใดนัก จึงอาจมีการปรับเปลี่ยนให้มีการเก็บข้อมูลแบบ Hybrid คือแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลแบบตัวต่อตัว และเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์

แผนสำรองวิธีการเก็บข้อมูล 2 : ในกรณีที่**ไม่สามารถเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตัวต่อตัว** จะมีการปรับเปลี่ยนการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Computer-Assisted Telephone Interview : CATI) เพื่อลดการสัมผัส และสามารถเก็บข้อมูลภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้จำนวนตัวอย่างจะถูกคำนวณสัดส่วนตามความเหมาะสมและได้รับความเห็นชอบจาก สบร. เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอสำหรับการนำมาวิเคราะห์ผล

แผนสำรองวิธีการจัดประชุม :

- ในกรณีที่**สามารถจัดประชุมได้** ทางทีมที่ปรึกษาฯ จะยังคงปฏิบัติตามมาตรการของรัฐตั้งแต่การคัดกรอง ตลอดจนการรักษาระยะห่างภายในการประชุม ทั้งนี้อาจมีการกำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม โดยแบ่งเป็นแต่ละองค์กร เพื่อไม่ให้เกิดการรวมตัวมากจนเกินไป
- ในกรณีที่**ไม่สามารถจัดประชุมได้** ที่ปรึกษาฯ จะใช้เครื่องมือออนไลน์เพื่อจัดการประชุม เช่น การประชุมผ่าน video conference หรือเป็นการหารือกับทาง สบร. เพื่อหาวิธีที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การจัดการแผนสำรองทั้ง 2 กรณี จะจัดประชุมโดยมีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 30 คน ตามที่ TOR กำหนด

แผนสำรองบุคลากรและทีมงาน : ในกรณี**เหตุการณ์ไม่ปกติ** จะมีการกำหนดบุคลากรทดแทนหรือบุคลากรที่สามารถประสานงานในสายงานเดียวกัน ซึ่งสามารถทำงานทดแทนกันได้ในสภาวะวิกฤต อีกทั้งยังมีการเพิ่มจำนวนทีมงานในกรณีที่การเก็บข้อมูล อาจเกิดความล่าช้า เช่น ไม่สามารถเก็บข้อมูลภาคสนามได้ แต่ใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จะมีการเพิ่มทีมปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ อย่างไรก็ตาม ทางทีมที่ปรึกษาฯ ได้มีการสำรองระยะเวลาในการปฏิบัติงานเผื่อกรณีเกิดความล่าช้าและกระทบต่อการทำงานในขั้นตอนต่างๆ

บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน

การดำเนินงานของโครงการจะใช้เวลาทั้งสิ้น 120 วัน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ม.ย.			ก.ค.				ส.ค.				ก.ย.				ต.ค.
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
1 รับทราบผลการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษา ในการดำเนินโครงการ	◆															
2 ประชุมเริ่มต้นโครงการร่วมกับคณะทำงานของสปร.	—	—														
3 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ สปร.	—	—														
4 กำหนดกรอบแนวคิดและวิธีประเมินผลการดำเนินงาน	—	—	—													
5 จัดทำร่างแบบสอบถาม/สำรวจการประเมินผลการดำเนินงาน		—	—													
6 จัดส่งรายงานฉบับเบื้องต้น (Inception Report)			▲													
7 ทำการทบทวน/ ทดสอบแบบสอบถาม				—	—											
8 ดำเนินการเก็บข้อมูล				—	—	—	—									
9 ตรวจสอบคุณภาพข้อมูล				—	—	—	—	—	—							
10 บันทึกข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้อง					—	—	—	—	—	—						
11 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล								—	—	—						
12 จัดส่งรายงานฉบับกลาง (Interim Report)										▲						
13 จัดทำร่างรายงาน										—	—	—	—	—		
14 จัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สปร.												—	—			
15 จัดส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)															▲	
16 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)															—	—
17 จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																▲

3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานโดยละเอียด

- 1) รับทราบผลการคัดเลือกและเซ็นสัญญาในการดำเนินโครงการ
- 2) ประชุมเริ่มต้นโครงการกับคณะทำงานของ สบร. : ทำการประชุมกับ สบร. เพื่อ
 - ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร วัตถุประสงค์ของโครงการในรายละเอียดต่างๆ
 - แนวทางการสำรวจในปีนี้ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคจากเหตุการณ์ไม่ปกติ
- 3) ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ สบร. : หาข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ ทั้งข้อมูลในปัจจุบัน และข้อมูลการศึกษาในปีที่ผ่านมา ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ผลการศึกษา
- 4) กำหนดกรอบแนวคิดและวิธีประเมินผลการดำเนินงาน : ทำการศึกษากรอบแนวคิดที่จะนำมาใช้ประเมินในประเด็นต่างๆ ให้ตรงกับประเด็นที่จะศึกษา รวมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ และ แผนงานที่เกี่ยวข้องของ สบร.
- 5) จัดทำร่างแบบสอบถาม/สำรวจการประเมินผลการดำเนินงาน : จัดทำร่างแบบสอบถาม อ้างอิงจากปีที่แล้ว โดยประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิดทฤษฎีของปีนี้ เพื่อนำมาปรับแก้ พัฒนาให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และเหมาะสมกับบริบทมากยิ่งขึ้น
- 6) จัดส่งรายงานฉบับขั้นต้น (Inception Report) :
 - ทำรายงานฉบับขั้นต้นอันประกอบด้วยแผนการดำเนินงานของที่ปรึกษาโดยละเอียด ได้แก่ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด วิธีการดำเนินงาน และแผนการดำเนินงาน
 - นำเสนอผลรายงานฉบับขั้นต้นต่อคณะกรรมการตรวจรับ
 - จัดทำ (ร่างแบบสอบถาม) ตามประเด็นการประเมินทั้งหมด
 - ทำการปรับแก้ (หากมี) และนำส่งฉบับปรับแก้ให้กับทางคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาอีกครั้ง
- 7) จัดประชุมเพื่อพิจารณา (ร่าง) แบบสอบถาม ปรับแก้ไขให้สมบูรณ์พร้อมพัฒนาต่อในช่องทางต่างๆ และทดสอบแบบสอบถาม : ทำการประชุมร่วมกับ สบร. เพื่อนำเสนอแบบสอบถาม และให้ทาง สบร. ซึ่งเป็นผู้นำข้อมูลไปใช้ได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- 8) ดำเนินการเก็บข้อมูล : ในการเก็บข้อมูลจะมีขั้นตอนการเก็บข้อมูลเข้ามาเกี่ยวข้องดังนี้
 - อธิบายรายละเอียดแบบสอบถามที่ได้รับการอนุมัติแล้ว ให้กับทีมการเก็บข้อมูลภายในที่เกี่ยวข้อง
 - คัดเลือกพนักงาน จัดทีมเก็บข้อมูล
 - อธิบายและถ่ายทอดแบบสอบถามให้กับพนักงานเก็บข้อมูล เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจในแนวทางการเก็บข้อมูลที่ชัดเจน รวมถึงทำ role play ก่อนทำการเก็บจริง
 - จัดเตรียมแผนและไควต์การเก็บข้อมูล และแบบฟอร์ม contact sheet

- ลงเก็บงานภาคสนาม
 - จัดทำรายงานความคืบหน้าการเก็บข้อมูล
- 9) ตรวจสอบคุณภาพข้อมูล : การตรวจสอบคุณภาพข้อมูลจะมีทั้งในส่วนของตัวเองที่แท้จริงของผู้ตอบ คำตอบที่ถูกต้องและเป็นจริง ความครบถ้วนของข้อมูล และการสร้างโค้ดสำหรับการวิเคราะห์คำถามข้อเปิดในแบบสอบถามเชิงปริมาณ
- 10) บันทึกข้อมูล และ ตรวจสอบความถูกต้อง : การบันทึก และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผ่านการวิเคราะห์ผลตารางและการตรวจสอบความถูกต้องผ่านการเช็คตรรกะของผู้ตอบ อีกทั้งสามารถควบคุมคุณภาพระหว่างการเก็บข้อมูลโดยบันทึกสถานที่จาก GPS และ ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถาม
- 11) ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล : ประกอบด้วย
- วางกรอบแนวทางการวิเคราะห์เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ในการสำรวจในครั้งนี้
 - วางกรอบ Tabulation ที่จะใช้ในการประมวลผลข้อมูลในแต่ละข้อคำถาม และ หัวข้อในการประมวลว่ามีการประเมินเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย หรือร้อยละ รวมทั้งการกำหนดฐานของผู้ตอบในแต่ละคำถามเพื่อกำหนดแนวทางในการประมวลผลที่ชัดเจน
- 12) จัดส่งรายงานฉบับกลาง (Interim Report) :
- นำเสนอผลรายงานฉบับกลางต่อคณะกรรมการตรวจรับ
 - ทำการปรับแก้ (หากมี) และนำส่งฉบับปรับแก้ให้กับทางคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาอีกครั้ง
- 13) การจัดทำร่างรายงาน :
- วางกรอบแนวทางในการจัดทำร่างรายงาน และแนวทางในการนำเสนอผลที่จะนำมาใช้เพื่อให้อาจารย์ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การสำรวจ
- 14) จัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สบร. (*เปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม)
- กำหนดผู้เข้าร่วม Workshop
 - การกำหนดรายละเอียดของเนื้อหา รายงานผลการประเมินงาน และคำถามที่จะใช้ในการประชุมเพื่อนำเสนอต่อ สบร. ในการพิจารณาอนุมัติ
 - จัดการประชุมและนำข้อเสนอแนะที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ผล
- 15) การจัดส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) :
- การจัดส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ เพื่อให้ทาง สบร. พิจารณาและปรับแก้อีกครั้ง ก่อนที่จะจัดส่งรายงานฉบับจริง
 - นำเสนอผลร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อคณะกรรมการตรวจรับ

16) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ :

- การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์อันประกอบด้วยผลการทบทวนประเด็นเชิงลึกจากการจัดการประชุมร่วมกับผู้บริหาร และฝ่ายปฏิบัติการของ สบร. พร้อมสร้างแนวทางกลยุทธ์ และข้อเสนอแนะในการพัฒนาบริการ การวิเคราะห์ และประเมินประเด็นการสำรวจเพื่อใช้ในการปรับปรุงแผนการดำเนินงานของ สบร. รวมถึงกำหนดข้อเสนอแนะในการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ และบทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)
- นำเสนอผลรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อคณะกรรมการตรวจรับ

17) จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) :

- นำเสนอผลรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อคณะกรรมการตรวจรับ

ตารางที่ 3.2 สิ่งที่ต้องส่งมอบในแต่ละงวดงาน

งวดงานที่	วันที่ส่งงาน	สิ่งที่นำส่ง
1	25 มิถุนายน 2564	รายงานเบื้องต้น (Inception Report) จำนวน 6 เล่ม (เล่มสี) พร้อมด้วยไฟล์รายงานฯ
2	19 สิงหาคม 2564	รายงานการศึกษาระดับกลาง (Interim Report) จำนวน 6 เล่ม (เล่มสี) พร้อมด้วยไฟล์รายงานฯ
3	18 กันยายน 2564	ร่างรายงานการศึกษาคัดฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) จำนวน 6 เล่ม (เล่มสี) พร้อมด้วยไฟล์รายงานฯ
4	8 ตุลาคม 2564	รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน 15 ชุด (เล่มสี) พร้อมด้วย External Hard disk จำนวน 1 ชุด

บทที่ 4

ผลการประเมินและวิเคราะห์ผลการศึกษา

4.1 การประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.

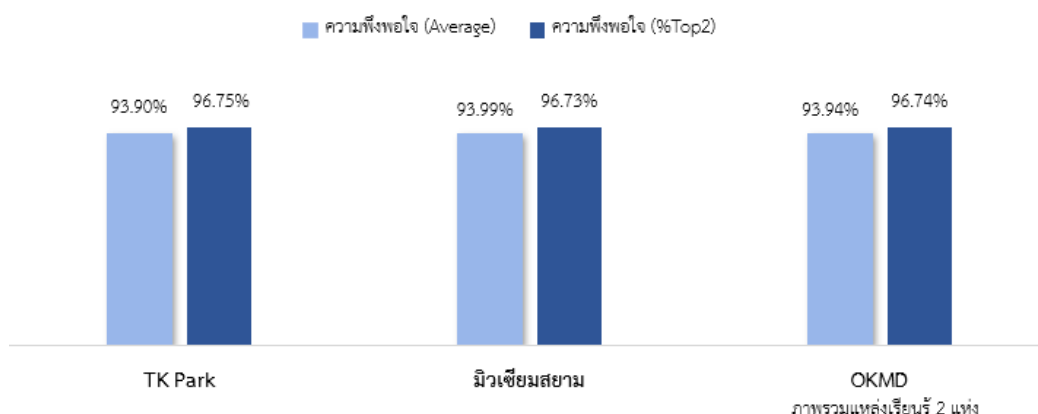
➤ ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview)

เนื่องจากสถานะเหตุการณ์ไม่ปกติ มีการสั่งล็อกดาวน์สถานที่ต่างๆ ส่งผลให้ไม่สามารถลงเก็บข้อมูลในพื้นที่จริง ดังนั้นทางทีมที่ปรึกษา ได้มีการปรับเปลี่ยนการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม ด้วยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวผ่านระบบสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Computer Assisted Telephone Interview : CATI)

ผลการประมวลผลและวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.

1. ผลรวมการสำรวจการประเมินความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการของ สบร.

ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม พบว่า ในภาพรวมผู้บริการมีระดับความพึงพอใจค่อนข้างที่จะสูงมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 คะแนน คิดเป็น 93.94% (Top 2 boxes เท่ากับ 96.74%) หากพิจารณาแต่ละแหล่งเรียนรู้ พบว่า อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 คะแนน คิดเป็น 93.90% (Top 2 boxes เท่ากับ 96.75%) และ มิวเซียมสยาม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 คะแนน คิดเป็น 93.99% (Top 2 boxes เท่ากับ 96.73%) รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 4.1



แผนภูมิที่ 4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจแหล่งเรียนรู้ของ สบร.

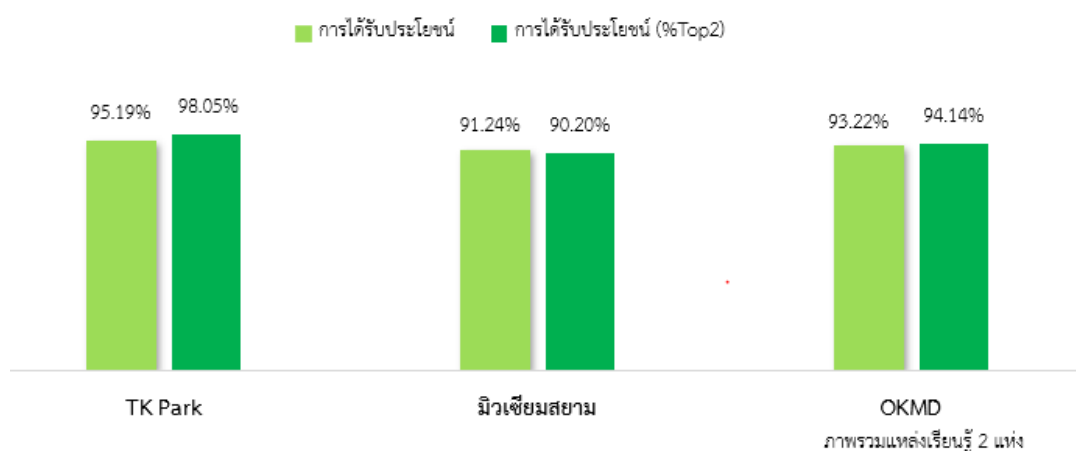
ตารางที่ 4.1 ตารางสรุปผลประเมินความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์ของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบปี 2564

แหล่งเรียนรู้ต้นแบบ	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง	ความพึงพอใจ			ประโยชน์ที่ได้รับ		
		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	%Top 2Boxes	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	%Top 2Boxes
ภาพรวมแหล่งเรียนรู้ 2 หน่วยงาน	307	4.70	93.94%	96.74%	4.66	93.22%	94.14%
อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	154	4.69	93.90%	96.75%	4.76	95.19%	98.05%
มิวเซียมสยาม	153	4.70	93.99%	96.73%	4.56	91.24%	90.20%

ตารางที่ 4.2 ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินความพึงพอใจของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบปี 2561 – 2564

แหล่งเรียนรู้ต้นแบบ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2564	
	ร้อยละ	%Top 2Boxes	ร้อยละ	%Top 2Boxes	ร้อยละ	%Top 2 Boxes	ร้อยละ	%Top 2Boxes
ภาพรวมแหล่งเรียนรู้ 2 หน่วยงาน	89.60%	93.30%	88.42%	98.66%	88.60%	89.59%	93.94%	96.74%
อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	88.40%	93.91%	86.27%	97.75%	88.60%	88.90%	93.90%	96.75%
มิวเซียมสยาม	90.80%	92.68%	90.58%	99.50%	88.80%	89.79%	93.99%	96.73%

ผลสำรวจการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร.) ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการมีระดับการได้รับประโยชน์ที่สูงมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 คะแนน คิดเป็น 93.22% (Top 2 boxes เท่ากับ 94.14%) หากพิจารณาแต่ละแหล่งเรียนรู้ พบว่า อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 คะแนน คิดเป็น 95.19% (Top 2 boxes เท่ากับ 98.05%) และ มิวเซียมสยาม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 คะแนน คิดเป็น 91.24% (Top 2 boxes เท่ากับ 90.20%) รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 4.2



แผนภูมิที่ 4.2 ผลการประเมินการได้รับประโยชน์แหล่งเรียนรู้ของ สปร.

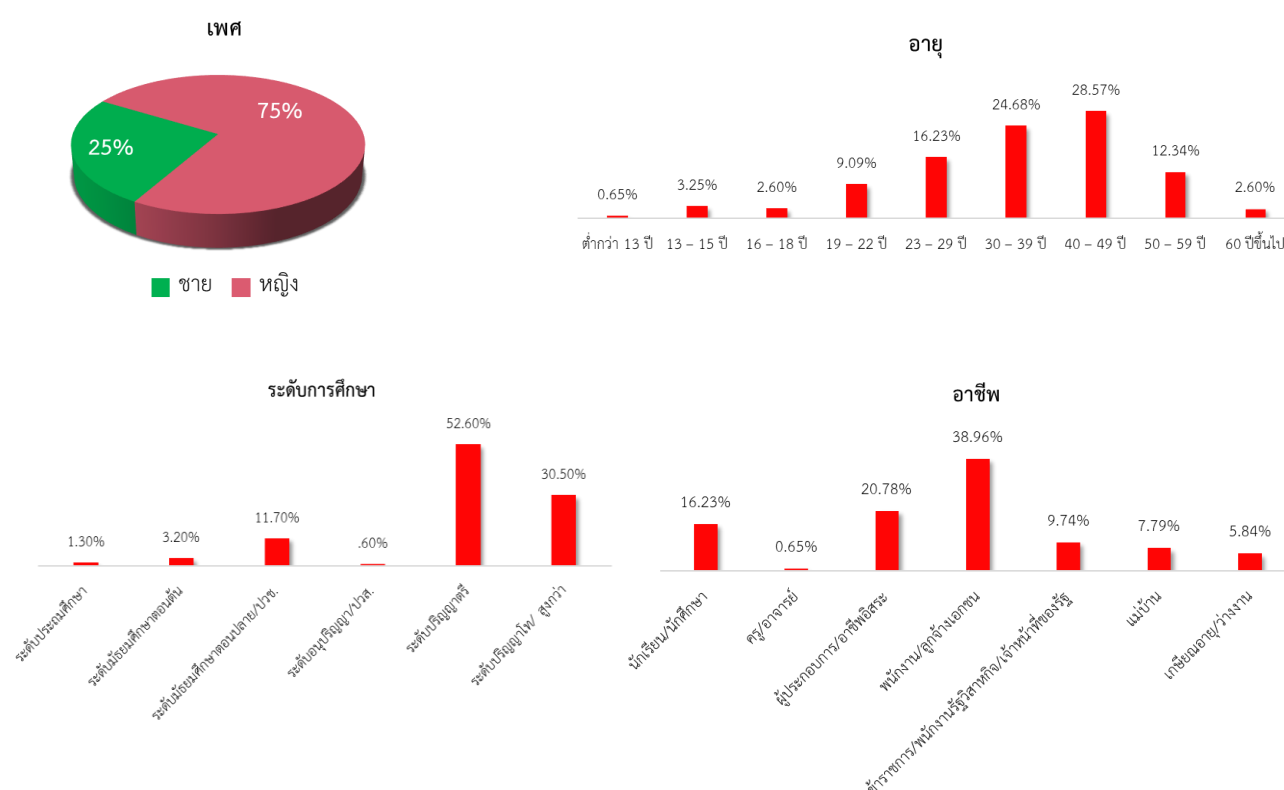
ตารางที่ 4.3 ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินการได้รับประโยชน์ของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบปี 2561 – 2564

4.3 ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินการได้รับประโยชน์ของแหล่งเรียนรู้ต้นแบบปี 2561 – 2564

แหล่งเรียนรู้ต้นแบบ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2564	
	ร้อยละ	%Top 2Boxes	ร้อยละ	%Top 2Boxes	ร้อยละ	%Top 2 Boxes	ร้อยละ	%Top 2Boxes
ภาพรวมแหล่งเรียนรู้ 2 หน่วยงาน	85.10%	-	88.56%	99.13%	84.80%	84.52%	93.22%	94.14%
อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	84.50%	-	87.42%	98.75%	90.80%	92.36%	95.19%	98.05%
มิวเซียมสยาม	85.70%	-	89.69%	99.50%	82.40%	81.39%	91.24%	90.20%

2. ผลการประเมินผู้ให้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)



แผนภูมิที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการ (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

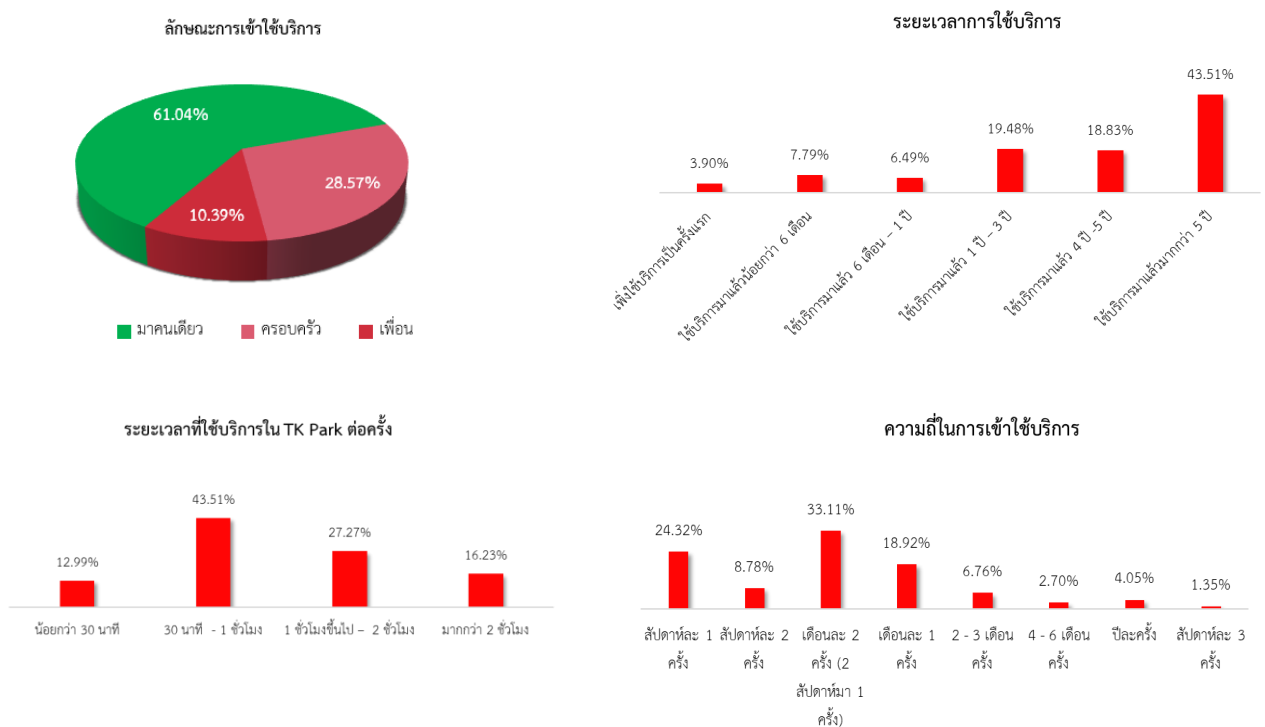
จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) จำนวน 154 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (75.00%) มากกว่าเพศชาย (25.00%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 40 – 49 ปี (28.57%) รองลงมาคือ 30 –

39 ปี (24.68%) และ 23 – 29 ปี (16.23%) ขณะที่ช่วงอายุต่ำกว่า 13 ปีเป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุดมีเพียง 0.65%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จบปริญญาตรี (52.60%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/สูงกว่า (30.50%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (11.70%) ขณะที่ระดับอนุปริญญา/ปวส. (0.60%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (38.96%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ (20.78%) และ นักเรียน/นักศึกษา (16.23%) ขณะที่ครู/อาจารย์ (0.65%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

2.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



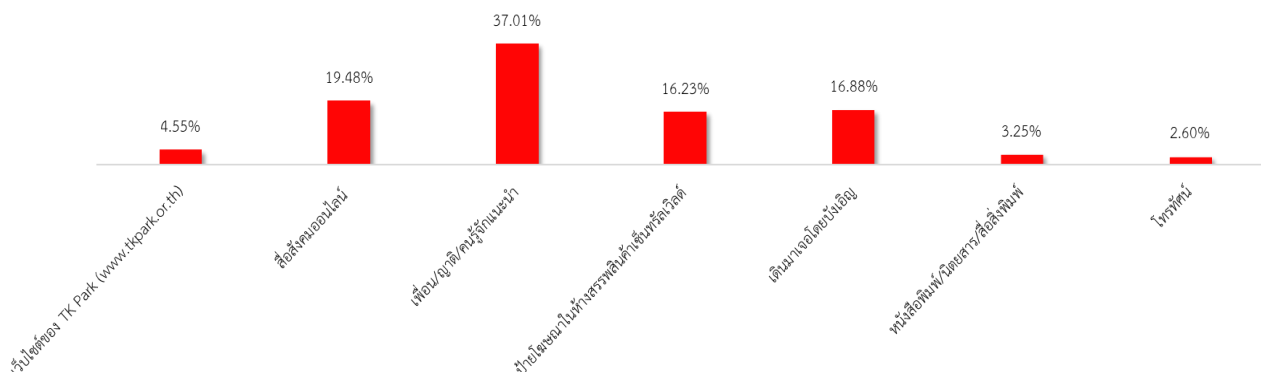
แผนภูมิที่ 4.4 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ

จากการสำรวจพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า โดยส่วนใหญ่จะมาใช้บริการคนเดียว (61.04%) รองลงมาคือ มาใช้บริการกับเพื่อน (28.57%) และ มาใช้บริการกับครอบครัว (10.39%) ซึ่งส่วนใหญ่ มีการเข้าใช้บริการมาแล้วมากกว่า 5 ปี (43.51%) รองลงมาคือ ใช้บริการมาแล้ว 1-3 ปี (19.48%) และ ใช้บริการมาแล้ว 4-5 ปี (18.83%)

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีการใช้บริการประมาณ 30 นาที – 1 ชั่วโมงต่อครั้ง (43.51%) รองลงมาคือ 1 ชั่วโมงขึ้นไป – 2 ชั่วโมง (27.27%) และมากกว่า 2 ชั่วโมง (16.23%) เมื่อกล่าวถึงความถี่ในการเข้าใช้บริการ

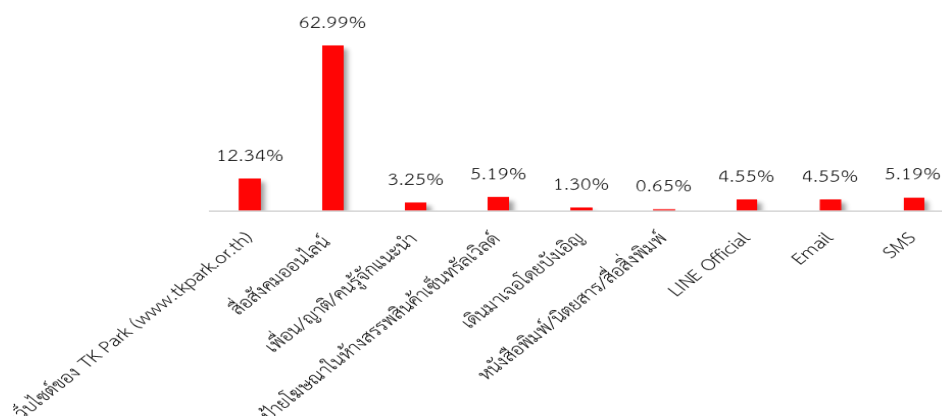
พบว่า เข้าใช้บริการเดือนละ 2 ครั้ง (สองสัปดาห์มา 1 ครั้ง) (33.11%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง (24.32%) และ เดือนละ 1 ครั้ง (18.92%)

2.3 การประชาสัมพันธ์



แผนภูมิที่ 4.5 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

จากการเก็บข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า เพื่อนญาติ/คนรู้จักแนะนำ เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มากที่สุด (37.01%) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ (19.48%) และ เดินมาเจอโดนบังเอิญ (16.88%) ในทางกลับกัน ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์ (2.60%)



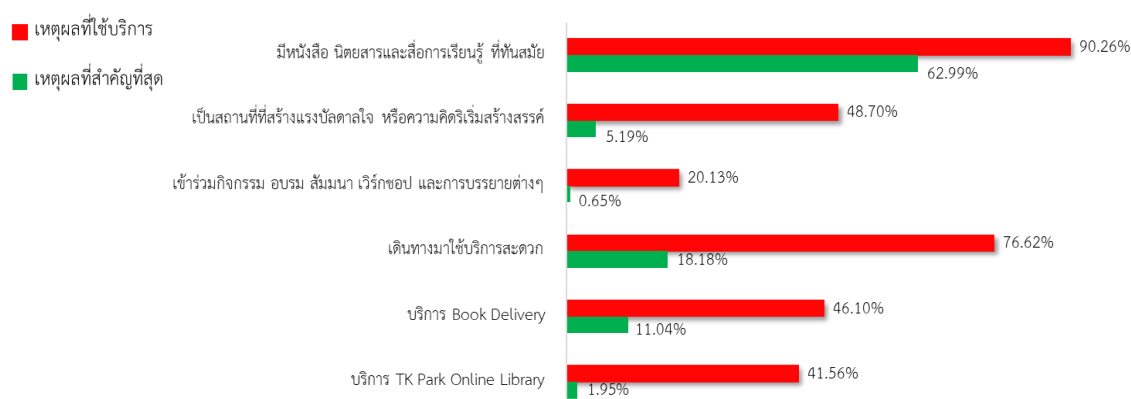
แผนภูมิที่ 4.6 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด

จากการเก็บข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุดพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับข่าวสารจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด (62.99%) รองลงมาคือ เว็บไซต์ของ TK Park (www.tkpark.or.th) (12.34%) และ ป้ายโฆษณาในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์และ SMS (5.19%) ในทางกลับกันหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สิ่งพิมพ์เป็นการได้รับประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่น้อยที่สุด (0.65%)

2.4 เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการ

เมื่อสำรวจเหตุผลที่เข้ามาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า เหตุผล 3 อันดับแรก ได้แก่ มีหนังสือ นิตยสารและสื่อเรียนรู้ที่ทันสมัย (90.26%) รองลงมาคือ เดินทางมาใช้บริการสะดวก (76.52%) และเป็นสถานที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (48.70%)

หากสอบถามถึงเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า เหตุผล 3 อันดับแรก ได้แก่ มีหนังสือ นิตยสารและสื่อเรียนรู้ที่ทันสมัย (62.99%) รองลงมาคือ เดินทางมาใช้บริการสะดวก (18.18%) และ บริการ Book delivery (11.04%)



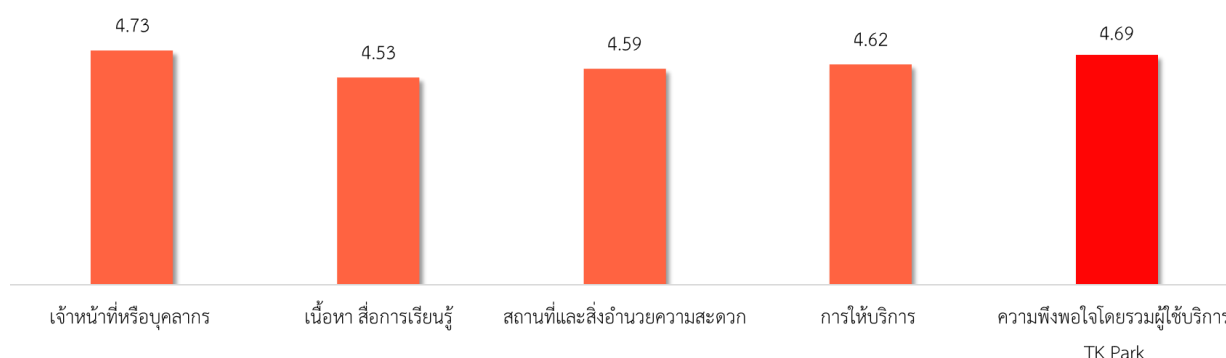
แผนภูมิที่ 4.7 เหตุผล/เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการTK Park



สัดส่วนสมาชิกในการเก็บข้อมูล พบว่า เป็นสมาชิกเกือบ 100% (99.35%) และไม่เป็นสมาชิกเพียง 0.65%

แผนภูมิที่ 4.8 สัดส่วนสมาชิกของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

2.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)



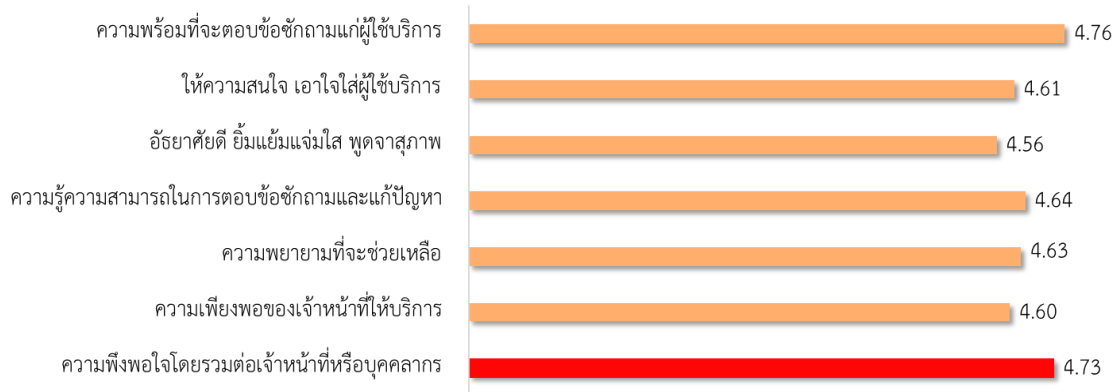
แผนภูมิที่ 4.9 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.69 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.73 คะแนน ถัดมาคือ การให้บริการ (4.62 คะแนน) และ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (4.59 คะแนน) ในขณะที่เนื้อหาสาระ สื่อการเรียนรู้ (4.53 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

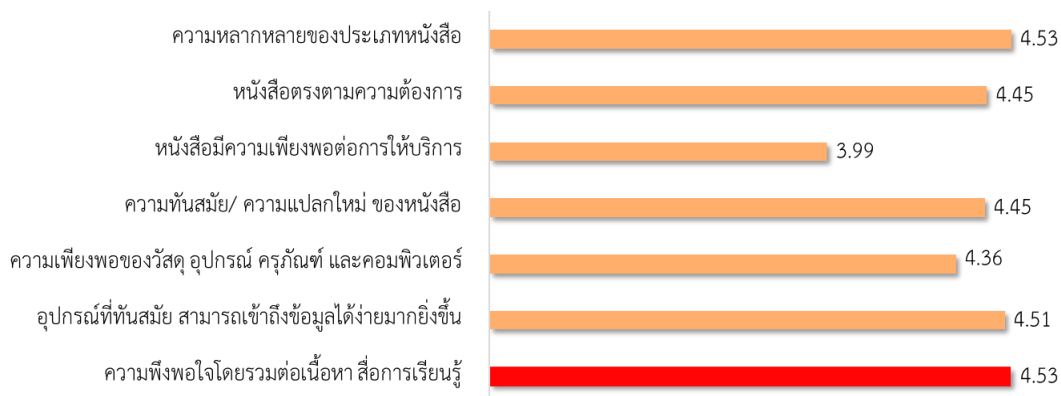
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	4.73	94.55%	98.05%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้	4.53	90.52%	92.21%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.59	91.82%	96.10%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	4.62	92.47%	96.75%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ TK Park	4.69	93.90%	96.75%

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.73 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้บริการได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.76 คะแนน รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา (4.64 คะแนน) ถัดมาคือ ความพยายามที่จะช่วยเหลือ (4.63 คะแนน) ในขณะที่อภัยภัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพ (4.56 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



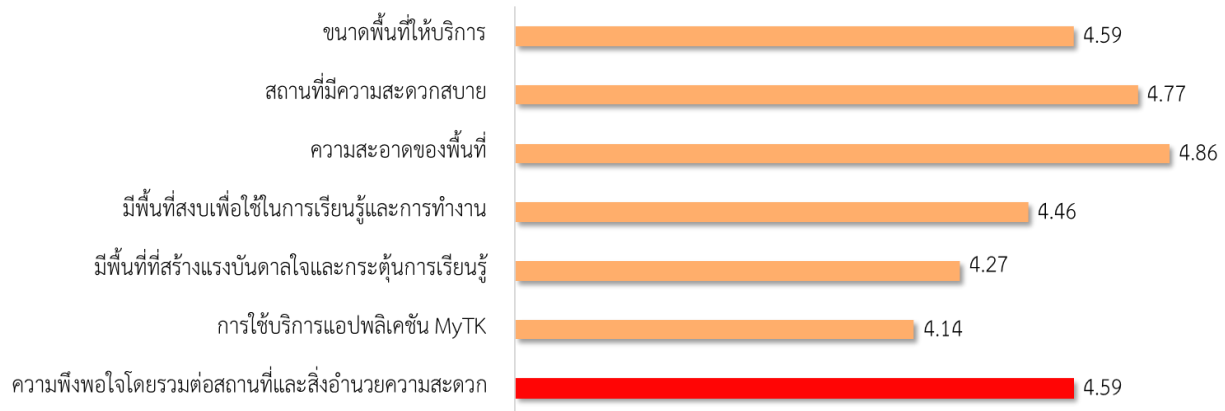
แผนภูมิที่ 4.10 ความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ ของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.53 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ความหลากหลายของประเภทหนังสือได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.53 คะแนน รองลงมาคือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากยิ่งขึ้น (4.51 คะแนน) ถัดมาคือ หนังสือตรงตามความต้องการ และ ความทันสมัย/ความแปลกใหม่ของหนังสือ ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.45 คะแนน ในขณะที่หนังสือมีความเพียงพอต่อการให้บริการ (3.99 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



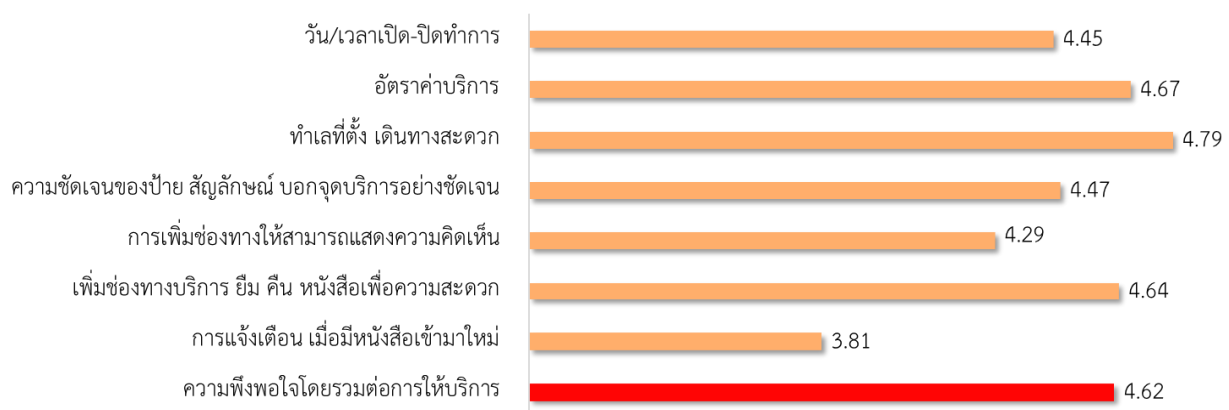
แผนภูมิที่ 4.11 ความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.59 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ความสะอาดของพื้นที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.86 คะแนน รองลงมาคือ สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย (4.77 คะแนน) ถัดมาคือ ขนาดพื้นที่ให้บริการ (4.59 คะแนน) ในขณะที่การให้บริการแอปพลิเคชัน My TK (4.14 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



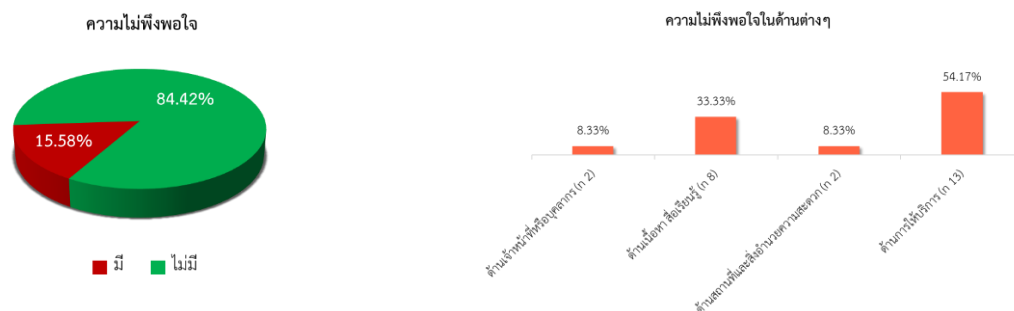
แผนภูมิที่ 4.12 ความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.62 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวกได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.79 คะแนน รองลงมาคือ อัตราค่าบริการ (4.67 คะแนน) ถัดมาคือ เพิ่มช่องทางบริการ ยืม คืน หนังสือเพื่อความสะดวก (4.64 คะแนน) ในขณะที่การแจ้งเตือน เมื่อมีหนังสือเข้ามาใหม่ (3.81 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.13 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

2.6 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.14 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (84.42%) และ บางส่วนยังคงมีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเข้าใช้บริการ (15.58%) โดยด้านที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการ (54.17%) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ (33.33%) ในด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร และ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นด้านที่เกิดความไม่พึงพอใจน้อยที่สุด

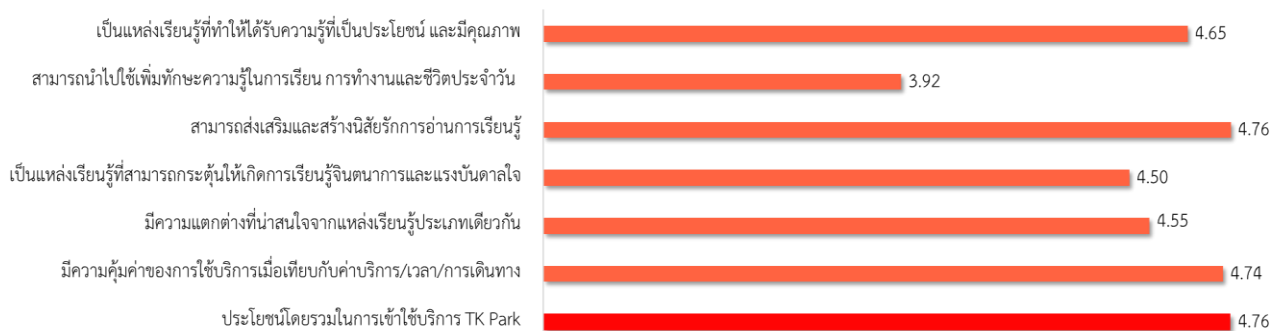
ตารางที่ 4.5 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=24)	เรื่องที่ไม่พึงพอใจ
ด้านบุคลากร (n=2)	เจ้าหน้าที่ดูไปหน่อย / แอดมินตอบแชทห้วนๆ
ด้านเนื้อหา (n=8)	เพิ่มหนังสือ / ข้อมูลมีหนังสือให้ยืม แต่ไม่มีหนังสือจริง
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (n=2)	ไม่มีป้ายบอกทาง / ตู้กดน้ำไม่มีให้บริการ
ด้านการให้บริการ (n=13)	ขยายเวลาเปิด-ปิด/ ปิดบริการบ่อย/ ไม่สามารถติดต่อทางไลน์ได้ วันเสาร์ อาทิตย์ / อยากให้มีบริการ Book delivery / หนังสือ น้อย / การต่ออายุการยืมคืนยาก / มีการประชาสัมพันธ์เรื่อง วันหยุดค่อนข้างน้อย

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.6.1 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.76 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า สามารถส่งเสริมและสร้างนิสัยรักการอ่านการเรียนรู้เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.76 คะแนน ถัดมาคือ มีความความคุ้มค่าของการใช้บริการเมื่อเทียบกับค่าบริการ/เวลา/การเดินทาง (4.74 คะแนน) และ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทำให้ได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์และมีคุณภาพ (4.65 คะแนน) ในขณะที่สามารถนำไปใช้เพิ่มทักษะความรู้ในการเรียนการทำงานและชีวิตประจำวัน (3.92 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

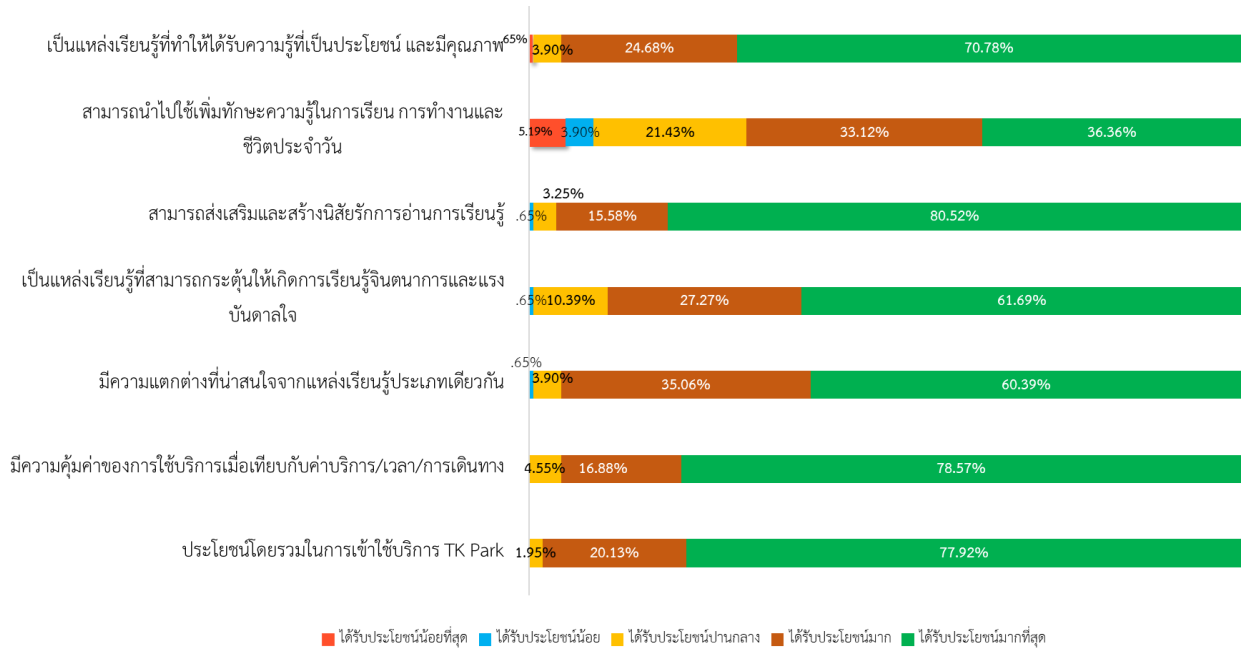


แผนภูมิที่ 4.15 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ตารางที่ 4.6 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทำให้ได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ และมีคุณภาพ	4.65	92.99	95.45%
สามารถนำไปใช้เพิ่มทักษะความรู้ในการเรียน การทำงานและชีวิตประจำวัน	3.92	78.31	69.48%
สามารถส่งเสริมและสร้างนิสัยรักการอ่านการเรียนรู้	4.76	95.19	96.10%
เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้จินตนาการและแรงบันดาลใจ	4.50	90.00	88.96%
มีความแตกต่างที่น่าสนใจจากแหล่งเรียนรู้ประเภทเดียวกัน	4.55	91.04	95.45%
มีความคุ้มค่าของการใช้บริการเมื่อเทียบกับค่าบริการ/เวลา/การเดินทาง	4.74	94.81	95.45%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการ TK Park	4.76	95.19	98.05%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.16

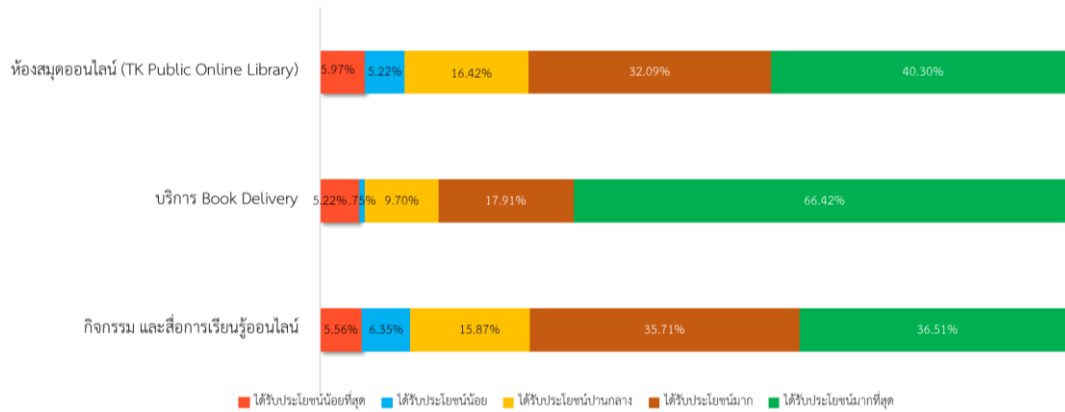


แผนภูมิที่ 4.16 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

นอกเหนือจากนั้น เมื่อกล่าวถึงบริการเพิ่มเติม พบว่า Book Delivery เป็นบริการที่ได้รับคะแนนในด้านประโยชน์สูงสุดที่ 4.40 คะแนน รองลงมาคือ TK Public Library (3.96 คะแนน) และ กิจกรรมและสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ (3.91 คะแนน) ตามลำดับ



แผนภูมิที่ 4.17 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (บริการเพิ่มเติม)



เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์ (บริการเพิ่มเติม) มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.18

แผนภูมิที่ 4.18 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (บริการเพิ่มเติม) แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ หากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ต้องการปรับปรุงพัฒนาบริการในอนาคต พบว่า การเพิ่มจำนวนของหนังสือ และสื่ออื่นๆ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการเห็นว่าสำคัญที่สุด (81.30%) รองลงมาคือ การเพิ่มความหลากหลายของประเภทหนังสือและสื่ออื่นๆ (76.62%) ถัดมาคือ ผู้บริการยืมคืนหนังสืออัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ (68.57%)



แผนภูมิที่ 4.19 ข้อเสนอแนะที่ผู้ใช้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

2.7 ความผูกพันที่มีต่อการเข้าใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า TK Park ปฏิบัติกับฉันด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์ ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.87 คะแนน รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อฉันด้วยความเคารพและให้เกียรติ (4.83 คะแนน) ถัดมาคือ ฉันยินดีจะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน และฉันจะยังใช้บริการ TK Park ต่อไป มีคะแนนเท่ากันที่ 4.82 คะแนน ในขณะที่ TK Park เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉันเป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.20 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

2.8 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

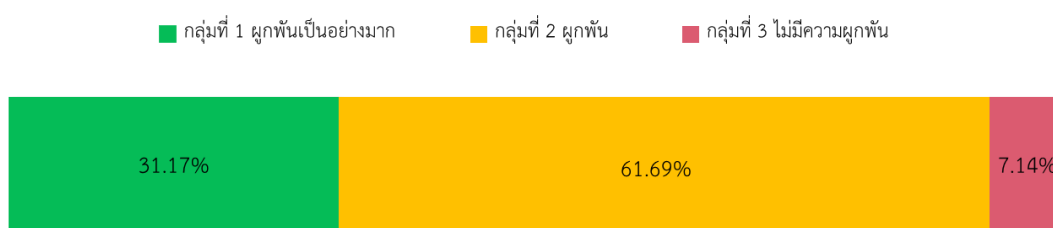
การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก

- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อองค์กร/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น

- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) สามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน และ กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (61.69%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (31.17%) และ ผู้ใช้บริการกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันมีเพียง 7.14% โดยไม่พบผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย (0.00%)



แผนภูมิที่ 4.21 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่ออุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

2.9 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) สามารถแบ่งประเภทผลกระทบความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) แบ่งตามประเภท
ผลกระทบความพึงพอใจ

ปัจจัย	ประเภท
1. อธิยาศยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ 2. ความพยายามที่จะช่วยเหลือ 3. หนังสือตรงตามความต้องการ 4. หนังสือมีความเพียงพอต่อการให้บริการ 5. ความเพียงพอของวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และคอมพิวเตอร์ 6. อุปกรณ์ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากยิ่งขึ้น 7. ขนาดพื้นที่ให้บริการ 8. สถานที่มีความสะดวกสบาย 9. มีพื้นที่สงบเพื่อใช้ในการเรียนรู้และการทำงาน 10. การให้บริการแอปพลิเคชัน MyTK 11. อัตราค่าบริการ 12. ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก 13. ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดบริการอย่างชัดเจน 14. การเพิ่มช่องทางให้สามารถแสดงความคิดเห็น 15. เพิ่มช่องทางบริการ ยืม คืน หนังสือเพื่อความสะดวก 16. การแจ้งเตือน เมื่อมีหนังสือเข้ามาใหม่	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
1. ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการ 2. ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ 3. ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา 4. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ 5. ความหลากหลายของประเภทหนังสือ 6. ความทันสมัย/ ความแปลกใหม่ ของหนังสือ 7. ความสะอาดของพื้นที่ 8. มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้ 9. วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ 10. บริการ TK Book Delivery 11. บริการยืมสื่อการเรียนรู้ เช่น ของเล่น เครื่องดนตรี บอร์ดเกม ฯลฯ	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

2.10 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวนอน (แกน X) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวตั้ง (แกน Y) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

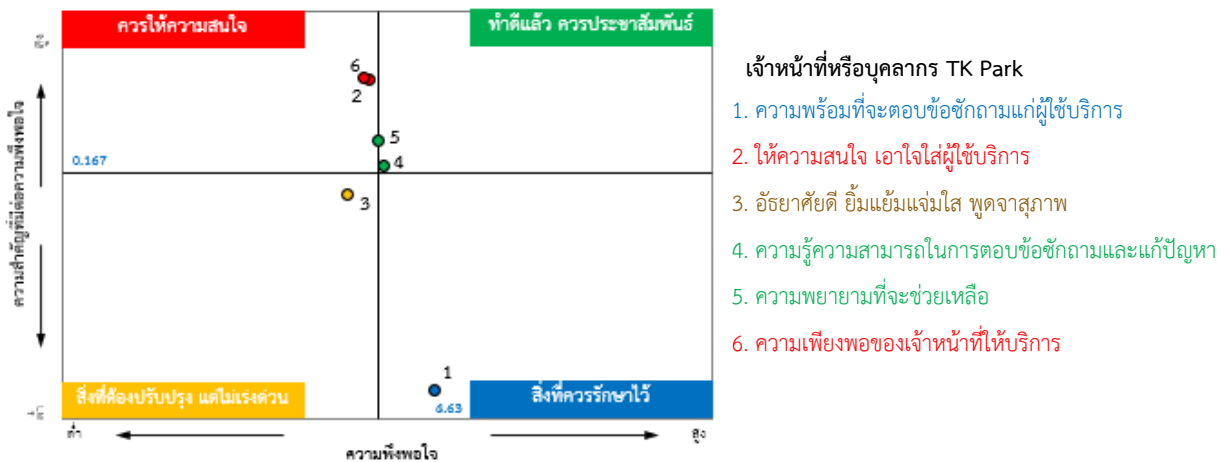
ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการ TK Park โดยรวม



แผนภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ TK Park

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ในหัวข้อต่างๆ พบว่า (2) เนื้อหา สื่อการเรียนรู้ และ (4) การให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ขณะที่ (1) เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และ (3) สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

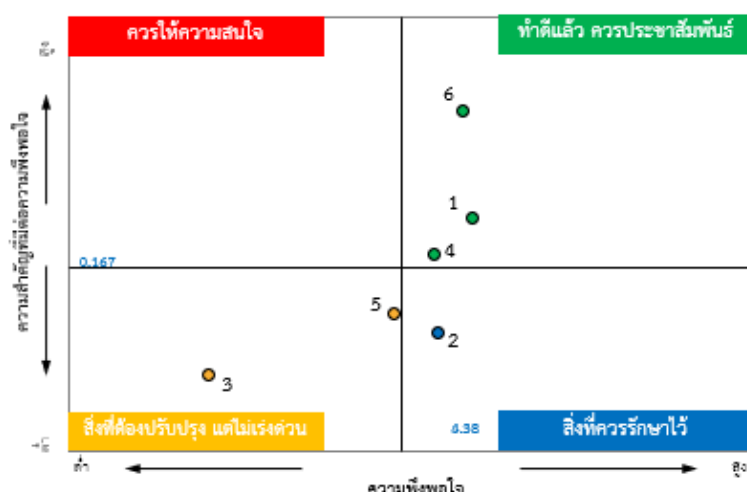
ผลการวิเคราะห์ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร



แผนภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร TK Park

ด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า (2) ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ และ (6) ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (4) ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา และ (5) ความพยายามที่จะช่วยเหลือ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ขณะที่ (3) อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหา สื่อการเรียนรู้



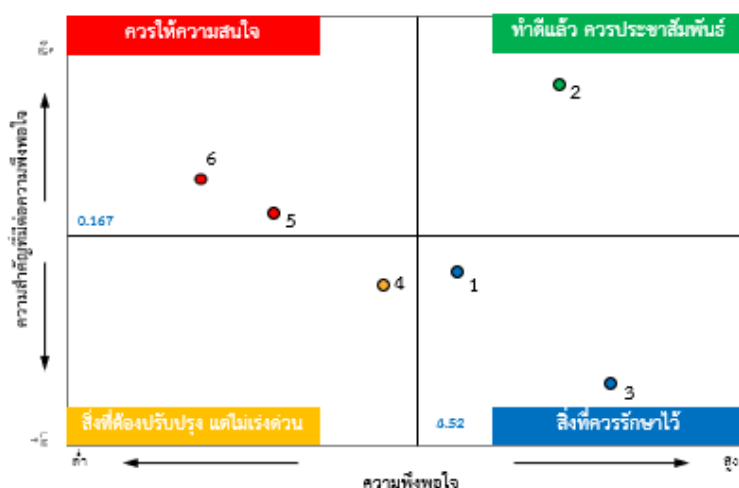
เนื้อหา สื่อการเรียนรู้

1. ความหลากหลายของประเภทหนังสือ
2. หนังสือตรงตามความต้องการ
3. หนังสือมีความเพียงพอต่อการให้บริการ
4. ความทันสมัย/ ความแปลกใหม่ ของหนังสือ
5. ความเพียงพอของวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และคอมพิวเตอร์
6. อุปกรณ์ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

แผนภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ของ TK Park

ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า (1) ความหลากหลายของประเภทหนังสือ (4) ความทันสมัย/ ความแปลกใหม่ ของหนังสือ และ (6) อุปกรณ์ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (3) หนังสือมีความเพียงพอต่อการให้บริการ และ (5) ความเพียงพอของวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และคอมพิวเตอร์ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) หนังสือตรงตามความต้องการ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก



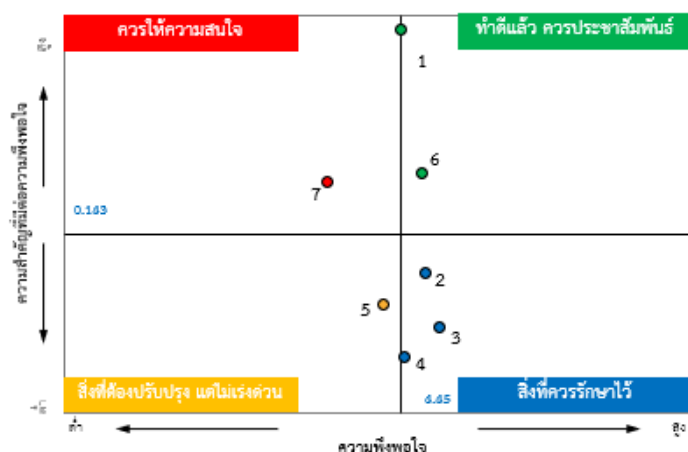
สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

1. ขนาดพื้นที่ให้บริการ
2. สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย
3. ความสะอาดของพื้นที่
4. มีพื้นที่สงบเพื่อใช้ในการเรียนรู้และการทำงาน
5. มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้
6. การใช้บริการแอปพลิเคชัน MyTK

แผนภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของ TK Park

ด้านความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า (5) มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้ และ (6) การใช้บริการแอปพลิเคชัน MyTK เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (2) สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (4) มีพื้นที่สงบเพื่อใช้ในการเรียนรู้และการทำงาน เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) ขนาดพื้นที่ให้บริการ และ (3) ความสะอาดของพื้นที่ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านการให้บริการของ TK Park



การให้บริการของ TK Park

1. วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ
2. อัตราค่าบริการ
3. ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก
4. ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดบริการอย่างชัดเจน
5. การเพิ่มช่องทางให้สามารถแสดงความคิดเห็น
6. เพิ่มช่องทางบริการ ยืม คืน หนังสือเพื่อความสะดวก
7. การแจ้งเตือน เมื่อมีหนังสือเข้ามาใหม่

แผนภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อการให้บริการของ TK Park

ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า (7) การแจ้งเตือน เมื่อมีหนังสือเข้ามาใหม่ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (1) วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ และ (6) เพิ่มช่องทางบริการ ยืม คืน หนังสือเพื่อความสะดวก เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (5) การเพิ่มช่องทางให้สามารถแสดงความคิดเห็น เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) อัตราค่าบริการ และ (3) ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก และ (4) ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดบริการอย่างชัดเจน เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.8 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

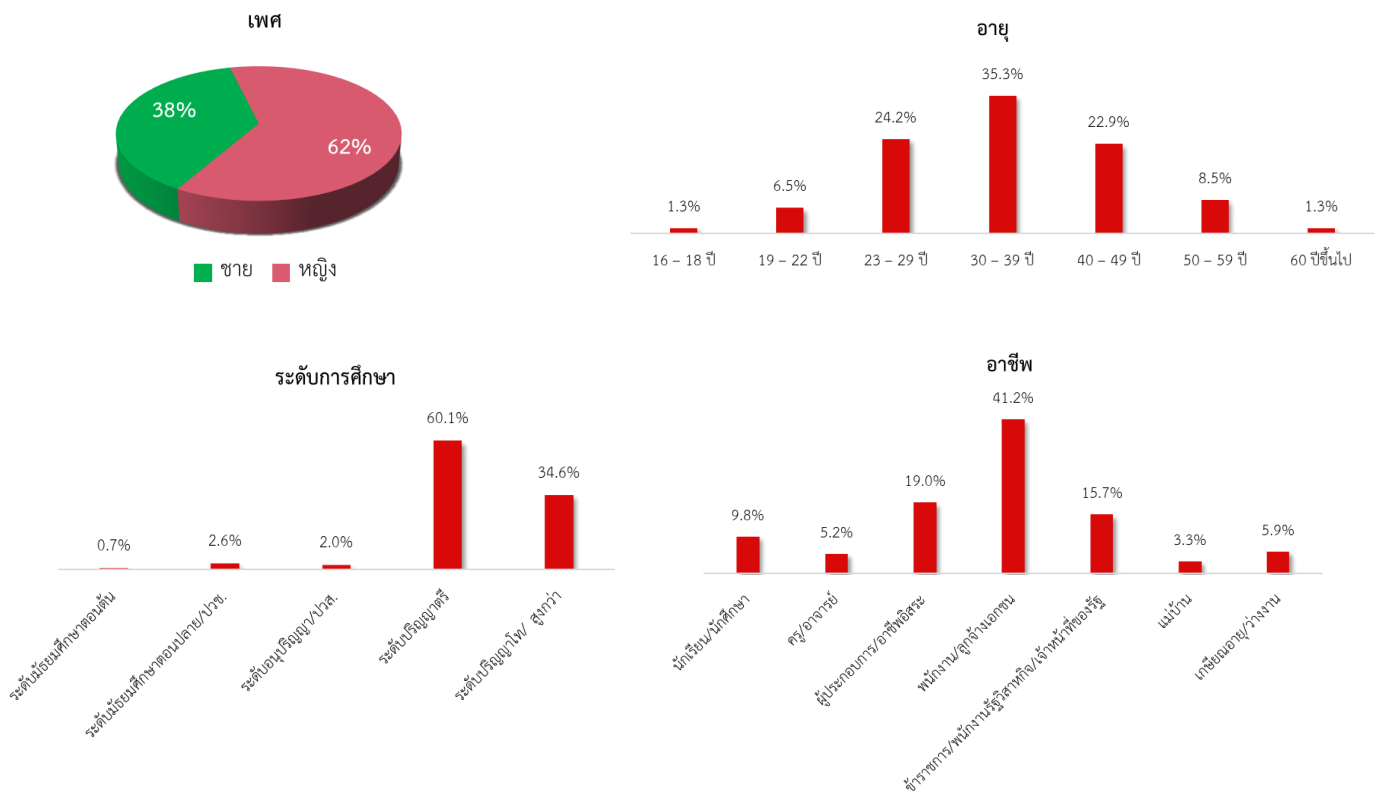
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=90)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มจำนวนหนังสือให้มากขึ้น/ เพิ่มความหลากหลาย และเปลี่ยนให้เป็น Ebook	35	38.89
ปรับปรุงเรื่องแอปพลิเคชัน (ความล่าช้า/ ไม่เสถียร/ เพิ่มช่องทางเช็คประวัติการยืม/เพิ่มฟังก์ชันให้ครอบคลุม)	13	14.44
เพิ่มตู้ยืม-คืนมากขึ้น/ เพิ่มจุด-สถานที่คืน	12	13.33
รอคิวนาน/ ควรมีสถานะการรอให้ทราบ/ ควรมีการแจ้งเตือนเมื่อหนังสือเข้ามา	10	11.11
ควรมียืมข้ามสาขาได้	9	10
เพิ่มพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง อุปกรณ์	7	7.78
การยืมคืนหนังสือ เช่น จำนวนครั้ง/ จำนวนหนังสือที่สามารถยืมคืน ระยะเวลาในการยืมคืน	5	5.56
ควรขยายเวลาปิดทำการ	4	4.44
ข้อมูลไม่อัปเดตกับหนังสือที่มีอยู่จริง	4	4.44

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=90)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มกิจกรรมให้หลากหลาย/ เพิ่มการประชาสัมพันธ์	4	4.44
หนังสือขาด-ชำรุด	3	3.33
เจ้าหน้าที่ควรรักการบริการ/ ควรสลับเจ้าหน้าที่มาทำงาน	2	2.22
กิจกรรมออนไลน์ควรเข้าถึงหลากหลายแอปพลิเคชัน เช่น zoom Line	2	2.22
ค่าสมาชิกแพง/ ค่าส่งแพง	2	2.22
บัตรสมาชิกควรมีทั้งบัตรและในแอปพลิเคชัน	1	1.11
เพิ่มบริการปิ่น-ถ่ายเอกสาร	1	1.11

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3. ผลการประเมินผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม



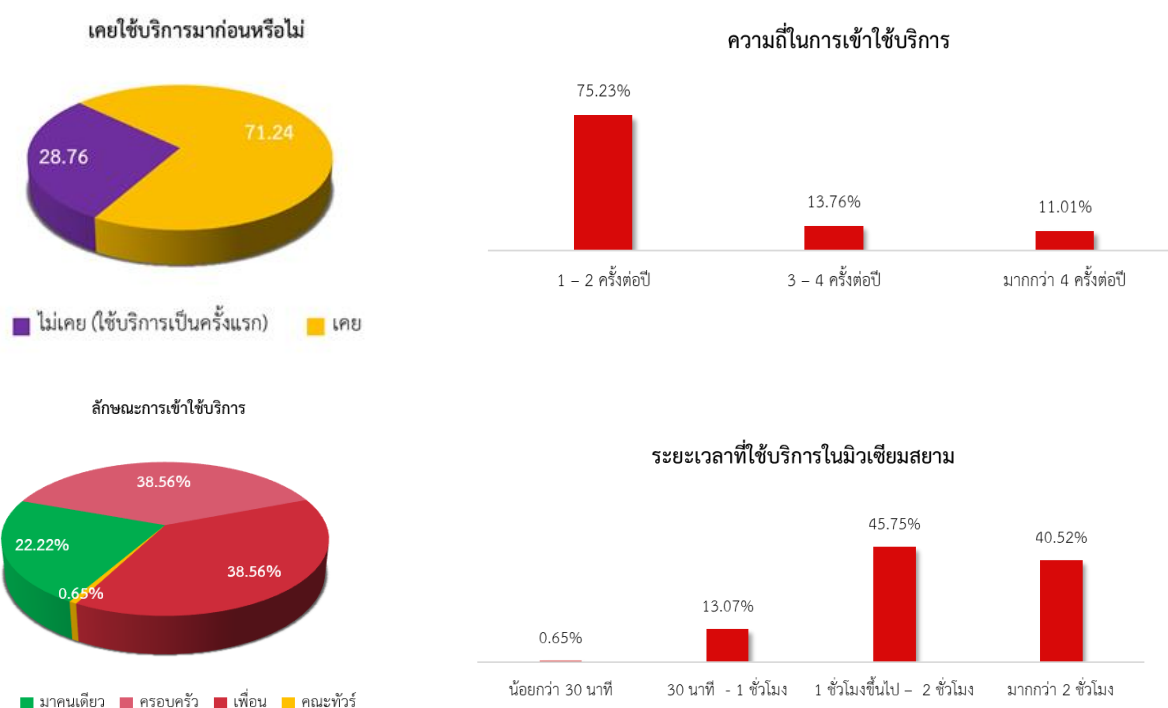
แผนภูมิที่ 4.22 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม จำนวน 153 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (62%) มากกว่าเพศชาย (38%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 30 – 39 ปี (35.3%) รองลงมาคือ 23 – 29 ปี (24.2%) และ 40 – 49 ปี (22.9%) ขณะที่ช่วงอายุ 16 – 18 ปีและ 60 ปีขึ้นไปเป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุดมีเพียง 1.3%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จบปริญญาตรี (60.1%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (34.6%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (2.6%) ขณะที่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (0.7%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (41.2%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ (19.0%) และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่รัฐ (15.7%) ขณะที่แม่บ้าน (3.3%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

3.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



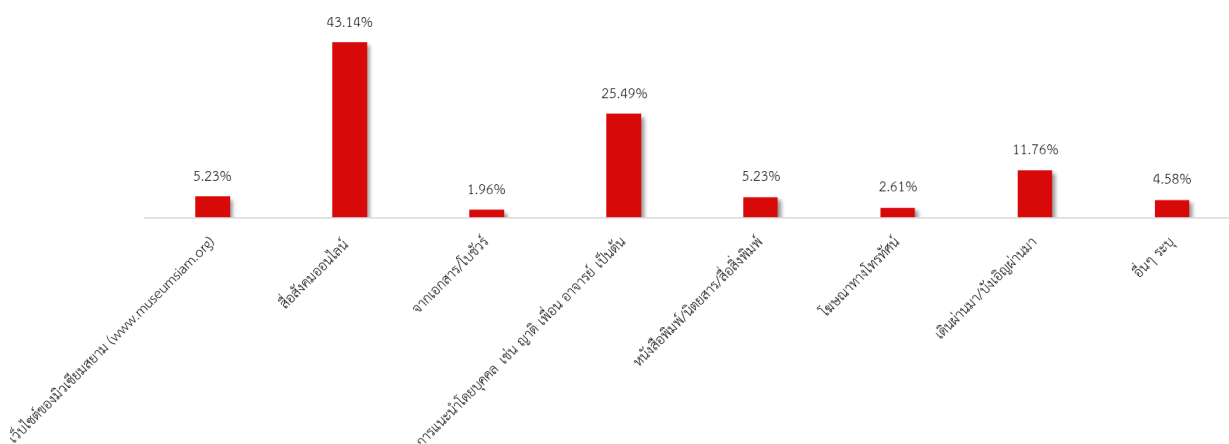
แผนภูมิที่ 4.23 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ

จากการสำรวจพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายเคยมาใช้บริการ ณ มิวเซียมสยาม (71.24%) โดยมีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปี (75.23%) รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อปี (13.76%) และ มากกว่า 4 ครั้งต่อปี (11.01%) ตามลำดับ

ส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการกับเพื่อน และ ครอบครัว ในสัดส่วนที่เท่ากัน (38.56%) รองลงมา คือ มาใช้บริการคนเดียว (22.22%) และ มาใช้บริการกับคณะทัวร์ (0.65%) เมื่อกล่าวถึงระยะเวลาที่ใช้บริการในมิวเซียมสยาม พบว่า มีการใช้บริการประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป - 2 ชั่วโมง (45.75%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด

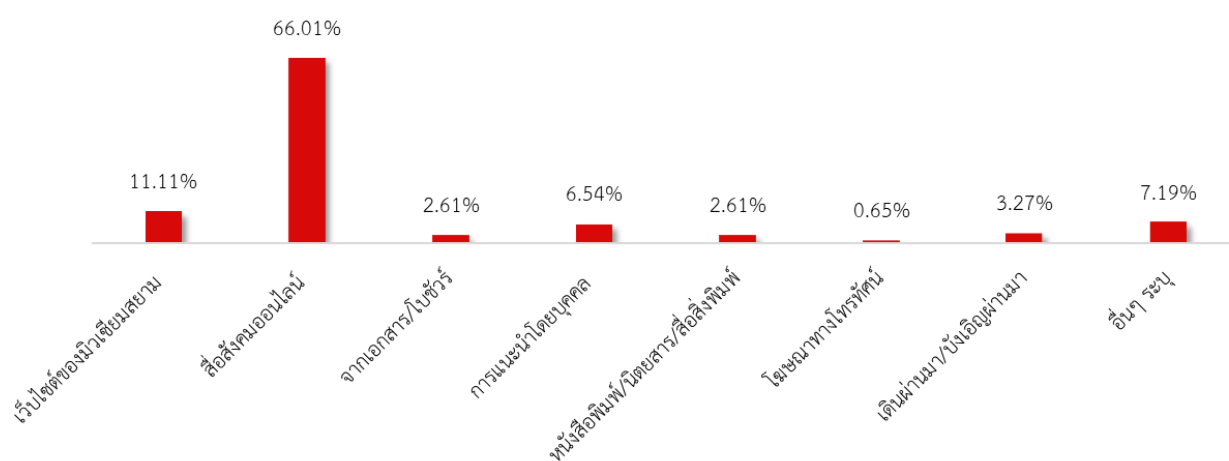
รองลงมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง (40.52%) และ 30 นาที – 1 ชั่วโมง (13.07%) ขณะที่ระยะเวลาที่ใช้บริการในมิวเซียมสยามน้อยกว่า 30 นาที (0.65%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

3.3 การประชาสัมพันธ์



แผนภูมิที่ 4.24 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักมิวเซียมสยาม

จากการเก็บข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักมิวเซียมสยาม พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักมิวเซียมสยามมากที่สุด (43.14%) รองลงมาคือ การแนะนำโดยบุคคล เช่น ญาติ เพื่อน อาจารย์ เป็นต้น (25.49%) และ เดินผ่านมา/ บังเอิญผ่านมา (11.76%) ในทางกลับกัน ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักน้อยที่สุด คือ จากเอกสาร/ โบชัวร์ (1.96%)



แผนภูมิที่ 4.25 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากมิวเซียมสยามบ่อยที่สุด

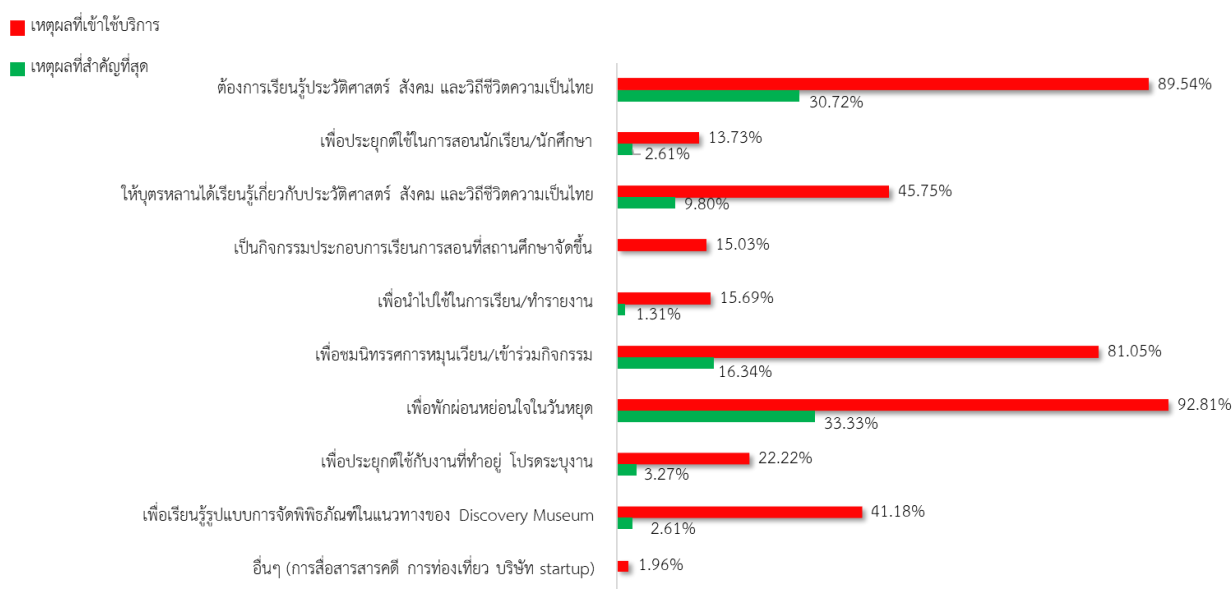
จากการเก็บข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากมิวเซียมสยามบ่อยที่สุด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับข่าวสารจากมิวเซียมสยามบ่อยที่สุด (66.01%) รองลงมาคือ

เว็บไซต์ของมิวเซียมสยาม (www.museumsiam.org) (11.11%) และ จากช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ (7.19%) ในทางกลับกันโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับข่าวสารน้อยที่สุด (0.65%)

3.4 เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการ

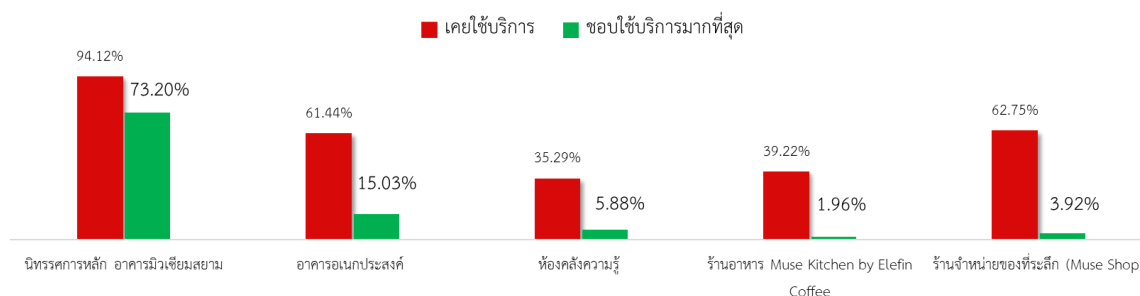
เมื่อสำรวจเหตุผลที่เข้ามาใช้บริการมิวเซียมสยาม พบว่า เหตุผล 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (92.81%) รองลงมาคือ ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย (89.54%) และ เพื่อชมนิทรรศการหมุนเวียน/ เข้าร่วมกิจกรรม (81.05%)

หากสอบถามถึงเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการมิวเซียมสยาม พบว่า เหตุผล 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (33.33%) รองลงมาคือ ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย (30.72%) และ เพื่อชมนิทรรศการหมุนเวียน/ เข้าร่วมกิจกรรม (16.34%)



แผนภูมิที่ 4.26 เหตุผล/เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการมิวเซียมสยาม

เมื่อสำรวจการเข้าใช้พื้นที่บริการในมิวเซียมสยาม พบว่า นิทรรศการหลัก อาคารมิวเซียมสยาม เป็นพื้นที่ที่เคยใช้บริการ (94.12%) มากที่สุด รองลงมาคือ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก (Muse Shop) และ อาคารเอนกประสงค์ (61.44%) ในขณะเดียวกัน นิทรรศการหลัก อาคารมิวเซียมสยาม (73.20%) ยังเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการชอบใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ อาคารเอนกประสงค์ (15.03%) และ ห้องคลังความรู้ (5.88%)



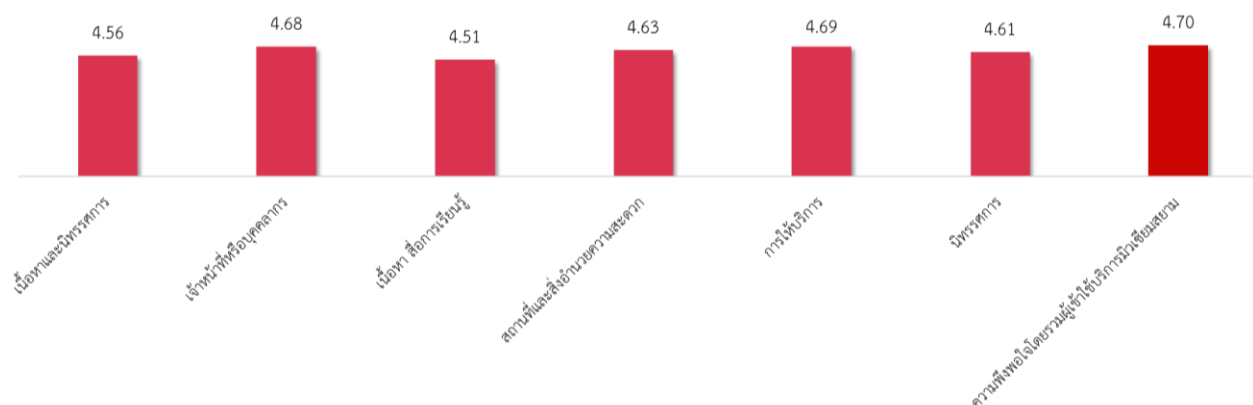
แผนภูมิที่ 4.27 พื้นที่ที่เคยเข้าใช้บริการ/พื้นที่ที่ชื่นชอบ

การจัดแสดงห้องนิทรรศการทั้งหมด 14 ห้อง พบว่า กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบการจัดแสดง ห้องไทยตั้งแต่เกิด มากที่สุด (42.48%) รองลงมาคือ ห้องไทยชิม (39.87%) และ ห้องไทยแปลไทย (35.95%) ในขณะที่ยังการจัดแสดงห้องไทยอสังการ (5.88%) เป็นการการจัดแสดงห้องนิทรรศการที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับการจัดแสดงห้องอื่นๆ

ตารางที่ 4.9 ห้องจัดแสดงนิทรรศการที่ชื่นชอบ

ห้องนิทรรศการ		รวมทั้งหมด	
		ก	%
คุณชอบการจัดแสดงห้องไหน มากเป็นพิเศษ	รวม	153	100.00
	ห้องไทยรีเปลา?	17	11.11
	ห้องไทยแปลไทย	55	35.95
	ห้องไทยตั้งแต่เกิด	65	42.48
	ห้องไทยสถาบัน	21	13.73
	ห้องไทยอสังการ	9	5.88
	ห้องไทยแคไหนด	16	10.46
	ห้องไทย Only	29	18.95
	ห้องไทย Inter	12	7.84
	ห้องไทยวิทยา	42	27.45
	ห้องไทยชิม	61	39.87
	ห้องไทยดีโคตร	11	7.19
	ห้องไทยเชื้อ	29	18.95
	ห้องไทยประเพณี	22	14.38
	ห้องไทยแซะ	15	9.80

3.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม



แผนภูมิที่ 4.28 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการมิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.70 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า การให้บริการเป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.69 คะแนน ถัดมาคือเจ้าหน้าที่หอสมุดกลาง (4.68 คะแนน) และ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (4.63 คะแนน) ในขณะที่เนื้อหาสาระ สื่อการเรียนรู้ (4.51 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

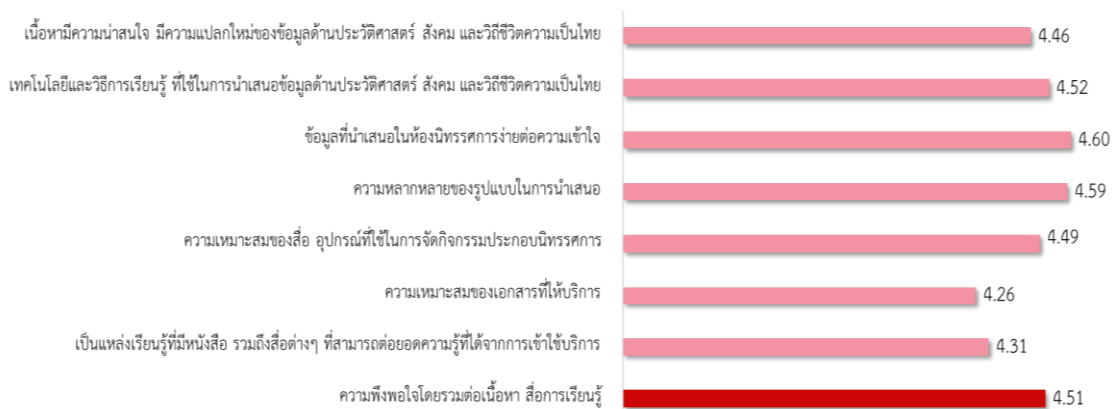
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
ความพึงพอใจต่อเนื้อหาและนิทรรศการ	4.56	91.24%	94.77%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเจ้าหน้าที่หอสมุดกลาง	4.68	93.59%	98.04%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้	4.51	90.20%	92.81%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.63	92.68%	97.39%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	4.69	93.73%	96.08%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อนิทรรศการ	4.61	92.16%	94.12%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	4.70	93.99%	96.73%

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรของมิวเซียมสยาม พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.68 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า อธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.80 คะแนน รองลงมาคือ ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ให้บริการ (4.73 คะแนน) ถัดมาคือ ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ให้บริการ (4.66 คะแนน) ในขณะที่ ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ (4.37 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



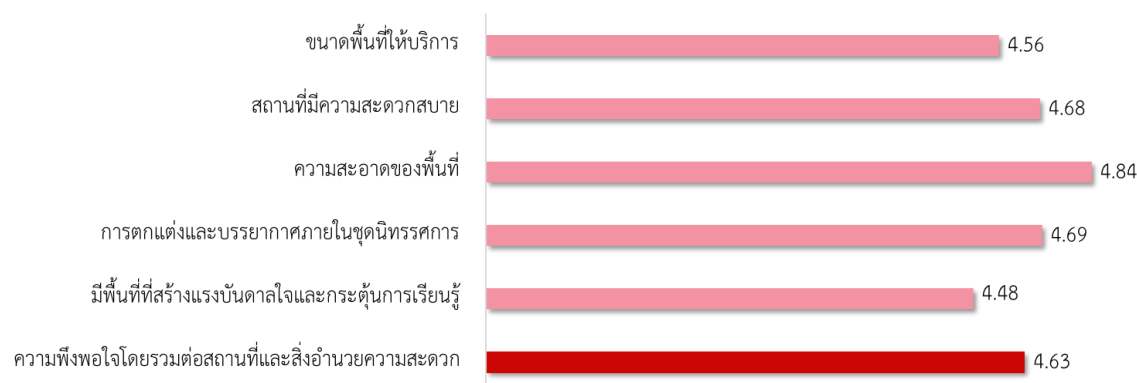
แผนภูมิที่ 4.29 ความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ ของมิวเซียมสยาม พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.51 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ข้อมูลที่น่าสนใจในห้องนิทรรศการง่ายต่อความเข้าใจ ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.60 คะแนน รองลงมาคือ ความหลากหลายของรูปแบบในการนำเสนอ (4.59 คะแนน) ถัดมาคือ เทคโนโลยีและวิธีการเรียนรู้ ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทยทำให้ทรรศการมีความน่าสนใจ (4.52 คะแนน) ในขณะที่ความเหมาะสมของเอกสารที่ให้บริการ (4.26 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



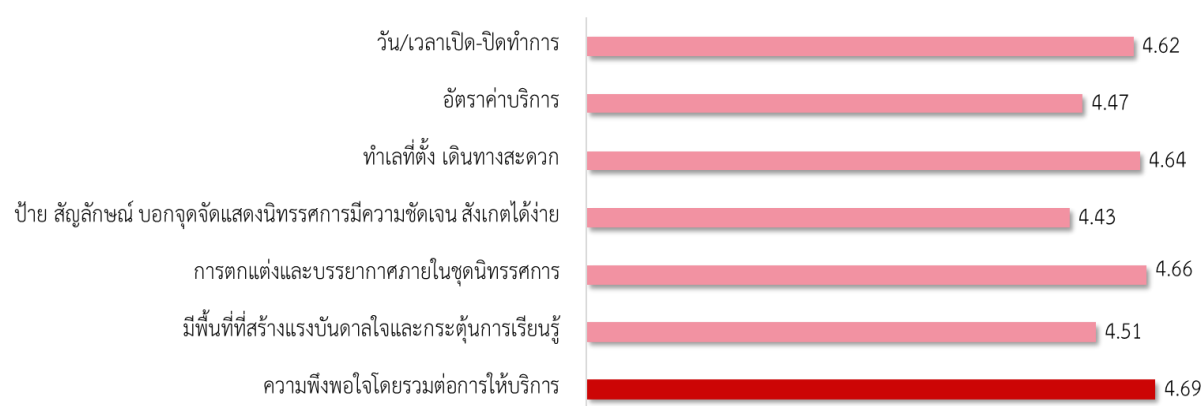
แผนภูมิที่ 4.30 ความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ของมิวเซียมสยาม พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.63 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ความสะอาดของพื้นที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.84 คะแนน รองลงมาคือ การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ (4.69 คะแนน) ถัดมาคือ สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย (4.68 คะแนน) ในขณะที่ มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้ (4.48 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



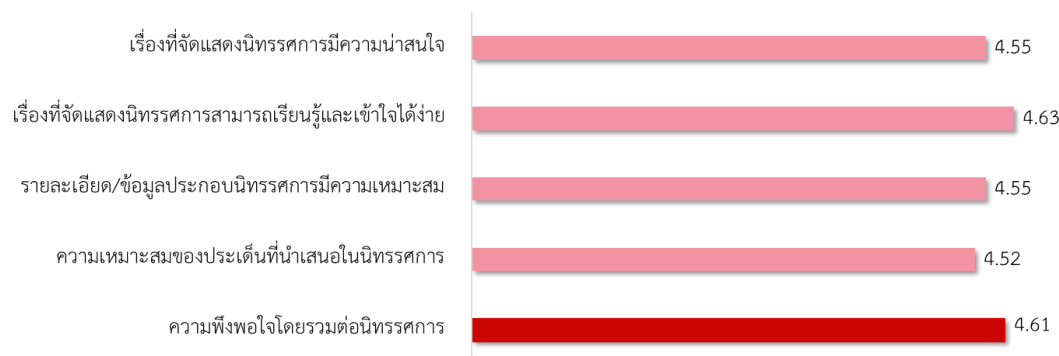
แผนภูมิที่ 4.31 ความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการของมิวเซียมสยาม พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.69 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.66 คะแนน รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก (4.64 คะแนน) ถัดมาคือ วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ (4.62 คะแนน) ในขณะที่ป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดจัดแสดงนิทรรศการมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย (4.43 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



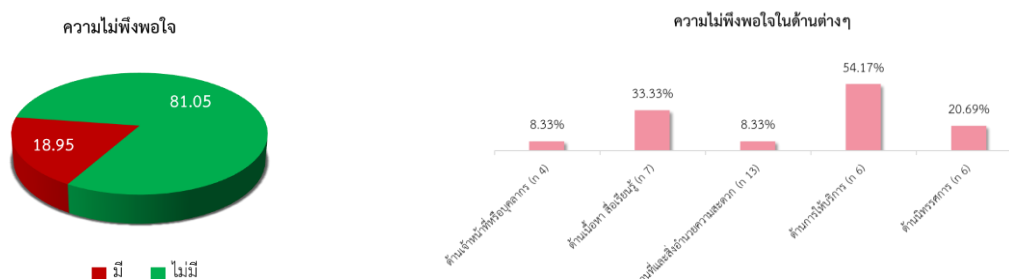
แผนภูมิที่ 4.32 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อนิทรรศการของมิวเซียมสยาม พบว่า คะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.61 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.63 คะแนน รองลงมาคือ เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการมีความน่าสนใจและรายละเอียด/ ข้อมูลประกอบนิทรรศการมีความเหมาะสม ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.55 ในขณะที่ป้าย ความเหมาะสมของประเด็นที่นำเสนอในนิทรรศการ (4.52 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.33 ความพึงพอใจต่อนิทรรศการ

3.6 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.34 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของมิวเซียมสยาม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (81.05%) และ บางส่วนยังคงมีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเข้าใช้บริการ (18.95%) โดยด้านที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการ (54.17%) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ (33.33%) ในด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร และ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นด้านที่เกิดความไม่พึงพอใจน้อยที่สุด (8.33%)

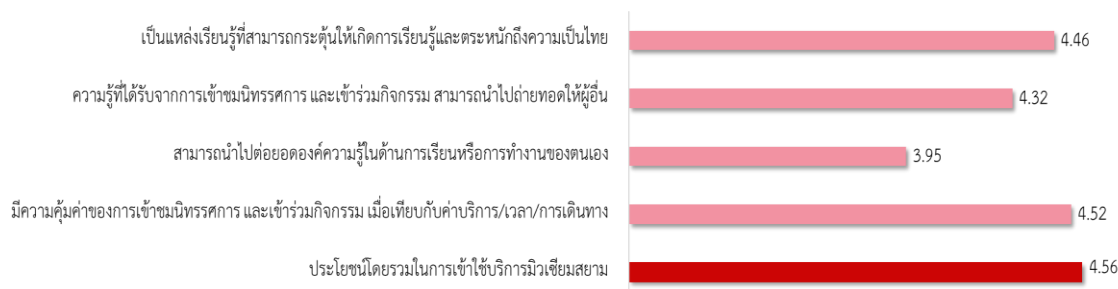
ตารางที่ 4.11 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=29)	เรื่องที่ไม่พึงพอใจ
ด้านบุคลากร (n=4)	เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ / ไม่แนะนำเมื่อซื้อบัตรเข้าชม / เจ้าหน้าที่อธิบายไม่ชัดเจน
ด้านเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ (n=7)	เนื้อหาบ่อยเพิ่มเนื้อหา / เนื้อหาซับซ้อน / ความหลากหลายของเนื้อหา / ชื่อหัวข้อหรือทรรศน์ยาวเกินไป
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (n=13)	ที่จอดรถน้อยไป / บางห้องจัดแสดงปิด / ร้านอาหารไม่หลากหลาย / แสงสว่างไม่เพียงพอ / ป้ายบอกทางไม่เป็นทางการ / ที่นั่งน้อย
ด้านการให้บริการ (n=6)	ช่วงเวลาปิดเร็วเกินไป / ควรมีป้ายบอกทางให้ชัดเจน
ด้านนิทรรศการ (n=6)	เน้นเนื้อหาไปในทิศทางเดียวกัน / เพิ่มเครื่องแต่งกายในการโชว์

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3.7 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.56 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า มีความความคุ้มค่าของการใช้บริการ เมื่อเทียบกับค่าบริการ/เวลา/การเดินทาง เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.52 คะแนน ถัดมาคือ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความเป็นไทย (4.46 คะแนน) และ ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าชมนิทรรศการและเข้าร่วมกิจกรรม สามารถนำไปถ่ายทอดให้ผู้อื่น (4.32 คะแนน) ในขณะที่สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ในด้านการเรียนหรือการทำงานของตนเอง (3.95 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

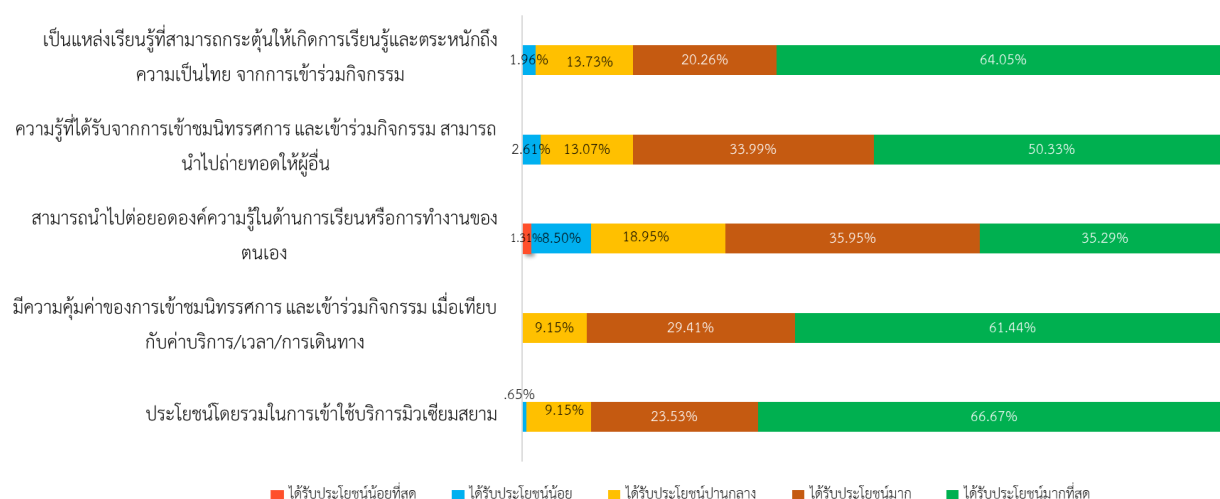


แผนภูมิที่ 4.35 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

ตารางที่ 4.12 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความเป็นไทยจากการเข้าชมนิทรรศการ และการเข้าร่วมกิจกรรม	4.46	89.28%	84.31%
ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าชมนิทรรศการ และเข้าร่วมกิจกรรม สามารถนำไปถ่ายทอดให้ผู้อื่น	4.32	86.41%	84.31%
สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ในด้านการเรียนหรือการทำงานของตนเอง	3.95	79.08%	71.24%
มีความคุ้มค่าของการเข้าชมนิทรรศการ และเข้าร่วมกิจกรรม เมื่อเทียบกับค่าบริการ/เวลา/การเดินทาง	4.52	90.46%	90.85%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	4.56	91.24%	90.20%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.36



แผนภูมิที่ 4.36 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ หากมิวเซียมสยาม ต้องการปรับปรุงพัฒนาบริการในอนาคต พบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสมัยใหม่ AI มาให้บริการ เป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการเห็นว่าสำคัญที่สุด (58.04%) รองลงมาคือ การขับเคลื่อนกิจกรรม/ งาน Event (55.42%) ถัดมาคือ เนื้อหา/ เรื่องราว/ รูปแบบ/ เทคนิคในการนำเสนอของนิทรรศการ (53.86%)



แผนภูมิที่ 4.37 ข้อเสนอแนะที่ผู้ใช้บริการมีต่อมิวเซียมสยาม

3.8 ความผูกพันที่มีต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อมิวเซียมสยาม พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อฉันด้วยความเคารพและให้เกียรติ ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.80 คะแนน รองลงมาคือ มิวเซียมสยามปฏิบัติกับฉันด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์ (4.75 คะแนน) ถัดมาคือ ฉันยินดีจะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน (4.69 คะแนน) ในขณะที่มิวเซียมสยามเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.38 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อมิวเซียมสยาม

3.9 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อบริษัท/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น
- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (47.06%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (28.10%) และผู้ใช้บริการกลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน (24.18%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีเพียง 0.65%



แผนภูมิที่ 4.39 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อมิวเซียมสยาม

3.10 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม สามารถแบ่งประเภทผลกระทบต่อความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม แบ่งตามประเภทผลกระทบต่อความพึงพอใจ

ปัจจัย	ประเภท
1. เทคโนโลยีและวิธีการเรียนรู้ ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. ข้อมูลที่นำเสนอในห้องนิทรรศการง่ายต่อความเข้าใจ	
3. ความหลากหลายของรูปแบบในการนำเสนอ	
4. ความเหมาะสมของสื่อ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมประกอบนิทรรศการ	
5. เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีหนังสือ รวมถึงสื่อต่างๆ ที่สามารถต่อยอดความรู้ที่ได้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์	
6. ป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดจัดแสดงนิทรรศการมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย	
7. การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ	
8. รายละเอียด/ข้อมูลประกอบนิทรรศการมีความเหมาะสม	
9. ความเหมาะสมของประเด็นที่นำเสนอในนิทรรศการ	
1. ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการ	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ	
3. อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาสุภาพ	
4. ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา	

ปัจจัย	ประเภท
5. ความพยายามที่จะช่วยเหลือ	
6. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	
7. เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ของข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย	
8. ความเหมาะสมของเอกสารที่ให้บริการ	
9. ขนาดพื้นที่ให้บริการ	
10. สถานที่มีความสะอาดสบาย	
11. ความสะอาดของพื้นที่	
12. การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ	
13. มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้	
14. วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ	
15. อัตราค่าบริการ	
16. ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก	
17. เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการมีความน่าสนใจ	
18. เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย	

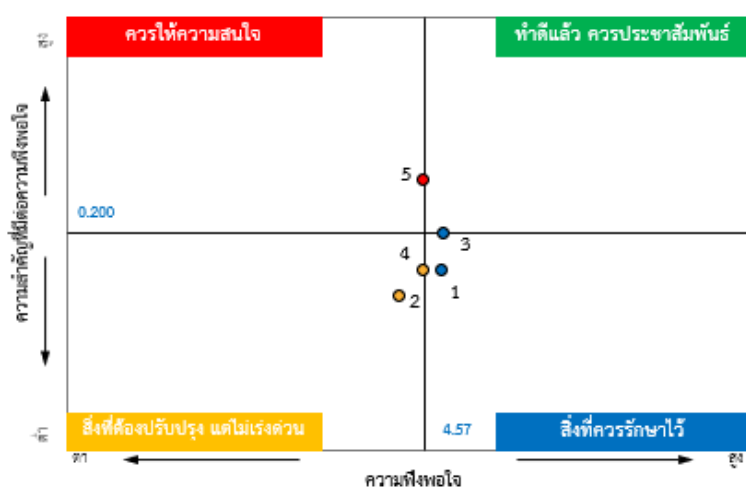
3.11 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวดิ่ง (แกน Y) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวนอน (แกน X) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้

- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม เรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นสิ่งที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยามโดยรวม



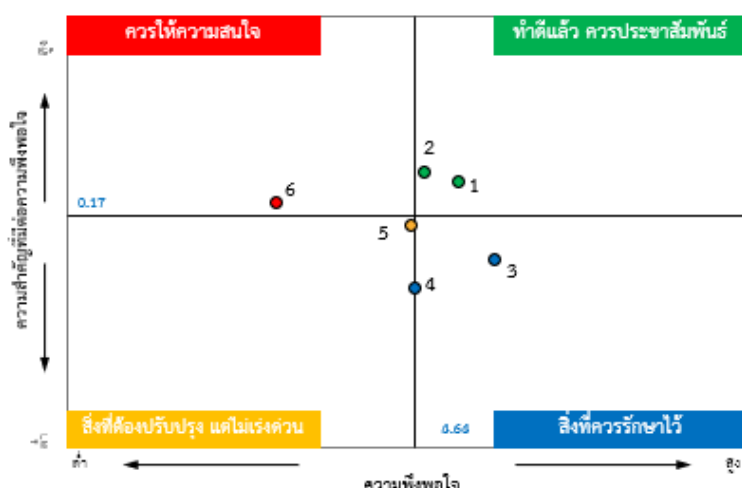
การเข้าใช้บริการมิวเซียมสยามโดยรวม

1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร
2. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้
3. ความพึงพอใจโดยรวมต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อนิทรรศการ

แผนภาพที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมิวเซียมสยาม ในหัวข้อต่างๆ พบว่า (5) นิทรรศการ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ขณะที่ (2) เนื้อหา สื่อการเรียนรู้ และ (4) การให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) เจ้าหน้าที่หรือบุคลากร และ (3) สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร



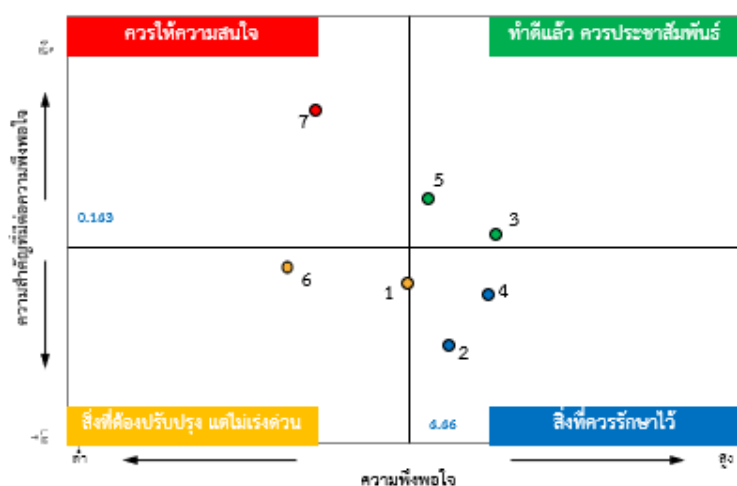
เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรมิวเซียมสยาม

1. ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการ
2. ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
3. อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ
4. ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา
5. ความพยายามที่จะช่วยเหลือ
6. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ

แผนภาพที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรมิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรมิวเซียมสยาม พบว่า (6) ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ เป็นเรื่องที่สำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (1) ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการ และ (2) ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (5) ความพยายามที่จะช่วยเหลือ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (3) อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ และ (4) ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหา สื่อการเรียนรู้



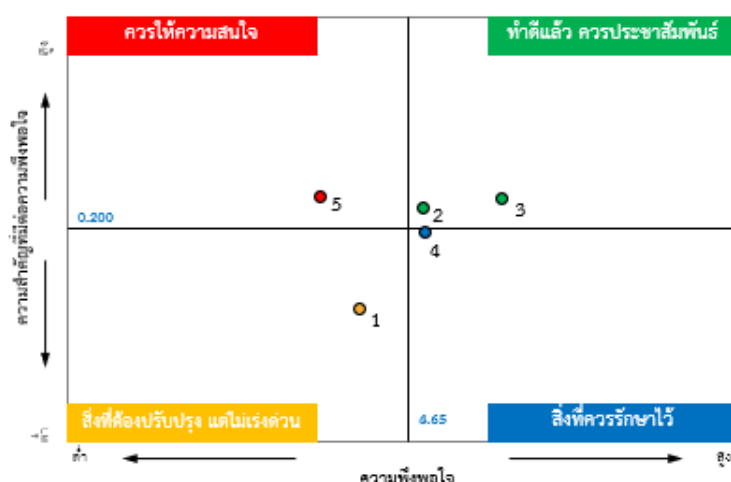
เนื้อหา สื่อการเรียนรู้

1. เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ของข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย
2. เทคโนโลยีและวิธีการเรียนรู้ ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย
3. ข้อมูลที่นำเสนอในห้องนิทรรศการง่ายต่อความเข้าใจ
4. ความหลากหลายของรูปแบบในการนำเสนอ
5. ความเหมาะสมของสื่อ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมประกอบนิทรรศการ
6. ความเหมาะสมของเอกสารที่ให้บริการ
7. เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีหนังสือ รวมถึงสื่อต่างๆ ที่สามารถต่อยอดความรู้ที่ได้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์

แผนภาพที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ของ
มิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้มิวเซียมสยาม พบว่า (7) เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีหนังสือ รวมถึงสื่อต่างๆ ที่สามารถต่อยอดความรู้ที่ได้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (3) ข้อมูลที่นำเสนอในห้องนิทรรศการง่ายต่อความเข้าใจ และ (5) ความเหมาะสมของสื่อ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมประกอบนิทรรศการ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ของข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย และ (6) ความเหมาะสมของเอกสารที่ให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) เทคโนโลยีและวิธีการเรียนรู้ ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย และ (4) ความหลากหลายของรูปแบบในการนำเสนอ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก



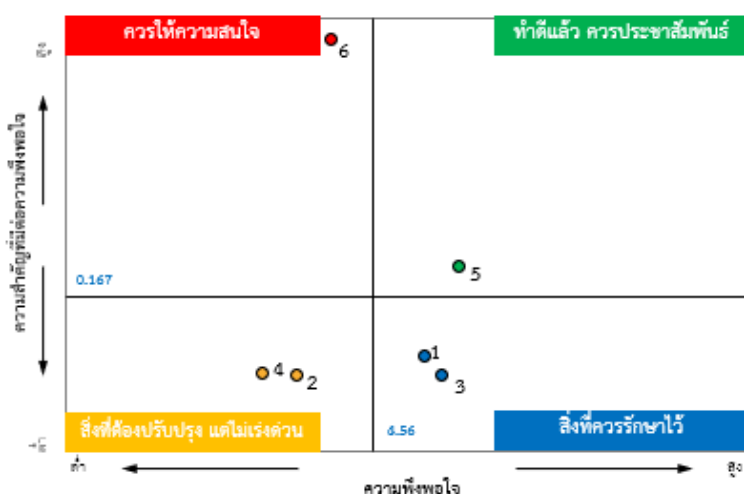
สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

1. ขนาดพื้นที่ให้บริการ
2. สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย
3. ความสะอาดของพื้นที่
4. การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ
5. มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้

แผนภาพที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกของมิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของมิวเซียมสยาม พบว่า (5) มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้ เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (2) สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย และ (3) ความสะอาดของพื้นที่ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) ขนาดพื้นที่ให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (4) การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านการให้บริการของมิวเซียมสยาม



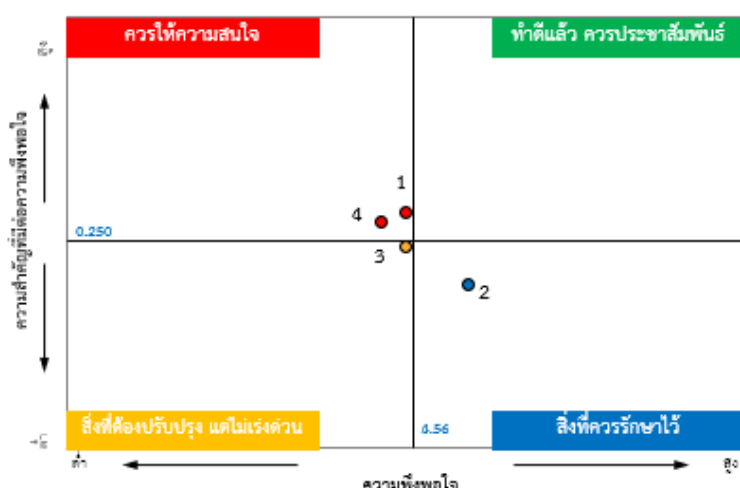
การให้บริการของมิวเซียมสยาม

1. วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ
2. อัตราค่าบริการ
3. ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก
4. ป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดจัดแสดงนิทรรศการมีความชัดเจน
สังเกตได้ง่าย
5. การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ
6. มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้

แผนภาพที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อการให้บริการของมิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของมิวเซียมสยาม พบว่า (6) มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (5) การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (2) อัตราค่าบริการ และ (4) ป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดจัดแสดงนิทรรศการมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ และ (3) ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านนิทรรศการของมิวเซียมสยาม



นิทรรศการของมิวเซียมสยาม

1. เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการมีความน่าสนใจ
2. เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย
3. รายละเอียด/ข้อมูลประกอบนิทรรศการมีความเหมาะสม
4. ความเหมาะสมของประเด็นที่น่าสนใจในนิทรรศการ

แผนภาพที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อนิทรรศการของมิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อนิทรรศการของมิวเซียมสยาม พบว่า (1) เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการมีความน่าสนใจ และ (4) ความเหมาะสมของประเด็นที่น่าสนใจในนิทรรศการ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ขณะที่ (3) รายละเอียด/ข้อมูลประกอบนิทรรศการมีความเหมาะสม เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.14 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของมิวเซียมสยาม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=96)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ด้านเนื้อหา (เนื้อหาหนัก-น้อยเกินไป เนื้อหาไม่เป็นปัจจุบัน เนื้อหาไม่สัมพันธ์กัน)	37	38.54
เปลี่ยนรูปแบบการจัด ให้เหมาะกับทุกเพศทุกวัย	25	26.04
มีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น	18	18.75
ควรพัฒนาเทคโนโลยี	13	13.54
ที่จอดรถหายาก/ ที่จอดรถน้อย/ ควรจัดหาที่จอดรถใกล้ๆไว้ให้	9	9.38
พื้นที่จัดนิทรรศการบางห้องแคบ/ ขยายพื้นที่ต่างๆ	8	8.33
เทคโนโลยีมากเกินไป เข้าถึงยาก/ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ใช้งานไม่ได้	6	6.25
ควรจัดสถานที่ให้เหมาะสมกับทุกวัย/ ควรปรับปรุงสถานที่/ มีป้ายบอกทาง	5	5.21
จัดงานให้บ่อยขึ้น/ จัดระยะเวลาเข้าชมให้นานขึ้น	4	4.17
อัตราค่าบริการแพงเกินไป/ ลดค่าเข้าชม/ ควรมีบัตรรายปี	4	4.17
พนักงานไม่ใส่ใจ/ ตอบคำถามไม่ได้/ อธิบายไม่ละเอียดชัดเจน	3	3.13
จัดนิทรรศการภายนอกอาคาร/ จัดพื้นที่ชมวิว	2	2.08
อยากให้มีดีไซน์เนอร์ / คนรุ่นใหม่มาร่วมงาน	1	1.04
ห้องน้ำหายาก	1	1.04
ควรมีมาตรการป้องกันโควิด	1	1.04
เพิ่มจุดบริการน้ำ	1	1.04
ควรมีของที่ระลึกมอบให้	1	1.04
เพิ่มช่องทางการจำหน่ายบัตรให้หลากหลาย	1	1.04

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

➤ ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview)

ในการสำรวจความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่งของ สบร. ซึ่งได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม ทางทีมที่ปรึกษาฯ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ในทุกกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ทำการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ หรือ สัมภาษณ์ออนไลน์ผ่านทาง Video Conference ZOOM (ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์) เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปรับปรุงงานบริการของแหล่งเรียนรู้ โดยมีการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งเป็น 3 กลุ่มเพื่อให้ครอบคลุมในทุกมิติ ได้แก่ 1) หน่วยงานผู้มีส่วนร่วมดำเนินงาน 2) ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ และ 3) เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

- หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สอว. จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 4.15 หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สอว.

หน่วยงาน	จำนวน (ราย)
กรมราชทัณฑ์	1
กรมโยธาธิการและผังเมือง	1
FabLab Thailand	1
สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย TACGA	1
School of Changemakers	1

ตารางที่ 4.16 สรุปผลการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สอว.

ความพึงพอใจ	
เรื่องที่พึงพอใจในการดำเนินงานร่วมกัน	หน่วยงานผู้มีส่วนร่วมดำเนินงานล้วนมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก และตลอดระยะเวลาที่ทำงานร่วมกับ สอว. ซึ่งจะเห็นถึงความประทับใจในด้านบุคลากร หรือ ผู้ประสานงานได้อย่างเด่นชัด อาทิ การทำงานร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ มีการประสานงานที่ดี ทุกคนมีความมุ่งมั่นและความเป็นทีม ความเอาใจใส่ในงาน หากมีปัญหาจะมีการแก้ปัญหาอย่างจริงจัง “เราจะปรึกษาพูดคุยกันตลอดว่าช่วยกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ระหว่างทางเรียนรู้ถึงความเข้ากันในเรื่องของการทำงาน” “ทีมงานรักมาก ให้ความช่วยเหลือดี” “TK Park ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี” “เวลาเกิดปัญหาจะ Take it serious จะเต็มที่กับการแก้ไขหรือลงมือทำมาก”
ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกัน	สามารถแบ่งได้ 3 เรื่องหลักๆ ได้แก่ 1. ข้อจำกัดในเรื่องเวลา เพราะยังเป็นหน่วยงานของภาครัฐ ที่ต้องทำกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ให้แล้วเสร็จตามงบประมาณ 2. ข้อจำกัดเรื่องเอกสาร ที่ยังอยู่ในระบบราชการ อาจจะต้องมีการเตรียมพร้อม และเอกสารมีความยุ่งยากในการจัดเตรียม “มีรายละเอียดที่ค่อนข้างยุ่งยากและใช้เวลา” 3. การประสานงานกับเครือข่าย ต่างจังหวัด ต้องมีการติดต่อหลายภาคส่วน เช่น เทศบาลจังหวัดเข้ามาเกี่ยวข้อง “เครือข่าย TK ในต่างจังหวัดมักขึ้นตรงกับเทศบาลของจังหวัดนั้นๆ ทำให้ตัวแปรอื่นๆมาเกี่ยวข้อง”
การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์	บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นอย่างมาก “บรรลุครบได้ตามที่ต้องการ” “บรรลุมากเกิน 100%”
การได้รับประโยชน์	
ประโยชน์ต่อหน่วยงานของท่าน	สามารถนำไปต่อยอดจากวัตถุประสงค์ที่ร่วมงานกับ สอว. มีการนำเอาประโยชน์ที่ได้ไปต่อยอดอย่างเห็นได้ชัด การที่มี สอว. ให้การสนับสนุน ในด้านต่างๆ เช่น สื่อการเรียนรู้ งบประมาณ รวมถึง บุคลากรที่มีองค์ความรู้ ทำให้สามารถทำภารกิจได้สำเร็จ “TK ถือเป็นพันธมิตรที่สำคัญของเรา ที่ให้ความอนุเคราะห์เราเต็มที่มาก”

การได้รับประโยชน์	
ประโยชน์ต่อ สอว.	ได้มีการพัฒนาร่วมกันกับหน่วยงานต่างๆ บางโครงการเป็นในเชิงริเริ่มทดลองเชิงกระบวนการ (Role model) และจะสามารถนำไปต่อยอดได้ในอนาคต มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างหน่วยงาน ทำให้ได้ไอเดียใหม่ๆ ตลอดจนการได้รับทราบหรือรับรู้กระบวนการ การทำงานของหน่วยงานอื่นๆ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น “ผมเชื่อว่าจะมีสมาชิกของ สอว. สนใจเรื่องนี้ค่อนข้างมาก” “TK เองก็อยากได้ชุดกระบวนการ เหมือนกับครั้งนี้เป็นครั้ง Demo” “ในส่วนของ สอว. ก็จะทำให้ทราบถึงหน่วยงานต่างๆ ที่มีลักษณะให้บริการประชาชนหรือผู้รับบริการเหมือนกัน”
ประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ	ได้รับความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการทำงานร่วมกัน เกิดแรงบันดาลใจจากกิจกรรมที่ได้เข้าร่วม ซึ่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น ทำให้เห็นมุมมองที่กว้างขึ้น ตลอดจนผู้สนับสนุนอื่นๆ ที่ให้ความสนใจและต้องการเข้ามาสนับสนุนโครงการต่างๆ “ผมเชื่อว่าอย่างน้อยมันอาจจะเป็นการสร้างถึงลักษณะของการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างไม่เป็นทางการอยู่ในระดับหนึ่งของสมาชิก” “ผู้สนับสนุนอื่นๆ เค้าอาจจะมาสนใจให้ทุนสนับสนุน”
จำนวนผู้เข้าใช้บริการ/ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และผู้ได้รับประโยชน์ตามที่ตั้งเป้าไว้	ได้รับประโยชน์ตามที่ตั้งไว้หรือเกินกว่าที่ตั้งไว้ “ได้เกินครับ ได้เกินเยอะเลย” “น่าจะเกินกว่าที่ตั้งไว้”
ความผูกพัน	
ชักชวน บอกต่อ	ต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง “มีการส่งผลงานมาให้ดู มีการอัปเดตกันและส่งผลงานมาให้คอมเมนต์กันอยู่” “คนที่ติดตาม TK อยู่แล้วก็มาติดตามหน่วยงานเหมือนกัน”
ข้อเสนอแนะ	
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	สามารถแบ่งได้เป็น 4 เรื่อง ได้แก่ 1. อยากให้มีการพัฒนางานร่วมกันให้เกิดประโยชน์และขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างมากยิ่งขึ้น 2. อยากให้มีการชัดเจนในขั้นตอนการดำเนินงานด้านเอกสาร 3. อยากให้มีการวางแผนการทำงานร่วมกันในระยะยาว และดำเนินงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง 4. มีการพัฒนาบุคลากร สื่อการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อที่จะผลิตสื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

- ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ จำนวน 10 ราย

ตารางที่ 4.17 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้

ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ	
ความคาดหวัง	สิ่งที่ผู้ให้บริการทุกคนคาดหวังคือเรื่องเกี่ยวกับหนังสือ และสถานที่สำหรับอ่านหนังสือ โดยหากมองสิ่งที่คาดหวังมากที่สุดส่วนใหญ่คือ การคาดหวังที่จะได้อ่านหนังสือใหม่ๆ และหลากหลาย หนึ่งในผู้ให้บริการเน้นการใช้พื้นที่ในการอ่านหนังสือ และการแยกโซนให้บริการให้ชัดเจน “น่าจะไปเจอหนังสือที่ใหม่ๆ” “การแยกโซนที่ชัดเจน ที่TK Park ไม่สามารถทำได้เลยตรงนี้ เพราะด้วยพื้นที่พื้นที่มันจำกัดด้วยมั้ง ผมก็เข้าใจนะ”
เรื่องที่พึงพอใจ	สามารถแบ่งออกเป็น 6 เรื่อง ได้แก่ 1. เรื่องหนังสือ ที่มีความหลากหลาย และมีการอัปเดตหนังสือใหม่อยู่เสมอ แต่ในบางกรณีที่หนังสือเป็นที่นิยม อาจจะต้องใช้เวลารอ 2. บริการ Book delivery มีการตอบกลับ และดำเนินการที่รวดเร็ว 3. สถานที่ สภาพแวดล้อมในการอ่านหนังสือ TK Park มีบรรยากาศให้นั่งอ่านหนังสือ มีพื้นที่ มีที่นั่งที่หลากหลาย เช่น โต๊ะทำงาน นั่งชมวีว 4. เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี 5. มีการจัดกิจกรรมในช่วงเวลาต่างๆ เช่น กิจกรรมวันเด็ก กิจกรรมประจำสัปดาห์ กิจกรรมมีความหลากหลาย ซึ่งทาง TK Park สามารถทำได้ดี 6. ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง สามารถเดินทางได้สะดวก
เรื่องที่ไม่พึงพอใจ	สามารถแบ่งเรื่องที่ผู้ให้บริการเอ่ย ออกเป็น 5 เรื่อง ได้แก่ 1. การเข้าใช้ Application ที่ยังไม่เสถียร 2. หนังสือในระบบมีไม่ครบเล่ม 3. จำนวนหนังสือมีไม่เพียงพอ หากเป็นเล่มที่นิยม จะใช้เวลารอนานมาก 4. มีเด็กเข้าใช้บริการเยอะมาก ผู้ปกครองให้มาวิ่งเล่นใน TK Park ทำให้บรรยากาศไม่สงบ โดยเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์ ควรแยกโซนให้ชัดเจน 5. วันเปิด-ปิดทำการ อยากให้เปิดทุกวัน เพราะอยู่ในห้างสรรพสินค้า
เรื่องที่ยอยากให้ปรับปรุง/พัฒนา	อยากให้พัฒนาเรื่องความเสถียรของ Application และสื่อสารเรื่อง Application ให้ชัดเจน เนื่องจากสับสนว่าต้องใช้ Application ไต “อาจจะเป็นเรื่องแอปพลิเคชันค่ะ คือตอนนี้มันมี 2 แอปค่ะ ก็จะต้องใช้แอปไหนกันแน่” หนังสือควรมีครบเซต และเพิ่มเรื่องหนังสือ สอนภาษา เรียนรู้เรื่องภาษา ตลอดจนยาก ให้เปิดสาขาเพิ่มเติม “ตัวหนูเองไม่ได้อยู่ใกล้ Central World มาก ก็ถ้ามีสาขาตรงอื่นก็น่าจะดี อะไรแบบนี้ค่ะ”

การได้รับประโยชน์	
ประโยชน์ ในการเข้าใช้บริการ	ผู้เข้าใช้บริการให้ความเห็นว่า ประโยชน์ที่ได้รับอย่างชัดเจนคือการมีนิสัยรักการอ่าน อยากอ่านหนังสือมากยิ่งขึ้น ชอบอ่านหนังสือมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจเชื่อมโยงจากความสะดวกสบายที่ได้รับ เช่น มีหนังสือที่หลากหลาย และมีพื้นที่ที่สามารถนั่งอ่านหนังสือได้อีกทั้งยังสามารถยืมคืนหนังสือได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังได้รับการผ่อนคลาย ได้รับความรู้ ทั้งสาระและความบันเทิง ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งประเภทหนังสือ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการยังให้ความเห็นว่า TK Park สามารถเป็นสถานที่ที่ช่วยเติมเต็ม ให้ได้มานั่งเล่น อ่านหนังสือ หรือผ่อนคลาย “ทำให้รู้สึกรักการอ่านมากขึ้น ชอบอ่านหนังสือมากขึ้นและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์” “ทุกคนรักการอ่านมากขึ้นทำให้ทุกคนอ่านหนังสือหลากหลายแบบมากขึ้น” “เราสามารถยืมหนังสือและไปนั่งอ่านได้เลย”
การติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์	ใช้สื่อ Social media คือ line Facebook Instagram และ Twitter โดยเฉพาะ Twitter “ไม่ค่อยได้เล่น Facebook น่าจะเป็นทางไลน์หรืออจี ถ้าเป็นทางไลน์ก็จะใกล้ชิดเรามากที่สุดตอนนี้” “เล่น Twitter แต่ก็ไม่ค่อยเห็น TK Park โฆษณาอะไรนะคะ ส่วนใหญ่จะเห็นใน Facebook เวลาที่มีกิจกรรม”
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์	โดยรวมคิดว่าดีอยู่แล้ว ที่มีการประชาสัมพันธ์ต่างๆผ่านช่องทางออนไลน์ เห็นว่ามีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ อยากแนะนำให้มีการใช้ Content ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย แต่ละกลุ่ม และเสนอให้มีการแนะนำหนังสือผ่านการสร้าง Hashtag # บน Twitter มีผู้ให้บริการให้ความเห็นว่า ในการสมัคร Book delivery ต้องแอดไลน์ติดต่อกับเจ้าหน้าที่เพื่อชำระเงิน และส่งข้อมูลส่วนตัว เช่น รูป เลขบัตรประชาชน ซึ่งรู้สึกว่าจะไม่ปลอดภัย ดังนั้นขอเสนอแนะให้ทาง TK Park พัฒนาช่องทางให้เป็นการสื่อสารแบบ Official สามารถส่งผ่านข้อมูลส่วนตัวแบบ one way communication ได้ ที่สามารถส่งข้อมูลเข้าระบบแบบทางเดียว “จริงๆตอนนี้ก็รู้สึกว่าได้อยู่แล้วนะคะ” “TK เป็นห้องสมุด ก็อาจจะมีการแนะนำหนังสือผ่าน Hashtag มันสามารถสร้างกลุ่มสำหรับเด็กที่ชื่นชอบพวกการอ่านหนังสือตรงนี้ได้”
ความผูกพัน	
การชักชวน บอกต่อ	มีการชักชวนเพื่อนและคนในครอบครัว “มีค่ะ จะชวนเพื่อน รู้จักก็จะชวนไปบ่อยๆ” “ก็มีบอกคนในครอบครัว” แต่จะมีผู้ให้บริการท่านหนึ่งให้ความคิดเห็นที่แตกต่างคือมาใช้บริการ TK Park ต้องการความสงบ ผ่อนคลาย ใช้เวลาเรียนรู้อย่างเต็มที่ “ไม่ครับ เพราะว่าอย่างที่เราบอกคือ ต้องการความสงบ เพราะตัวเรารู้สึกว่าชอบความสงบ”
ข้อเสนอแนะ	
มาตรการและการปรับเปลี่ยนในสถานการณ์โควิด	คิดว่าทำได้ดีอยู่แล้ว จาก Book delivery อ่านใน online “ตอนที่ปิดบริการไป แรกๆเราขอใช้บริการ Book delivery นี่ก็โอเค ไม่แออัด” “ที่ทำได้ก็อยู่แล้วค่ะ ในระบบออนไลน์ ที่สามารถยืมและคืนได้ก็สะดวกค่ะ”

ข้อเสนอแนะ (ต่อ)	
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	อยากให้มีสาขาอื่นๆ เพิ่มจำนวนหนังสือให้มากขึ้น และมีบริการขายเครื่องดืม “เข้าใจว่ามีหนังสือ 1 หรือ 2 เล่ม แต่ก็อยากให้มากกว่านี้ เหมือนต้องแย่งกันนิดนึง” “คือไม่มั่นใจตอนที่หนูไป ไม่มีนะคะ แต่อยากให้มีการขายเครื่องดืมที่คิดนะคะ เพราะว่าเหมือนมันก็สำคัญอยู่” “อยากให้มีสาขา TK Park เพิ่มอีก”

- เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 4.18 สรุปผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ	
ช่องทางให้แสดงความคิดเห็น	Inbox ของ social media ทั้งหมด จะมี Facebook, Twitter, Instagram, LINE@ (ไลน์แอด) รวมถึงมีช่องทาง E-mail ที่สามารถติดต่อกับเราได้
เรื่องที่ได้รับคำชื่นชม	ส่วนใหญ่เป็นการชมต่อหน้า โดยเรื่องที่ชื่นชมจะเป็นเรื่องการให้บริการที่เกี่ยวกับหนังสือ เช่น ความหลากหลายของหนังสือ หรือ บริการ TK Book delivery และได้รับคำชมในเรื่องราคา ค่าเข้าใช้บริการ
เรื่องที่ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ	- อยากให้มีบริการ TK Book delivery นอกเหนือจากการอ่านหนังสือออนไลน์ - อยากให้มีการเปิดเข้าใช้พื้นที่ มีการแนะนำกิจกรรมต่างๆ - อัตราค่าปรับหากคืนหนังสือช้า แพงเกินไป ซึ่งการดำเนินการแก้ไขของทีม TK Park จากข้อเสนอแนะ ได้แก่ มีการให้บริการ eBook ฟรี แต่จะมีจำนวนหนังสือน้อยกว่าการยืมคืนปกติ เนื่องจากบางเล่มไม่มี version eBook และข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณและลิขสิทธิ์ มีการอัปเดตระบบอยู่ตลอด ซึ่งระบบใหม่น่าจะเสร็จภายในปีหน้า มีการนำมาเป็นประเด็นในที่ประชุมเพื่อพัฒนางานที่จะจัดในครั้งถัดไป มีการจัดหาหนังสือ หรือ กิจกรรมตามที่ผู้ให้บริการแนะนำ
การได้รับประโยชน์	
วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการ	ส่วนใหญ่จะเข้ามาอ่านหนังสือ/ใช้บริการ ยืม-คืนหนังสือ และมีการเข้าร่วมกิจกรรมบ้าง จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ พบว่าผู้ให้บริการรู้สึกที่ได้รับประโยชน์ตามความคาดหวังหรืออาจจะเกินความคาดหวัง
การพัฒนาและปรับปรุงบริการ	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นว่า TK Park ควรมีการพัฒนาใน 2 เรื่องหลัก คือ 1. การพัฒนาระบบ บริการสมาชิกให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ในการปิดปรับปรุงพื้นที่ตอนช่วงเวลาที่ TK Park ถูกไฟไหม้ จึงมีการปรับปรุงระบบไปพร้อมๆกันด้วย ซึ่งทาง TK Park มีการพัฒนา Application ที่เรียกว่า My TK ช่วยให้ผู้สมาชิกไม่ต้องพกบัตรเมื่อเข้าใช้บริการและยังสามารถทำธุรกรรมต่างๆผ่าน Application นี้ได้ ทั้งนี้ยังคงมีข้อจำกัดหากสมาชิกบางครอบครัวใช้โทรศัพท์เพียงเครื่องเดียว ทำให้ต้องมาสลับ account บริเวณหน้าเคาเตอร์ทางเข้า 2. การจัดกิจกรรมต่างๆ ควรมีความน่าสนใจ โดยมีการคิด Content หรือกิจกรรมรูปแบบใหม่ ซึ่งเจ้าหน้าที่อาจจะต้องทำการศึกษา หรือมีการไปอบรมเพื่อหาแนวทางและความคิดใหม่ๆ
การสื่อสาร	ช่องทางที่ผู้ให้บริการได้รับข่าวสารจาก TK Park ค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับ และต้องการข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Website TK park , Facebook, Line broadcast เป็นต้น มากไปกว่านั้น การประชาสัมพันธ์ตามหน่วยงานต่างๆ ก็เป็นสิ่งที่ต้องการและถือว่าได้ผลตอบรับที่ดี

ความผูกพัน	
สัดส่วนสมาชิก	สัดส่วนสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกค่อนข้างแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยประมาณ 70-90% เป็นสมาชิก ซึ่งผู้เป็นสมาชิกจะแวะเวียนมาใช้บริการเสมอๆ และหากนับจำนวนผู้ใช้ซ้ำ จะมีประมาณ 60-80% โดยสาเหตุที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการอยู่เสมออาจเนื่องมาจากโปรโมชั่นจากทาง TK Park เช่น โปรโมชั่นวันเกิดสมัครฟรี หรือ โปรโมชั่นการบอกต่อคือการ tag เพื่อนเข้ามาร่วมกิจกรรม และเหตุผลที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อาจเนื่องมาจากการใช้บริการในส่วนของห้องสมุด ซึ่งมีการยืมคืนหนังสืออย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้บริการ Book delivery อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายต่างจังหวัด
ข้อเสนอแนะ	
การตอบสนองต่อสถานการณ์โควิด	ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือเกือบ 100% ซึ่งอาจจะมีบางกลุ่มใช้บริการพื้นที่อ่านหนังสือโดยทาง TK Park มีการจัดเก้าอี้เว้นระยะห่าง แต่ผู้ใช้บริการลากเก้าอี้มาติดกัน
ข้อเสนอแนะ	- ผู้ใช้บริการชอบอ่านหนังสือภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษ ซึ่งส่วนใหญ่ eBook จะเป็นหนังสือใหม่ และเป็นหนังสือภาษาอังกฤษ - อยากให้มีกิจกรรมที่เข้ายุคสมัยเพื่อดึงดูดกลุ่มวัยรุ่น เช่น กิจกรรมของดิงเกาหลี่ ซึ่งทางเจ้าหน้าที่มี การวางแผนและผลักดันกิจกรรมประเภทนี้ แต่ทางผู้บริหารยังไม่ได้เปิดกว้างในเรื่องนี้

2. มิวเซียมสยาม

- หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สพร. จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 4.19 หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สพร.

หน่วยงาน	จำนวน (ราย)
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	1
แหล่งเรียนรู้ 3 ศิลปรัตนโกสินทร์และพิพิธภัณฑ์อาคารสายสุทธธานภดล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	1
พิพิธภัณฑ์บางลำพู	1
บริษัทรถไฟฟ้าและทางด่วนกรุงเทพจำกัด	2

ตารางที่ 4.20 สรุปผลการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับ สพร.

ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ	
เรื่องที่พึงพอใจในการดำเนินงานร่วมกัน	มีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ได้รับความร่วมมือที่ดีจากเจ้าหน้าที่ทั้งในด้านการติดต่อประสานงาน การตอบรับที่รวดเร็วและด้านข้อมูลที่ร้องขอ เจ้าหน้าที่มีความคล่องตัวและมีการช่วยเหลือสนับสนุนที่ดี “เจ้าหน้าที่ติดต่อประสานงานสะดวก เข้าใจงาน ประสานงานทำได้ดีและรวดเร็วค่ะ” “มีการให้ความร่วมมือที่ดีในการขอข้อมูลประสานงาน” “ดำเนินงานเป็นไปด้วยดีถึงดีมาก ตั้งแต่ผู้บริหารถึงผู้ปฏิบัติการ” นอกจากนั้นยังมีสิ่งประทับใจในเรื่องที่ สพร. มีการพัฒนาในด้านต่างๆ อยู่เสมอ “เค้ารับฟังความคิดเห็นของหน่วยงานอื่นๆ แล้วไปปรับปรุงพัฒนา” “การบูรณาการของ สพร. ทำให้สามารถดึงกลุ่มเป้าหมายใหม่”
ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ	
ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกัน	หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ได้มีประเด็นหรือพบข้อจำกัดในการดำเนินงานร่วมกัน แต่มีบางกรณีที่หน่วยงานนั้นต้องมี Third Party หรือ sub-contract เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้กระทบการดำเนินงาน และ เรื่องงบประมาณที่สนับสนุน “เรื่องงบประมาณในการสนับสนุนอาจจะไม่ได้มากพอ เลยต้องมีการปรับแผนเล็กน้อย” “คิดว่าน่าจะมีปัญหาจาก Third Party ต้องมีการกลับไปแก้ ซึ่งต้องมีระยะเวลาที่นำไปปรับแก้”
ดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่	ได้ดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ แต่อาจจะมีบางหน่วยงานที่อาจไม่ตรงตามเป้าหมาย เนื่องจากสถานการณ์โควิด แต่จะได้ประโยชน์ในการบรรลุทางด้านวัตถุประสงค์อื่นๆ “การเดินทางท่องเที่ยวที่ตกลงไปบ้างแต่ก็ยังช่วยในเรื่องของภาพลักษณ์มากกว่า”
การได้รับประโยชน์	
ประโยชน์ต่อหน่วยงานของท่าน	สามารถแบ่งเป็น 4 เรื่องหลักๆ ได้แก่ 1. ได้แนวคิดในการดำเนินงานด้านพิพิธภัณฑ์ที่กว้างขึ้น “การที่ได้ร่วมงานกับ สพร. ทำให้ได้แนวคิดในการทำงานด้านพิพิธภัณฑ์ที่กว้างขึ้นค่ะ” 2. กระตุ้นให้เกิดการคิดสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ “เกิดการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหมุนเวียนต่างๆ” 3. ช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน “ในมุมมองคือช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน การประชาสัมพันธ์ รวบรวมสถานที่ท่องเที่ยว” 4. ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ซึ่งกันและกัน “ไม่ใช่เป็นเชิงตัวเงิน แต่เป็นส่วนของภาพลักษณ์บริษัท มีการทำสื่อออกไป”
ประโยชน์ต่อ สพร.	การทำงานร่วมกันทำให้สามารถทำงานได้สะดวกมากยิ่งขึ้น มีคนที่ให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์มากขึ้นจากการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน ส่งเสริมเรื่องบัตร Muse pass ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น “เพิ่มพื้นที่การเรียนรู้ มี Case study เพิ่มมากขึ้นค่ะในการทำงาน”

การได้รับประโยชน์ (ต่อ)	
ประโยชน์ต่อผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ	ผู้ให้บริการสามารถได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน และยังสามารถเรียนรู้อะไรใหม่ๆ ได้รับความรู้ที่เพิ่มขึ้น และ ได้รับการลดค่าใช้จ่ายในการเข้าชมจากโปรโมชั่นต่างๆ จากการร่วมมือของหน่วยงานในด้านประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ชุมชนโดยรอบอาจจะมียาได้เพิ่มมากขึ้นหรือมีโอกาสในการสร้างงานมากยิ่งขึ้น “ได้เรียนรู้อะไรใหม่ๆ สนุก ไม่จำเจ ที่มันแตกต่างกับที่อื่น ไม่ซ้ำสมัย”
จำนวนผู้เข้าใช้บริการ/ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และ ผู้ได้รับประโยชน์ตามที่ตั้งเป้าไว้	ได้ตามเป้าหมาย หรือเกินเป้าหมายที่คาดหวัง “ทำให้เค้าสามารถเข้าถึง เข้าร่วมกิจกรรมได้ง่าย”
ความผูกพัน	
ผู้เข้าใช้บริการมีการชักชวน บอกต่อ	ผู้เข้าใช้บริการได้รับความพึงพอใจในระดับที่ดีและดีมาก การมีบัตร Muse Pass ถือเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ถือบัตรเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ มากยิ่งขึ้น อีกทั้งความสะดวกสบายจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้ามาใช้บริการที่มีวีเอ็มซีเยียมสยามทำให้ผู้เข้าใช้บริการเข้าถึงได้ง่าย จึงอยากที่จะชักชวนเพื่อน/ครอบครัวมาใช้บริการ หรือเข้าร่วมกิจกรรม “ส่วนใหญ่ที่สอบถามผู้ที่มาใช้บริการ มีความพึงพอใจและบอกว่าจะมาอีกปีหน้าอะไรแบบนี้ค่ะ”
ข้อเสนอแนะ	
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	1. อยากให้มีการจัดเหมือน พิพิธภัณฑ์ Expo ที่พิพิธภัณฑ์เครือข่ายหรือพิพิธภัณฑ์ทั่วไปสามารถมาออกบูธ ให้ความรู้ ให้ข้อมูล และมีการจำหน่าย Muse Pass หรือบัตรเข้าพิพิธภัณฑ์ต่างๆ “อยากให้แบบ One stop service มาทีเดียวได้ประโยชน์อะไรแบบนี้” 2. เพิ่มสิทธิประโยชน์ของบัตร Muse Pass เพิ่มความสนใจของนิทรรศการในวีเอ็มซีเยียมสยาม “อยากให้สามารถเข้าร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ส่วนลดต่างๆ ให้เกิดการกระจายไปในธุรกิจอื่นๆ” 3. หากมี Sub contract หรือหน่วยงานอื่นๆ เข้ามาร่วมในกระบวนการทำงานอยากให้ทาง สพร. ควบคุมบุคคลที่สามให้เสร็จสิ้นตามแผนงาน

- ผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม จำนวน 10 ราย

ตารางที่ 4.21 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการมิวเซียมสยาม

คาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ	
ความคาดหวัง	ผู้ให้บริการคาดหวังในเรื่องความเป็นไทย ประวัติศาสตร์ของไทย และ ความแปลกใหม่ ความอลังการของมิวเซียมสยาม โดยคาดหวังมากที่สุดจะเป็นในเรื่องของการเห็นของแปลกๆใหม่ๆ มาให้ดู สามารถได้รับความรู้ ไปเล่าหรือบอกต่อได้ “แบบใหญ่โต อลังการเหมือน Museum ในต่างประเทศอะไรอย่างนั้น ที่มันมีของใหม่ๆที่ไม่เห็นของเมืองไทย” “ถ้าพูดตามชื่อ คาดหวังว่าจะได้เห็นเกี่ยวกับความเป็นไทย เกี่ยวกับสยาม” “ได้ความรู้กลับไป อาจจะไปเล่าให้คนอื่นเค้าฟัง”
เรื่องที่พึงพอใจ	สามารถรับรู้ถึงประวัติเป็นมา สิ่งของที่แสดงให้เห็นที่มาที่ไป ประทับใจเป็นพิเศษในเรื่องพนักงานต้อนรับ มีการบริการ คำแนะนำที่ดีและมีการยืนตามจุดต่างๆ อีกเรื่องที่ชอบคือบรรยากาศที่เป็นเรือนไม้ การนำเสนอเหมือนการพรีเซนต์ Timeline ของประวัติศาสตร์ไทย “น่าจะเป็นเกี่ยวกับเรื่องที่ยกมา เกี่ยวกับยุคสมัยนะคะ” “ผมประทับใจเกี่ยวกับสิ่งของ” “ประทับใจทางพนักงานที่เค้าอยู่ คือแบบเขาดูแลดีมาก”
เรื่องที่ไม่พึงพอใจ	คิดว่าอยากได้เรื่องราวเป็นธีมใหญ่ในหัวข้อเดียวกัน มีที่มาที่ไป “เป็นพญาคูขี้หอมที่เป็นของไทยมีวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ แต่ไม่ได้บอกว่าใครเป็นผู้คิดค้น อันนี้เป็นแค่รูปภาพให้ดูว่าแค่เปลี่ยนไปเรื่อยๆเท่านั้น ไม่มีเนื้อหาอะไรเลย” และ อากาศที่ร้อน ไม่ได้มีเครื่องปรับอากาศในทุกๆที่ รูปแบบใหม่ที่เนื้อหาสั้นจนเกินไป “ก็ไม่ได้รู้สึกว่ามันพึงพอใจ อาจมีเรื่องเดียวแต่มันควบคุมไม่ได้คืออากาศมันร้อน มีแอร์แค่ห้องแสดง แต่ละห้องแสดงจะไม่ได้เชื่อมต่อกัน”
เรื่องที่ยอยากให้ปรับปรุง/พัฒนา	คอยอัปเดตนิทรรศการบ่อยๆ อยากให้มี Part ต่อของมิวเซียมสยาม เช่น เปิดเรื่องเป็นหนังสือ และ ฟังจบแล้วไปต่อ / ทำอิมเมอร์ซิฟกับแต่ละกลุ่ม
การได้รับประโยชน์	
ประโยชน์ ในการเข้าใช้บริการ	สามารถเป็นแรงบันดาลใจ กระตุ้นการเรียนรู้ ให้อยู่คิดถึงไปถึงประวัติศาสตร์ ได้รู้พื้นประวัติความเป็นมาของไทย “ได้รู้พื้นประวัติความเป็นมาของคนไทย คนชาติไทยว่าเค้ามีความคิดอะไร ณ ตอนนั้น ก็ประมาณนี้แหละครับ” “ประวัติศาสตร์ไทยในที่นี่ ผมรู้สึกว่าคุณก็จะตีความแตกต่างกัน”
การประยุกต์ใช้ ประโยชน์ที่ได้รับ	อาจจะประยุกต์ใช้ไม่ได้ แต่ถือว่าเป็นแรงบันดาลใจได้ หรือเอามาเอื้ออำนวยใจได้ “เราทำงานเหนื่อยๆ แล้วเราไปพักผ่อน ผ่อนคลาย” “ผมชอบประวัติศาสตร์ มันเป็นงานอดิเรกผมมากกว่า”

การได้รับประโยชน์ (ต่อ)	
การติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์	อยากให้มีการใช้ Facebook เป็นหลัก เพราะสามารถใส่รายละเอียดต่างๆได้ “ใช้เฟซบุ๊กค่ะ เราใช้เฟซบุ๊กเป็นปกติอยู่แล้ว และรู้สึกว่าเฟซบุ๊กเข้าถึงได้ง่าย” “สื่อสังคมออนไลน์เลยคะ เฟซบุ๊กเป็นอะไรที่คนส่วนใหญ่ใช้กันอยู่แล้ว”
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์	โปรโมชั่นหรือกิจกรรมต่างๆควรส่งผ่านทางไลน์ “ไลน์ครับ เผื่อมีใครเข้าไป เพื่อนแอดไลน์มีโปรโมชั่น” “หลักๆก็ครบอยู่แล้ว แต่ผมว่าหลักๆน่าจะให้คนติดตามเห็น ผมรู้สึกว่าผมไม่ค่อยเห็น”
ความผูกพัน	
ชักชวน บอกต่อ	ผู้ให้บริการมีการเข้าชม และมีความตั้งใจที่จะพาญาติ/ เพื่อนไปชมนิทรรศการในอนาคต และจะยังคงเข้าชมนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม อยากให้มีการเปลี่ยนแปลง หรือสิ่งที่น่าสนใจใหม่ๆ สร้างจุดขายที่ทำให้สามารถบอกต่อได้ “ถ้าลูกโตจะพาไปดูอีก” “หากมีลูกหลานตั้งใจไว้แล้วว่าพาเค้าไป ไม่ต้องลูกหลานก็ได้ ถ้ามีเพื่อนก็จะพาไป” “เพื่อนมาจากต่างจังหวัด ผมก็พาไป นึกอะไรไม่ออก ก็พาไป” “มีคุยๆกับเพื่อนว่าจะกลับไปอีกแต่ตัวผมถ้ากลับไปแล้วเหมือนเดิมทุกครั้ง ผมก็ยังไม่แน่ใจ”
ข้อเสนอแนะ	
มาตรการและการปรับเปลี่ยนในสถานการณ์โควิด	ในสถานการณ์ช่วงโควิด ถือว่ามีวิเศษยามทำได้ดี แต่สามารถเพิ่มเติมนิทรรศการออนไลน์ หรือ ทำโฆษณาออนไลน์เพื่อเป็นการโปรโมทให้มากยิ่งขึ้นมากกว่านั้น อยากให้พิจารณาใช้พื้นที่ด้านนอก เพื่อจัดกิจกรรมหรือคิดอะไรใหม่ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีอากาศถ่ายเทและปลอดภัย “ถ้าคุณทำโฆษณาทำอะไรให้มันโอเค แล้วคนอยากเข้าไปดู ก็ดูใจ ดูออนไลน์ก็ดูค่ะ ก็เข้าไปดู ถ้าเปิดแล้ว ก็ต้องจำกัดคนเข้าชมค่ะ” “ให้เที่ยวออนไลน์เหมือนที่ต่างประเทศเค้าทำค่ะ” “ผมเห็นด้านหน้ามีพื้นที่ว่าง ถ้ามาแนวใหม่อาจจะคิดอะไรใหม่ๆ อากาศปลอดภัยจัดด้านนอก”
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	รักษามาตรฐานแบบนี้ต่อไปเรื่อยๆ และปรับเปลี่ยนเรื่อยๆ ต้องไม่หยุดอยู่กับที่ ต้องมีการพัฒนา สามารถพัฒนาต่อยอดไปในระยะยาว “ก็ขอให้รักษามาตรฐานแบบนี้ต่อไปค่ะ” “มีวิเศษที่มันโดดเด่นขึ้นมา ทำให้คนสนใจ ถ้าหยุดอยู่กับที่มันก็คือเท่านี้” “มันเป็นเรื่องของไทย มันควรจะพัฒนาต่อไปได้ยาวๆ”

- เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 4.22 สรุปผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ	
ช่องทางให้แสดงความคิดเห็น	สามารถแสดงความคิดเห็นได้ 2 ส่วนคือ 1. ณ สถานที่มีวชิรชัยสยาม - มีกล่องใส่ความคิดเห็นตรงบริเวณห้องสุดท้ายของนิทรรศการ - Ipad ที่สามารถกรอกคะแนนความพึงพอใจ และข้อมูลจะส่งเข้าสู่ส่วนกลาง ผู้เข้าชมแสดงความคิดเห็นแก่เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสถานที่บริเวณนั้นๆ 2. ช่องทางออนไลน์ - Webpage มีวชิรชัยสยาม Facebook Twitter เป็นต้น
เรื่องที่ได้รับคำชื่นชม	ได้รับการชื่นชมใน 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่ 1. เรื่องเจ้าหน้าที่ ในเรื่องของการให้บริการที่เป็นมิตร สามารถดูแลและตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี มีความใส่ใจผู้ใช้บริการตลอดจนมีการบริการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการในการเข้าใช้บริการ 2. เรื่องความน่าสนใจของนิทรรศการ มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน และไม่เคยได้รับชมที่ไหนมาก่อน
เรื่องที่ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ	ข้อเสนอแนะสามารถแบ่งเป็น 3 ส่วนได้แก่ 1. จำนวนเจ้าหน้าที่ที่ดูแลไม่ทั่วถึง และการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ เช่น เจ้าหน้าที่พูดเสียงเบาเกินไป และ มีการใช้น้ำเสียงที่ไม่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ตามทางมีวชิรชัยสยามมีการแก้ไขปรับปรุงตามลำดับ เริ่มจากการเริ่มพูดคุยตั้งเดือนเจ้าหน้าที่ท่านนั้นๆ 2. ความไม่เหมาะสมในด้านองค์ประกอบของนิทรรศการ เช่น ห้องไทยแปลไทย มีรูปภาพที่ไม่เหมาะสม คือเรื่องผู้เข้าชมเป็นเชื้อสายตระกูลขุนนางและได้เห็นรูปของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งเป็นภาพแสดงทรงผมของผู้ชาย และเกิดความไม่พอใจ ทั้งนี้ทางมีวชิรชัยได้ดำเนินการแก้ไขตามที่ร้องขอ 3. เรื่องระบบปรับอากาศ ช่วงกลางวันอากาศร้อน ช่วงคนเข้าชมมาก ซึ่งทางมีวชิรชัยสยามได้มีการแจ้งปรับปรุงแล้ว
การได้รับประโยชน์	
วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการ	กลุ่มที่เข้ามาใช้บริการค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป เช่น กลุ่มนักเรียนนักศึกษาจะเข้าชมเพื่อเขียนรายงาน กลุ่มครอบครัว/วัยรุ่น/ชาวต่างชาติ จะเข้ามาชมเพื่อความเพลิดเพลิน กลุ่มผู้สูงอายุ จะเข้ามาเพื่อระลึกความหลังหรือหาข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ซึ่งส่วนใหญ่ ได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังอยู่ในเกณฑ์คะแนน 9-10 คะแนน ในส่วนที่ยังไม่ตรงตามความคาดหวัง สังเกตได้จากการตั้งคำถาม และถามหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม
การพัฒนาและปรับปรุงบริการ	การเพิ่มลูกเล่นในการจัดแสดงในห้องต่างๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม จะมีกรณีที่อยู่กรณีในห้องจัดแสดงชำรุด ไม่ได้ทำการบำรุงรักษาทำให้การแสดงผลไม่สมบูรณ์ ซึ่งเข้าใจว่าอาจจะมีการงบประมาณมาเกี่ยวข้องทำให้ยังไม่สามารถแก้ไขเรื่องนี้ได้อย่างสมบูรณ์ ตอนนี้อาจติดปัญหาเนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้ต้องจำกัดผู้เข้าชม จึงต้องเพิ่มพื้นที่จัดคิว และพนักงานดูแลให้มากขึ้น

การได้รับประโยชน์ (ต่อ)	
การสื่อสาร	ใช้สื่อ Social media คือ Facebook Instagram และ Twitter โดยเฉพาะ Twitter อยากให้มีการสร้าง # และพิจารณาการเสวนาหรือทำกิจกรรมผ่าน Clubhouse
ความผูกพัน	
กลับมาใช้บริการซ้ำ	ส่วนใหญ่เข้ามาชมนิทรรศการซ้ำโดยประมาณ 80-90% และมากกว่า 50% มีการบอกต่อ
ข้อเสนอแนะ	
การตอบสนองต่อสถานการณ์โควิด	ได้รับความร่วมมือ 100% ซึ่งทางมิวเซียมสยามได้รับรางวัลจาก ททท. ซึ่งมิวเซียมสยามได้ดำเนินการตาม สบค. อย่างครบถ้วนและเคร่งครัดและผู้ใช้บริการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี
ข้อเสนอแนะ	จัดกิจกรรมที่มี Influencer เข้าร่วมจะทำให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น ให้การอำนวยความสะดวกในด้านพื้นที่ ของการใช้ wheelchair ให้มากกว่านี้ ซึ่งมีการอำนวยความสะดวกอยู่แล้ว แต่ในบางส่วนยังต้องการเพิ่มเติม เช่น ห้องอาหารที่ไม่มีทางลาดสำหรับ Wheelchair ปรับรูปแบบการนำเสนอนิทรรศการผ่าน clubhouse ซึ่งภาพของ clubhouse จะเน้นไปในเรื่องของการเมือง แต่ในความเป็นจริงยังคงมีคนให้ความสนใจในเรื่องอื่นๆ ซึ่งเข้าใจว่าจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการในปัจจุบัน

4.2 การประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

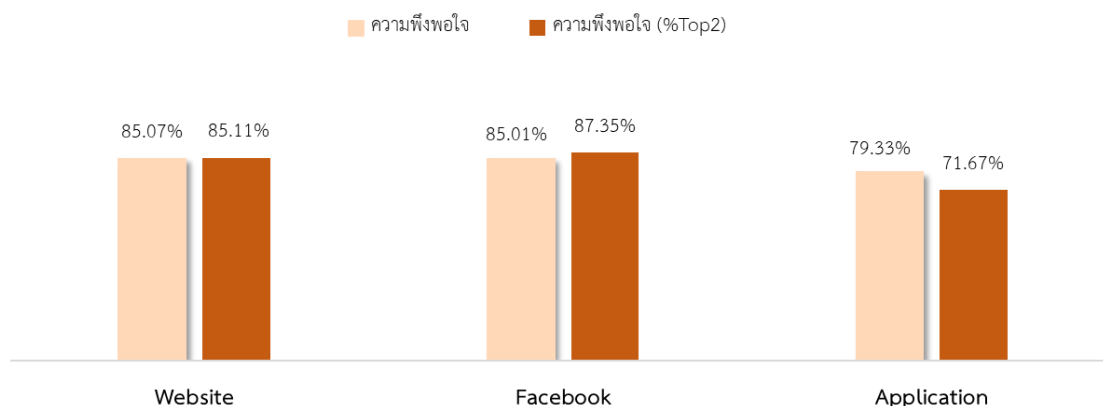
การเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ ผู้ตอบสามารถตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ของแต่ละหน่วยงาน โดยมีการเก็บข้อมูล ผู้ใช้บริการ Website ผู้ใช้บริการ Facebook และ ผู้ใช้บริการ Application ทั้งนี้ได้มีการโปรโมทในทุกช่องทางออนไลน์ และมีสุ่มจับของที่ระลึกแก่ผู้โชคดีเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนสมบูรณ์

ผลการประมวลผลและวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

1. ภาพรวมผลรวมการสำรวจการประเมินความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร.

ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) ได้แก่ สบร. งานส่วนกลาง อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม พบว่า ในภาพรวม ผู้ใช้บริการช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์มีระดับความพึงพอใจที่ดีมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 คะแนน คิดเป็น 84.22% (Top 2 boxes เท่ากับ 81.38%) โดยช่องทางเว็บไซต์ได้รับคะแนนความพึงพอใจ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 คะแนน คิดเป็น 85.07% (Top 2 boxes เท่ากับ 85.11%) ช่องทางเฟซบุ๊กได้รับคะแนนความพึงพอใจ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 คะแนน คิดเป็น 85.01% (Top 2 boxes เท่ากับ 87.35%)

โดยแอปพลิเคชันได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยกว่าช่องทางอื่นๆ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 คะแนน คิดเป็น 79.33% (Top 2 boxes เท่ากับ 71.67%) รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 4.40



แผนภูมิที่ 4.40 ผลการประเมินความพึงพอใจจากการใช้บริการช่องทางออนไลน์ของ สบร.

ตารางที่ 4.23 ตารางสรุปผลประเมินความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์จากช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ ปี 2564

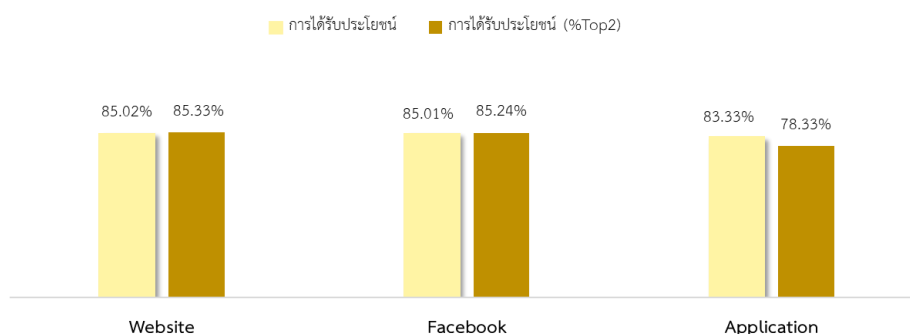
ช่องทางออนไลน์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ความพึงพอใจ		ประโยชน์ที่ได้รับ	
		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ภาพรวมช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์		4.21	84.22%	4.24	84.78%
ภาพรวมช่องทางเว็บไซต์ของ 3 หน่วยงาน		4.25	85.07%	4.25	85.02%
- www.okmd.or.th	150	4.26	85.20%	4.22	84.40%
- www.tkpark.or.th	150	4.20	84.00%	4.17	83.47%
- www.museumsiam.org	150	4.30	86.00%	4.36	87.20%
ภาพรวมช่องทางเฟซบุ๊กของ 3 หน่วยงาน		4.25	85.01%	4.25	85.01%
- OKMD	166	4.24	84.82%	4.34	86.87%
- TK Park	269	4.28	85.50%	4.20	84.01%
- Museum Siam	308	4.23	84.68%	4.21	84.16%
ช่องทางแอปพลิเคชัน TK Online Library	60	3.97	79.33%	4.17	83.33%

ตารางที่ 4.24 ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินความพึงพอใจจากช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์

ปี 2562 - 2564

ช่องทางออนไลน์	ปี 2562		ปี 2563		ปี 2564	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ภาพรวมช่องทางเว็บไซต์ของ 3 หน่วยงาน	4.09	81.78%	4.03	80.60%	4.25	85.07%
- www.okmd.or.th	4.18	83.64%	4.03	80.64%	4.26	85.20%
- www.tkpark.or.th	3.98	79.53%	4.14	82.87%	4.20	84.00%
- www.museumsiam.org	4.11	83.18%	3.97	79.37%	4.30	86.00%
ภาพรวมช่องทางเฟซบุ๊กของ 3 หน่วยงาน	-	-	4.11	82.20%	4.25	85.01%
- OKMD	-	-	4.16	83.20%	4.24	84.82%
- TK Park	-	-	3.87	77.43%	4.28	85.50%
- Museum Siam	-	-	4.14	82.86%	4.23	84.68%
ช่องทางแอปพลิเคชัน TK Online Library	-	-	3.91	78.20%	3.97	79.33%

ผลสำรวจการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการช่องทางออนไลน์ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร.) ได้แก่ สปร. งานส่วนกลาง อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม พบว่า ในภาพรวม ผู้ใช้บริการมีระดับการได้รับประโยชน์ที่ดีมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 คะแนน คิดเป็น 84.78% (Top 2 boxes เท่ากับ 84.29%) โดยช่องทางเว็บไซต์ได้รับคะแนนการได้รับประโยชน์ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 คะแนน คิดเป็น 85.02% (Top 2 boxes เท่ากับ 85.33%) ช่องทางเฟซบุ๊กได้รับคะแนนการได้รับประโยชน์ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 คะแนน คิดเป็น 85.01% (Top 2 boxes เท่ากับ 85.24%) โดยแอปพลิเคชันได้รับคะแนนการได้รับประโยชน์น้อยกว่าช่องทางอื่นๆ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 คะแนน คิดเป็น 83.33% (Top 2 boxes เท่ากับ 78.33%) รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 4.41



แผนภูมิที่ 4.41 ผลการประเมินการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการช่องทางออนไลน์ของ สปร.

ตารางที่ 4.25 ตารางเปรียบเทียบสรุปผลประเมินการได้รับประโยชน์จากช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์

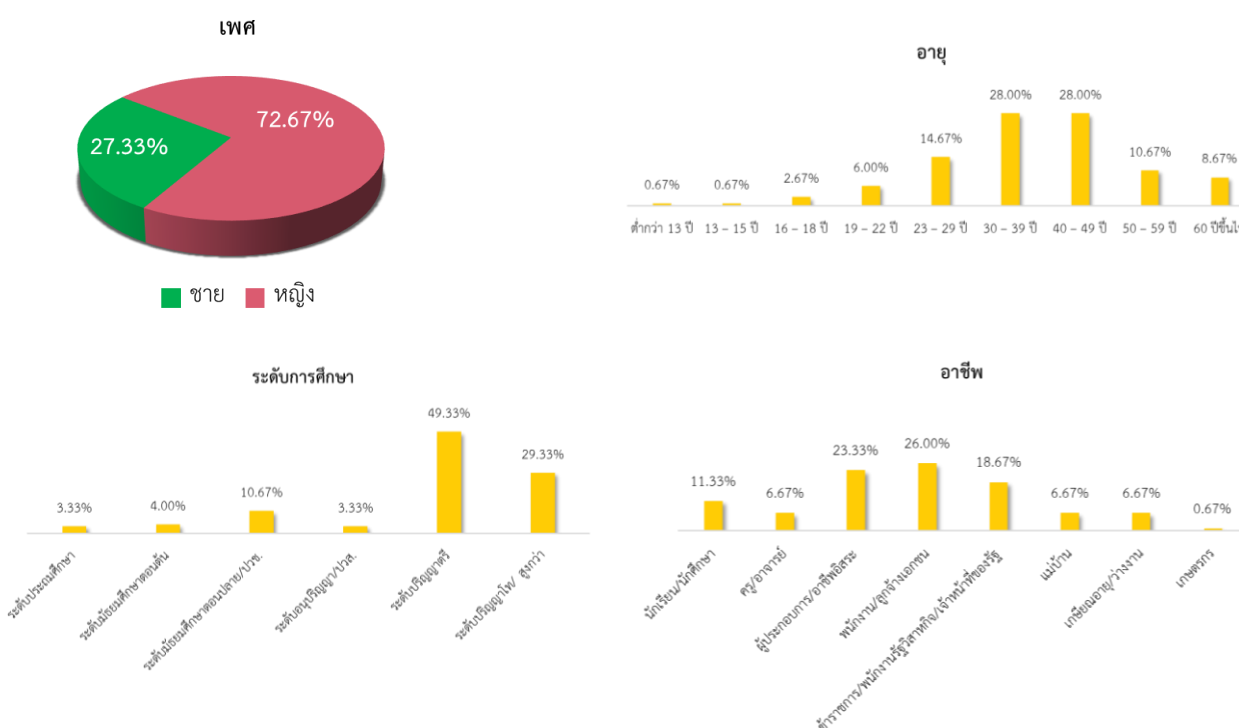
ปี 2562 - 2564

ช่องทางออนไลน์	ปี 2562		ปี 2563		ปี 2564	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ภาพรวมช่องทางเว็บไซต์ของ 3 หน่วยงาน	4.17	83.48%	3.96	79.21%	4.25	85.02%
- www.okmd.or.th	4.22	84.44%	3.95	79.00%	4.22	84.40%
- www.tkpark.or.th	4.07	81.47%	4.23	84.60%	4.17	83.47%
- www.museumsiam.org	4.23	84.53%	3.87	77.40%	4.36	87.20%
ภาพรวมช่องทางเฟซบุ๊กของ 3 หน่วยงาน	-	-	3.99	79.72%	4.25	85.01%
- OKMD	-	-	4.07	81.40%	4.34	86.87%
- TK Park	-	-	3.79	75.80%	4.20	84.01%
- Museum Siam	-	-	3.98	79.60%	4.21	84.16%
ช่องทางแอปพลิเคชัน TK Online Library	-	-	4.13	82.50%	4.17	83.33%

2. ผลการประเมินผู้ให้บริการช่องทางการเรียนรู้จากการใช้บริการเว็บไซต์

2.1 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

2.1.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD



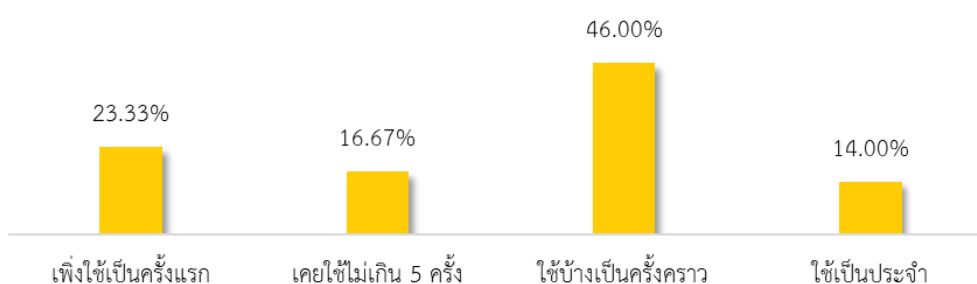
แผนภูมิที่ 4.42 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการเว็บไซต์ OKMD จำนวน 150 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (72.67%) มากกว่าเพศชาย (27.33%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี (สัดส่วนเท่ากันที่ 28.00%) รองลงมาคือ 23 – 29 ปี (14.67%) และ 50 – 59 ปี (10.67%) ขณะที่ช่วงอายุต่ำกว่า 13 ปี และ ช่วงอายุ 13 – 15 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนเท่ากันที่ 0.67%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ให้บริการ พบว่า จบระดับปริญญาตรี (49.33%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (29.33%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (10.67%) ขณะที่ระดับประถมศึกษา และ ระดับอนุบาล/ ปวส. (สัดส่วนเท่ากันที่ 3.33%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

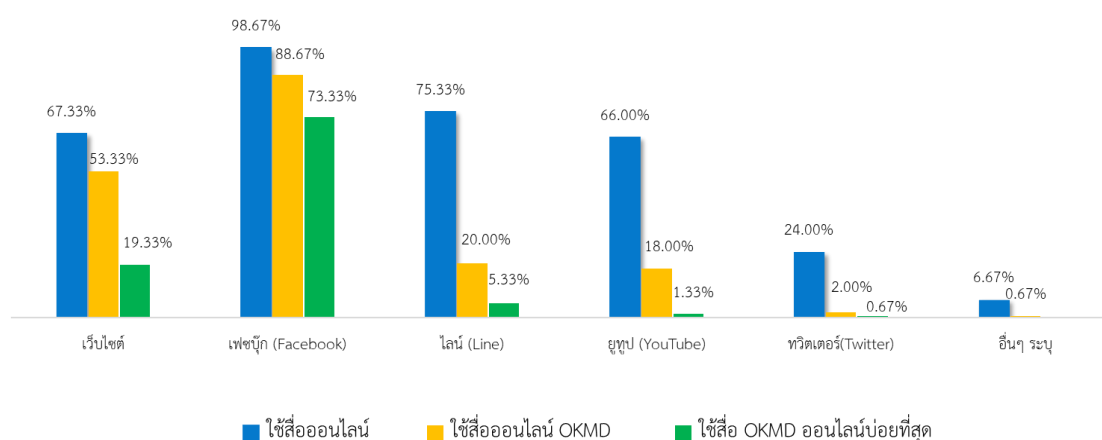
ข้อมูลอาชีพของผู้ให้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (26.00%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (23.33%) และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (18.67%) ขณะที่เกษตรกร (0.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

2.1.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.43 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการบ้างเป็นครั้งคราว (46.00%) รองลงมาคือ เพิ่งใช้ครั้งแรก (23.33%) และเคยใช้ไม่เกิน 5 ครั้ง (16.67%) ในขณะที่ผู้เข้าใช้บริการบางส่วนใช้เป็นประจำ (14.00%)



แผนภูมิที่ 4.44 การใช้สื่อออนไลน์

จากการเก็บข้อมูลการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เข้าใช้บริการใช้สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดถึง 98.67% รองลงมาคือการใช้สื่อออนไลน์ ไลน์ (Line) (75.33%) และ เว็บไซต์ (67.33%) ขณะที่การใช้สื่อออนไลน์อื่นๆ (6.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

โดยข้อมูลผู้เข้าใช้บริการออนไลน์ของ OKMD ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดถึง 88.67% รองลงมาคือ เว็บไซต์ (53.33%) และ ไลน์ (Line) (20.00%) ขณะที่การใช้สื่อออนไลน์ OKMD ผ่านสื่อออนไลน์ อื่นๆ (0.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

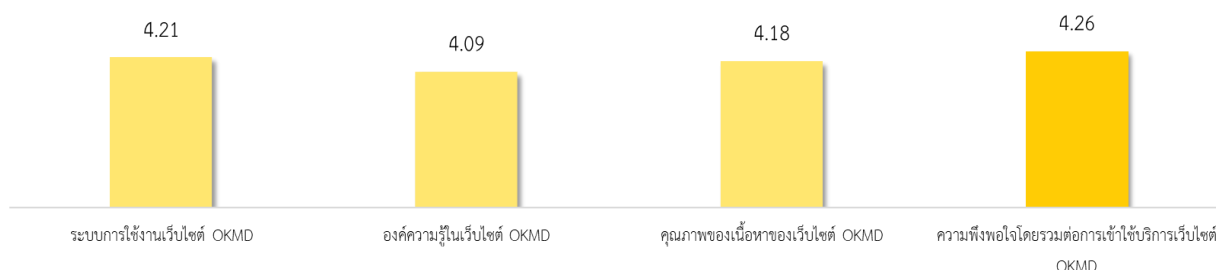
สำหรับการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้สื่อ OKMD ออนไลน์ผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) บ่อยที่สุดถึง 73.33% รองลงมาคือ เว็บไซต์ (19.33%) และ ไลน์ (Line) (5.33%) ในขณะที่ การใช้สื่อออนไลน์ OKMD ผ่านสื่อออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter) (0.67%) เป็นสัดส่วนที่ผู้บริการเข้าใช้ บริการน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.26 ตารางเหตุผลการใช้ข้อมูล/องค์ความรู้จากสื่อออนไลน์บ่อยที่สุด
ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ช่องทางออนไลน์	เหตุผลที่ใช้บ่อยที่สุด	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เว็บไซต์ (n=26)	สะดวก เข้าถึงง่าย	10	38.46
	หาข้อมูล/ได้รับข้อมูลที่ต้องการ	4	15.38
	หาความรู้สาระใหม่ๆ / แร้งบันดาลใจใหม่ๆ	4	15.38
	ใช้เกี่ยวกับการศึกษา	3	11.54
	มีเนื้อหาที่น่าสนใจ	3	11.54
	ข้อมูลครบถ้วน	3	11.54
	มีข้อมูลที่ทันสมัย/ ได้รับข้อมูลที่รวดเร็วและหลากหลาย	3	11.54
	ได้รับสาระความรู้	2	7.69
	เข้าร่วมกิจกรรม	1	3.85
	ติดตามข่าวประชาสัมพันธ์	1	3.85

ช่องทางออนไลน์	เหตุผลที่ใช้อย่างน้อยที่สุด	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เฟซบุ๊ก (Facebook) (n=103)	สะดวก เข้าถึงง่าย	51	49.51
	ใช้งานเป็นประจำ	33	32.04
	ได้รับสาระความรู้	10	9.71
	หาข้อมูล/ได้รับข้อมูลที่ต้องการ	6	5.83
	มีเนื้อหาที่น่าสนใจ	6	5.83
	มีข้อมูลที่ทันสมัย/ อัปเดต	5	4.85
	ได้รับข้อมูลรวดเร็ว	5	4.85
	เข้าร่วมกิจกรรม	5	4.85
	ติดตามข่าวประชาสัมพันธ์	5	4.85
	หาความรู้สาระใหม่ๆ / แรบบันดาลใจใหม่ๆ	4	3.88
	เข้าดูเนื้อหา/ กิจกรรมที่เป็นประโยชน์	4	3.88
	กดติดตามไว้	4	3.88
	ข้อมูลครบถ้วน	3	2.91
	ได้รับข้อมูลที่หลากหลาย	2	1.94
	ใช้เกี่ยวกับการศึกษา	2	1.94

2.1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD



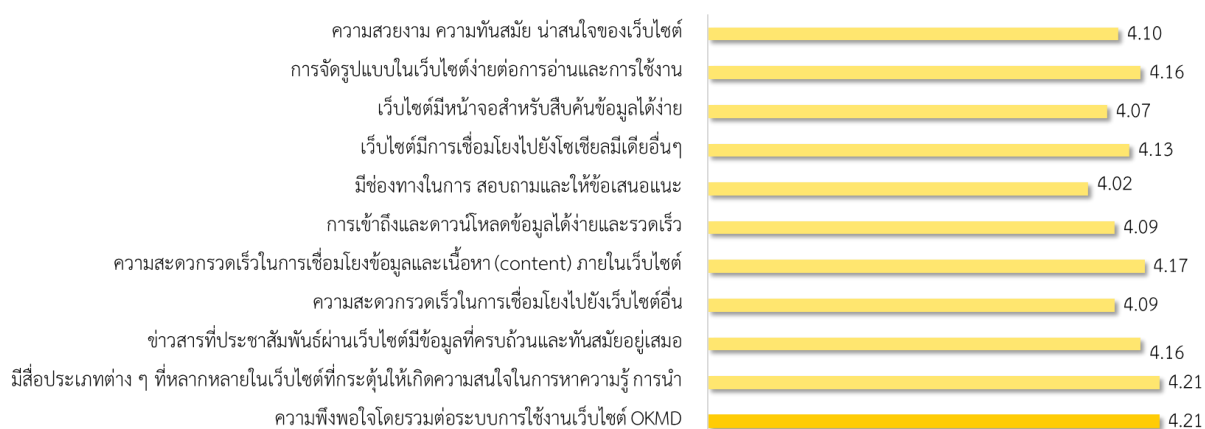
แผนภูมิที่ 4.45 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเว็บไซต์ OKMD พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD โดยรวมอยู่ที่ 4.26 คะแนน โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD โดยรวมอยู่ที่ 4.21 คะแนน และ คะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD โดยรวมอยู่ที่ 4.18 คะแนน ในขณะที่ องค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดที่ 4.09 คะแนน

ตารางที่ 4.27 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

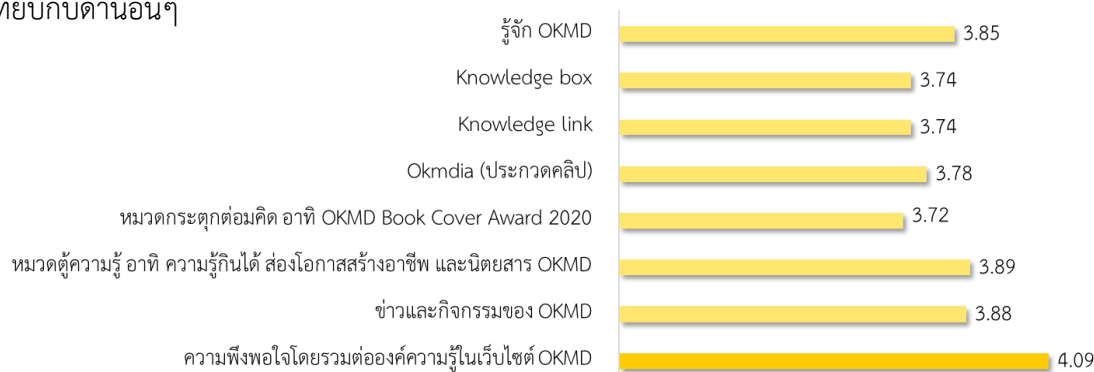
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD	4.21	84.13%	84.00%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD	4.09	81.88%	79.19%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD	4.18	83.60%	83.33%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	4.26	85.20%	85.33%

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.21 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำ เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.21 คะแนน รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์ (4.17 คะแนน) และ การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน และ ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.16 คะแนน) ในขณะที่ มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ (4.02 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



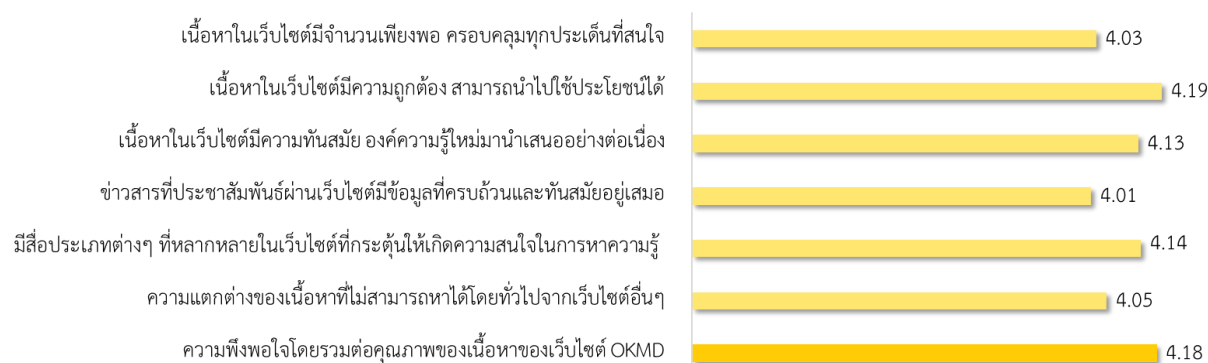
แผนภูมิที่ 4.46 ความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.09 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า หมวดตู้ความรู้ อาทิ ความรู้กินได้ ส่องโอกาสสร้างอาชีพ และนิตยสาร OKMD เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 3.89 คะแนน รองลงมาคือ ข่าวและกิจกรรมของ OKMD (3.88 คะแนน) และ รู้จัก OKMD (3.85 คะแนน) ในขณะที่ หมวดกระทู้ต่อมคิด อาทิ OKMD Book Cover Award 2020 (3.72 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



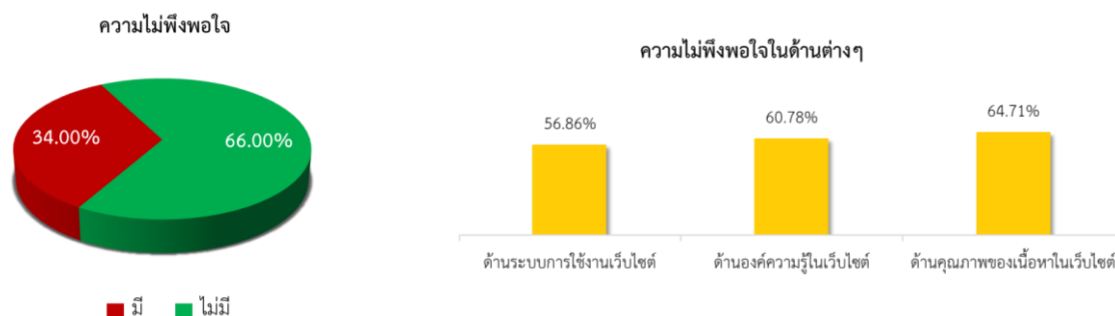
แผนภูมิที่ 4.47 ความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.18 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.19 คะแนน รองลงมาคือ มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ (4.14 คะแนน) และ เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง (4.13 คะแนน) ในขณะที่ ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ (4.01 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.48 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD

2.1.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD



แผนภูมิที่ 4.49 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (66.00%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (34.00%) โดยพบว่าผู้บริการไม่พึงพอใจในด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์มากที่สุดถึง 64.71% รองลงมาคือ ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ 60.78% และด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ 56.86%

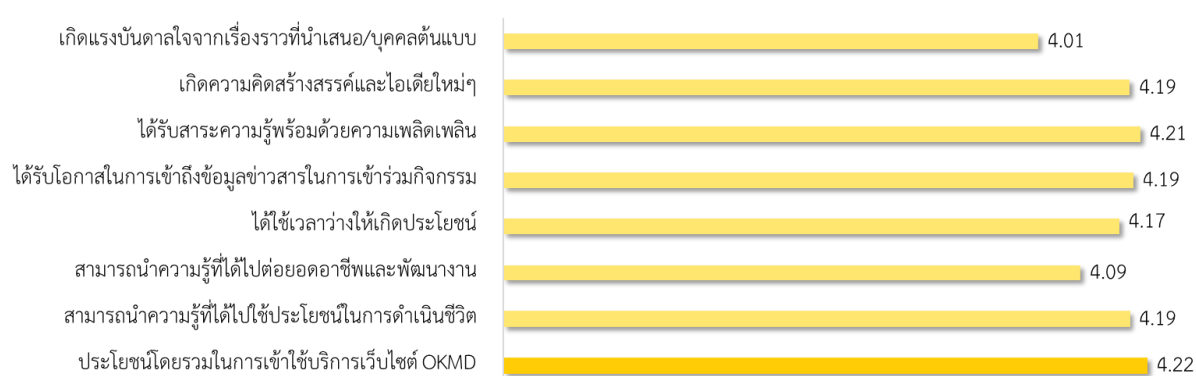
ตารางที่ 4.28 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=51)	เรื่องที่ไม่พึงพอใจ
ด้านระบบการทำงานเว็บไซต์ (n=29)	บางเมนูมีความซับซ้อน / โหลดนาน หลุดบ่อย / ไม่ดึงดูด ดูธรรมดา การตอบกลับช้า
ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ (n=31)	เนื้อหาสั้นเกินไป / เพิ่มความหลากหลาย / เพิ่มความรู้ ให้ครอบคลุมสำหรับทุกเพศทุกวัย
ด้านคุณภาพเนื้อหาในเว็บไซต์ (n=33)	ขาดแหล่งที่มาและการอ้างอิงเพื่อนำไปศึกษา / ปรับรูปแบบ เนื้อหา / เนื้อหาไม่มีความกระจัดกระจาย / มีคำผิดตกหล่น / ให้ความหมายของอักษรย่อ / กดใช้งานไม่ได้บางหัวข้อ

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.1.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.22 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.21 คะแนน รองลงมาคือ เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.19 คะแนน) และ ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (4.17 คะแนน) ในขณะที่ เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ/ บุคคลต้นแบบ (4.01 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

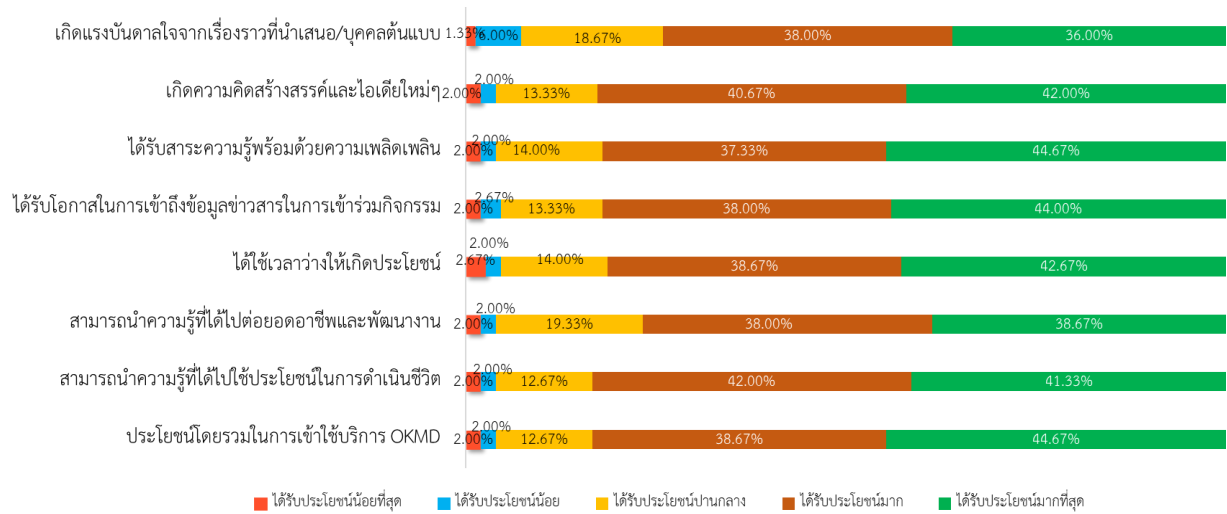


แผนภูมิที่ 4.50 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ตารางที่ 4.29 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ/ บุคคลต้นแบบ	4.01	80.27%	74.00%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.19	83.73%	82.67%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.21	84.13%	82.00%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.19	83.87%	82.00%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.17	83.33%	81.33%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	4.09	81.87%	76.67%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	4.19	83.73%	83.33%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการ OKMD	4.22	84.40%	83.33%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.51



แผนภูมิที่ 4.51 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

● ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.30 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=131)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ด้านสาระ ความรู้	29	22.14
แนะแนวการใช้ชีวิต/ ข้อคิดที่นำไปต่อยอด	25	19.08
ข่าวสารและกิจกรรม	23	17.56
มีประโยชน์ในทุกด้าน	13	9.92
ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์	12	9.16
Knowledge box	7	5.34
คลิปวิดีโอ/ประกวดคลิปวิดีโอ	6	4.58
ศูนย์ความรู้กินได้	6	4.58
กระทู้ถามตอบ	5	3.82
ด้านการศึกษา	4	3.05
Trend ต่างๆ	3	2.29
Knowledge link	2	1.53
OKMD family	2	1.53
นิตยสาร OKMD	1	0.76

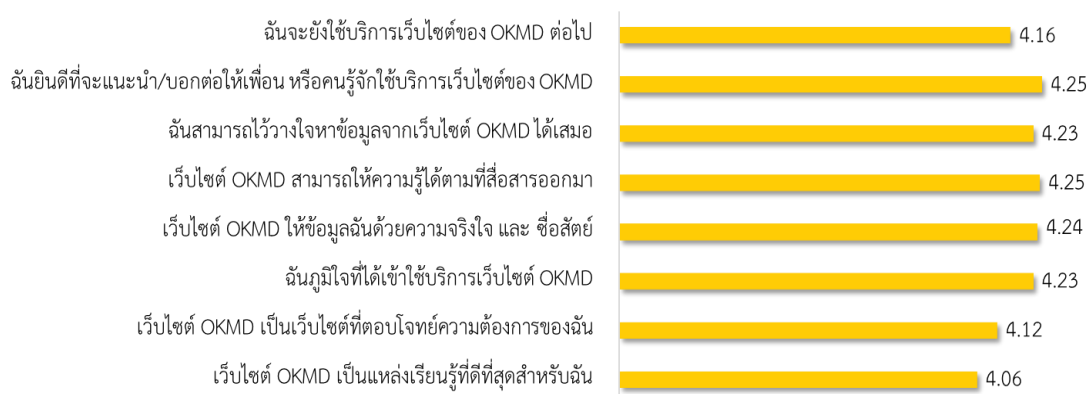
ตารางที่ 4.31 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในบริการเว็บไซต์ OKMD

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ต้องการเพิ่มเติม (n=98)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ความรู้ทั่วไป ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย	31	31.63
กิจกรรม/ ข่าวสาร/ บทความ	10	10.2
การออกกำลังกาย/อาหาร/สุขภาพ	10	10.2
การเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ/อาชีพ	9	9.18
ข้อมูล/กิจกรรมเกี่ยวกับเด็ก	7	7.14
ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ	6	6.12
เทคโนโลยี เช่น AI	6	6.12
ข้อมูลเกี่ยวกับโควิด	5	5.1
ความรู้/ข่าวสารต่างประเทศ	5	5.1
ตัวการ์ตูนในบทความ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ	4	4.08
DIY	3	3.06
การท่องเที่ยว	2	2.04
Q&A	2	2.04

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.1.6 ความผูกพันที่มีต่อเว็บไซต์ OKMD

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD พบว่า ฉันทินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเว็บไซต์ของ OKMD และ เว็บไซต์ OKMD สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา ได้รับคะแนนสูงสุดเท่ากันที่ 4.25 คะแนน รองลงมาคือ เว็บไซต์ OKMD ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ เชื่อสตัย (4.24 คะแนน) และ ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเว็บไซต์ OKMD ได้เสมอ และ ฉันทึ่งใจที่ได้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.23%) ในขณะที่เว็บไซต์ OKMD เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน (4.06 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



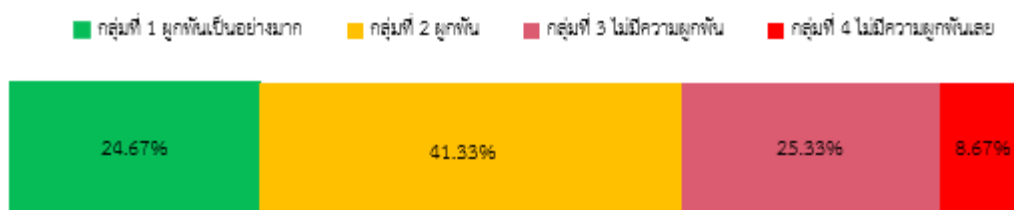
แผนภูมิที่ 4.52 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

2.1.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อบริษัท/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น
- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (41.33%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (25.33%) และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (24.67%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 8.67%



แผนภูมิที่ 4.53 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเว็บไซต์ OKMD

2.1.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD สามารถแบ่งประเภทผลกระทบความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ OKMD แบ่งตามประเภท

ผลกระทบความพึงพอใจ

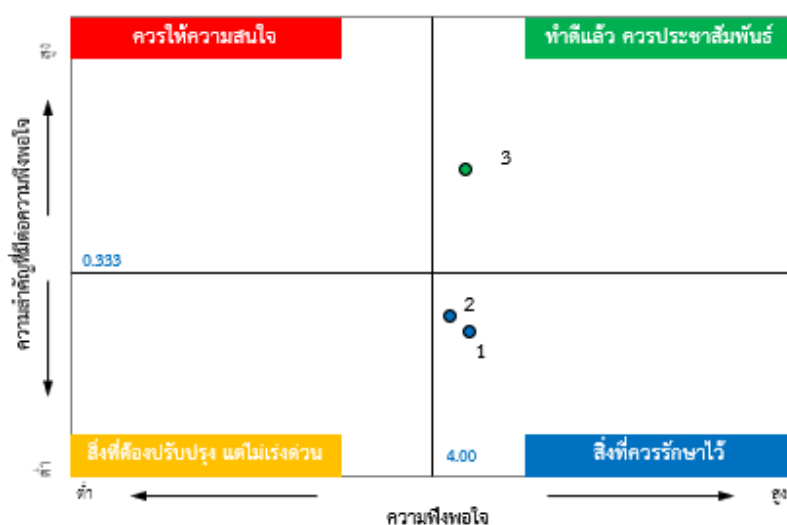
ปัจจัย	ประเภท
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ ผู้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. เว็บไซต์มีหน้าจอสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	
3. เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ	
4. มีช่องทางในการ สอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	
5. การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว	
6. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์	
7. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	
8. รู้จัก OKMD	
9. Knowledge box	
10. Knowledge link	
11. Okmdia (ประกวดคลิป)	
12. หมวดความรู้ อาทิ ความรู้กินได้ ส่องโอกาสสร้างอาชีพ และนิตยสาร OKMD	
13. ข่าวและกิจกรรมของ OKMD	
14. เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	
15. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	
16. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง	
17. ความแตกต่างของเนื้อหาที่ไม่สามารถหาได้โดยทั่วไปจากเว็บไซต์อื่นๆ	
1. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ ผู้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	
3. มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้	
4. ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD	
5. หมวดกระดูกต่อมคิด อาทิ OKMD Book Cover Award 2020	

2.1.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวนอน (แกน X) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวตั้ง (แกน Y) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ต้นไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD โดยรวม



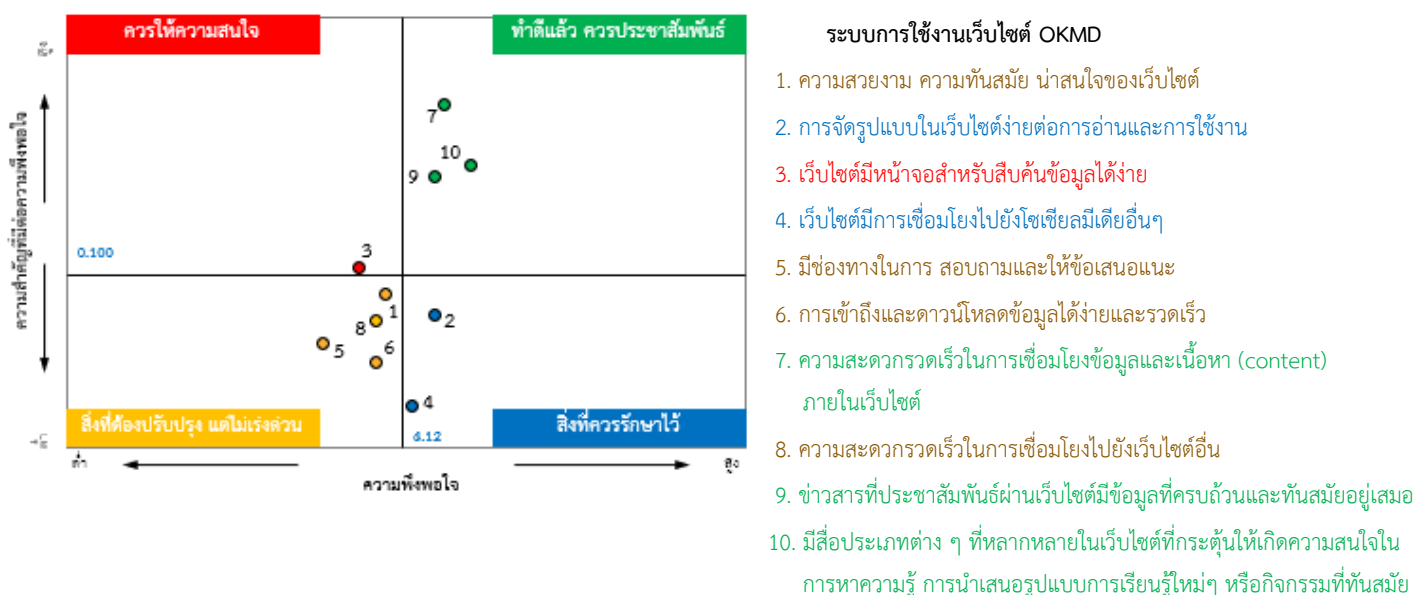
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD
2. ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD
3. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD

แผนภาพที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวม
ต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ OKMD ในหัวข้อต่างๆ พบว่า (3) คุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ในส่วนของ (1) ระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD และ (2) องค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

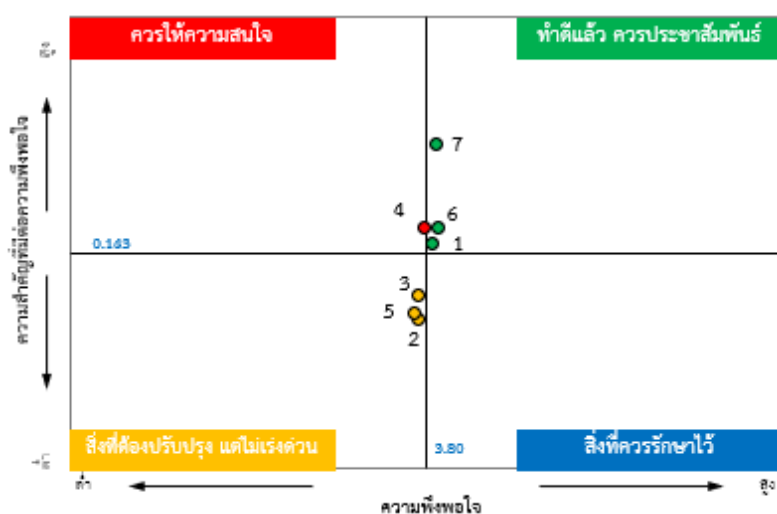
ผลการวิเคราะห์ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD



แผนภาพที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD

ด้านความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD พบว่า (3) เว็บไซต์มีหน้าจอสำหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (7) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (Content) ภายในเว็บไซต์ และ (9) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ และ (10) มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซด์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์ (5) มีช่องทางในการ สอบถามและให้ข้อเสนอแนะ (6) การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว และ (8) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน และ (4) เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD



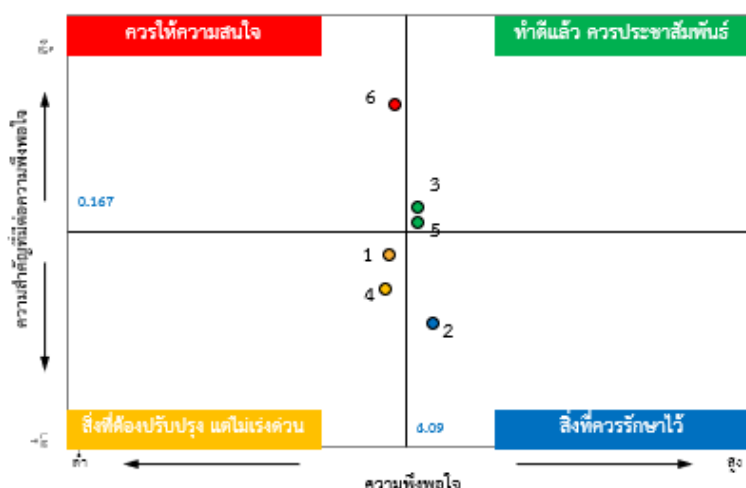
องค์ความรู้หน้าเว็บไซต์ OKMD

1. รู้จัก OKMD
2. Knowledge box
3. Knowledge link
4. Okmdia (ประกวดคลิป)
5. หมวดกระทู้ตอบคำถาม อาทิ OKMD Book Cover Award 2020
6. หมวดตู้ความรู้ อาทิ ความรู้กินได้ ส่องโอกาสสร้างอาชีพ และ นิติสาร OKMD
7. ข่าวและกิจกรรมของ OKMD

แผนภาพที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อบริการความรู้ในเว็บไซต์ OKMD

ด้านความพึงพอใจต่อบริการความรู้ในเว็บไซต์ OKMD พบว่า (4) Okmdia (ประกวดคลิป) เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (1) รู้จัก OKMD (6) หมวดตู้ความรู้ อาทิ ความรู้กินได้ ส่องโอกาสสร้างอาชีพ และนิติสาร OKMD และ (7) ข่าวและกิจกรรมของ OKMD เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (2) Knowledge box (3) Knowledge link และ (5) หมวดกระทู้ตอบคำถาม อาทิ OKMD Book Cover Award 2020 เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ

ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของเนื้อหาของเว็บไซต์ OKMD



คุณภาพของเนื้อหาของเว็บไซต์ OKMD

1. เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ
2. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
3. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง
4. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ
5. มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้
6. ความแตกต่างของเนื้อหาที่ไม่สามารถหาได้โดยทั่วไปจากเว็บไซต์อื่นๆ เช่น การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ

แผนภาพที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์ OKMD

ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์ OKMD พบว่า (6) ความแตกต่างของเนื้อหาที่ไม่สามารถหาได้โดยทั่วไปจากเว็บไซต์อื่นๆ เช่น การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ เป็นเรื่องที่สำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (3) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง และ (5) มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ และ (4) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

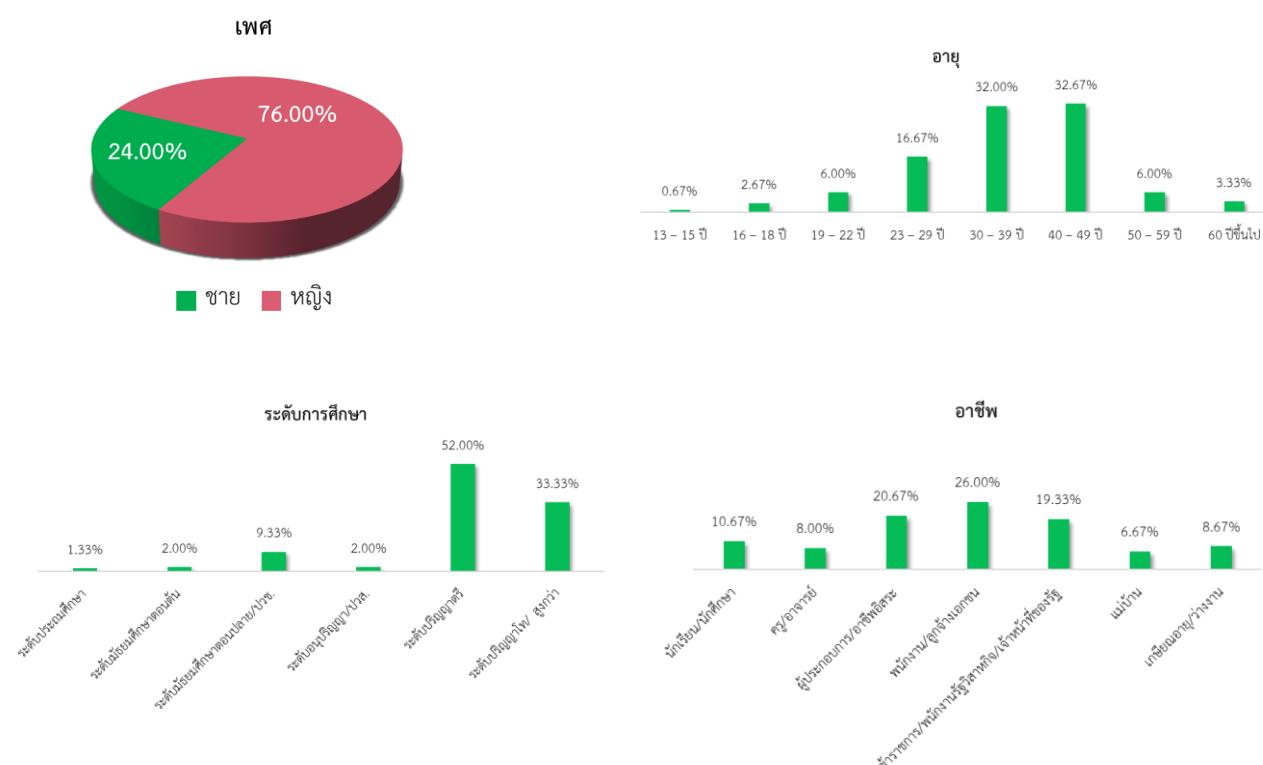
ตารางที่ 4.33 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเว็บไซต์ OKMD

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=68)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
การจัดวางรูปแบบ/ ความสวยงาม/ Content น่าสนใจ	16	23.53
ความรวดเร็วในการเข้าถึง/ รูปแบบการค้นหา	11	16.18
มีการพัฒนาอัปเดตข้อมูล	9	13.24
เพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา เช่น ความรู้ทางศาสนา ข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุ	8	11.76
กิจกรรม/ เกมส์/ ชิงรางวัล/ ข่าวสาร	6	8.82
ประชาสัมพันธ์ เช่น อยากให้มีความต่อเนื่อง	5	7.35
อยากให้มีการเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง	5	7.35
กระชับข้อมูล/ ปรับเนื้อหาให้สั้นลง	4	5.88
Youtube บางหน้าเปิดเนื้อหาไม่ขึ้น	2	2.94
เพิ่มเนื้อหาให้มากขึ้น	2	2.94
ปรับเปลี่ยนได้หลายภาษา	1	1.47
อยากให้แนะนำร้านอาหาร	1	1.47
อยากข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ	1	1.47
มีการนำเสนอผ่าน platform อื่นๆ เช่น Facebook Clubhouse	1	1.47
ลดความเป็นวิชาการลง	1	1.47

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.2 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

2.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park



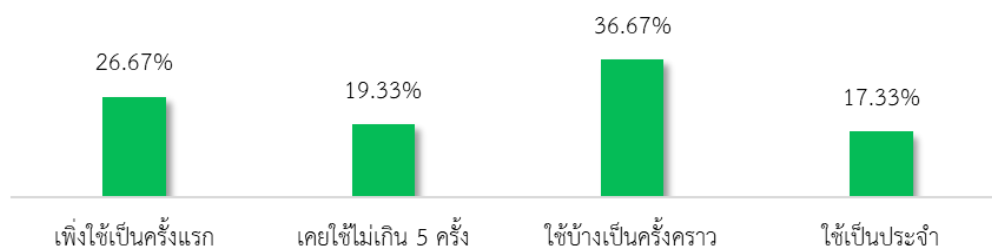
แผนภูมิที่ 4.54 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการเว็บไซต์ TK Park จำนวน 150 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (76.00%) มากกว่าเพศชาย (24.00%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 40 – 49 ปี (32.67%) รองลงมาคือ 30 – 39 ปี (32.00%) และ 23 – 29 ปี (16.67%) ขณะที่ช่วงอายุ 13 – 15 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุด (0.67%)

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จบระดับปริญญาตรี (52.00%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (33.33%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (9.33%) ขณะที่ระดับประถมศึกษา (3.33%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

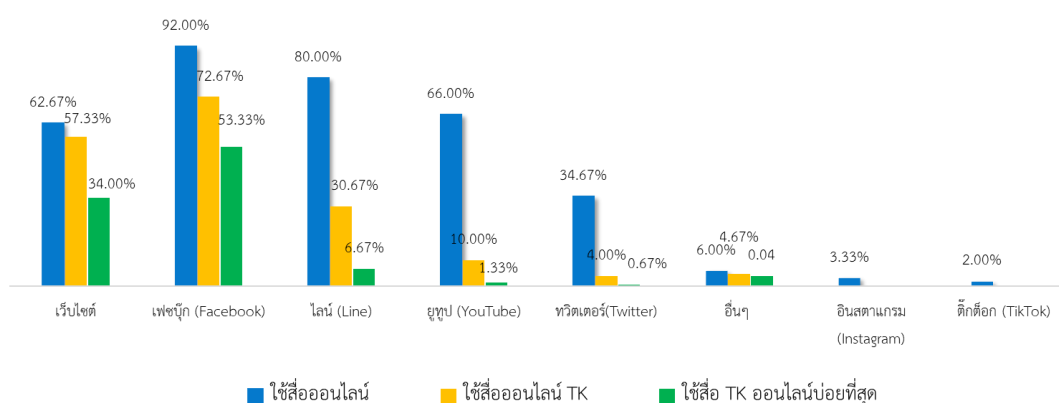
ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (26.00%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (20.67%) และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (19.33%) ขณะที่แม่บ้าน (6.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

2.2.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.55 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการบ้างเป็นครั้งคราว (36.67%) รองลงมาคือ เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก (26.67%) และเคยใช้ไม่เกิน 5 ครั้ง (19.33%) ในขณะที่ผู้เข้าใช้บริการบางส่วนใช้เป็นประจำ (17.33%)



แผนภูมิที่ 4.56 การใช้สื่อออนไลน์

จากการเก็บข้อมูลการใช้สื่อออนไลน์ของผู้เข้าใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เข้าใช้บริการใช้สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดถึง 92.00% รองลงมาคือ การใช้สื่อออนไลน์ ไลน์ (Line) (80.00%) และ ยูทูบ (YouTube) (66.00%) ขณะที่การใช้สื่อออนไลน์ติ๊กต็อก (TikTok) (2.00%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

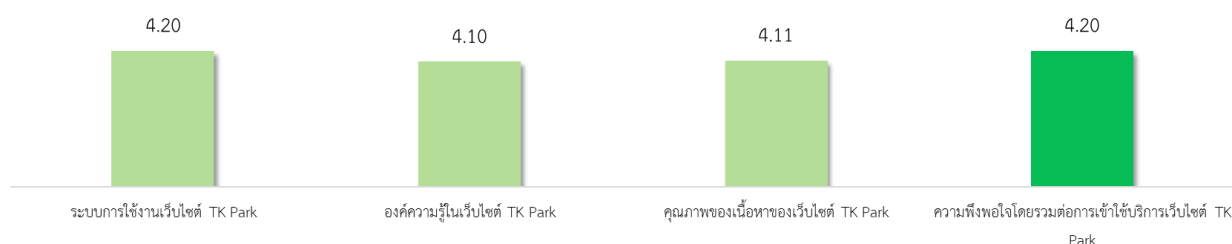
โดยข้อมูลผู้เข้าใช้บริการออนไลน์ของ TK Park ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดถึง 72.67% รองลงมาคือ เว็บไซต์ (57.33%) และ ไลน์ (Line) (30.67%) ขณะที่การใช้สื่อออนไลน์ TK Park ผ่านสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter) (4.00%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด ซึ่งไม่มีผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park ผ่านสื่อออนไลน์อินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กต็อก (TikTok)

สำหรับการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้สื่อ TK Park ออนไลน์ผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) บ่อยที่สุดถึง 53.33% รองลงมาคือ เว็บไซต์ (34.00%) และ ไลน์ (Line) (6.67%) ผ่านสื่อออนไลน์อื่น ๆ (0.04%) โดยไม่มีผู้เข้าใช้บริการออนไลน์ของ TK Park ผ่านสื่อออนไลน์อินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กต็อก (TikTok)

ตารางที่ 4.34 ตารางเหตุผลการใช้ข้อมูล/องค์ความรู้จากสื่อออนไลน์บ่อยที่สุด
ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ช่องทางออนไลน์	เหตุผลที่ใช้บ่อยที่สุด	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เว็บไซต์ (n=49)	ใช้งานง่าย สะดวก	18	36.73
	ค้นหาหนังสือที่อยากอ่าน/ ติดตามหนังสือที่	18	36.73
	เข้าถึงง่าย	10	20.41
	ได้รับข้อมูลที่ต้องการ	5	10.20
	อ่านง่าย	5	10.20
	ข้อมูลหลากหลาย	3	6.12
	กิจกรรมน่าสนใจ/ ข่าวสาร	2	4.08
	ใช้งานเป็นประจำ	2	4.08
	ข้อมูลครบครัน	2	4.08
	ข้อมูลมีการอัปเดต	1	2.04
	ข้อมูลน่าสนใจ	1	2.04
	ได้รับข้อมูลรวดเร็ว	1	2.04
เฟซบุ๊ก (Facebook) (n=78)	ใช้งานง่าย สะดวก	34	43.59
	ใช้งานเป็นประจำ	21	26.92
	กิจกรรมน่าสนใจ/ ข่าวสาร	12	15.38
	เข้าถึงง่าย	12	15.38
	ค้นหาหนังสือที่อยากอ่าน/ ติดตามหนังสือที่	6	7.69
	แสดงที่หน้าฟีด	6	7.69
	มีการแจ้งเตือน	5	6.41
	ข้อมูลมีการอัปเดต	4	5.13
	ได้รับข้อมูลที่ต้องการ	4	5.13
	ได้รับข้อมูลรวดเร็ว	3	3.85
	ข้อมูลน่าสนใจ	2	2.56
	ข้อมูลน่าเชื่อถือ	1	1.28
	อ่านง่าย	1	1.28
	ข้อมูลหลากหลาย	1	1.28
	ข้อมูลครบครัน	1	1.28
	สามารถแชร์ข้อมูลได้	1	1.28

2.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park



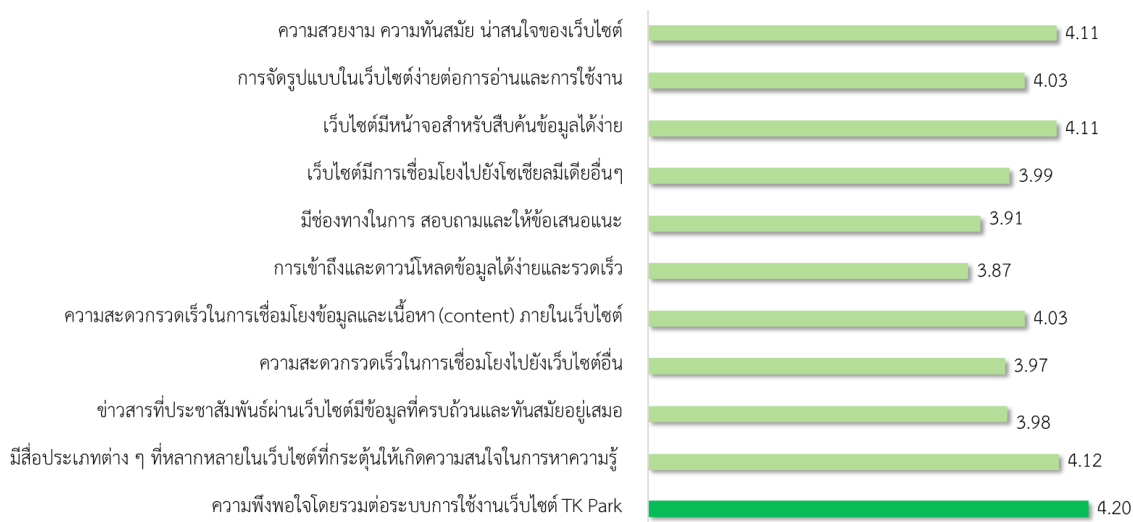
แผนภูมิที่ 4.57 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเว็บไซต์ TK Park พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park โดยรวมอยู่ที่ 4.20 คะแนน โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park โดยรวมอยู่ที่ 4.20 คะแนน และ คะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ TK Park โดยรวมอยู่ที่ 4.11 คะแนน ในขณะที่ องค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดที่ 4.10 คะแนน

ตารางที่ 4.35 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

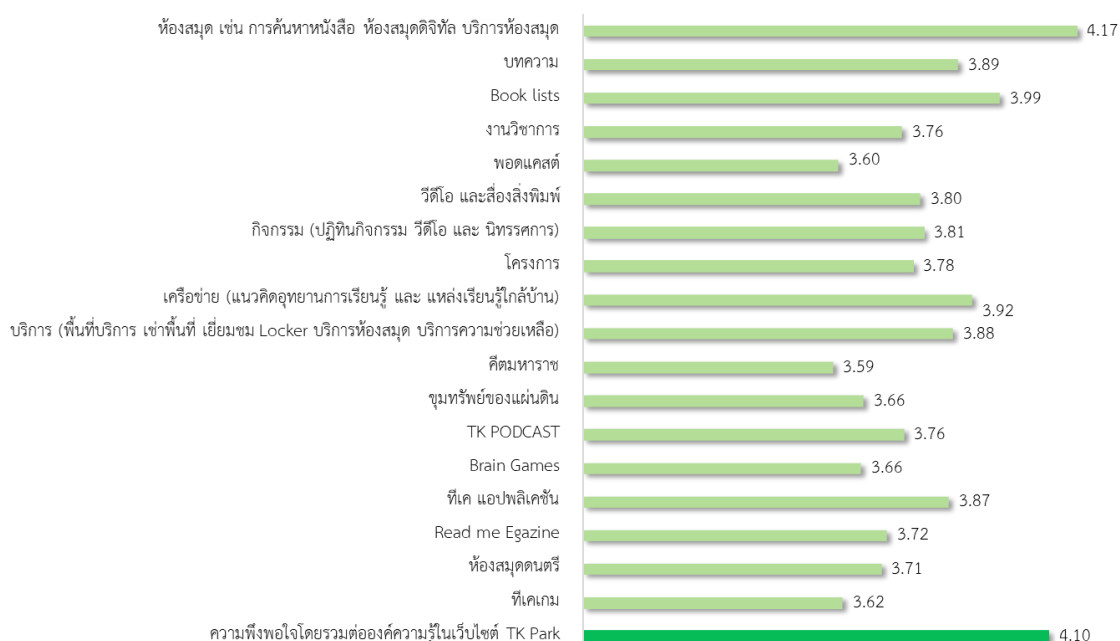
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park	4.20	84.00%	81.33%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park	4.10	82.04%	79.59%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ TK Park	4.11	82.27%	83.33%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	4.20	84.00%	80.00%

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.20 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัยเป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.12 คะแนน รองลงมาคือ ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์ และ เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.11 คะแนน) และ การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน และ ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูล และเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์ (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.03 คะแนน) ในขณะที่ การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว (3.87 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



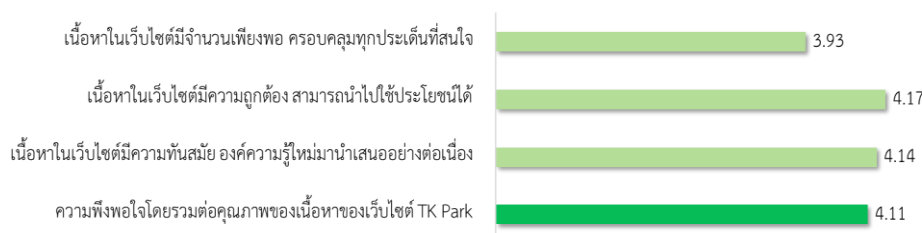
แผนภูมิที่ 4.58 ความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.10 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า หมวดห้องสมุด เช่น การค้นหาหนังสือ ห้องสมุดดิจิทัล บริการห้องสมุด เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.17 คะแนน รองลงมาคือ Book lists (3.99 คะแนน) และ เครือข่าย (แนวคิติดูทยานการเรียนรู้ และ แหล่งเรียนรู้ใกล้บ้าน) (3.92 คะแนน) ในขณะที่ หมวดคิตมหาราช (3.59 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



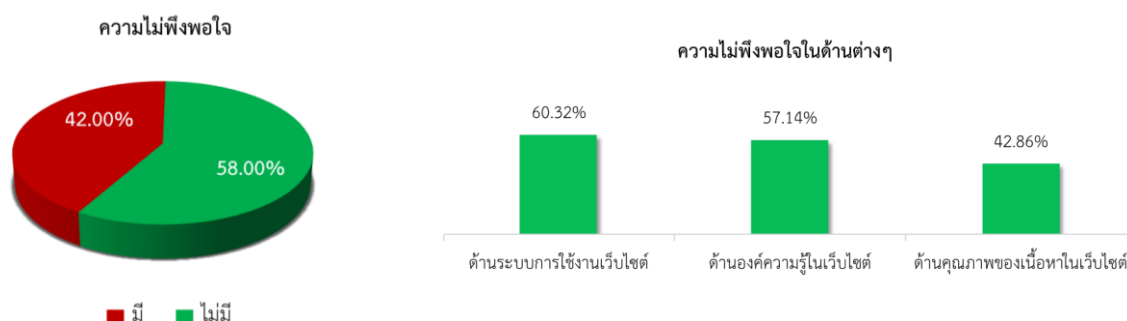
แผนภูมิที่ 4.59 ความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์ TK Park พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.11 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.17 คะแนน รองลงมาคือ เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง (4.14 คะแนน) ในขณะที่ เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ (3.93 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.60 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์ TK Park

2.2.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park



แผนภูมิที่ 4.61 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (58.00%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (42.00%) โดยพบว่าผู้บริการไม่พึงพอใจในด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์มากที่สุดถึง 60.32% รองลงมาคือ ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ 51.14% และด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ 42.86%

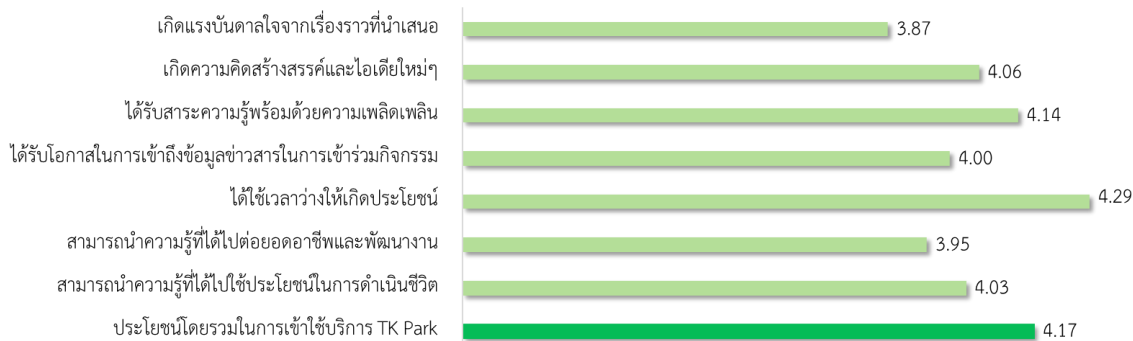
ตารางที่ 4.36 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=63)	เรื่องที่ไม่พึงพอใจ
ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ (n=38)	ใช้งานยาก/ เมนูยาก/ ซับซ้อน/ ระบบล่าช้า / ดาวน์โสดนาน/ ระบบค้าง / ระบบสับสน/ ไม่หลากหลาย ข้อมูลน้อย ไม่ทันสมัย /
ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ (n=36)	เนื้อหา ข้อมูลน้อย ไม่ละเอียดชัดเจน / เข้าถึงได้ยาก ใช้งานยาก / ซับซ้อน / องค์ความรู้ไม่หลากหลาย / เนื้อหาไม่ตรงกับที่ต้องการ
ด้านคุณภาพเนื้อหาในเว็บไซต์ (n=27)	เนื้อหาไม่ครอบคลุม ไม่หลากหลาย / เนื้อเยื่อ ต้องการประกอบ / ยากให้เหมาะกับเยาวชนมากขึ้น / ไม่มีปุ่มสอบถาม

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.2.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.17 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.29 คะแนน รองลงมาคือ ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน (4.14 คะแนน) และ เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ (4.06 คะแนน) ในขณะที่ เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ (3.87 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

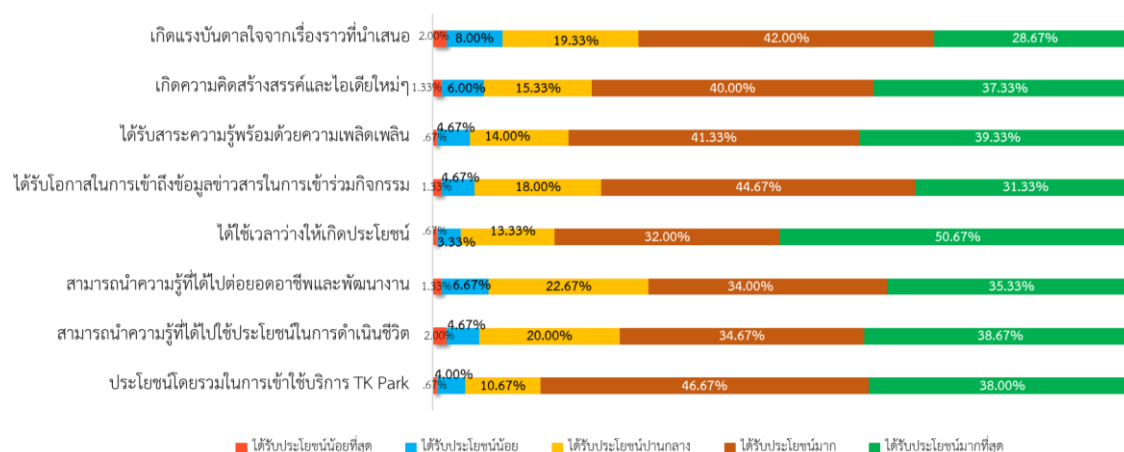


แผนภูมิที่ 4.62 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ตารางที่ 4.37 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	3.87	77.47	70.67%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.06	81.20	77.33%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.14	82.80	80.67%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.00	80.00	76.00%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.29	85.73	82.67%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	3.95	79.067	69.33%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	4.03	80.67	73.33%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการ TK Park	4.17	83.47	84.67%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.63



แผนภูมิที่ 4.63 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

- ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.38 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=111)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ความรู้ทั่วไป	25	22.52
กิจกรรมและข่าวสาร	17	15.32
แนะนำหนังสือ/ หนังสือต่างๆ	17	15.32
สื่อการเรียนรู้/ ห้องสมุด	13	11.71
พัฒนาความรู้	13	11.71
นิยาย/บทความ/ สารคดี	11	9.91
ค้นหาหนังสือ	9	8.11
หนังสือออนไลน์	8	7.21

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=111)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ได้รับประโยชน์จากทุกส่วน	7	6.31
ข้อมูลหลากหลาย	3	1.8

ตารางที่ 4.39 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติมในใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติม (n=88)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
อยากให้เพิ่มเนื้อหา	19	21.59
เพิ่มกิจกรรม	16	18.18
หนังสือใหม่ๆ/ แนะนำหนังสือ	10	11.36
เกร็ดความรู้ทั่วไป	8	9.09
ความหลากหลายของประเภทหนังสือ	6	6.82
รูปแบบการนำเสนอ เช่น รูปภาพ หรือแอนิเมชัน	6	6.82
หนังสือภาษาอังกฤษ / หนังสือภาษาต่างประเทศ	4	4.55
ข่าวสาร	4	4.55
สถานที่ต่างๆ/ การท่องเที่ยว	3	3.41
หนังสือออนไลน์	3	3.41
ด้านการประกอบอาชีพ	3	3.41
แบ่งหมวดหมู่หนังสือให้ง่ายต่อการค้นหา	2	2.27
หนังสือเสียง	2	2.27
การสรุปประเด็น	2	2.27
จำนวนหนังสือ	2	2.27
กิจกรรม DIY	1	1.14
การยืมคืนจากห้องสมุดอื่นๆ	1	1.14

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.2.6 ความผูกพันที่มีต่อเว็บไซต์ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park พบว่า ฉันทินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเว็บไซต์ของ TK Park ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.29 คะแนน รองลงมาคือ ฉันทุ้ใจที่ได้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park (4.21 คะแนน) และ ฉันทุ้ยังใช้บริการเว็บไซต์ของ TK Park ต่อไป และ เว็บไซต์ TK Park ให้ข้อมูลฉันทุ้ด้วยความจริงใจ และ ชือสัตย์ (4.19 คะแนน) ในขณะที่เว็บไซต์ TK Park เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉันทุ้ (3.97 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.64 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้บริการเว็บไซต์ TK Park

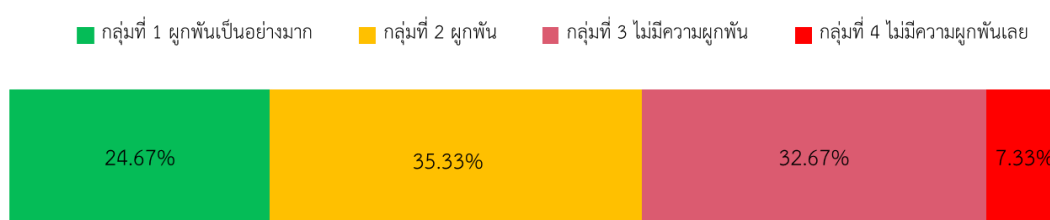
2.2.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างมาก มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่องค์กร/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น

- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (35.33%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (32.67%) และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (24.67%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 7.33%



แผนภูมิที่ 4.65 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเว็บไซต์ TK Park

2.2.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park สามารถแบ่งประเภทผลกระทบต่อความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park แบ่งตามประเภทผลกระทบต่อความพึงพอใจ

ปัจจัย	ประเภท
1. บทความ	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. งานวิชาการ	
3. วิดีโอ และสื่อสิ่งพิมพ์	
4. บริการ (พื้นที่บริการ เข้าพื้นที่ เขี่ยชม Locker บริการห้องสมุด บริการความช่วยเหลือ)	
5. TK PODCAST	
6. Brain Games	
7. ทีเค แอปพลิเคชัน	
8. ห้องสมุดดนตรี	
9. ทีเคเกม	
10. เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน	
3. เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	
4. เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ	
5. มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	
6. การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว	

ปัจจัย	ประเภท
7. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์	
8. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	
9. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	
10. มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย	
11. ห้องสมุด เช่น การค้นหาหนังสือ ห้องสมุดดิจิทัล บริการห้องสมุด	
12. Book lists	
13. กิจกรรม (ปฏิทินกิจกรรม วิดีโอ และ นิทรรศการ)	
14. โครงการ	
15. เครือข่าย (แนวคิดอุทยานการเรียนรู้ และ แหล่งเรียนรู้ใกล้บ้าน)	
16. คีตมหาราช	
17. ชุมทรัพย์ของแผ่นดิน	
18. Read Me Egazine	
19. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	
20. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่นำเสนออย่างต่อเนื่อง	

2.2.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

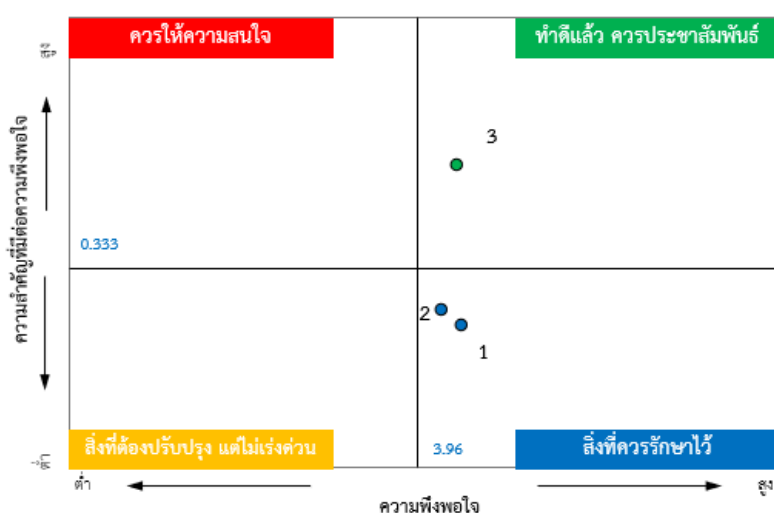
ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวนตั้ง (แกน Y) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวนอน (แกน X) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ต้นนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะ

มีโอกาสพัฒนาเป็นสิ่งที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน

- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park โดยรวม



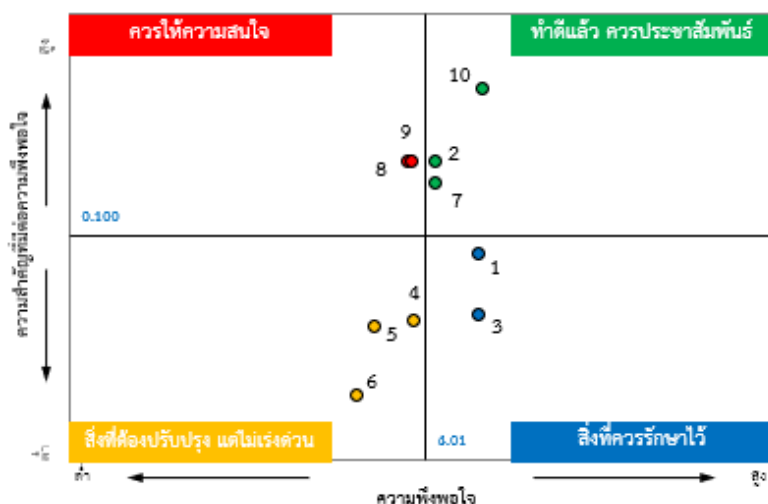
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park
2. ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park
3. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ TK Park

แผนภาพที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวม
ต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ TK Park ในหัวข้อต่างๆ พบว่า (3) คุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ TK Park เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ในส่วนของ (1) ระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park และ (2) องค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park



แผนภาพที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ Performance Important

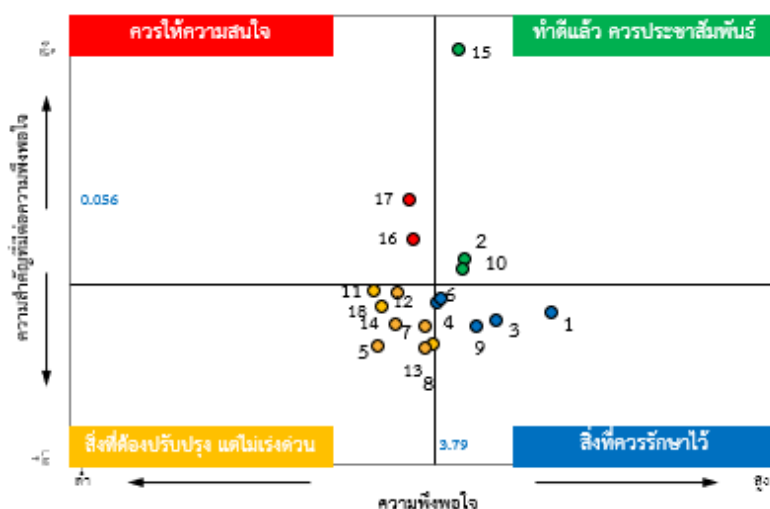
Analysis ต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park

ระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park

1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน
3. เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย
4. เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ
5. มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ
6. การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว
7. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์
8. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น
9. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ
10. มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซด์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย

ด้านความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park พบว่า (8) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น และ (9) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (2) การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน (7) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (Content) ภายในเว็บไซต์ และ (10) มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซด์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (4) เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ (5) มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ และ (6) การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์ และ (3) เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park



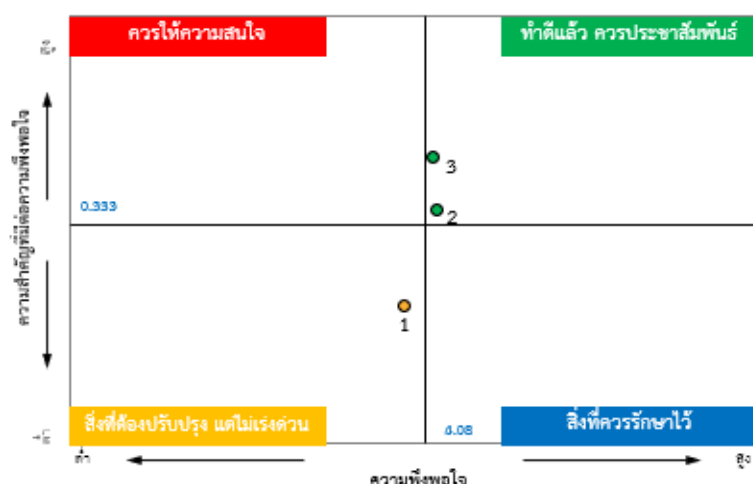
แผนภาพที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park

องค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park

1. ห้องสมุด เช่น การค้นหาหนังสือ ห้องสมุดดิจิทัล บริการห้องสมุด
2. บทความ
3. Book lists
4. งานวิชาการ
5. พอดแคสต์
6. วิดีโอ และสื่อสิ่งพิมพ์
7. กิจกรรม (ปฏิทินกิจกรรม วิดีโอ และ นิทรรศการ)
8. โครงการ
9. เครือข่าย (แนวคิดอุทยานการเรียนรู้ และ แหล่งเรียนรู้ใกล้บ้าน)
10. บริการ (พื้นที่บริการ เช่าพื้นที่ เยี่ยมชม Locker บริการห้องสมุด บริการความช่วยเหลือ)
11. คีตมหาราช
12. ชุมทรัพย์ของแผ่นดิน
13. TK PODCAST
14. Brain Games
15. ทีเค แอปพลิเคชัน
16. Read me Egazine
17. ห้องสมุดดนตรี
18. ทีเคเกม

ด้านความพึงพอใจต่อด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park พบว่า (16) Read me Egazine และ (17) ห้องสมุดดนตรี เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (2) บทความ (10) บริการ (พื้นที่บริการ เช่าพื้นที่ เยี่ยมชม Locker บริการห้องสมุด บริการความช่วยเหลือ และ (15) ทีเค แอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (5) พอดแคสต์ (7) กิจกรรม (ปฏิทินกิจกรรม วิดีโอ และ นิทรรศการ) (8) โครงการ (11) คีตมหาราช (12) ชุมทรัพย์ของแผ่นดิน (13) TK PODCAST (14) Brain Games และ (18) ทีเคเกม เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) ห้องสมุด เช่น การค้นหาหนังสือ ห้องสมุดดิจิทัล บริการห้องสมุด (3) Book lists (4) งานวิชาการ (6) วิดีโอ และสื่อสิ่งพิมพ์ และ (9) เครือข่าย (แนวคิดอุทยานการเรียนรู้ และ แหล่งเรียนรู้ใกล้บ้าน) เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์ TK Park



คุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์

- เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ
- เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
- เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อคุณภาพเนื้อหาเว็บไซต์ TK Park

ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพเนื้อหาเว็บไซต์ TK Park พบว่า (2) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (3) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุก ประเด็นที่สนใจ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญ เป็นลำดับต้นๆ

- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.41 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเว็บไซต์ TK Park

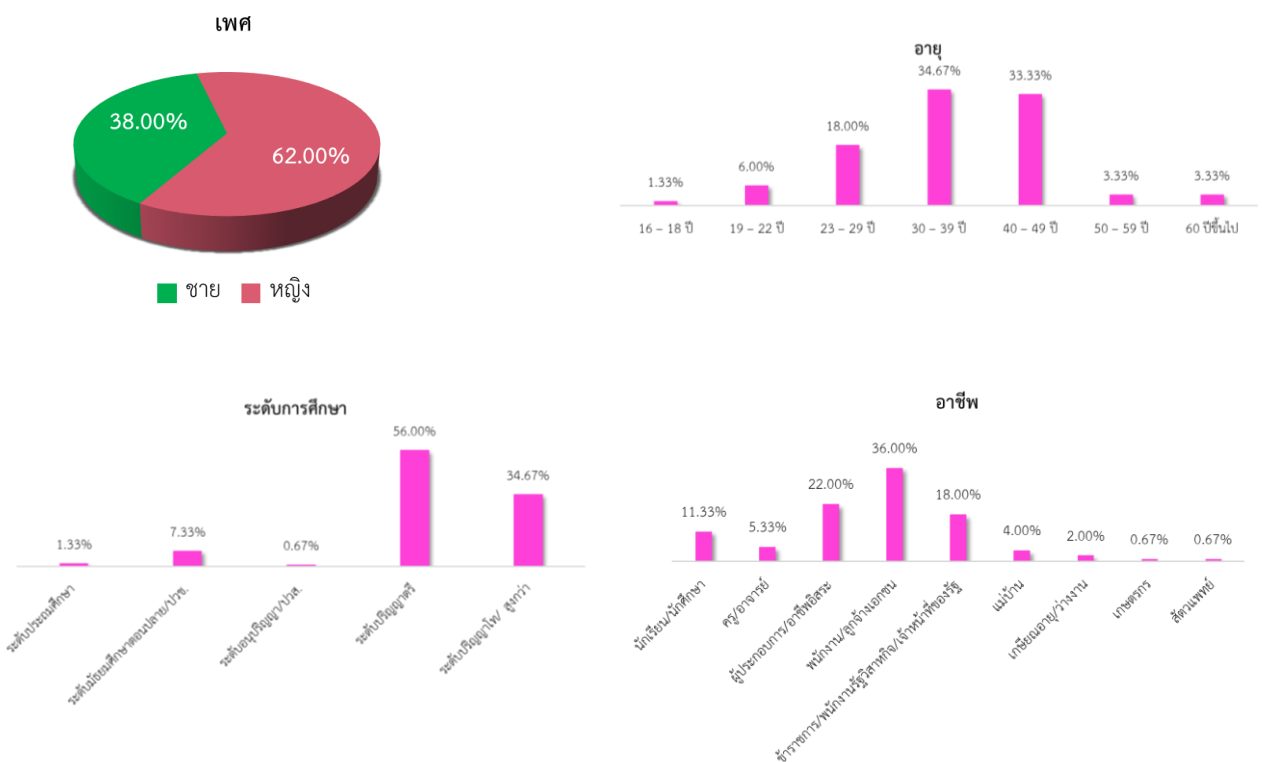
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=70)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
พัฒนาระบบ ความรวดเร็วในการเข้าถึง ให้เข้าถึงง่าย	13	18.57
รูปแบบไม่ทันสมัย อยากให้มีภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ	13	18.57
ปรับเนื้อหาข้อมูล ให้กระชับ ปรับขนาดตัวหนังสือให้อ่านง่าย	10	14.29
เพิ่มกิจกรรมความบันเทิง/ เกมส์ คำถามชิงรางวัล	7	10.00
ปรับข้อมูลให้หลากหลาย	7	10.00
มีการประชาสัมพันธ์/ โปรโมทเพิ่มขึ้น	6	8.57
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น	5	7.14
อัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	4	5.71
มีช่องทางเสนอความคิดเห็นและการตอบรับให้มากขึ้น เช่น Chatbot	4	5.71
จัดหมวดหมู่หนังสือ	4	5.71
เพิ่มจำนวนหนังสือ	2	2.86
สามารถยืมคืนหนังสือข้ามสาขาได้	2	2.86

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=70)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ยืมคืนหนังสือผ่านทางหน้าเว็บไซต์ได้	2	2.86
เพิ่มคลิปวิดีโอ	2	2.86

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.3 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม



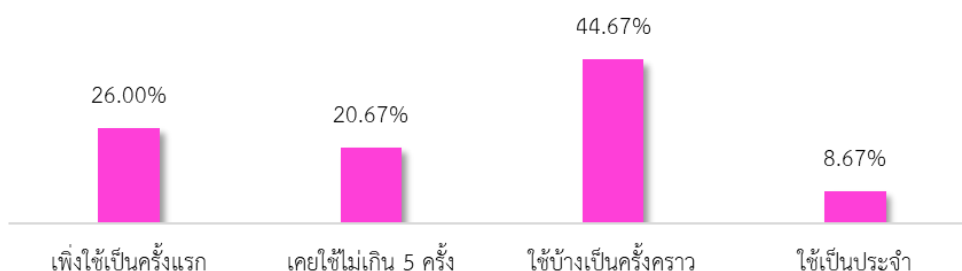
แผนภูมิที่ 4.66 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม จำนวน 150 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (62.00%) มากกว่าเพศชาย (38.00%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 30 - 39 ปี (34.67%) รองลงมาคือ 40 - 49 ปี (33.33%) และ 23 - 29 ปี (18.00%) ขณะที่ช่วงอายุ 16 - 18 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุด (1.33%)

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จบระดับปริญญาตรี (56.00%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (34.67%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (7.33%) ขณะที่ระดับอนุปริญญา/ ปวส. (0.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

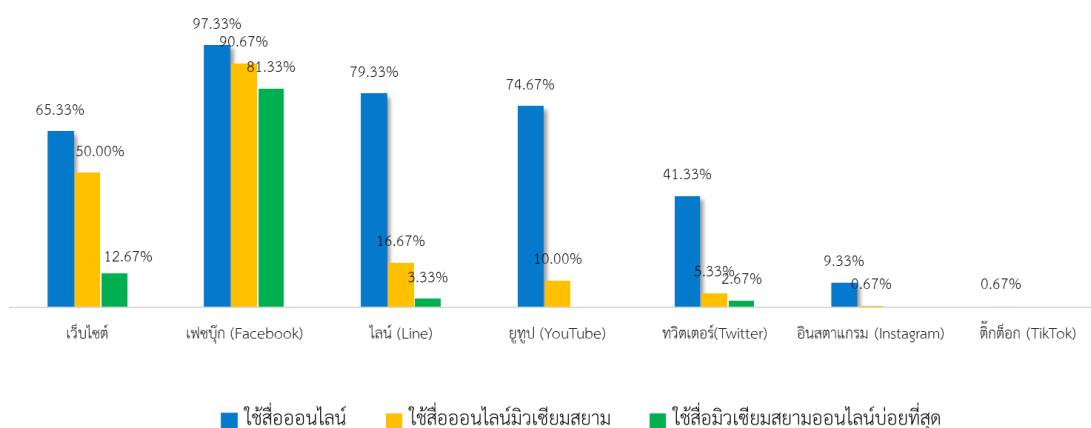
ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (36.00%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (22.00%) และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (18.00%) ขณะที่เกษตรกร และ สัตวแพทย์ (สัดส่วนเท่ากันที่ 0.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

2.3.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.67 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการบ้างเป็นครั้งคราว (44.67%) รองลงมาคือ เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก (26.00%) และเคยใช้ไม่เกิน 5 ครั้ง (20.67%) ในขณะที่ผู้เข้าใช้บริการบางส่วนใช้เป็นประจำ (8.67%)



แผนภูมิที่ 4.68 การใช้สื่อออนไลน์

จากการเก็บข้อมูลการใช้สื่อออนไลน์ของผู้เข้าใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เข้าใช้บริการใช้สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดถึง 97.33% รองลงมาคือการใช้สื่อออนไลน์ ไลน์ (Line) (79.33%) และ ยูทูบ (YouTube) (74.67%) ขณะที่การใช้สื่อออนไลน์ดิกด็อก (TikTok) (0.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

โดยข้อมูลผู้เข้าใช้บริการสื่อออนไลน์ของมิวเซียมสยาม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดถึง 90.67% รองลงมาคือ เว็บไซต์ (50.00%) และ ไลน์ (Line) (16.67%) ขณะที่การใช้สื่อออนไลน์มิวเซียมสยาม

ผ่านสื่อออนไลน์อินสตาแกรม (Instagram) (0.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด ซึ่งไม่มีผู้เข้าใช้บริการมิวเซียมสยามผ่านสื่อออนไลน์ติ๊กต็อก (TikTok)

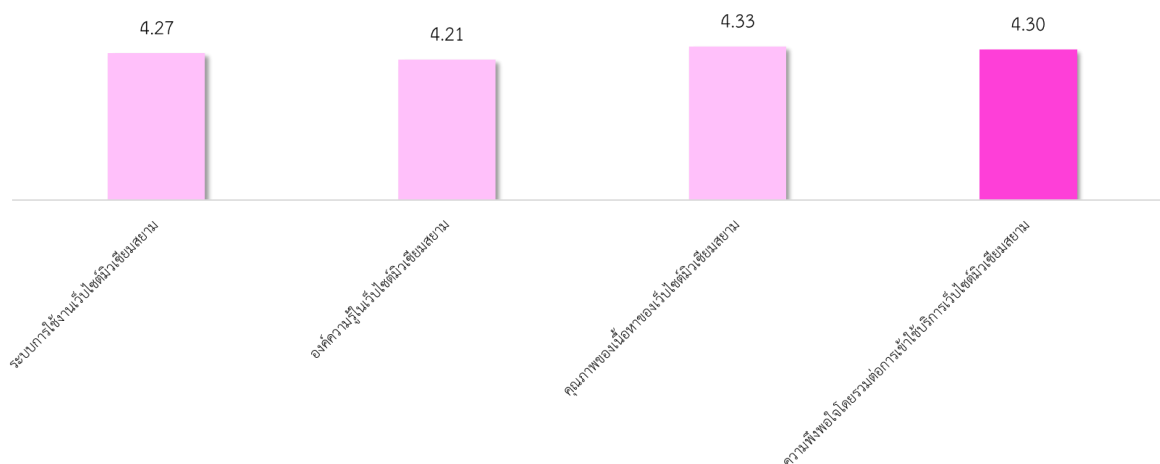
สำหรับการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้สื่อมิวเซียมสยามออนไลน์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) บ่อยที่สุดถึง 81.33% รองลงมาคือ เว็บไซต์ (12.67%) และ ไลน์ (Line) (3.33%) ทวิตเตอร์ (Twitter) (2.67%) โดยไม่มีผู้ที่ตอบว่าเข้าใช้บริการมิวเซียมสยามผ่านสื่อออนไลน์ ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) บ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.42 ตารางเหตุผลการใช้ข้อมูล/องค์ความรู้จากสื่อออนไลน์บ่อยที่สุด
ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TK Park

ช่องทางออนไลน์	เหตุผลที่ใช้บ่อยที่สุด	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เว็บไซต์ (n=18)	สะดวก เข้าถึงง่าย	6	33.33
	หาความรู้เพิ่มเติม	5	27.78
	มีข้อมูลครบถ้วน	3	16.67
	ข้อมูลที่น่าสนใจ	2	11.11
	มีความน่าเชื่อถือ	2	11.11
	อัปเดตข้อมูลรวดเร็ว	1	5.56
	ความหลากหลายของข้อมูล	1	5.56
	การแบ่งเนื้อหาเป็นหมวดหมู่	1	5.56
	มีการนำไปใช้ในการทำงาน	1	5.56
เฟซบุ๊ก (Facebook) (n=122)	สะดวก เข้าถึงง่าย	57	46.72
	ใช้งานเป็นประจำ	27	22.13
	หาความรู้เพิ่มเติม	10	8.20
	ข้อมูลที่น่าสนใจ	10	8.20
	มีข้อมูลครบถ้วน	10	8.20
	กดติดตามไว้	9	7.38
	ใช้ติดตามข่าวสาร	9	7.38
	มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	8	6.56
	อัปเดตข้อมูลรวดเร็ว	6	4.92
	มีเนื้อหาที่สรุป/ ข้อมูลกระชับ	6	4.92
	ได้รับเนื้อหาสาระต่างๆ	6	4.92
	รูปภาพมีความน่าสนใจ	5	4.10
	สามารถแชร์โพสต์ได้/ ส่งต่อให้เพื่อนได้	3	2.46
	ค้นหากิจกรรม	2	1.64
	พัฒนาความรู้	1	.82
	ความหลากหลายของข้อมูล	1	.82
	มีความน่าเชื่อถือ	1	.82
	เนื้อหามีความทันสมัย	1	.82

ช่องทางออนไลน์	เหตุผลที่ใช้อย่างน้อยที่สุด	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
	มีการเชื่อมโยงไปยังแพลตฟอร์มได้ง่าย	1	.82

2.3.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม



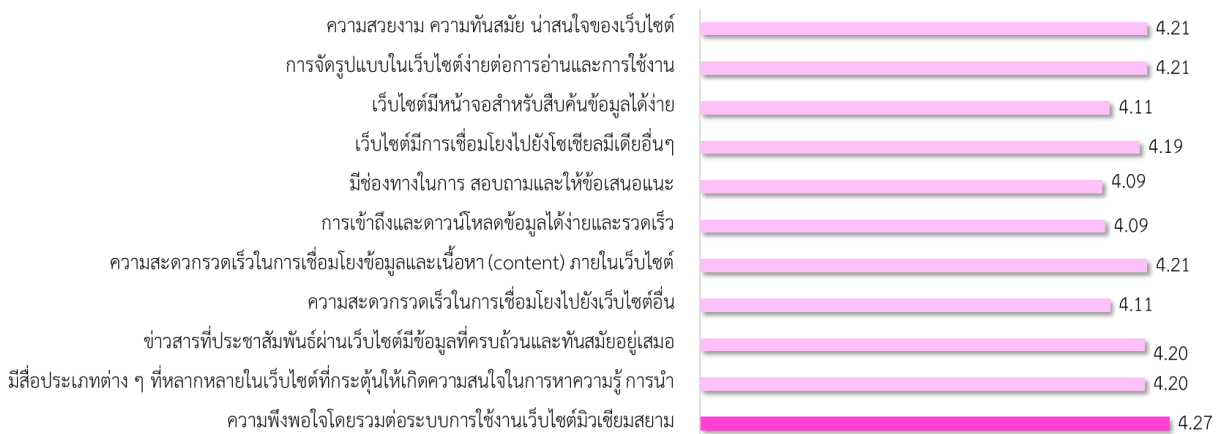
แผนภูมิที่ 4.69 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม โดยรวมอยู่ที่ 4.30 คะแนน โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม โดยรวมอยู่ที่ 4.27 คะแนน และ คะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม โดยรวมอยู่ที่ 4.33 คะแนน ในขณะที่ องค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดที่ 4.21 คะแนน

ตารางที่ 4.43 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

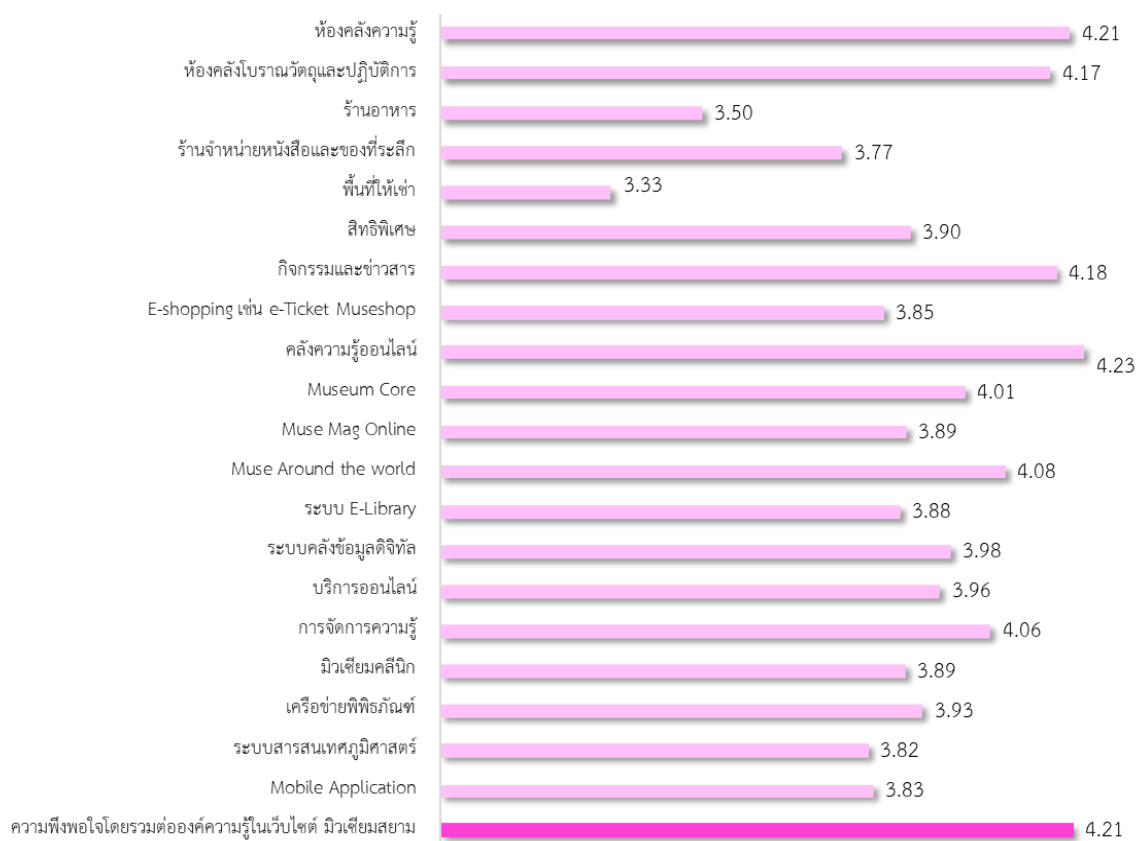
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	4.27	85.33%	87.33%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม	4.21	84.27%	84.00%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม	4.33	86.53%	90.00%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม	4.30	86.00%	90.00%

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.27 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์ การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน และ ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์ เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันที่ 4.21 คะแนน รองลงมาคือ ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ และมีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซด์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำ (ได้รับคะแนนความพึงพอใจเท่ากันที่ 4.20 คะแนน) และ เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ (4.19 คะแนน) ในขณะที่ มีช่องทางในการ สอบถามและให้ข้อเสนอแนะ และ การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.09 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.70 ความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.21 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า คลังความรู้ออนไลน์ เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.23 คะแนน รองลงมาคือ ห้องคลังความรู้ (4.21 คะแนน) และ กิจกรรมและข่าวสาร (4.18 คะแนน) ในขณะที่ พื้นที่ให้เช่า (3.33 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



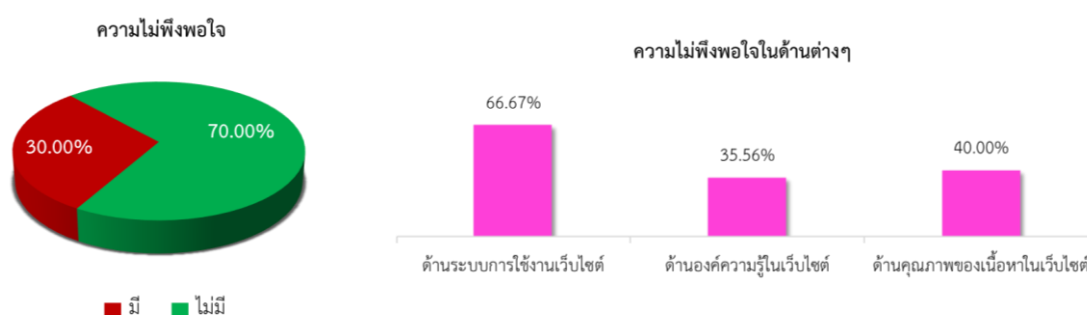
แผนภูมิที่ 4.71 ความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.33 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.31 คะแนน รองลงมาคือ เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง (4.27 คะแนน) ในขณะที่ เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ (4.15 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.72 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

2.3.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.73 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (70.00%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (30.00%) โดยพบว่าผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์มากที่สุดถึง 66.67% รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ 40.00% และด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ 35.56%

ตารางที่ 4.44 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=45)	เรื่องที่ไม่พึงพอใจ
ด้านระบบการทำงานเว็บไซต์ (n=30)	ค้นหาข้อมูลค่อนข้างยาก/ โหลดนาน / ครอบออกแบบความน่าสนใจ / การตกแต่ง / ข้อมูลไม่อัปเดต
ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ (n=16)	ข้อมูลน้อย / ต้องการข้อมูลที่อ้างอิงได้มากกว่านี้ / ข้อมูลน้อย / การลงรายละเอียดในบางเรื่อง
ด้านคุณภาพเนื้อหาในเว็บไซต์ (n=18)	ข้อมูลไม่หลากหลาย / ข้อมูลไม่อัปเดต / เพิ่มข้อมูลให้สอดคล้องกับเรื่องปัจจุบัน

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.3.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.36 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.42 คะแนน รองลงมาคือ ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (4.41 คะแนน) และ ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม (4.22 คะแนน) ในขณะที่สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน (3.90 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

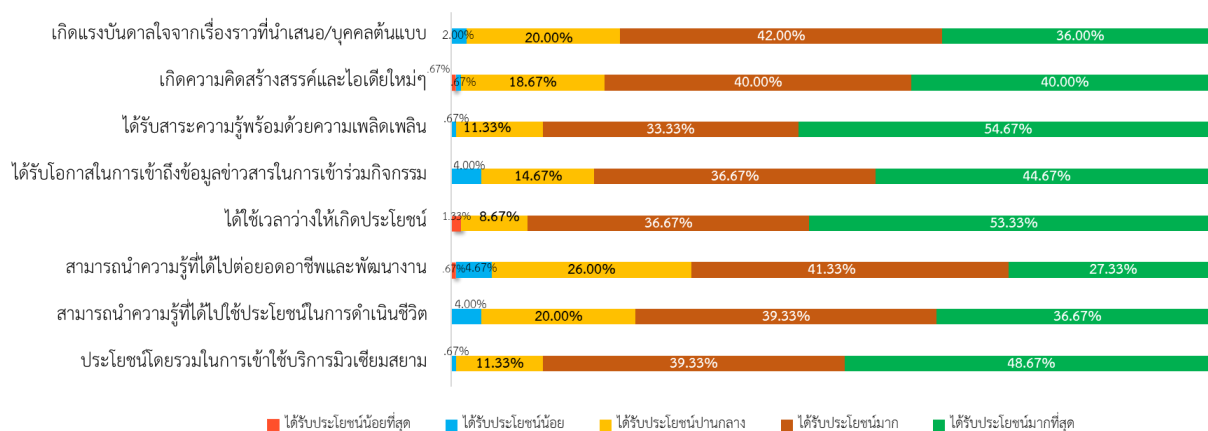


แผนภูมิที่ 4.74 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ตารางที่ 4.45 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ/บุคคลต้นแบบ	4.12	82.40%	78.00%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.18	83.60%	80.00%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.42	88.40%	88.00%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.22	84.40%	81.33%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.41	88.13%	90.00%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	3.90	78.00%	68.67%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	4.09	81.73%	76.00%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	4.36	87.20%	88.00%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.75



แผนภูมิที่ 4.75 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

- ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.46 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=126)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
คลังความรู้ออนไลน์	48	38.10
กิจกรรมและข่าวสาร	26	20.63
ความรู้ด้านประวัติศาสตร์	21	16.67
เนื้อหาทุกส่วน	12	38.10
นิทรรศการเสมือนจริง	6	20.63
พิพิธภัณฑ์รอบๆ/ สถานที่ท่องเที่ยว	5	16.67
Museumaroundtheworld	4	9.52
การประชาสัมพันธ์	3	4.76
E Book	2	3.97
ข้อมูลทางสถาปัตยกรรม	1	3.17
ความหลากหลายในการนำเสนอ	1	2.38
Muse mag online	1	1.59
ส่วนหน้าแรกที่มีการสรุปเนื้อหาโดยรวม	1	0.79

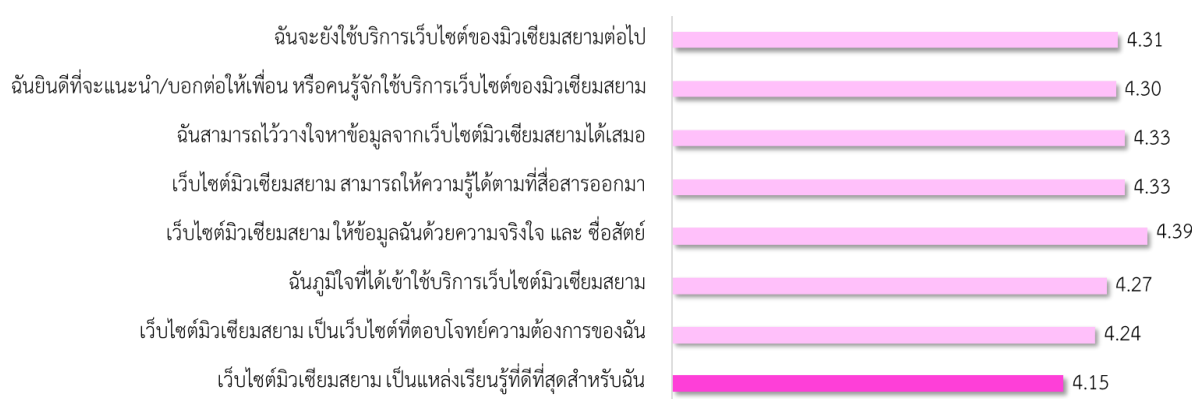
ตารางที่ 4.47 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติมในใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติม (n=96)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มกิจกรรม	15	15.63
ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ เช่น บทความของบุคคลสำคัญ	14	14.58
พิพิธภัณฑ์ออนไลน์/ พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง	11	11.46
ข้อมูลข่าวสาร/ การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร	8	8.33
เพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา	6	6.25
เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย	6	6.25
องค์ความรู้ที่เป็นสากล/นิทรรศการต่างประเทศ	6	6.25
ปรับรูปแบบให้เข้าใจง่าย เนื้อหาให้สั้นลง	5	5.21
การนำเสนอที่แปลกใหม่น่าสนใจ เช่น ภาพถ่ายก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลง	5	5.21
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ / พิพิธภัณฑ์ต่างๆ	5	5.21
การประยุกต์ใช้ เช่น การต่อยอด การสร้างอาชีพ	4	4.17
เพิ่มการประชาสัมพันธ์ เช่น เรื่องการเดินทางมาเข้าชม	4	4.17
เพิ่มประวัติศาสตร์สมัยใหม่	4	4.17
เพิ่มเนื้อหาให้ทันสมัย	4	4.17
ภาพประกอบ หรือวิดีโอประกอบ	3	3.13
การอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	2	2.08
การร่วมมือกับสินค้าอื่นๆ บริษัทอื่นๆ	1	1.04
ภาษา เช่น มีหลายภาษาให้เลือก มีการแปลภาษา	1	1.04

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

2.3.6 ความผูกพันที่มีต่อเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า สำหรับเว็บไซต์มิวเซียมสยาม ให้ข้อมูลด้วยความจริงใจ และ เชื่อสัตย์ ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.39 คะแนน รองลงมาคือฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเว็บไซต์มิวเซียมสยามได้เสมอ และ เว็บไซต์มิวเซียมสยาม สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา (ได้รับคะแนนเท่ากันที่ 4.33 คะแนน) และ ฉันจะยังใช้บริการเว็บไซต์ของมิวเซียมสยามต่อไป (4.31 คะแนน) ในขณะที่เว็บไซต์มิวเซียมสยาม เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน (4.15 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.76 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

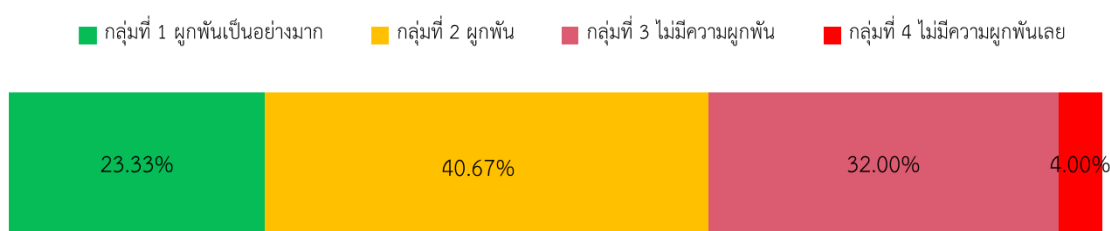
2.3.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อบริษัท/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น

● **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (40.67%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (32.00%) และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (23.33%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 4.00%



แผนภูมิที่ 4.77 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

2.3.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม สามารถแบ่งประเภทผลกระทบความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม แบ่งตามประเภท

ผลกระทบความพึงพอใจ

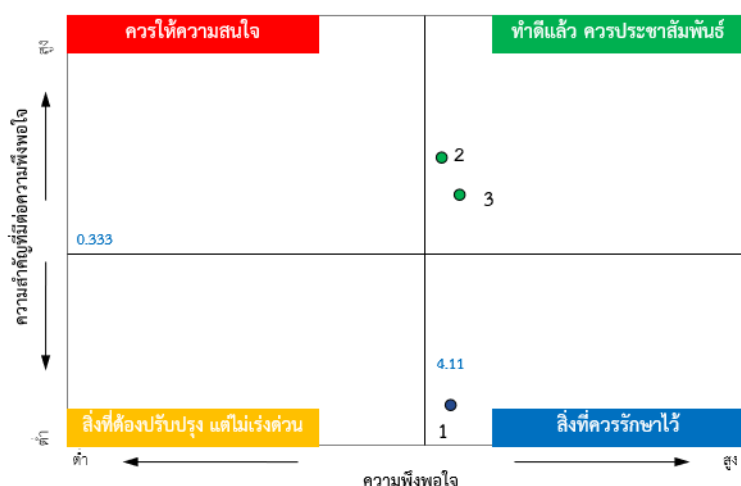
ปัจจัย	ประเภท
1. Museum Core	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	
3. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	
4. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง	
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	
3. เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	
4. เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ	
5. มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	
6. การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว	
7. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์	
8. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	
9. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	
10. มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นต้น	
11. ห้องคลังความรู้	
12. ห้องคลังโบราณวัตถุและปฏิบัติการ	
13. ร้านอาหาร	
14. ร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึก	
15. พื้นที่ให้เช่า	
16. สิทธิพิเศษ	
17. กิจกรรมและข่าวสาร	
18. E-shopping เช่น e-Ticket Museshop	
19. คลังความรู้ออนไลน์	
20. Muse Mag Online	
21. Muse Around the world	
22. ระบบ E-Library	
23. ระบบคลังข้อมูลดิจิทัล	
24 บริการออนไลน์	
25. การจัดการความรู้	
26. มิวเซียมคลินิก	
27. เครือข่ายพิพิธภัณฑ์	
28. ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์	
29. Mobile Application	

2.3.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวดิ่ง (แกน Y) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวนอน (แกน X) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่คุณใช้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยามโดยรวม



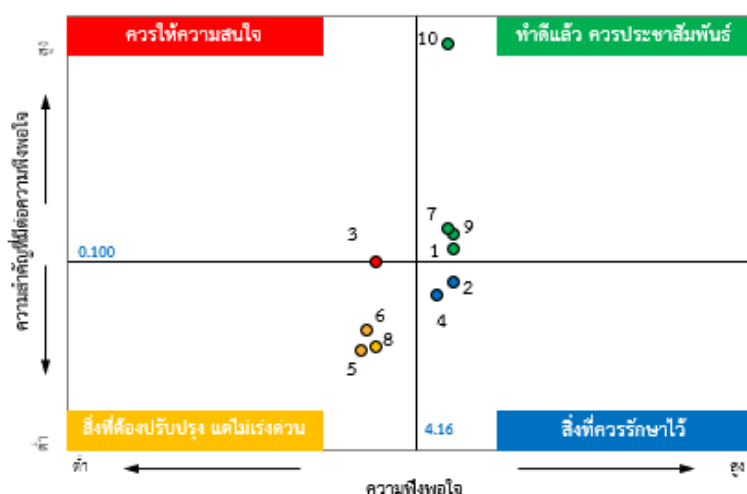
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม
2. ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม
3. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

แผนภาพที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวม
ต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม ในหัวข้อต่างๆ พบว่า (2) ระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม และ (3) คุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) ระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม



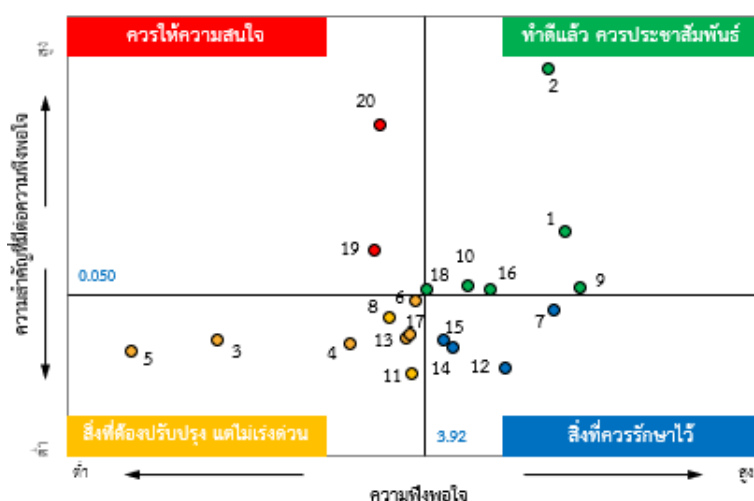
แผนภาพที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน
3. เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย
4. เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ
5. มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ
6. การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว
7. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์
8. ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น
9. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ
10. มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซด์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นต้น

ด้านความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า (3) เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย เป็นเรื่องที่คุณใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์ (7) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (Content) ภายในเว็บไซต์ (9) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ และ (10) มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซด์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (5) มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ (6) การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว และ (8) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (2) การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน และ (4) เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม



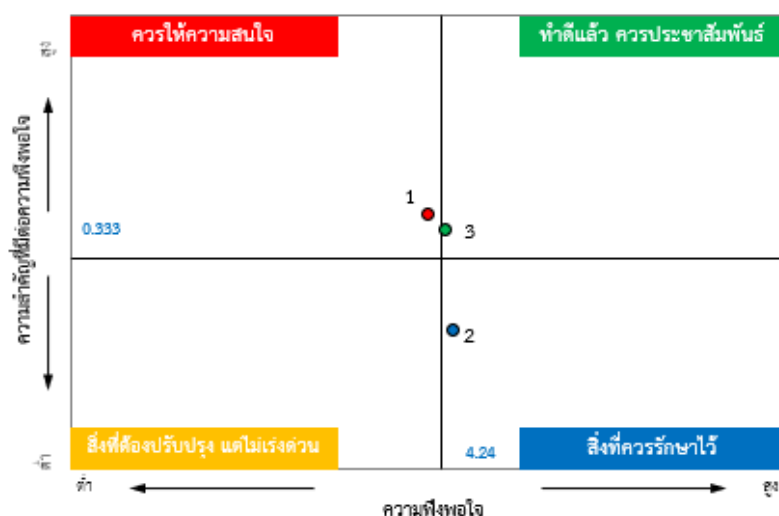
แผนภาพที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อบริการความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

องค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

1. ห้องคลังความรู้
2. ห้องคลังโบราณวัตถุและปฏิบัติการ
3. ร้านอาหาร
4. ร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึก
5. พื้นที่ให้เช่า
6. สิทธิพิเศษ
7. กิจกรรมและข่าวสาร
8. E-shopping เช่น e-Ticket Museshop
9. คลังความรู้ออนไลน์
10. Museum Core
11. Muse Mag Online
12. Muse Around the world
13. ระบบ E-Library
14. ระบบคลังข้อมูลดิจิทัล
15. บริการออนไลน์
16. การจัดการความรู้
17. มิวเซียมคลินิก
18. เครือข่ายพิพิธภัณฑ์
19. ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
20. Mobile Application

ด้านความพึงพอใจต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า (19) ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และ (20) Mobile Application เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (1) ห้องคลังความรู้ (2) ห้องคลังโบราณวัตถุและปฏิบัติการ (9) คลังความรู้ออนไลน์ (10) Museum Core (16) การจัดการความรู้ และ (18) เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (3) ร้านอาหาร (4) ร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึก (5) พื้นที่ให้เช่า (6) สิทธิพิเศษ (8) E-shopping เช่น e-Ticket Museshop (11) Muse Mag Online (13) ระบบ E-Library และ (17) มิวเซียมคลินิก เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (7) กิจกรรมและข่าวสาร (12) Muse Around the world (14) ระบบคลังข้อมูลดิจิทัล และ (15) บริการออนไลน์ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของเนื้อหาของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม



คุณภาพของเนื้อหาของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

1. เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ
2. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
3. เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis ต่อคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม พบว่า (1) เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (3) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ในส่วนของ (2) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

● ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.49 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเว็บไซต์มิวเซียมสยาม

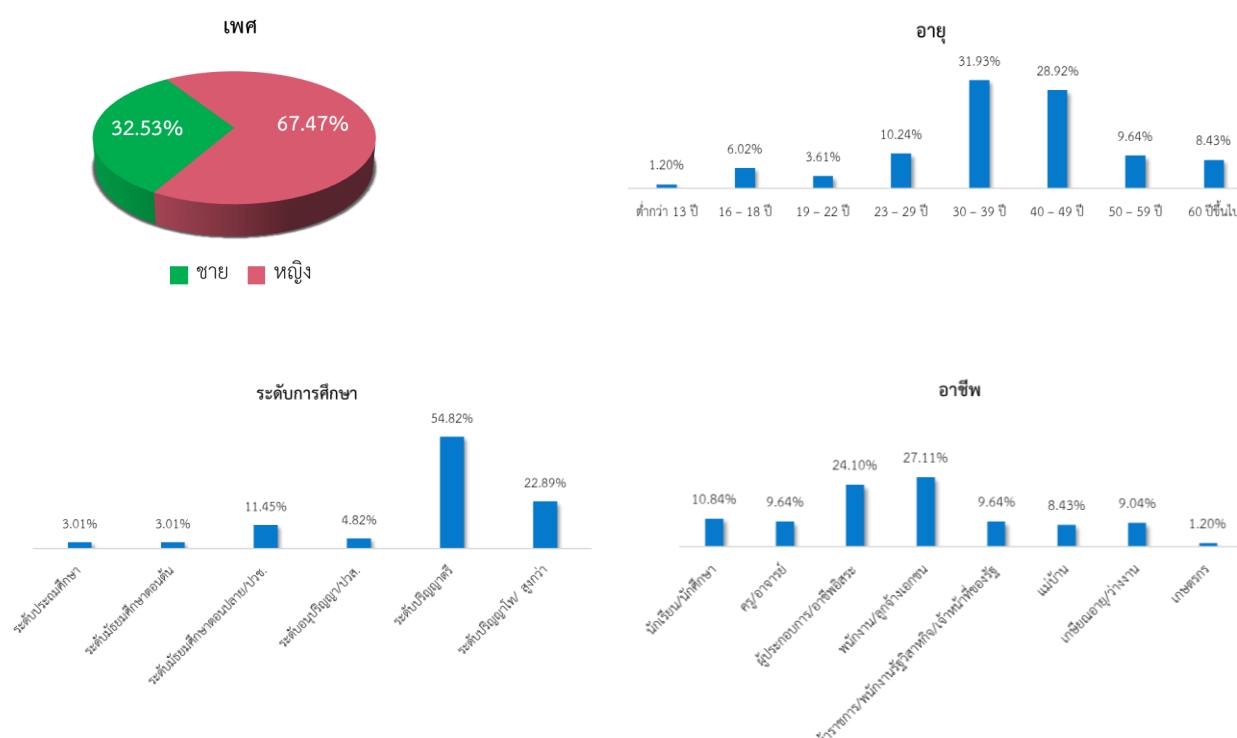
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=87)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ปรับรูปแบบการค้นหา ปรับข้อมูลให้กระชับ	19	21.84
ปรับรูปลักษณะให้ทันสมัย/ ภาพเคลื่อนไหว	16	18.39
อัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ	16	18.39
พัฒนาความเร็วในการเข้าถึง	10	11.49
เพิ่มกิจกรรมความบันเทิง และเกมส์ต่างๆ	10	11.49
มีการประชาสัมพันธ์/ โปรโมทเพิ่มขึ้น	9	10.34
เพิ่มข้อมูลเชิงลึก เช่น มีลิงก์ไปยังข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	7	8.05
หน้าเว็บควรเปลี่ยนภาษาได้	3	3.45
เพิ่มความรู้ทั่วไป/ เกร็ดความรู้	2	2.3
เพิ่มจำนวนหนังสือและเอกสารออนไลน์ให้มากขึ้น	2	2.3
เปิดให้มีการแสดงความคิดเห็น	2	2.3

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=87)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มช่องทางติดต่อ Chatbot	1	1.15
การประยุกต์ใช้ความรู้ ที่เป็นรูปธรรม	1	1.15

3. ผลการประเมินผู้ให้บริการช่องทางการเรียนรู้จากการใช้บริการเฟซบุ๊ก

3.1 ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD



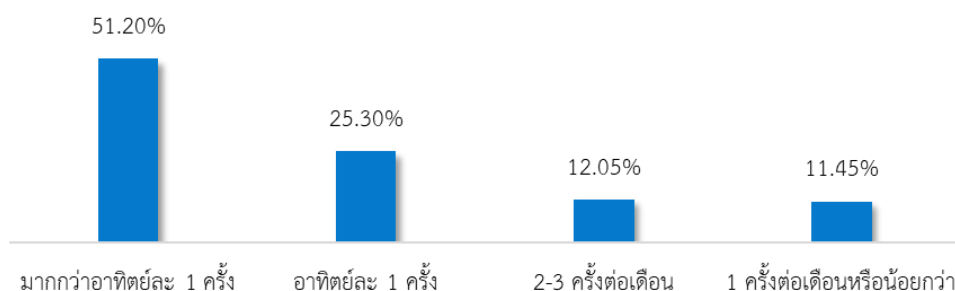
แผนภูมิที่ 4.78 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก OKMD จำนวน 166 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (67.47%) มากกว่าเพศชาย (32.53%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 30 - 39 ปี (31.93%) รองลงมาคือ 40 - 49 ปี (28.92%) และ 50 - 59 ปี (9.64%) ขณะที่ช่วงอายุต่ำกว่า 13 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุดมีเพียง 1.20%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จระดับปริญญาตรี (54.82%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (22.89%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (11.45%) ขณะที่ระดับประถมศึกษาตอนต้น (3.01%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (27.11%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (24.10%) และ นักเรียน/ นักศึกษา (10.84%) ขณะที่เกษตรกร (1.20%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

3.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.79 ความถี่ในการใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

จากการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (51.20%) รองลงมาคือ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง (25.30%) และ 2-3 ครั้งต่อเดือน (12.05%) ในขณะที่บางส่วนใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า (11.45%)

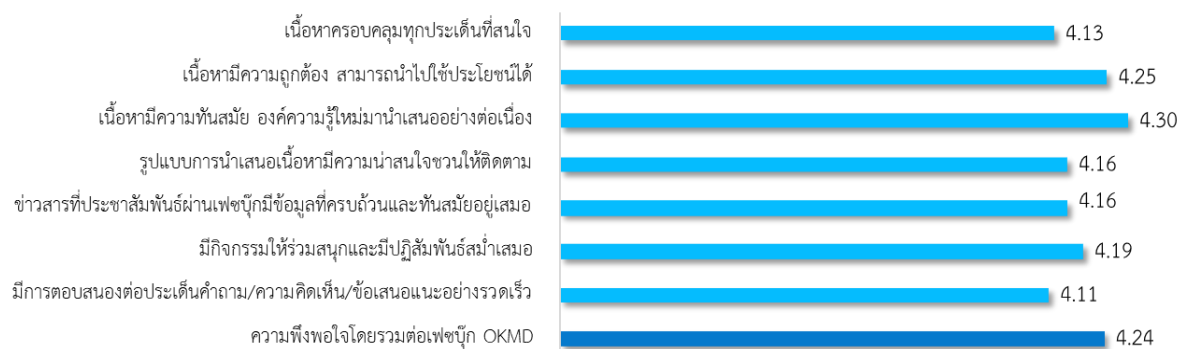


แผนภูมิที่ 4.80 การร่วมกิจกรรมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

และข้อมูลการร่วมกิจกรรมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีการกดไลค์และกดติดตามมากถึง 91.57% และ 95.18% ตามลำดับ ในขณะที่มีการกดแสดงความคิดเห็น (Comment and share) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมากถึง 75.90%

3.1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.24 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เนื้อหาที่มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องเป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.30 คะแนน รองลงมาคือเนื้อหาที่มีความถูกต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (4.25 คะแนน) และ มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ (4.19 คะแนน) ในขณะที่มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว (4.11 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.81 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ตารางที่ 4.50 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	4.13	82.53%	83.13%
เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.25	84.94%	86.75%
เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง	4.30	85.90%	86.75%
รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.16	83.13%	83.73%
ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	4.16	83.13%	82.53%
มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	4.19	83.86%	81.33%
มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	4.11	82.29%	80.12%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊ก OKMD	4.24	84.82%	87.95%

3.1.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.82 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (81.93%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (18.07%)

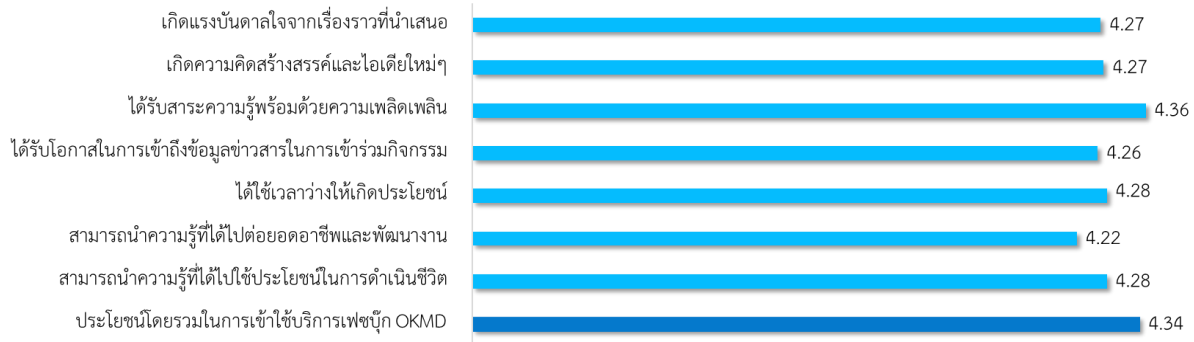
ตารางที่ 4.51 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=21)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
กิจกรรม/ ข่าวสาร	14	66.67
ความรู้ทั่วไป	5	23.81
ความสร้างสรรค์	1	4.76
การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์	1	4.76

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3.1.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.34 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลินเป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.36 คะแนน รองลงมาคือ ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต (4.28 คะแนน) ถัดมาคือ เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ และ เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ (4.27 คะแนน) ในขณะที่ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน (4.22 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

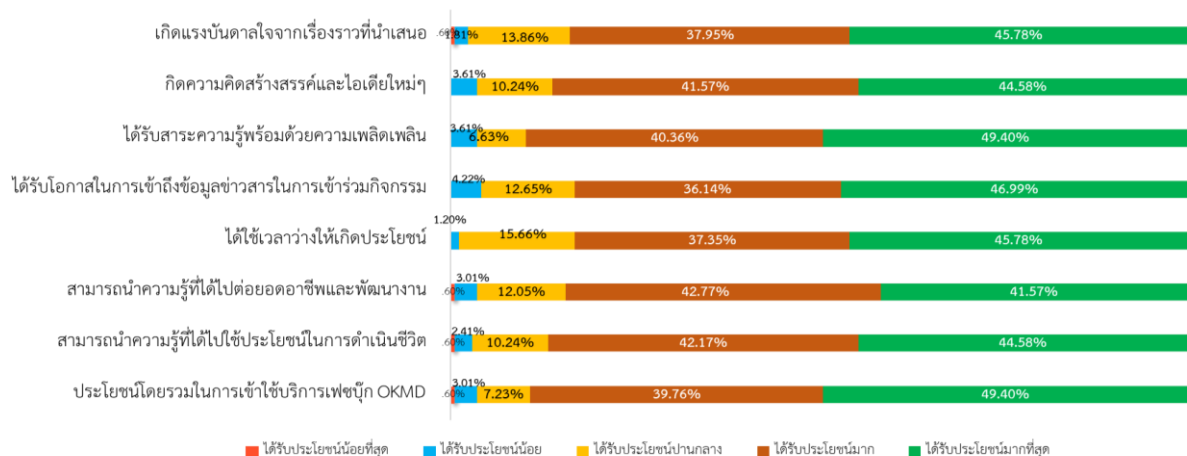


แผนภูมิที่ 4.83 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ตารางที่ 4.52 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	4.27	85.30%	83.73%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.27	85.42%	86.14%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.36	87.11%	89.76%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.26	85.18%	83.13%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.28	85.54%	83.13%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	4.22	84.34%	84.34%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	4.28	85.54%	86.75%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	4.34	86.87%	89.16%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.84



แผนภูมิที่ 4.84 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

● ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.53 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=158)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ได้รับความรู้ต่างๆ ความรู้ทั่วไป	69	43.67
ข่าวสาร/ กิจกรรม	36	22.78
ปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	24	15.19
ความรู้ด้านเทคโนโลยี	15	9.49
ด้านการศึกษา/ การเรียนการสอน	14	8.86
การพัฒนาตนเอง	11	6.96
ความคิดสร้างสรรค์ / ไอเดียใหม่ๆ	11	6.96
ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ	9	5.7
ความรู้หลากหลาย	8	5.06
การสร้างอาชีพ/ สร้างรายได้	7	4.43
มีประโยชน์ทุกเนื้อหา	5	3.16
คลิปวิดีโอน่าสนใจ มีสาระ	5	3.16

ตารางที่ 4.54 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติมในใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้มีเพิ่มเติม (n=135)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มเนื้อหาต่างๆ	45	33.33
เพิ่มข่าวสาร/ กิจกรรม/ ประชาสัมพันธ์/ โปรโมท	29	21.48
ความรู้ทั่วไป/ ความหลากหลาย	25	18.52
เทคโนโลยีใหม่ๆ/ การศึกษา	18	13.33
นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับโควิด	14	10.37
การท่องเที่ยว	7	5.19
รูปแบบการนำเสนอให้ครอบคลุมทุกช่วงวัย	5	3.70
มีความหลากหลายของข้อมูล	3	2.22
มีพื้นที่ให้โปรโมทสินค้า	2	1.48

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3.1.6 ความผูกพันที่มีต่อการใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า ฉันทยังใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD ต่อไป ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.42 คะแนน รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก OKMD สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา และ ฉันทภูมิใจที่ได้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD (4.40 คะแนน) ในขณะที่เฟซบุ๊ก OKMD เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉันท (4.27 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.85 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเฟซบุ๊ก OKMD

3.1.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อบริษัท/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น

- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (46.99%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (24.70%) กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (24.10%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 4.22%



แผนภูมิที่ 4.86 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

3.1.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD สามารถแบ่งประเภท ผลกระทบความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 1 ประเภท คือ Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ รายละเอียดดังตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD แบ่งตามประเภท

ผลกระทบความพึงพอใจ

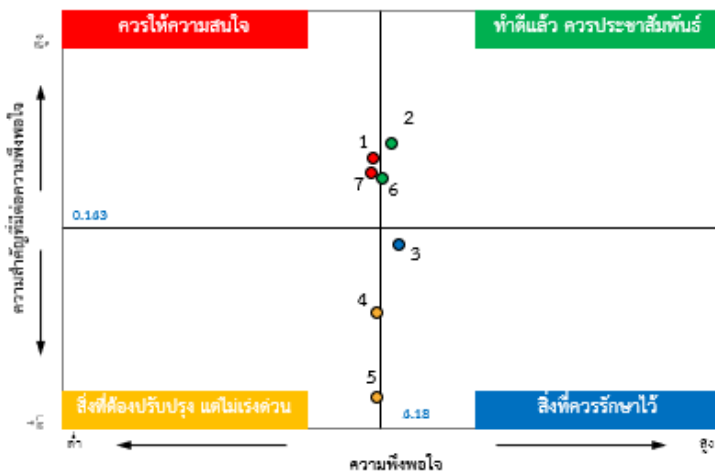
ปัจจัย	ประเภท
1. เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	
3. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง	
4. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหามีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	
5. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	
6. มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	
7. มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	

3.1.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวดิ่ง (แกน Y) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวนอน (แกน X) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD โดยรวม



ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊ก OKMD

1. เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ
2. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
3. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง
4. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม
5. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ
6. มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ
7. มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว

แผนภาพที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

ด้านความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD พบว่า (1) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ และ (7) มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (2) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และ (6) มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอเป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (4) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม และ (5) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วนเพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (3) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

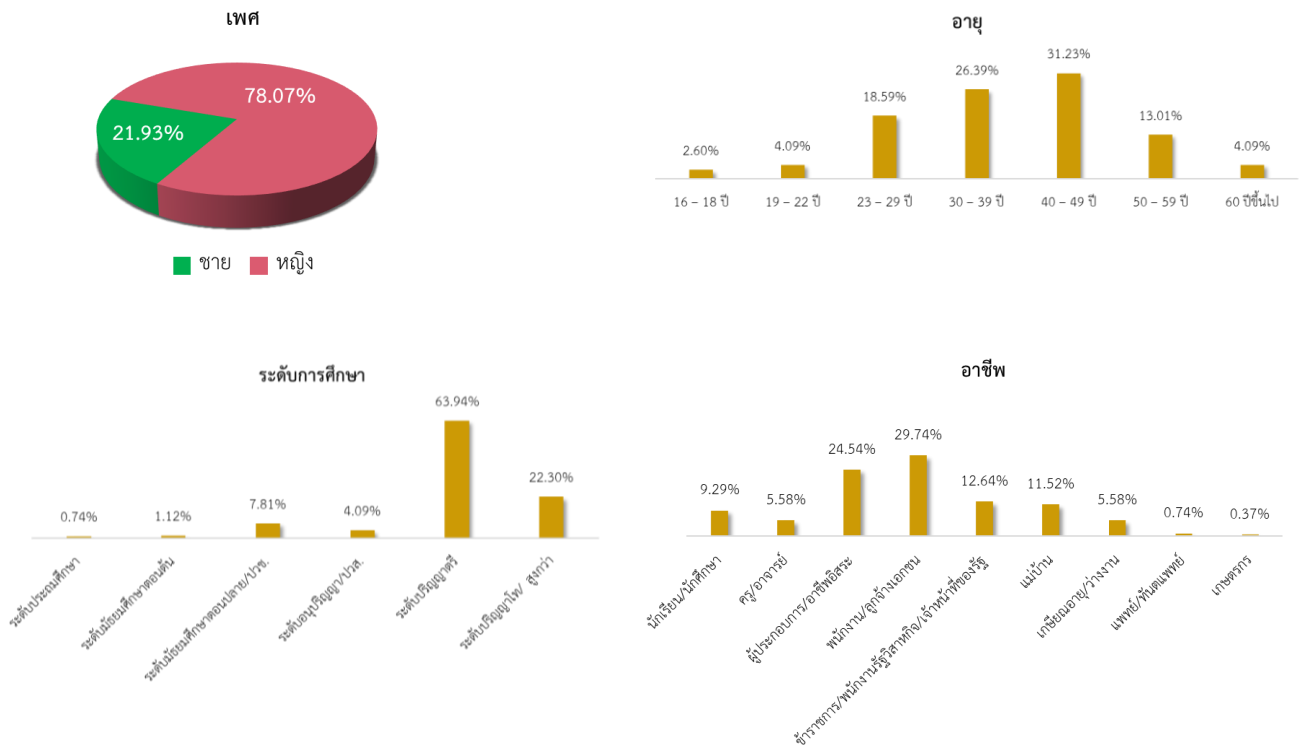
- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.56 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเฟซบุ๊ก OKMD

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=94)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มกิจกรรม/ ข่าวสาร	23	24.47
จัดรูปแบบการนำเสนอ ทำให้มีความสวยงามมากขึ้น	17	18.09
ข้อมูลที่มีสาระ	14	14.89
อัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน	12	12.77
ความหลากหลายของเนื้อหา	11	11.7
เพิ่มเนื้อหาข้อมูล	9	9.57
เข้าถึงผู้คนทุกเพศทุกวัย	9	9.57
กระชับข้อมูล/ ปรับเนื้อหาให้สั้นลง	7	7.45
เกร็ดความรู้ต่างๆ	6	6.38
การประชาสัมพันธ์	6	6.38
เทคโนโลยี	5	5.32

3.2 ผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park



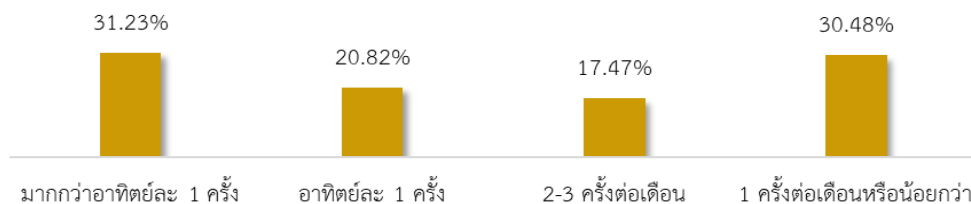
แผนภูมิที่ 4.87 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการเฟชบุ๊ก TK Park จำนวน 269 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (78.07%) มากกว่าเพศชาย (21.93%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 40 – 49 ปี (31.23%) รองลงมาคือ 30 – 39 ปี (26.39%) และ 23 – 29 ปี (18.59%) ขณะที่ช่วงอายุ 16 – 18 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุดมีเพียง 2.60%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จบระดับปริญญาตรี (63.94%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (22.30%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (7.81%) ขณะที่ระดับประถมศึกษาตอนต้น (0.74%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (29.74%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (24.54%) และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (12.64%) ขณะที่เกษตรกร (0.37%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

3.2.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.88 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (31.23%) รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า (30.48%) และ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง (20.82%) ในขณะที่บางส่วนใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน (17.47%)

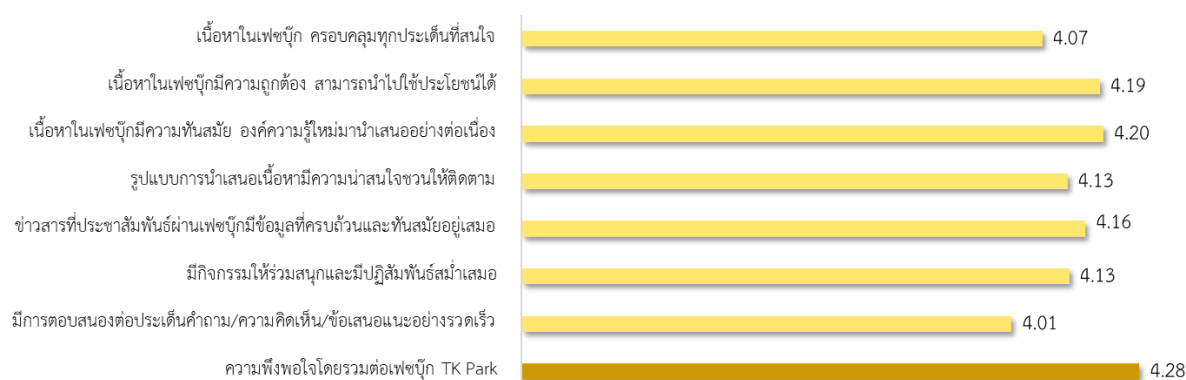


แผนภูมิที่ 4.89 การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

ข้อมูลการร่วมกิจกรรมของผู้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park พบว่า ส่วนใหญ่ผู้เข้าใช้บริการมีการกดไลค์ และกดติดตามมากถึง 85.50% และ 89.59% ตามลำดับ ในขณะที่มีการกดแสดงความคิดเห็น (Comment and share) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมากถึง 56.51%

3.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก TK Park พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.28 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.20 คะแนน รองลงมาคือ เนื้อหาใน เฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (4.19 คะแนน) และ ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ (4.16 คะแนน) ในขณะที่ มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว (4.01 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

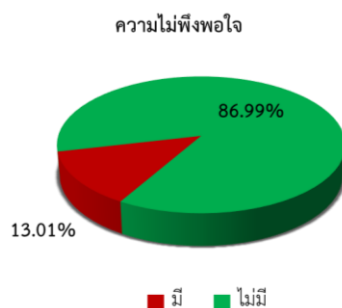


แผนภูมิที่ 4.90 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

ตารางที่ 4.57 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	4.07	81.49%	79.18%
เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.19	83.87%	83.27%
เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง	4.20	84.01%	83.64%
รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา มีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.13	82.53%	81.04%
ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	4.16	83.27%	82.90%
มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	4.13	82.60%	77.32%
มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	4.01	80.22%	75.09%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊ก TK Park	4.28	85.50%	85.87%

3.2.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.91 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (86.99%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (13.01%)

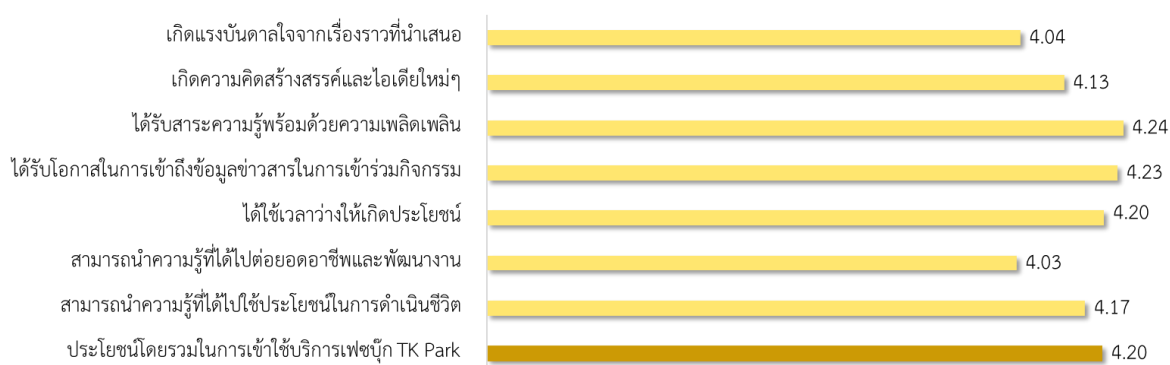
แผนภูมิที่ 4.58 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=20)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เนื้อหาสาระความรู้/ ข้อมูล องค์ความรู้	11	55.00
ข่าวสาร/ กิจกรรม	2	10.00
ไม่ค่อยมีความน่าสนใจ	4	20.00
สร้างรูปแบบกิจกรรม	1	5.00
ดูวิชาการมากเกินไป ควรเข้าถึงทุกเพศทุกวัย	1	5.00
การประชาสัมพันธ์	1	5.00

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3.2.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.20 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.24 คะแนน รองลงมาคือ ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม (4.23 คะแนน) และ ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (4.20 คะแนน) ในขณะที่สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน (4.03 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

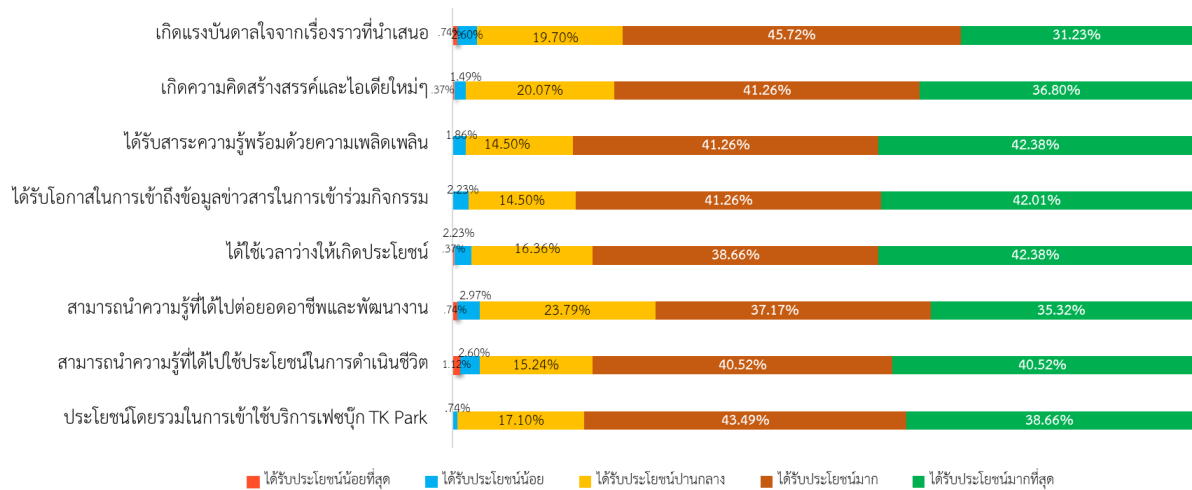


แผนภูมิที่ 4.92 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park

ตารางที่ 4.59 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	4.04	80.82%	76.95%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.13	82.53%	78.07%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.24	84.83%	83.64%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.23	84.61%	83.27%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.20	84.09%	81.04%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	4.03	80.67%	72.49%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	4.17	83.35%	81.04%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park	4.20	84.01%	82.16%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.93



แผนภูมิที่ 4.93 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

- ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.60 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเพชบุรี TK Park

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=260)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
สาระความรู้/ ความรู้ที่เป็นประโยชน์	95	36.54
ข่าวสาร/ กิจกรรม	83	31.92
การใช้ชีวิต	41	15.77
แนะนำหนังสือ	36	13.85
การศึกษา/ วิชาการ/ เทคโนโลยี	27	10.38
ได้รับประโยชน์ในทุกด้าน	21	8.08
การอัปเดตข้อมูลต่างๆของห้องสมุด	20	7.69
บทความ/ สารคดี	11	4.23
เกี่ยวกับเด็ก	11	4.23
หนังสือออนไลน์	9	3.46
การประชาสัมพันธ์ต่างๆ	9	3.46

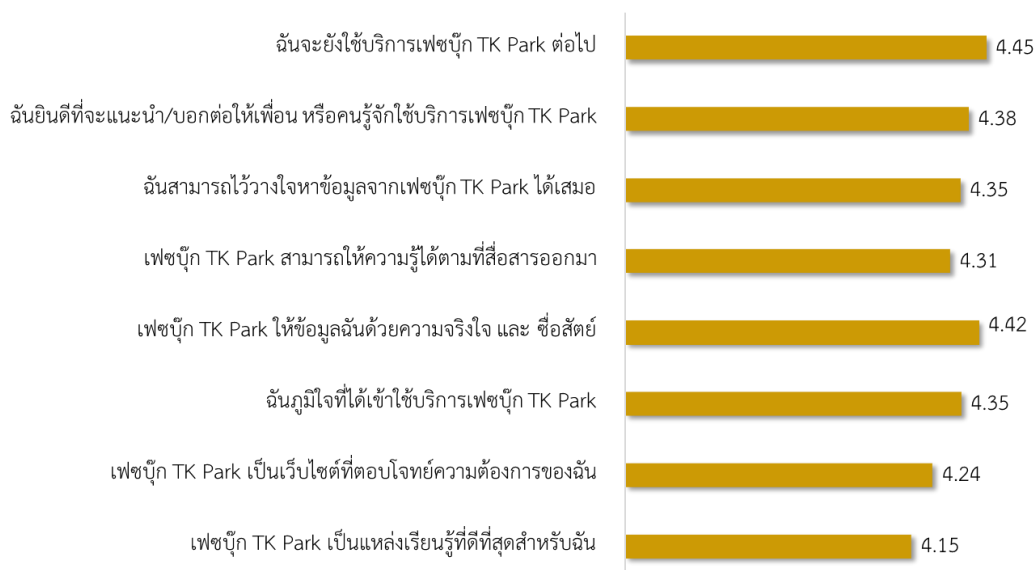
ตารางที่ 4.61 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติมในใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติม (n=199)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
กิจกรรม/ ข่าวสาร/ เกมส์/ ความบันเทิง	58	29.15
ด้านหนังสือ เช่น หนังสือใหม่ แนะนำหนังสือ หนังสือออนไลน์	45	22.61
เกร็ดความรู้ทั่วไป	38	19.10
เพิ่มเนื้อหา/ ให้มีความหลากหลาย	28	14.07
เทคโนโลยี	15	7.54
ไอเดียใหม่ๆ	13	6.53
พัฒนาความรู้	10	5.03
Content รูปแบบใหม่ๆ/ เพิ่มรูปภาพ	10	5.03
จิตวิทยา / ความสัมพันธ์	7	3.52
ประวัติศาสตร์/ ศิลปวัฒนธรรม	4	2.01
สถานที่ตั้งห้องสมุด/ อัปเดตข้อมูลของห้องสมุดต่างๆ	3	1.51

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3.2.6 ความผูกพันที่มีต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเฟซบุ๊ก TK Park พบว่า ฉันทะยังใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park ต่อไปได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.45 คะแนน รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก TK Park ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ชื่อสัตย์ (4.42 คะแนน) และ ฉันทินดีที่จะแนะนำ/ บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park (4.38 คะแนน) ในขณะที่เฟซบุ๊ก TK Park เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน (4.15 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



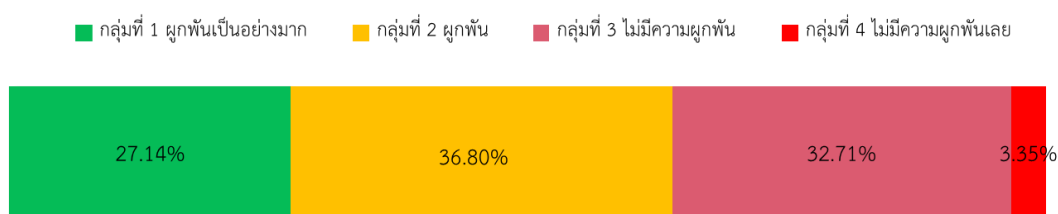
แผนภูมิที่ 4.94 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อเฟซบุ๊ก TK Park

3.2.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อบริษัท/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น
- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (36.80%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (32.71%) และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (27.14%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 3.35%



แผนภูมิที่ 4.95 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเพชบุรี TK Park

3.2.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park สามารถแบ่งประเภทผลกระทบต่อความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park แบ่งตามประเภทผลกระทบต่อความพึงพอใจ

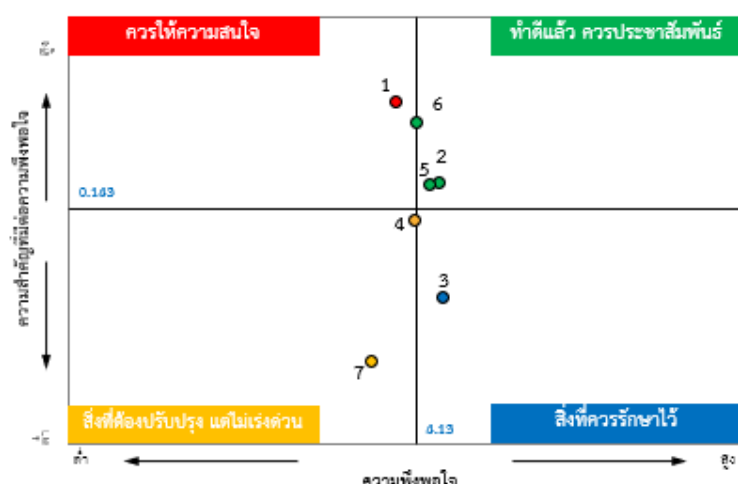
ปัจจัย	ประเภท
1. เนื้อหาในเฟชบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. เนื้อหาในเฟชบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	
3. เนื้อหาในเฟชบุ๊กมีความทันสมัย มีองค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง	
4. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม	
5. มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	
1. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟชบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	

3.2.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวนอน (แกน X) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวตั้ง (แกน Y) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park โดยรวม



ความพึงพอใจต่อการใช้เฟซบุ๊ก TK Park

1. เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ
2. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
3. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย มีองค์ความรู้ใหม่มาแนะนำเสนออย่างต่อเนื่อง
4. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา มีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม
5. ข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ
6. มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ
7. มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว

แผนภาพที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

ด้านความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park พบว่า (1) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้นควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ในทางกลับกัน (2) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (5) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ และ (6) มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (4) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา มีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม และ (7) มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (3) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำเสนออย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

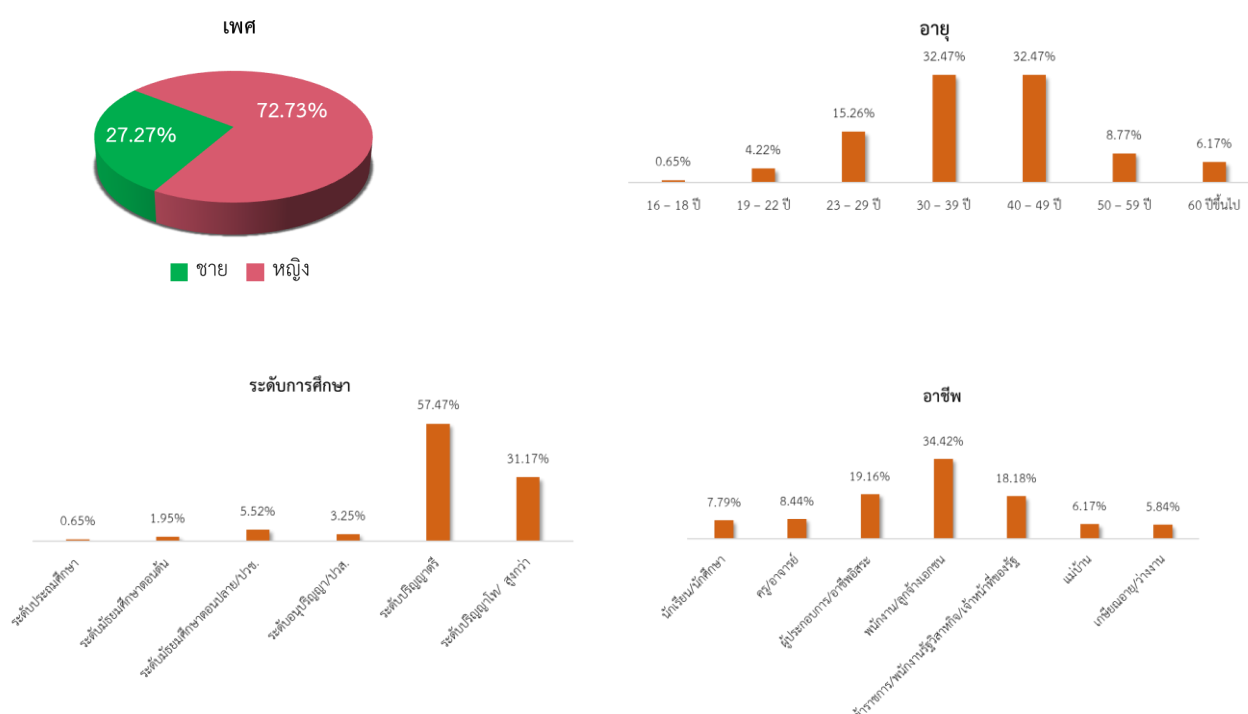
- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.63 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเฟซบุ๊ก TK Park

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=109)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
กิจกรรม/ ข่าวสาร/ ช่องทางให้แสดงความคิดเห็น	41	37.61
อัปเดตหน้าเฟซบุ๊กบ่อยๆ	23	21.1
เนื้อหาข้อมูลใหม่ๆ	20	18.35
เพิ่ม Content รูปแบบใหม่ๆ/เพิ่มรูปภาพ/ ภาพเคลื่อนไหว	18	16.51
ปรับเนื้อหาข้อมูล ข้อมูลสั้น-ยาวเกินไป	11	10.09
เพิ่มหนังสือ/ การแนะนำหนังสือ	10	9.17
เพิ่มความหลากหลายของข้อมูล	10	9.17
นำเสนอให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย	7	6.42
จัดกลุ่มหนังสือเพื่อค้นหาง่ายขึ้น	2	1.83
นิทรรศการเหมือนจริง	1	0.92
คัดกรองข้อมูลข่าวสาร	1	0.92

3.3 ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

3.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม



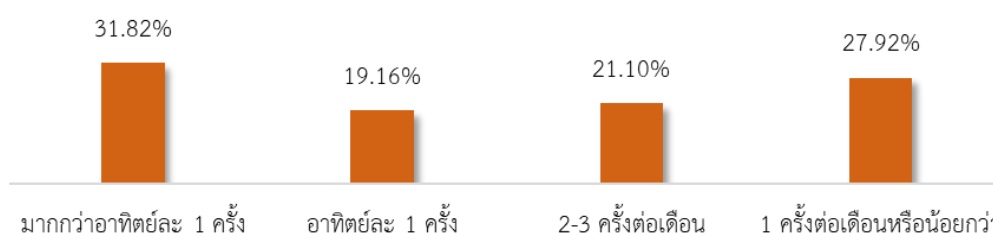
แผนภูมิที่ 4.96 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม จำนวน 308 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (72.73%) มากกว่าเพศชาย (27.27%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี เท่ากัน คิดเป็นสัดส่วน 32.47% รองลงมาคือ 23 – 29 ปี (15.26%) และ 50 – 59 ปี (8.77%) ขณะที่ช่วงอายุ 16- 18 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุดมีเพียง 0.65%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ให้บริการ พบว่า จบระดับปริญญาตรี (57.47%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (31.17%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (5.52%) ขณะที่ระดับประถมศึกษาตอนต้น (0.65%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้ให้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (34.42%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (19.16%) และ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (18.18%) ขณะที่เกษียณอายุ/ ว่างาน (5.84%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

3.3.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.97 ความถี่ในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (31.82%) รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า (27.92%) และ 2-3 ครั้งต่อเดือน (21.10%) ในขณะที่บางส่วนใช้บริการ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง (19.16%)



แผนภูมิที่ 4.98 การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ข้อมูลการร่วมกิจกรรมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีการกดไลค์และกดติดตามมากถึง 91.23% และ 93.83% ตามลำดับ ในขณะที่มีการกดแสดงความคิดเห็น (Comment and share) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก 58.12%

3.3.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม พบว่ามีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.23 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.18 คะแนน รองลงมาคือ เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (4.17 คะแนน) และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม (4.10 คะแนน) ในขณะที่ มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว (3.86 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.99 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ตารางที่ 4.64 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	4.08	81.56%	80.84%
เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.17	83.38%	82.14%
เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง	4.18	83.64%	82.47%
รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.10	82.01%	81.49%
ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	4.07	81.43%	81.17%
มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	3.95	79.09%	70.78%
มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	3.86	77.27%	68.83%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม	4.23	84.68%	88.31%

3.3.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.100 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (81.49%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (18.51%)

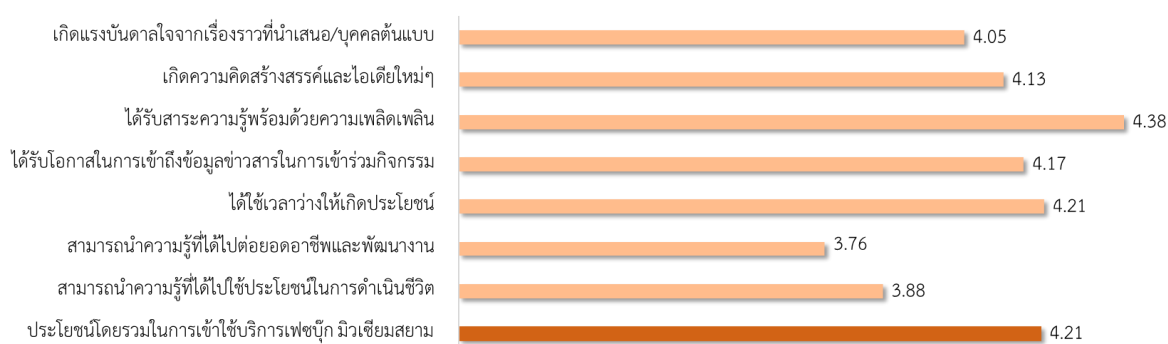
แผนภูมิที่ 4.65 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=23)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
กิจกรรม/ ข่าวสาร	7	30.43
ข้อมูลไม่ครอบคลุม/ ข้อมูลน้อย/ สาระความรู้	7	30.43
อัปเดตข้อมูล/ เสนอข้อมูลใหม่ๆ/ ความหลากหลาย	3	13.04
การให้ความรู้ประเด็นเฉพาะ หรือแง่มุมต่าง	2	8.70
มี Infographic มากกว่า Graphic	1	4.35
ยังไม่มีที่น่าสนใจ	1	4.35
ความทันสมัย	1	4.35
ในบางครั้งมีภาพน่ากลัวจนเกินไป	1	4.35
ได้ของรางวัลหมดอายุ (voucher)	1	4.35

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

3.3.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.21 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลินเป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.38 คะแนน รองลงมาคือ ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (4.21 คะแนน) และ ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม (4.17 คะแนน) ในขณะที่สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน (3.76 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

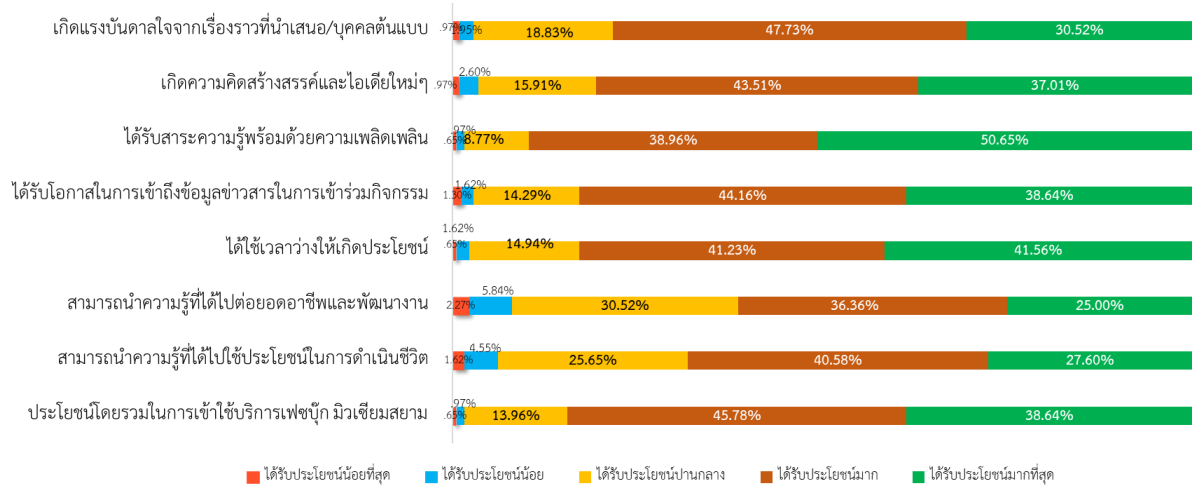


แผนภูมิที่ 4.101 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม

ตารางที่ 4.66 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ/บุคคลต้นแบบ	4.05	80.97%	78.25%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.13	82.60%	80.52%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.38	87.60%	89.61%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.17	83.44%	82.79%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.21	84.29%	82.79%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	3.76	75.19%	61.36%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	3.88	77.60%	68.18%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเพชบุรีมิวเซียมสยาม	4.21	84.16%	84.42%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.102



แผนภูมิที่ 4.102 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

● ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.67 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=289)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ความรู้ประวัติศาสตร์/ วันสำคัญต่างๆ/ ประเพณีต่างๆ	124	42.91
ข่าวสาร/ กิจกรรมต่างๆ/ ประชาสัมพันธ์/ กำหนดค	67	23.18
ได้รับความรู้ และ เกร็ดความรู้	67	23.18
การท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ต่างๆ	29	10.03
เรื่องราวที่น่าสนใจ ได้รับข้อมูลและสิ่งที่อยากเรียนรู้	22	7.61
ความทันสมัย และน่าสนใจ	21	7.27
บทความ/ การเล่าเรื่องต่างๆ	14	4.84
การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน	9	3.11
เกี่ยวกับมิวเซียมสยาม	7	2.42
รู้จักสถานที่ต่างๆ	5	1.73
ได้รับข้อมูลรวดเร็ว	5	1.73
แนะนำหนังสือ	5	1.73

ตารางที่ 4.68 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติมในใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติม (n=252)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ประวัติศาสตร์/ ศิลปวัฒนธรรม/ ประเพณีความเป็นไทย	86	34.13
เพิ่มกิจกรรม/ ข่าวสาร/ เกมส์	56	22.22
สิ่งที่น่าสนใจ แปลกใหม่	26	10.32
พิพิธภัณฑ์ต่างๆและ สถานที่ท่องเที่ยว	22	8.73
เพิ่มเนื้อหาสาระทั่วไป	22	8.73
การนำเสนอที่ทันสมัย และน่าสนใจมากขึ้น	20	7.94
เพิ่มเนื้อหาให้มีความทันสมัย และ เพิ่มรูปภาพประกอบ	19	7.54
ปรับเนื้อหาเพิ่มขึ้น-ลดลง/ เจาะลึกมากขึ้น	13	5.16
อัปเดตข้อมูล	11	4.37
ความเชื่อมโยงกับปัจจุบัน	10	3.97
พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง/ พิพิธภัณฑ์ออนไลน์	9	3.57
นิทรรศการหมุนเวียน/ นิทรรศการต่างประเทศ	9	3.57
การประยุกต์ใช้ได้จริง	6	2.38

3.3.6 ความผูกพันที่มีต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันที่ผู้ให้บริการมีต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม พบว่า ฉันจะยังใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยามต่อไป ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.44 คะแนน รองลงมาคือ เฟซบุ๊กมิวเซียมสยามให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และซื่อสัตย์ (4.33 คะแนน) และ ฉันยินดีที่จะแนะนำ/ บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม (4.30%) ในขณะที่เฟซบุ๊กมิวเซียมสยามเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน (4.06 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



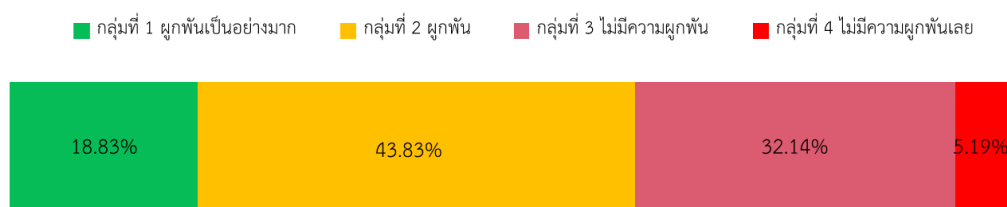
แผนภูมิที่ 4.103 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ให้บริการมีต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

3.3.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่อบริษัท/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น
- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (43.83%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (32.14%) และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (18.83%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 5.19%



แผนภูมิที่ 4.104 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

3.3.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม สามารถแบ่งประเภทผลกระทบความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 1 ประเภท คือ Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรมี กล่าวคือ เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็เป็นได้ รายละเอียดดังตารางที่ 4.69

ตารางที่ 4.69 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ

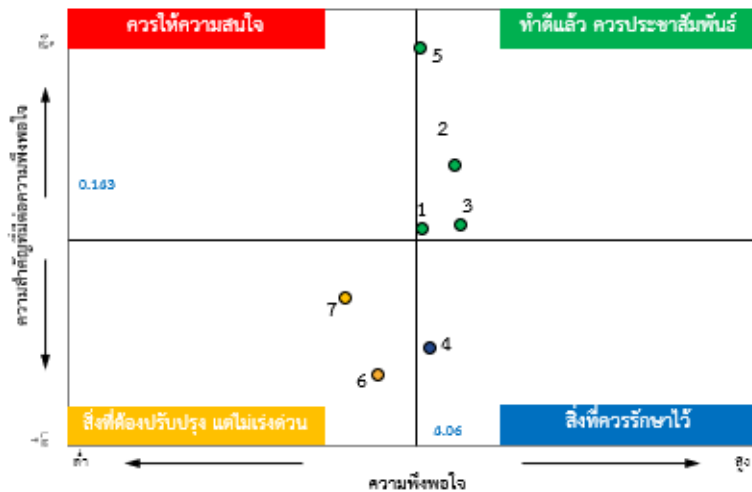
ปัจจัย	ประเภท
1. เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	
3. เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์กรความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง	
4. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม	
5. ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	
6. มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	
7. มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	

3.3.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวนอน (แกน X) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวตั้ง (แกน Y) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่องที่ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน
- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม โดยรวม



ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

- เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ
- เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
- เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง
- รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม
- ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ
- มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ
- มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว

แผนภาพที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ
เฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ด้านความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม พบว่า (1) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ (2) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (3) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง และ (5) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (6) มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ และ (7) มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (4) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.70 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=162)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ปรับรูปแบบเพิ่มรูปภาพ/ Content รูปแบบใหม่ๆ	49	30.25
ข่าวสาร/ กิจกรรม/ ความบันเทิง/ เกมส์	44	27.16
เพิ่มเนื้อหาข้อมูล เรื่องราวที่น่าสนใจ และ เกร็ดความรู้	36	22.22
อัปเดตหน้าเฟซบุ๊กสม่ำเสมอ	27	16.67
ความเหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัย	14	8.64
มีความหลากหลายของข้อมูลที่นำเสนอ	13	8.02

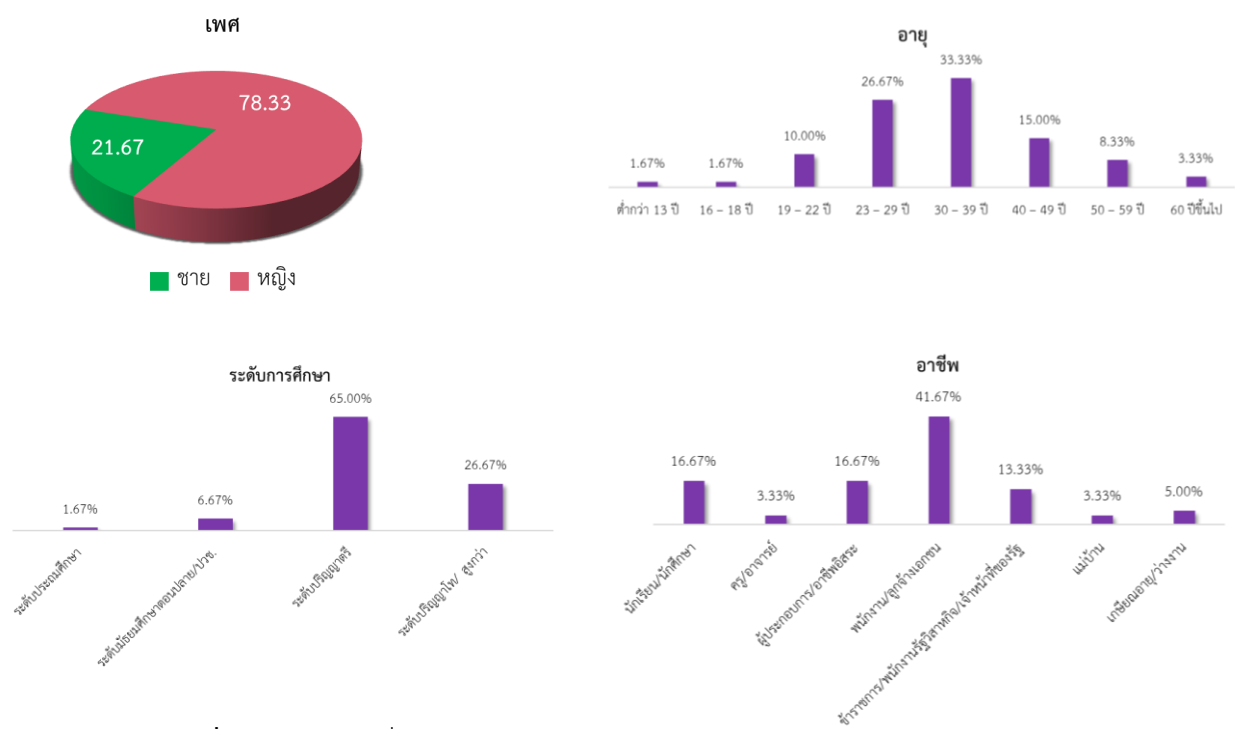
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=162)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง/สอดคล้องกับโลกปัจจุบัน	13	8.02
แนะนำพิพิธภัณฑ์ต่างๆ และสถานที่ต่างๆ	12	7.41
ความทันสมัย	10	6.17
นิทรรศการหมุนเวียน/ นิทรรศการต่างประเทศ	9	3.57
เพิ่มประชาสัมพันธ์	8	4.94
การประยุกต์ใช้ได้จริง	6	2.38
ความถูกต้องของข้อมูล	4	2.47

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

4. ผลการประเมินผู้ให้บริการช่องทางการเรียนรู้จากการใช้บริการแอปพลิเคชัน

4.1 ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library



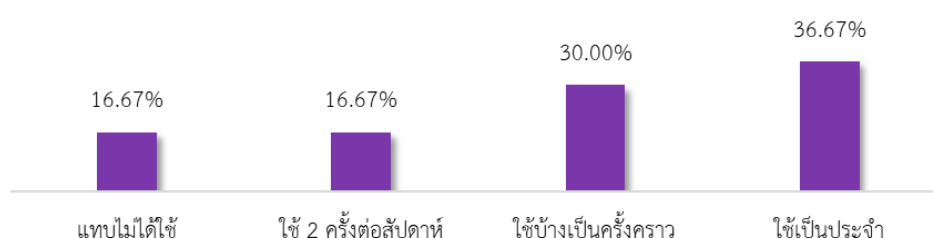
แผนภูมิที่ 4.105 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library
(เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library จำนวน 60 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (78.33%) มากกว่าเพศชาย (21.67%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 30 - 39 ปี (33.33%) รองลงมาคือ 23 - 29 ปี (26.67%) และ 40 - 49 ปี (15.00%) ขณะที่ช่วงอายุต่ำกว่า 13 ปี และ ช่วงอายุ 16 - 18 ปี เป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนเท่ากันที่ 1.67%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า จบระดับปริญญาตรี (65.00%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (26.67%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (6.67%) ขณะที่ระดับประถมศึกษา (1.67%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (41.67%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ นักเรียน/ นักศึกษา และ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (มีสัดส่วนเท่ากันที่ 16.67%) และข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (13.33%) ขณะที่ครู/ อาจารย์ และ แม่บ้าน (มีสัดส่วนเท่ากันที่ 3.33%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

4.1.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.106 ความถี่ในการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเป็นประจำ (36.67%) รองลงมาคือ ใช้บ้างเป็นครั้งคราว (30.00%) ในขณะที่บางส่วนใช้บริการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และ ไม่ได้ใช้บริการ โดยมีสัดส่วนเท่ากันที่ 16.67%



แผนภูมิที่ 4.107 บริการที่เข้าใช้ในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

จากการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า ส่วนใหญ่มีผู้เข้าใช้บริการ TK Park Online Library มากที่สุดถึง 98.33% รองลงมาคือการเข้าใช้บริการ Overdrive/ Libby ที่สัดส่วน 11.67% ขณะที่การเข้าใช้บริการ Pressreader มีผู้เข้าใช้บริการเพียง 6.67% เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

โดยการเก็บข้อมูลผู้เข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า ผู้เข้าใช้บริการ TK Park Online ใช้บริการบ่อยที่สุดถึง 93.33% รองลงมาคือ Overdrive/ Libby ที่สัดส่วน 3.33% ในขณะที่การเข้าใช้บริการ Zebook และ Pressreader เป็นสัดส่วนที่ผู้เข้าใช้บริการใช้บริการน้อยที่สุดในสัดส่วนเท่ากันที่ 1.67%

4.1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library



แผนภูมิที่ 4.108 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 3.97 คะแนน โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อด้านระบบของแอปพลิเคชันโดยรวมอยู่ที่ 4.00 คะแนน และ คะแนนความพึงพอใจต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library โดยรวมอยู่ที่ 3.97 คะแนน

ตารางที่ 4.71 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

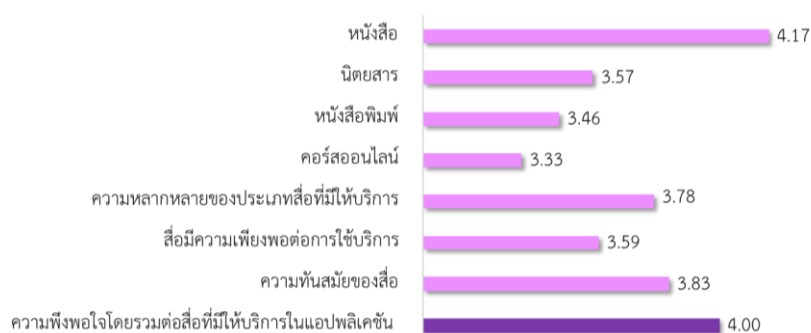
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
ความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน	3.97	79.33	75.00%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	4.00	80.00	70.00%
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน	3.97	79.33	71.67%

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 3.97 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของแอปพลิเคชันเป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.15 คะแนน รองลงมาคือ การจัดรูปแบบในแอปพลิเคชันง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน (4.07 คะแนน) และ แอปพลิเคชันมีหน้าจอสำหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย (3.93 คะแนน) ในขณะที่ การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพ (3.75 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



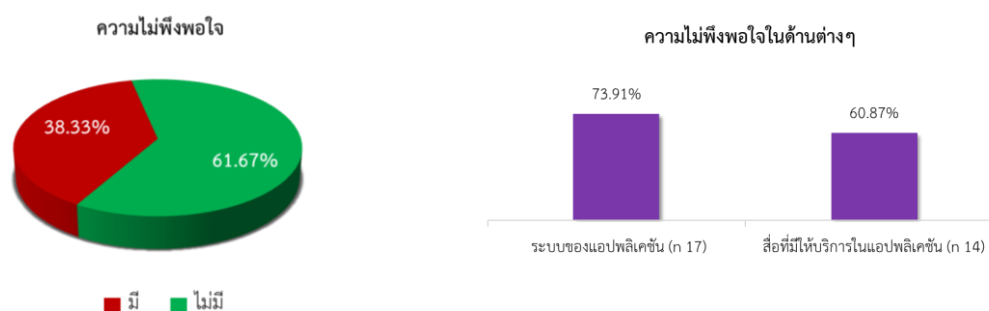
แผนภูมิที่ 4.109 ความพึงพอใจต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ผลการสำรวจเรื่องความพึงพอใจต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.00 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า หนังสือ เป็นสื่อที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.17 คะแนน รองลงมาคือ ความทันสมัยของสื่อ (3.83 คะแนน) และความหลากหลายของประเภทสื่อที่มีให้บริการ (3.78 คะแนน) ในขณะที่ คอร์สออนไลน์ (3.33 คะแนน) เป็นสื่อที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



แผนภูมิที่ 4.110 ความพึงพอใจต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

4.1.4 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 4.111 ความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ผลการสำรวจเรื่องความไม่พึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีเรื่องที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (61.67%) แต่ยังคงมีบางส่วนยังมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ (38.33%) โดยพบว่าผู้บริการไม่พึงพอใจในด้านระบบของแอปพลิเคชันมากที่สุดถึง 73.91 % รองลงมาคือ สื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน 60.87%

ตารางที่ 4.72 เหตุผลเรื่องที่ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ด้านที่ไม่พึงพอใจ (n=23)	เรื่องที่ไม่พึงพอใจ
ด้านระบบของแอปพลิเคชัน (n=17)	โหลดช้า/ ระบบมีปัญหา / ระบบใช้งานยาก / ไม่ครอบคลุมหนังสือบางกรณี / ไม่จดจำข้อมูล
สื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน (n=14)	น้อยเกินไป / ไม่ทันสมัย / ใช้งานยาก

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

4.1.5 การได้รับประโยชน์จากการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ผลการสำรวจเรื่องการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า มีคะแนนการได้รับประโยชน์โดยรวมอยู่ที่ 4.17 คะแนน เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นด้านที่ได้รับประโยชน์สูงสุดที่ 4.48 คะแนน รองลงมาคือ ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน (4.28 คะแนน) และ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต (4.18 คะแนน) ในขณะที่ ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม (3.97 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ

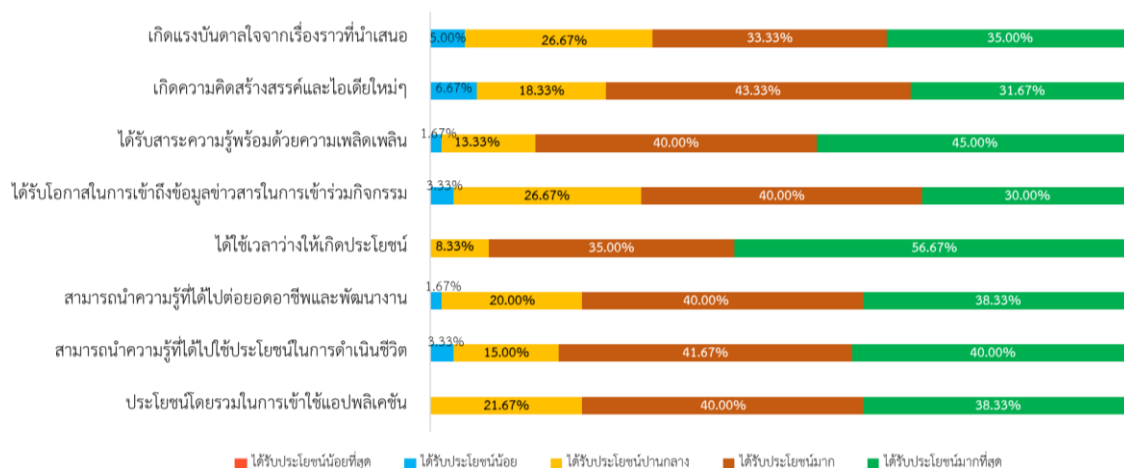


แผนภูมิที่ 4.112 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ตารางที่ 4.73 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	%	%Top 2
เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	3.98	79.67%	68.33%
เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	4.00	80.00%	75.00%
ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	4.28	85.67%	85.00%
ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	3.97	79.33%	70.00%
ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.48	89.67%	91.67%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	4.15	83.00%	78.33%
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	4.18	83.67%	81.67%
ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้แอปพลิเคชัน	4.17	83.33%	78.33%

เมื่อสำรวจตามสัดส่วนคะแนนการได้รับประโยชน์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้คะแนนการได้รับประโยชน์มากที่สุดในทุกด้าน ตามแผนภูมิที่ 4.113



แผนภูมิที่ 4.113 การได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

แบ่งตามสัดส่วนคะแนน

- ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการได้รับประโยชน์

ตารางที่ 4.74 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการแอปพลิเคชัน
TK Park Online Library

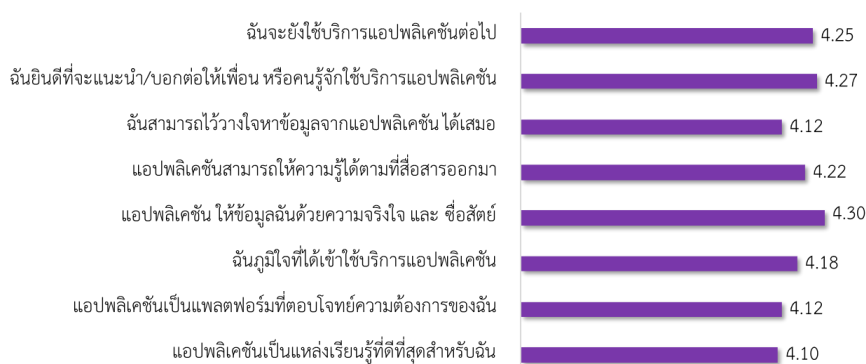
เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้รับประโยชน์ (n=44)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ความรู้ต่างๆ/ ข้อมูลหลากหลาย	20	45.45
ได้ประโยชน์จากหนังสือ	14	31.82
การยืมหนังสือ	6	13.64
กิจกรรมต่างๆ	2	4.55
มีประโยชน์มากในทุกด้าน	2	4.55
การแนะนำหนังสือ	1	2.27

ตารางที่ 4.75 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติมในการใช้บริการแอปพลิเคชัน
TK Park Online Library

เนื้อหา/องค์ความรู้ที่อยากให้เพิ่มเติม (n=42)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มหนังสือ/ ให้ความรู้หลากหลาย	28	66.67
นิยาย/ วรรณกรรม	6	14.29
ให้เนื้อหาองค์ความรู้ครอบคลุมทุกเพศทุกวัย	2	4.76
ที่มีติดอยู่แล้ว	1	2.38
มีเกมส์สันทนาการ	1	2.38
กิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ	1	2.38
หนังสือใหม่	3	7.14

4.1.6 ความผูกพันที่มีต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ผลการสำรวจเรื่องระดับความผูกพันของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่าแอปพลิเคชัน ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ เชื่อสตัย ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.30 คะแนน รองลงมาคือ ฉันยินดีที่จะแนะนำ/ บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการแอปพลิเคชัน (4.27 คะแนน) และ ฉันจะยังใช้บริการแอปพลิเคชันต่อไป (4.25%) ในขณะที่ แอปพลิเคชันเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน (4.10 คะแนน) เป็นเรื่องที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ



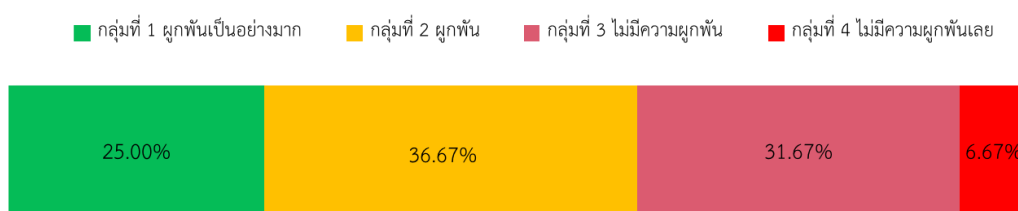
แผนภูมิที่ 4.114 ระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

4.1.6.1 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มประเภทลูกค้าตามระดับความผูกพัน

การวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจะมีการนำตัวแปรค่าคะแนนปัจจัยด้านความผูกพันมาคำนวณกับค่าคะแนนความพึงพอใจรวม เพื่อคิดคำนวณแบ่งแยกประเภทความผูกพันให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจากทฤษฎีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับความผูกพัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- **กลุ่มที่ 1 Fully Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะผูกพันกับองค์กร/แบรนด์เป็นอย่างสูง มีความภักดีสูง หลงใหลในองค์กร/แบรนด์และไม่สนใจต่อราคาสินค้า
- **กลุ่มที่ 2 Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพัน มีการเชื่อมต่อทางด้านอารมณ์กับองค์กร/แบรนด์ แต่ไม่ได้ผูกพันหรือภักดีเท่ากับกลุ่มแรก
- **กลุ่มที่ 3 Not Engaged** คือกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความรู้สึกเป็นกลาง รู้สึกเฉยๆ ต่องค์กร/แบรนด์ อาจมีการเชื่อมโยงทางอารมณ์แต่อยู่ในระดับน้อย โดยมุมมองของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ องค์กร/แบรนด์เป็นเพียงทางเลือกๆ หนึ่ง เลือกใช้เพราะผลประโยชน์เท่านั้น
- **กลุ่มที่ 4 Actively Disengaged** หรือผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลย เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันใดๆ กับองค์กร/แบรนด์เลย และพร้อมจะเปลี่ยนองค์กร/แบรนด์อยู่เสมอ

ซึ่งในการวิเคราะห์แบ่งประเภทผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library สามารถแยกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่ กลุ่มที่ผูกพันเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ผูกพัน กลุ่มที่ไม่มีความผูกพัน และกลุ่มที่ไม่มีความผูกพันเลย ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความผูกพัน (36.67%) รองลงมาคือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพัน (31.67%) และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันเป็นอย่างมาก (25.00%) ขณะที่ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีความผูกพันเลยมีสัดส่วนอยู่ที่ 6.67%



แผนภูมิที่ 4.115 การแบ่งกลุ่มตามระดับคะแนนความผูกพันที่ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน

TK Park Online Library

4.1.7 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการตามหลัก Kano Model

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี Kano Model เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมหรือปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) **Must-be** คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอยู่
- 2) **Performance** คือ เมื่อปัจจัยนี้เพิ่ม ความพึงพอใจจะเพิ่มมากขึ้น
- 3) **Attractive** คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
- 4) **Indifference** คือ ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม

เมื่อวิเคราะห์ผลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library สามารถแบ่งประเภทผลกระทบความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. Must-be ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะมี กล่าวคือเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะมี ซึ่งถ้าไม่มีอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่เข้ามาใช้บริการก็ได้ 2. Attractive ซึ่งปัจจัยนั้นๆ เพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.76

ตารางที่ 4.76 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

แบ่งตามประเภทผลกระทบความพึงพอใจ

ปัจจัย	ประเภท
1. การจัดรูปแบบในแอปพลิเคชันง่ายต่อการอ่านและใช้งาน	Must-be คือ ปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ ผู้บริการยังคงใช้บริการอยู่
2. การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพ	
3. ความทันสมัยของสื่อ	
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของแอปพลิเคชัน	Attractive คือ ปัจจัยที่มีแล้วทำให้ ผู้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น
2. แอปพลิเคชันมีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	
3. หนังสือ	
4. นิตยสาร	
5. หนังสือพิมพ์	
6. คอร์สออนไลน์	
7. ความหลากหลายของประเภทสื่อที่มีให้บริการ	
8. สื่อมีความเพียงพอต่อการให้บริการ	

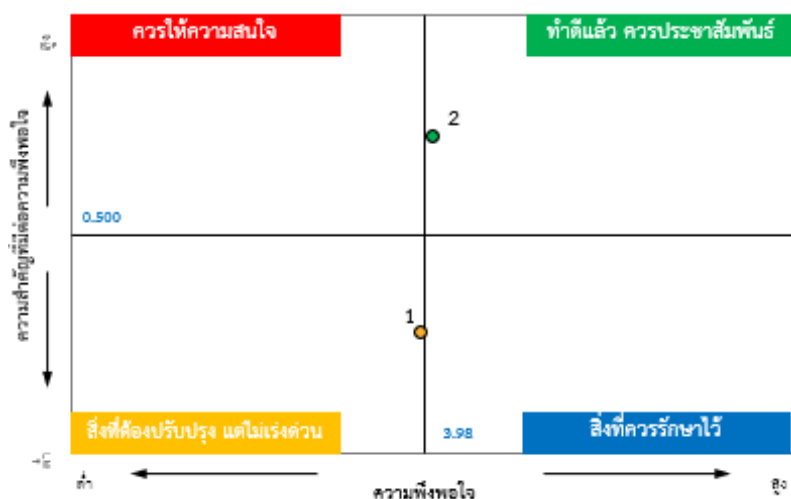
4.1.8 การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาประเด็นสำคัญ (Performance Important Analysis)

ในการวิเคราะห์ Performance Important Analysis จะคำนวณหาค่า Relative Important เพื่อหาค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็น ทำการพล็อตลงในกราฟ โดยกำหนดให้ค่าความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจเป็นแกนแนวนอน (แกน X) และกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจในแต่ละประเด็นเป็นแกนแนวตั้ง (แกน Y) มีความสำคัญที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจโดยรวมต่อจุดสัมผัสบริการเป็นจุดตัด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายซึ่งแบ่งออกเป็น 4 Quadrant ซึ่งแต่ละ Quadrant สามารถอธิบายผลและความหมายได้ ดังนี้

- **ควรให้ความสนใจ** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการให้ความสำคัญมากแต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้น จึงถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ และควรปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
- **ทำดีแล้ว ควรประชาสัมพันธ์** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการให้ความสำคัญมาก และผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ควรรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีนี้ไว้
- **สิ่งที่ต้องปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน** คือ เป็นเรื่อง que ผู้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการยังดำเนินงานหรือให้บริการไม่ได้ดีเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม เรื่องดังกล่าวอาจจะมีโอกาสพัฒนาเป็นเรื่อง que สร้างมูลค่าเพิ่มได้ในอนาคต ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน

- **สิ่งที่ควรรักษาไว้** คือ เป็นเรื่องที่ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นๆ เป็นลำดับต้นๆ แต่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินงานหรือให้บริการได้ดีตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ผลการวิเคราะห์ต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน โดยรวม



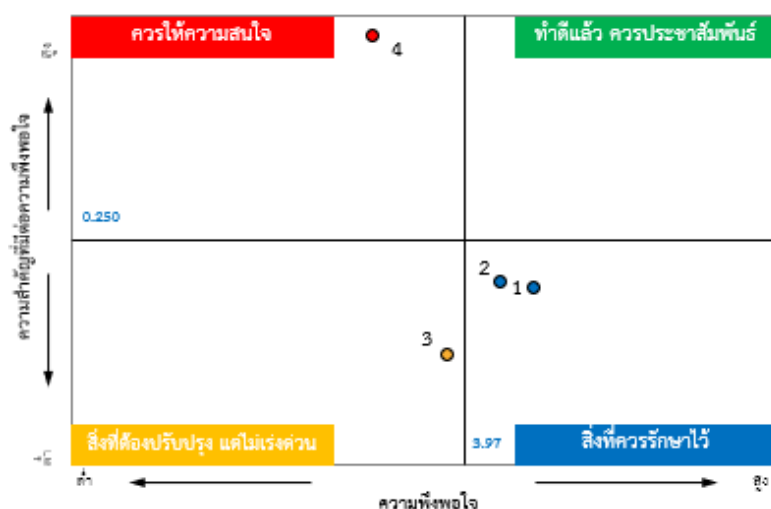
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ TK Park Online Library

1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน
2. ความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน

แผนภาพที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ด้านความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library ในหัวข้อต่างๆ พบว่า (2) สื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (1) ระบบของแอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ

ผลการวิเคราะห์ต่อระบบแอปพลิเคชัน TK Park Online Library



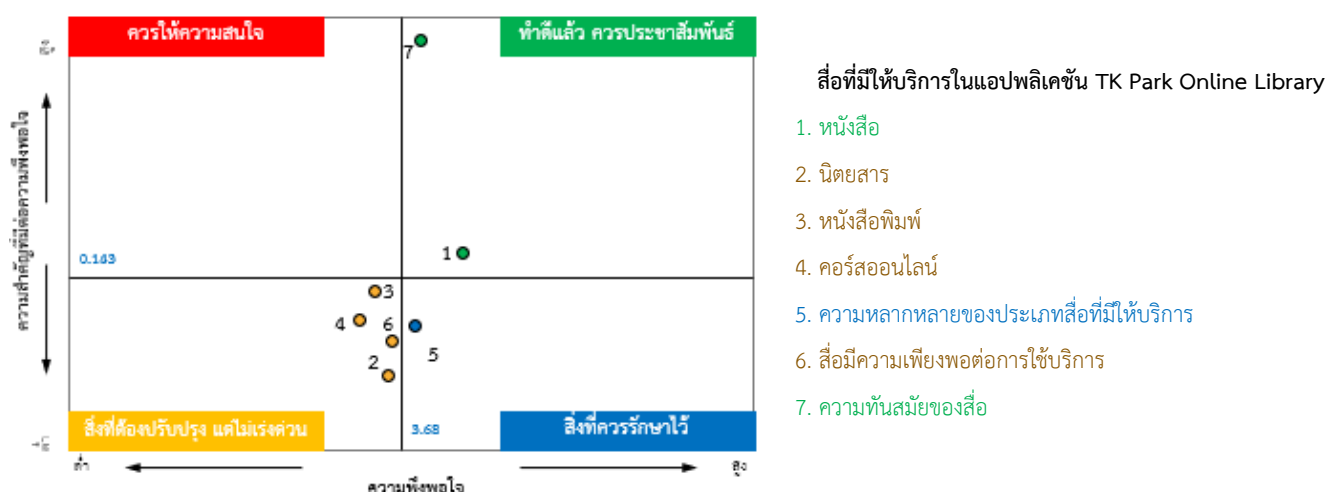
ระบบของของแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของแอปพลิเคชัน
2. การจัดรูปแบบในแอปพลิเคชันง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน
3. แอปพลิเคชันมีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย
4. การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพ

แผนภาพที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อด้านระบบแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ด้านความพึงพอใจต่อระบบแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า (4) การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพ เป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากแต่ยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ขณะที่ (3) แอปพลิเคชันมีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของแอปพลิเคชัน และ (2) การจัดรูปแบบในแอปพลิเคชันง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

ผลการวิเคราะห์ต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library



แผนภาพที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ Performance Important Analysis โดยรวมต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

ด้านความพึงพอใจต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library พบว่า (1) หนังสือ และ (7) ความทันสมัยของสื่อ เป็นเรื่องที่ทำดีแล้ว และควรประชาสัมพันธ์ ขณะที่ (2) นิตยสาร (3) หนังสือพิมพ์ (4) คอร์สออนไลน์ และ (6) สื่อมีความเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ไม่เร่งด่วน เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในส่วนของ (5) ความหลากหลายของประเภทสื่อที่มีให้บริการ เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษาไว้

● ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 4.77 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการของแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงบริการ (n=48)	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพิ่มหนังสือ / เพิ่มหมวดหนังสือ	18	37.50
พัฒนาระบบควรมีความเสถียร	15	31.25
การแนะนำหนังสือ	3	6.25
ใช้งานยาก	6	12.50
พัฒนาระบบการค้นหาหนังสือ	2	4.17
จำนวนหนังสือในการยืม และระยะเวลาในการยืม	2	4.17
รูปแบบหน้าตาแอปพลิเคชันที่ทันสมัย	1	2.08
เพิ่มคอร์สออนไลน์	1	2.08
ฟังก์ชันอื่นๆ เช่น ยืมคืนหนังสือนอกเครือข่าย	1	2.08
แนะนำการใช้บริการแอปพลิเคชันแบบ on site	1	2.08

* โปรดใช้ข้อมูลอย่างระมัดระวัง เนื่องจากจำนวนผู้ตอบน้อยในแต่ละด้าน

4.3 การประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาคที่ สบร. ให้การสนับสนุน

ในการประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เครือข่าย ทั้งเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้และเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ ใช้การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ หรือ สัมภาษณ์ออนไลน์ ผ่านทาง Video Conference ZOOM โดยส่วนใหญ่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เครือข่าย สะดวกเป็นการให้สัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์

4.3.1 เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (สบร.)

ตารางที่ 4.78 รายชื่อเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ที่ดำเนินการสัมภาษณ์

เครือข่าย	รายชื่อเครือข่าย
เครือข่ายเก่า	• อุทยานการเรียนรู้นครราชสีมา • อุทยานการเรียนรู้ปัตตานี • อุทยานการเรียนรู้แม่ฮ่องสอน
เครือข่ายใหม่	• อุทยานการเรียนรู้ศรีสะเกษ • อุทยานการเรียนรู้พิพิธภัณฑ์เมืองลำปาง

ตารางที่ 4.79 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (สร.)

ผู้บริหาร	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
ความคาดหวัง		
ความคาดหวัง	คาดหวังที่จะได้รับการสนับสนุนได้ด้านกิจกรรมต่างๆ มีการอบรมจาก TK Park ในด้านการบริหารจัดการอุทยานการเรียนรู้ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ และคาดหวังที่จะยกระดับแหล่งเรียนรู้ให้ครอบคลุมด้านอื่นๆด้วย และสามารถเป็นศูนย์กลางของเยาวชน	คาดหวังที่จะได้รับการแบ่งปันในด้านความรู้ กระบวนการ การจัดการความรู้ ต่างๆ การสนับสนุนในด้านสื่อการเรียนรู้ ตลอดจนการจัดการอบรมเจ้าหน้าที่ ในส่วนของแนวคิดในการจัดกิจกรรมต่างๆ
การเปลี่ยนแปลงก่อน-หลัง		
เรื่องที่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 4 ประเด็นหลัก 1. การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในหน่วยงาน 2. อุปกรณ์การเรียนรู้หรือสื่อการเรียนรู้ต่างๆที่เพิ่มมากขึ้น 3. TK Park มีการแนะนำเรื่องการจัดหากิจกรรมต่างๆ 4. การประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีทั้งหารช่วยประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแนะนำรูปแบบ การเขียน Content และช่องทางการประชาสัมพันธ์	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 4 ประเด็นหลัก 1. แนวคิดการใช้พื้นที่ การจัดสรรพื้นที่ที่ทรัพยากรยุคมาจาก TK Park มีการแบ่งโซนต่างๆ 2. การพัฒนาความรู้ เนื่องจากได้เข้ารับการอบรม และพบปะเครือข่ายด้วยกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน 3. อุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรมหมุนเวียน 4. การประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีทั้งหารช่วยประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแนะนำรูปแบบ การเขียน Content และช่องทางการประชาสัมพันธ์
เรื่องที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	งบประมาณ	ไม่มี
ประโยชน์ที่ได้รับ		
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้น	องค์ความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนางาน รวมถึงหนังสือ หรือการเข้าถึงสื่อการเรียนรู้อื่นๆ นอกจากนี้ยังได้รับประโยชน์ในการปรับใช้พื้นที่ เมื่อเข้าไปดูพื้นที่ TK Park และนำมาปรับใช้กับพื้นที่ของตนเอง	โปรแกรมการบริหารจัดการ การเข้าร่วมอบรม การแนะแนวในส่วนของการประชาสัมพันธ์ และการแนะนำต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ TK Park
การสนับสนุนและติดต่อประสานงาน		
การสนับสนุนที่ต้องการ	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1. หนังสือ หรือ สื่อ อุปกรณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 2 ด้าน 1. สื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย 2. จัดการอบรมบรรณรักษ์เพื่อสร้าง Partner ในการทำงาน

	2. การแนะนำกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนสอนเทคนิคการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ในการนำเสนอกิจกรรมให้มีความน่าสนใจ 3. วิทยากรที่ให้ความรู้ ให้เป็นลักษณะ Idol ที่เป็นที่ยอมรับของของเด็กๆ มาบรรยายให้ความรู้ 4. มี call center หรือหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ขยายเวลา support ให้เหมาะสม	
ความยากง่ายในการประสานงาน	สามารถทำได้ง่าย ติดต่อทางโทรศัพท์และทางไลน์สะดวก มีการให้คำแนะนำและข้อมูลอย่างตรงประเด็น	สามารถทำได้สะดวก เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจเป็นอย่างดีในการปฏิบัติงานร่วมกัน
ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม		
ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	ข้อจำกัดในเรื่องนโยบายขององค์กรตนเอง การติดต่อประสานงานในช่วงวันหยุด อาจจะไม่มียาม support เกี่ยวกับระบบห้องสมุด	กิจกรรมที่จัดอยู่ในช่วงเวลาโควิด ทำให้คณะผู้บริหารชุดใหม่ ยังไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	สามารถแบ่งเป็น 2 เรื่องหลักๆ ได้แก่ 1. การสนับสนุนเรื่องอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ เพื่อให้รองรับระบบของทาง TK Park ได้ดียิ่งขึ้น 2. กาจัดการรวมตัวของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้มีโอกาสแบ่งปันความรู้ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งหากไม่สามารถรวมตัวกันได้ทั้งหมด อยากให้จัดเป็นกิจกรรมของแต่ละภาค	ร่วมกันจัดทำ E-Book ที่เกี่ยวกับท้องถิ่นหรือพื้นที่เครือข่ายอื่นๆ

ตารางที่ 4.80 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (สร.)

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
ความคาดหวัง		
ความคาดหวัง	คาดหวังที่จะได้รับการสนับสนุนได้ด้านกิจกรรมต่างๆ องค์ความรู้ และสื่อการเรียนรู้ต่างๆ และอยากให้มีการสอบถามถึงปัญหาที่พบและมีการเข้ามาช่วยเหลืออย่างสม่ำเสมอ	คาดหวังที่จะให้ผู้ให้บริการได้รับประโยชน์สูงสุด และ ต้องการนำความรู้ที่ได้มาต่อยอดในหน่วยงาน อย่างไรก็ตามยังคงคาดหวังการสนับสนุนในด้านสื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
การเปลี่ยนแปลงก่อน-หลัง		
เรื่องที่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 4 ประเด็นหลัก 1. การขยายเวลาเปิด-ปิดทำการ เนื่องจากมีผู้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น 2. สร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมในเรื่องความรู้ และศิลปะ ล้อไปกับกิจกรรมของ TK Park 3. การขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ 4. การจัดหา และส่งรายชื่อหนังสือใหม่ๆ มาให้	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 3 ประเด็นหลัก 1. การนำสิ่งต่างๆ มาประยุกต์ใช้ตามศักยภาพของหน่วยงาน เช่น การจัดสรรพื้นที่ 2. การประชาสัมพันธ์ 3. การริเริ่มทำกิจกรรมเมื่อเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับ สร. ทั้งกิจกรรมออนไลน์และออฟไลน์
เรื่องที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	เรื่องงานภายในขององค์กร เช่น จำนวนบุคลากร	ไม่มี
ประโยชน์ที่ได้รับ		
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้น	ได้รับหนังสือใหม่ๆ องค์ความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนางาน ตลอดจนเกิดไอเดียใหม่ๆ จากการเรียนรู้ และยังมีการปรับปรุงบริการให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นแหล่งพบปะของ ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่จะเข้าสู่สังคมของผู้ใช้บริการ	มีกิจกรรมให้ผู้ให้บริการเข้าร่วมมากขึ้น มีสื่อใหม่ๆ ที่สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน และ ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ในการเข้าใช้พื้นที่เพิ่มมากขึ้น
การสนับสนุนและติดต่อประสานงาน		
การสนับสนุนที่ต้องการ	การอบรมเจ้าหน้าที่ หรือการจัดกิจกรรมให้เจ้าหน้าที่ได้ไปศึกษาดูงานที่เครือข่ายอื่นๆ ว่ามีการบริหารจัดการอย่างไร เพื่อนำมาปรับเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของตนเอง	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 2 ด้าน 1. สื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย เช่น อุปกรณ์ IT สื่อการเรียนรู้ 3 มิติ 2. การอบรมจาก TK Park
ความยากง่ายในการประสานงาน	มีความสะดวก	มีความสะดวก มีการตอบรับที่ดี แต่ในบางกรณีที่วันเสาร์ อาทิตย์ ไม่ได้มีหน่วยงาน support ตลอด

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม		
ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	ไม่มี	วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมช่วงโควิด
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	สามารถแบ่งเป็น 2 เรื่องหลักๆ ได้แก่ 1. ระบบล้อย่อยได้ ที่เมื่อเกิดปัญหา บางครั้งการแก้ปัญหาค่อนข้างช้า 2. การส่งผ่านเอกสารไปยัง TK Park บางครั้งมีการตกหล่น เอกสารไปรวมกันเอกสารของห้างเซนทรัลเวิลด์	สามารถแบ่งเป็น 2 เรื่องหลักๆ ได้แก่ 1. ควรมีการประชุมและวางแผนร่วมกันหลังจากที่สถานการณ์โควิดคลี่คลาย 2. ต้องการประเภทหนังสืออ้างอิง เพราะผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา

4.3.2 เครือข่ายพหิพธิภณท์ (สพร.)

ตารางที่ 4.81 รายชื่อเครือข่ายมิวเซียมสยามที่ดำเนินการสัมภาษณ์

เครือข่าย	รายชื่อเครือข่าย
เครือข่ายเก่า	- มิวเซียมประพวน - พพิธิภณท์ซัปปา - พพิธิภณท์บ้านดงโฮจิมินท์
เครือข่ายใหม่	- พพิธิภณท์การทางพิเศษแห่งประเทศไทย - มิวเซียมภูเก็ต

ตารางที่ 4.82 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ (สพร.)

ผู้บริหาร	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
ความคาดหวัง		
ความคาดหวัง	คาดหวังที่จะเป็นตัวอย่าง เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัย เป็นสถานที่ที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวในอนาคต และคาดหวังให้ผู้เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ อีกทั้งยังอยากให้ทางมิวเซียมสยามมีการสนับสนุนและพัฒนาร่วมกันแบบนี้ต่อไป	คาดหวังที่จะได้รับการแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการจัดการพิพิธภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการได้รับคำปรึกษาหรือการชี้แนะ จากการพูดคุยหรือประสานงาน ทั้งนี้ในการจัดทำพิพิธภัณฑ์ยังมีความคาดหวังให้การพัฒนาให้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมีชีวิตชีวามากขึ้น
การเปลี่ยนแปลงก่อน-หลัง		
เรื่องที่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 4 ประเด็นหลัก 1. พิพิธภัณฑ์มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนไป 2. เมื่อการดำเนินงานประสบความสำเร็จ เจ้าหน้าที่จึงเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง 3. การประชาสัมพันธ์ มีการนำเสนอความโดดเด่น 4. เกิดความคิดในการพัฒนาต่อยอดมากยิ่งขึ้น	การดำเนินงานในการขยายรูปแบบองค์ความรู้ และ บางที่ยังไม่ได้เปิดให้บริการจึงยังไม่สามารถอธิบายเรื่องการเปลี่ยนแปลงได้
เรื่องที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	ไม่มี	ไม่มี
ประโยชน์ที่ได้รับ		
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้น	การจัดแสดงมีความทันสมัย และกลมกลืนกับบริบทท้องถิ่น ทำให้สามารถขยายกลุ่มเป้าหมายได้ และยังได้รับความรู้ในเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	สามารถดำเนินการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ได้ และยังได้รับความรู้ในการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ มากไปกว่านั้นยังช่วยในการจัดการรูปแบบของการนำเสนอเพื่อให้พิพิธภัณฑ์มีความโดดเด่นอีกด้วย
การสนับสนุนและติดต่อประสานงาน		
การสนับสนุนที่ต้องการ	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 2 ด้าน 1. การเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1. ความรู้ในการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ ในแง่ของคำแนะนำและคำปรึกษา 2. แนะนำรูปแบบในการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ และการประชาสัมพันธ์

ผู้บริหาร	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
	2. การให้คำแนะนำเพิ่มเติมในเรื่องรูปแบบการนำเสนอ เช่น การปรับใช้ไฟแสง สี เสียง	3. การได้รับและเรียนรู้องค์ความรู้ใหม่ๆ
ความยากง่ายในการประสานงาน	สะดวก ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี	สามารถทำได้สะดวก
ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม		
ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	ข้อจำกัดในเรื่องของเจ้าหน้าที่ในองค์กร เช่น ทักษะการใช้อุปกรณ์ IT หรือ ช่วงอายุของบุคลากร	ภายในหน่วยงาน ไม่ได้เกิดจาก สพร.
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จากสถานการณ์โควิดทำให้ภาคปฏิบัติยังคงดำเนินงานได้ไม่เต็มที่ อยากให้ทางมิวเซียมสยามเข้ามาช่วยดูแล และ แนะนำในเรื่องนี้	ไม่มี

ตารางที่ 4.83 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ (สพร.)

ผู้บริหาร	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
ความคาดหวัง		
ความคาดหวัง	คาดหวังในด้านความรู้ในการบริหารจัดการงาน และการสร้าง Content ต่างๆ ตลอดจนการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ที่คงความเป็นชุมชนให้เป็นมาตรฐานสากล	คาดหวังที่จะได้รับความรู้ในด้านการบริหารจัดการ การจัดการรูปแบบ นิทรรศการ ตลอดจนการกำหนดชีวิตในด้านการดำเนินงาน
การเปลี่ยนแปลงก่อน-หลัง		
เรื่องที่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 4 ประเด็นหลัก 1. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้มีความทันสมัย เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น 2. เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในกลุ่มเครือข่ายมีการช่วยแนะนำและบอกต่อ 3. การเก็บข้อมูล หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องมีความเป็นระบบระเบียบมากยิ่งขึ้น 4. เกิดความเท่าเทียมกัน ซึ่งมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการหรือกลุ่ม บุคคลพิเศษ	การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเกิดขึ้นใน 4 ประเด็นหลัก 1. แนวทางในการจัดนิทรรศการ ในแง่ของรูปแบบและเนื้อหา 2. เมื่อมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอ จึงมีการเพิ่มขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย 3. การกำหนดบทบาทที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 4. การประชาสัมพันธ์
เรื่องที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลง	ไม่มี	ไม่มี
ประโยชน์ที่ได้รับ		
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้น	การเยี่ยมชมออนไลน์ ทำให้มีความสนใจที่เข้าไปใช้บริการในสถานที่จริง ขณะที่การจัดกิจกรรม สามารถดึงดูดผู้ที่มีความสนใจให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น ทั้งนี้ยังมีการส่งเสริมประเพณีท้องถิ่นที่เป็นความรู้สอดแทรก ทำให้ ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์กลับไปอีกด้วย	การออกแบบรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจในเรื่องของการให้ความรู้ ดึงดูด ให้คนเข้ามาใช้บริการและผู้มาใช้บริการได้ความรู้กลับไป ในส่วนของ เจ้าหน้าที่มีการอบรมแนะนำการทำ Content ให้มีความน่าสนใจ

ผู้บริหาร	เครือข่ายเก่า	เครือข่ายใหม่
การสนับสนุนและติดต่อประสานงาน		
การสนับสนุนที่ต้องการ	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1. การให้บริการอย่างเป็นระบบ 2. นักวิชาการที่เข้ามาให้ความรู้ 3. งบประมาณในการสนับสนุนด้านต่างๆ 4. การจัดประชุมเพื่อรับฟังคำแนะนำในการดำเนินงาน ทุกๆ 3 เดือนครั้ง หรือ 6 เดือนครั้ง	การสนับสนุนช่วยเหลือที่ยังคงต้องการแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1. ความรู้ด้านการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ 2. การทำ Content ต่างๆ ให้น่าสนใจและเข้าใจง่าย 3. การอบรมด้านอื่นๆที่ไม่เกี่ยวกับสายงาน เช่น การอบรมด้าน IT ด้านภาษา เป็นต้น
ความยากง่ายในการประสานงาน	สะดวก	สามารถทำได้สะดวก
ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม		
ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน	การเข้าร่วมอบรม ไม่มีความต่อเนื่อง	ไม่มี
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	อยากให้มีการระดมทุนการแลกเปลี่ยนกันมากขึ้นในอนาคต และมีการติดต่อระหว่างเครือข่ายและมิวเซียมสยามอย่างต่อเนื่อง	ไม่มี

4.3.3 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคแหล่งเรียนรู้เครือข่ายภูมิภาคที่ สบร. ให้การสนับสนุน

- เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) (สบร.)

จากข้อมูลการสำรวจ พบว่า เครือข่ายมีความยินดีที่ได้เป็นเครือข่ายของ สบร. เพราะทำให้หน่วยงานมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าความต้องการและความคาดหวังของเครือข่ายเก่าและเครือข่ายใหม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ในเรื่องของการสร้างกิจกรรม วัสดุอุปกรณ์ หนังสือ ตลอดจนสื่อการเรียนรู้ต่างๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการจากเครือข่ายต้นแบบเป็นอย่างมาก

นอกเหนือสิ่งที่ทางแหล่งเรียนรู้เครือข่ายได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี สื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย การช่วยในเรื่องประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นดังกล่าวยังเป็นเรื่องที่พอใจ จะเห็นได้ว่าทั้งเครือข่ายเก่าและเครือข่ายใหม่ได้นำแนวคิดในการปรับพื้นที่จากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบมาประยุกต์ใช้ โดยมีการจัดสรรพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนและให้ผู้เข้าใช้บริการได้ใช้ประโยชน์สูงสุด

อย่างไรก็ตาม ทั้งเครือข่ายเก่าและเครือข่ายใหม่ยังคงต้องการการสนับสนุนในเรื่องบุคลากร เพื่อให้เข้าใจกระบวนการจัดการให้มากยิ่งขึ้น ในด้านการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบห้องสมุด TK Park ยังคงต้องการให้มีหน่วยงานที่สนับสนุนอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่

ในส่วนของปัญหาอุปสรรคที่พบ จะเป็นในเรื่องผลกระทบจากสถานการณ์โควิดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเกิดเป็นข้อจำกัดในการใช้พื้นที่หรือการจัดกิจกรรมร่วมกัน

- เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ (สปร.)

จากข้อมูลการสำรวจ พบว่า เครือข่ายเกิดความภูมิใจในการทำงาน ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเมื่อได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายของ สปร. ทำให้สามารถพัฒนารูปแบบ นำเสนอพิพิธภัณฑ์ให้สามารถมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น จากข้อมูลการสำรวจแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายเก่าและเครือข่ายใหม่ มีความคาดหวัง ความต้องการที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ในมุมมองของเครือข่ายเก่า สามารถเห็นพัฒนาการในการบริหารจัดการหน่วยงานของตนเอง มีมุมมองในเรื่องของการก้าวไปข้างหน้า ฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติงานมองหาโอกาสในการพัฒนาต่อยอด ทั้งนี้สิ่งที่ยังต้องการจากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบคือ ต้องการการสนับสนุนจากเครือข่ายต้นแบบและต้องการให้เข้ามาดูแลอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ ความรู้ รูปแบบการนำเสนอ รวมถึงสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถต่อยอดและให้ประโยชน์แก่หน่วยงานเครือข่ายได้ในอนาคต

ในทางกลับกัน ความต้องการ ความคาดหวังของเครือข่ายใหม่มีความชัดเจนในเรื่องของความรู้ การจัดการ ด้านพิพิธภัณฑสถาน ต้องการที่ปรึกษาหรือคำชี้แนะต่างๆจากทางแหล่งเรียนรู้เครือข่าย เพราะเชื่อว่าเป็น ผู้ชำนาญการในด้านนี้ กล่าวคือเครือข่ายใหม่ยังคงอยู่ในขั้นตอนการเริ่มต้นที่ยังต้องการการประคับประคอง จากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบเป็นอย่างมาก เพื่อที่หน่วยงานนั้นๆจะสามารถบริหารจัดการเองได้ในอนาคต โดยแหล่งเรียนรู้ต้นแบบเป็นหนึ่งในความหวังที่จะช่วยให้บรรลุผลสำเร็จนั้นได้

จะเห็นได้ว่าเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานในรูปแบบเก่าและรูปแบบใหม่ไม่พบปัญหาในการดำเนินการประสานงาน การสนับสนุนช่วยเหลือจากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบของ สอว. และ สพร. แต่จะพบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานภายในหน่วยงานของตนเอง ซึ่งเป็นในส่วนของอุปกรณ์หรือบุคลากรที่ยังไม่มีความพร้อมมากนัก

4.3.4 ข้อเสนอแนะแหล่งเรียนรู้เครือข่ายในภูมิภาคที่ สพร. ให้การสนับสนุน

- เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) สอว.

ข้อเสนอแนะ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

- การให้ความสำคัญทั้งในสัดส่วนของหนังสือ สื่อการเรียนรู้ ควบคู่กับการจัดกิจกรรมต่างๆ ทาง สอว. ต้องให้การสนับสนุนทั้งสองด้านนี้ไปพร้อมๆกันในอนาคต เพื่อให้เครือข่ายสามารถก้าวไปในทิศทางเดียวกันกับ แหล่งเรียนรู้ต้นแบบ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ
- การพัฒนาระบบห้องสมุดที่มีความเชื่อมโยงกันเป็นเรื่องที่ต้องให้การสนับสนุน เพราะเป็นหนึ่งใน องค์ประกอบหลักที่ทำให้การดำเนินงานระหว่างแหล่งเรียนรู้ต้นแบบและแหล่งเรียนรู้เครือข่ายมีความสมบูรณ์ ทั้งนี้ ทาง สอว. ต้องให้การสนับสนุนในด้านปัญหาทางเทคนิค เช่น ระบบลยอโต้ สามารถมีผู้ชำนาญหรือ ผู้ดูแลระบบหลังบ้านที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มีการพัฒนา chatbot หรือ call center ที่ช่วยให้ การทำงานของเครือข่ายมีความราบรื่น ตลอดจนให้คำแนะนำ ตรวจสอบอุปกรณ์ที่รองรับระบบการทำงานได้
- การอบรมเจ้าหน้าที่เป็นเรื่องที่ยังต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นประโยชน์ เนื่องจาก เจ้าหน้าที่เป็นบุคคลที่จะต้องสื่อสารกับผู้ใช้บริการ แนะนำการใช้บริการ ตลอดจนแนะนำการใช้สื่อเรียนรู้ต่างๆ มากไปกว่านั้นจะเห็นได้ว่าทางเครือข่าย สอว. ไม่เพียงแต่รับสื่อหรือองค์ความรู้ แต่ยังมี การนำไปประยุกต์ใช้ใน หน่วยงาน ดังนั้นการให้การอบรมเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่องเป็นประโยชน์ทางอ้อมที่สามารถช่วยพัฒนาแหล่ง เรียนรู้เครือข่ายได้
- ปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากสถานการณ์โควิดเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อ สถานการณ์เริ่มกลับมาเป็นปกติ ทาง สอว. ต้องมีการพูดคุยประสานงาน หรือจัดให้มีการพบปะกันระหว่าง เครือข่าย เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันได้

- เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ (สพร.)

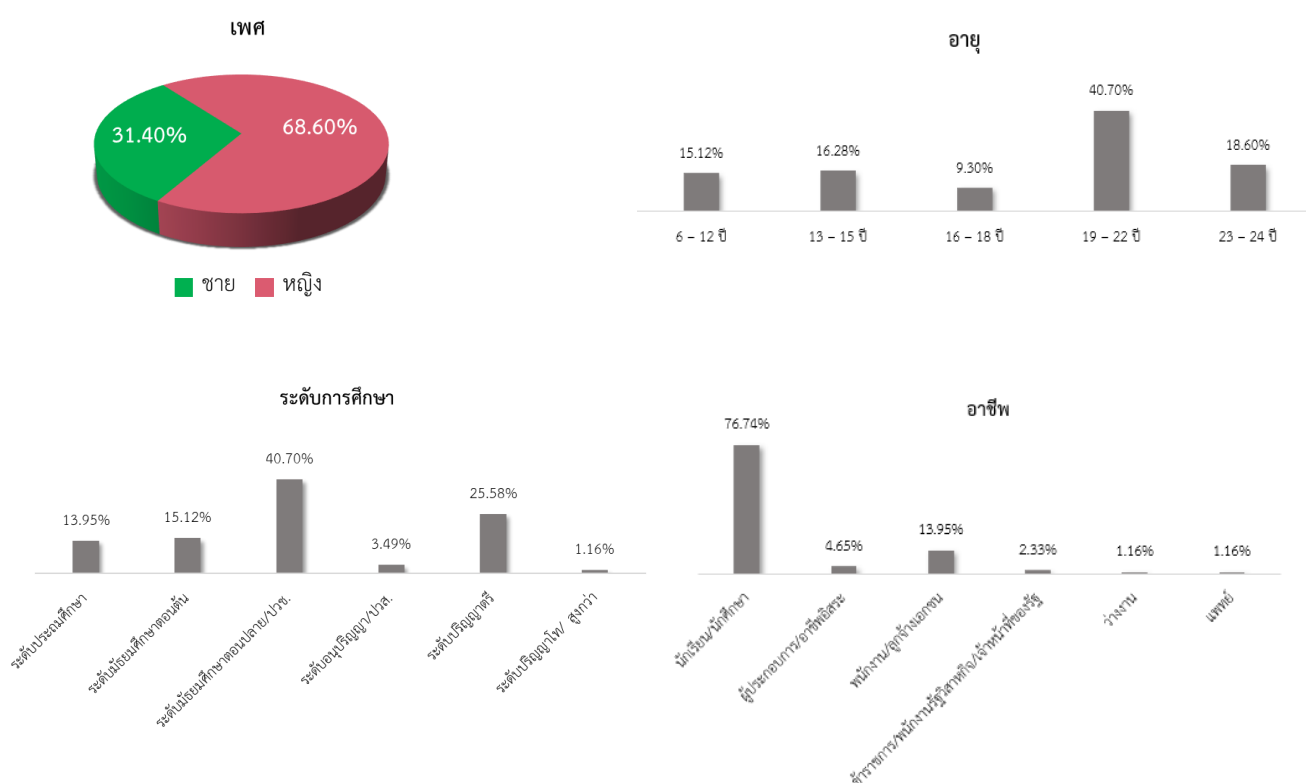
ข้อเสนอแนะ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

- การให้คำแนะนำในการนำเสนอพิพิธภัณฑ์ ให้ชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น โดยให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงรูปแบบ แสง สี เสียง หรือการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ สร้าง Content ที่น่าสนใจ เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่หรือความประทับใจ โดยที่ผู้ใช้บริการได้นเนื้อหาครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของพิพิธภัณฑ์นั้นๆ ตลอดจนการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการต่อยอดทางแนวคิดต่างๆ
- การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ โดยให้คำปรึกษาแก่เครือข่ายในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถขยายองค์ความรู้ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น
- การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงสำหรับการจัดทำพิพิธภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจ แสดงความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งการแนะนำช่องทางการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น
- การอบรมบุคลากรให้เกิดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการจัดทำพิพิธภัณฑ์ ตลอดจนการบริหารจัดการเบื้องต้น มากไปกว่านั้น ควรกระตุ้นให้เครือข่ายมีการพัฒนาศักยภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นมากยิ่งขึ้น เช่น การอบรม IT ความรู้ด้านภาษา หรือความรู้เบื้องต้นๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน

4.4 การประเมินผลการอ่านของสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

เนื่องจากสถานะเหตุการณ์ไม่ปกติ จึงได้มีการปรับเปลี่ยนการเก็บข้อมูลจากสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ผ่านระบบสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ (Computer Assisted Telephone Interview : CATI) ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์รายชื่อจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายตามเงื่อนไขที่กำหนด ซึ่งเป็นสมาชิกอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) อายุระหว่าง 6-24 ปี

4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)



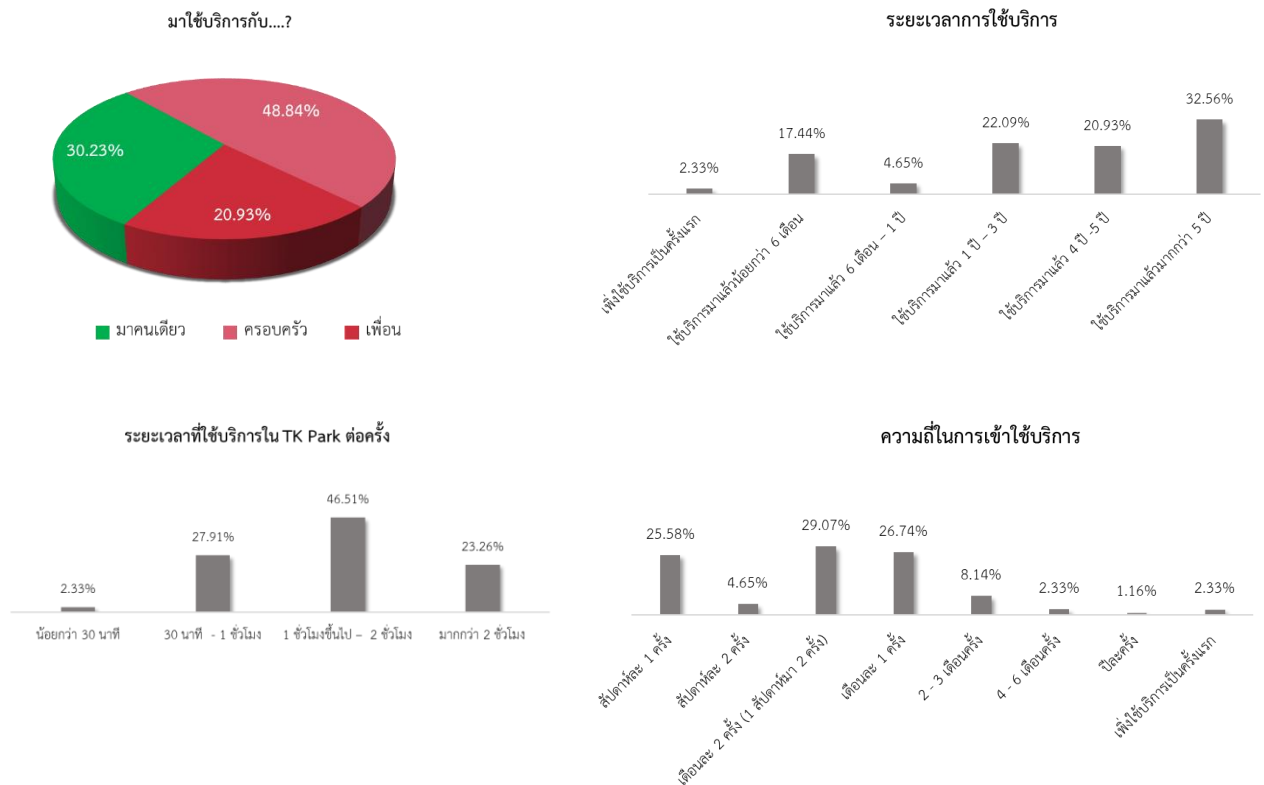
แผนภูมิที่ 4.116 ข้อมูลทั่วไปของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ TK Park (เพศ-อายุ-อาชีพ-ระดับการศึกษา)

จากการเก็บข้อมูลผู้รักการอ่านที่ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) จำนวน 86 ราย พบว่า สัดส่วนเพศหญิง (68.60%) มากกว่าเพศชาย (31.40%) โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 19 – 22 ปี (40.70%) รองลงมาคือ 23 – 24 ปี (18.60%) และ 13 – 15 ปี (16.28%) ขณะที่ช่วงอายุ 16 – 18 ปีเป็นช่วงอายุที่พบน้อยที่สุดมีเพียง 9.30%

ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ พบว่า จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. (40.70%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี (25.58%) และ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (15.12%) ขณะที่ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า (1.16%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ข้อมูลอาชีพของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ พบว่า นักเรียน/ นักศึกษา (76.74%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ พนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน (13.95%) และ ผู้ประกอบการ/ อาชีพอิสระ (4.65%) ขณะที่ ว่างาน และ แพทย์ (มีสัดส่วนเท่ากันที่ 1.16%) เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด

4.4.2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ

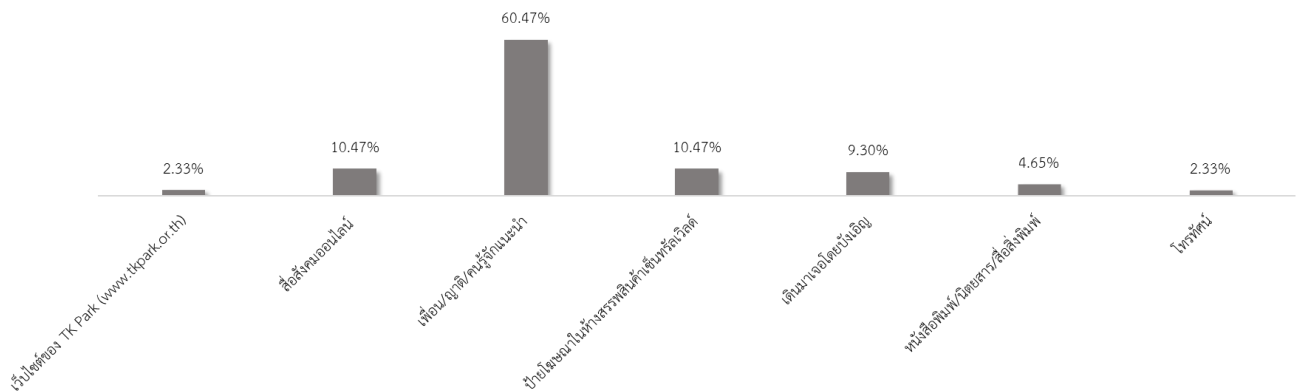


แผนภูมิที่ 4.117 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ TK Park

จากการสำรวจพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า โดยส่วนใหญ่จะมาใช้บริการกับครอบครัว (48.84%) รองลงมาคือ มาใช้บริการคนเดียว (30.23%) และ มาใช้บริการกับเพื่อน (20.93%) ซึ่งส่วนใหญ่มีการเข้าใช้บริการมาแล้วมากกว่า 5 ปี (32.56%) รองลงมาคือ ใช้บริการมาแล้ว 1 – 3 ปี (22.09%) และ ใช้บริการมาแล้ว 4 – 5 ปี (20.93%)

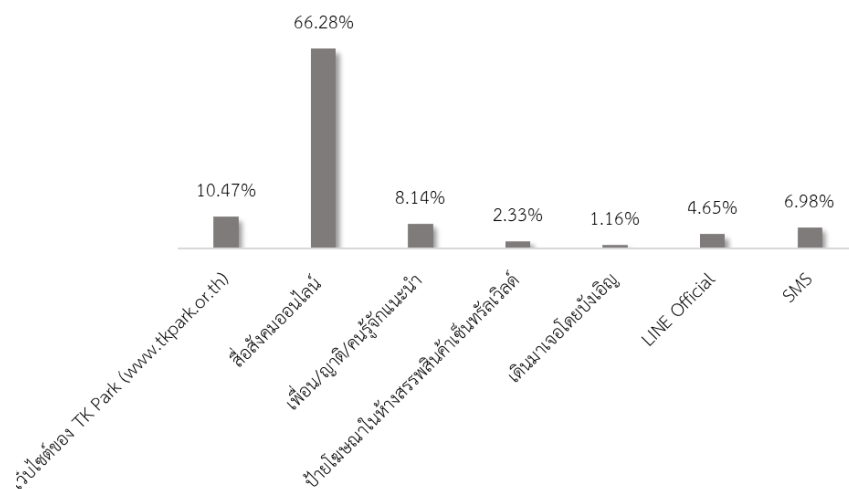
ส่วนใหญ่มีการใช้บริการที่อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง (46.51%) รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง (27.91%) และมากกว่า 2 ชั่วโมง (23.26%) เมื่อกล่าวถึงความถี่ในการเข้าใช้บริการ พบว่า เข้าใช้บริการเดือนละ 2 ครั้ง (1 สัปดาห์มา 2 ครั้ง) (29.07%) เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง (26.74%) และ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง (25.58%)

4.4.3 การประชาสัมพันธ์



แผนภูมิที่ 4.118 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

จากการเก็บข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า เพื่อนญาติ/คนรู้จักแนะนำ เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มากที่สุด (60.47%) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ และ ป้ายโฆษณาในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ (สัดส่วนเท่ากันที่ 10.47%) และ เดินมาเจอโดนบังเอิญ (9.30%) ในทางกลับกัน ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ของ TK Park (www.tkpark.or.th) และ โทรทัศน์ (มีสัดส่วนเท่ากันที่ 2.33%)



แผนภูมิที่ 4.119 ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด

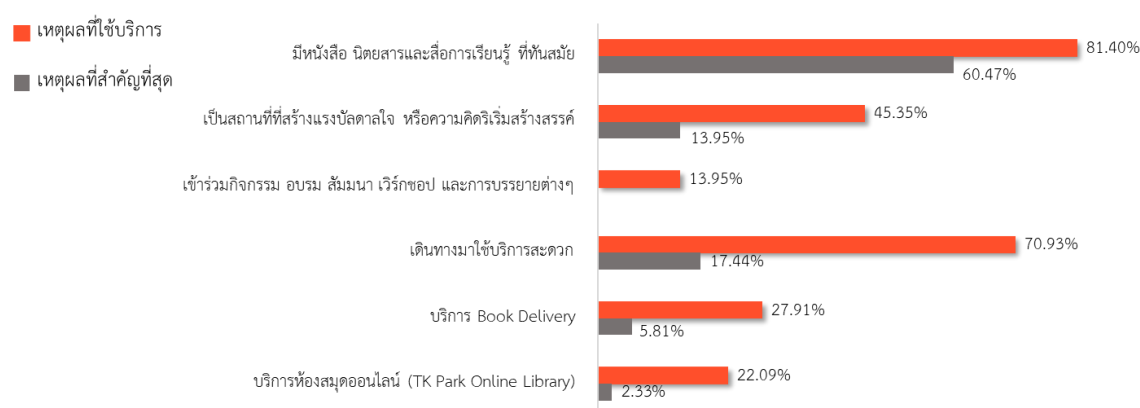
จากการเก็บข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, YouTube, Twitter , ฯลฯ) เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับข่าวสารจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) บ่อยที่สุด (66.28%) รองลงมาคือ เว็บไซต์ของ TK Park

(www.tkpark.or.th) (10.47%) และ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ (8.14%) ในทางกลับกันช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากอุทยานการเรียนรู้ TK Park น้อยที่สุดคือ เดินทางมาเจอโดยบังเอิญ (1.16%)

4.4.4 เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการ

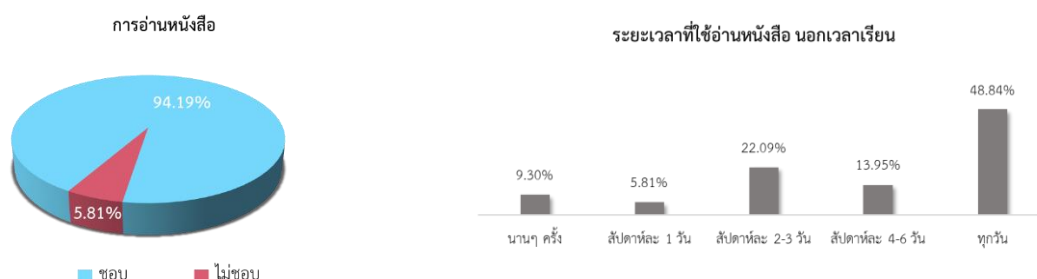
เมื่อสำรวจเหตุผลของผู้รักการอ่านที่เข้ามาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า เหตุผล 3 อันดับแรก ได้แก่ มีหนังสือ นิตยสารและสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย (81.40%) รองลงมาคือ เดินทางมาใช้บริการสะดวก (70.93%) และ เป็นสถานที่ที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (45.35%)

หากสอบถามถึงเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ผู้รักการอ่านเข้ามาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า เหตุผล 3 อันดับแรก ได้แก่ มีหนังสือ นิตยสารและสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย (60.47%) รองลงมาคือ เดินทางมาใช้บริการสะดวก (17.44%) และ เป็นสถานที่ที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (13.95%)



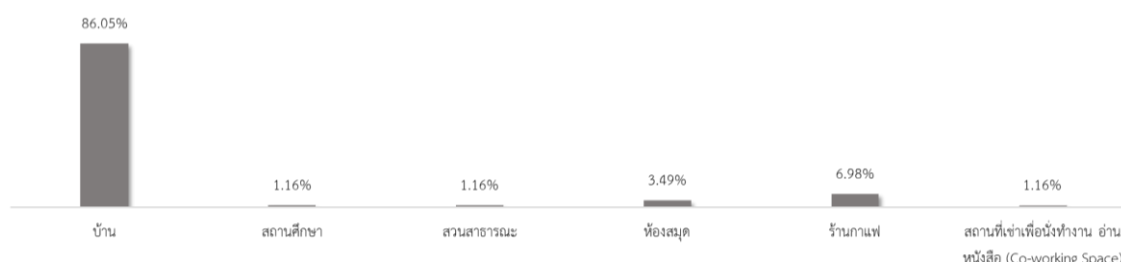
แผนภูมิที่ 4.120 เหตุผล/เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เข้ามาใช้บริการ TK Park

4.4.5 พฤติกรรมการอ่านหนังสือของผู้รักการอ่าน



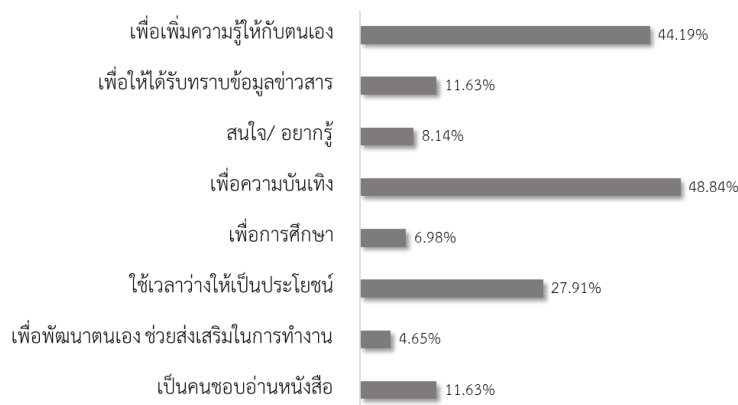
แผนภูมิที่ 4.121 พฤติกรรมการอ่านหนังสือของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการ TK Park

ผลการสำรวจเรื่องความชอบอ่านหนังสือของผู้รักการอ่านที่ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือ (94.19%) โดยผู้ที่ไม่ชอบอ่านหนังสือมีเพียงส่วนน้อย (5.81%) ระยะเวลาที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียน ได้แก่ การอ่านทุกวัน มีสัดส่วนที่มากที่สุด (48.84%) รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1 วัน (22.09%) และ สัปดาห์ละ 4 – 6 วัน (13.95%) ในขณะที่ สัปดาห์ละ 1 วัน (5.81%) เป็นสัดส่วนที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียนน้อยที่สุด โดยเฉลี่ยระยะเวลาในการอ่าน 85 นาทีต่อวัน (1 ชั่วโมง 25 นาที)



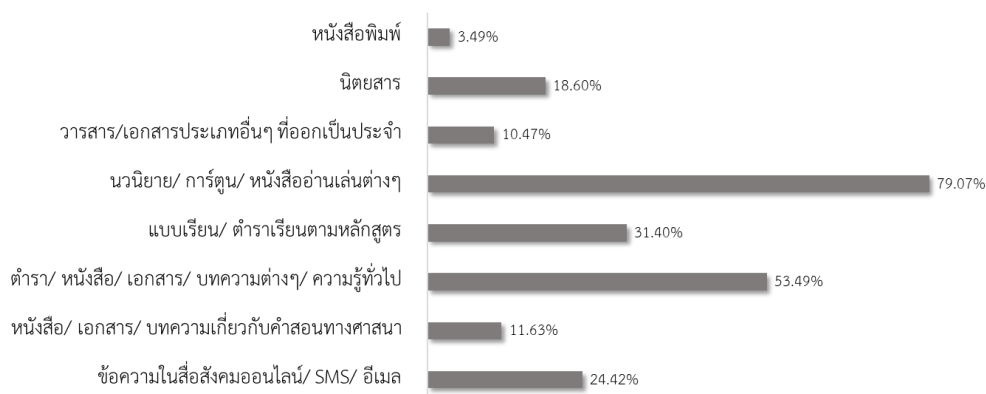
แผนภูมิที่ 4.122 สถานที่ที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

ผลการสำรวจเรื่องสถานที่ที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน พบว่า บ้าน เป็นสัดส่วนที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือมากที่สุด (86.05%) รองลงมาคือ ร้านกาแฟ (6.98%) และ ห้องสมุด (3.49%) ในขณะที่ สถานศึกษา สวนสาธารณะ และ สถานที่เช่าเพื่อนั่งทำงาน อ่านหนังสือ (Co-working Space) เป็นสถานที่ที่ผู้รักการอ่านใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงานน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสถานที่อื่นๆ (มีสัดส่วนเท่ากันที่ 1.16%)



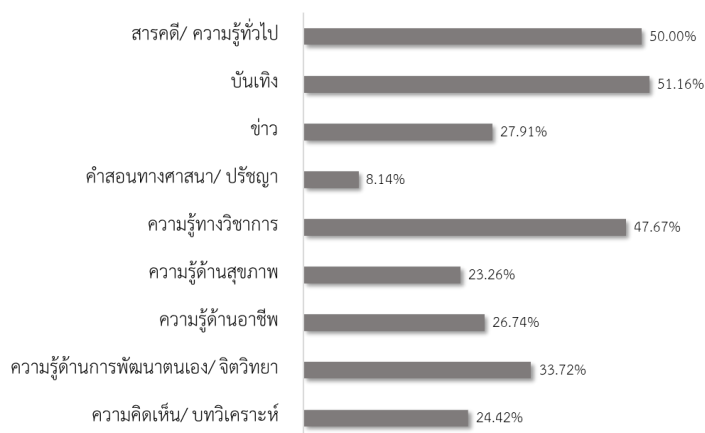
แผนภูมิที่ 4.123 เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

ผลการสำรวจเรื่องเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ชอบการอ่าน พบว่า เพื่อความบันเทิง เป็นเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ชอบการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน มากที่สุด (48.84%) รองลงมาคือ เพื่อเพิ่มความรู้อีกกับตนเอง (44.19%) และ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (27.91%) ในขณะที่ เพื่อพัฒนาตนเอง ช่วยส่งเสริมในการทำงาน เป็นเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ชอบการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเหตุผลหรือแรงจูงใจด้านอื่นๆ (4.65%)



แผนภูมิที่ 4.124 ประเภทหนังสือ วารสาร เอกสาร บทความ ที่มักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

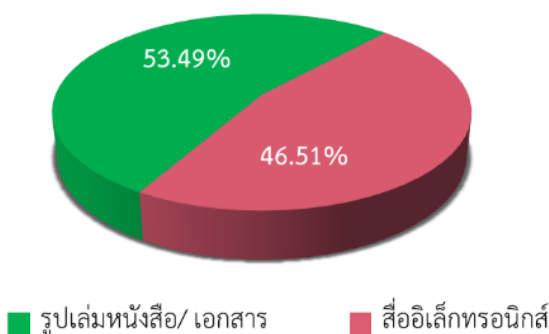
ผลการสำรวจเรื่องประเภทหนังสือ วารสาร เอกสาร บทความ ที่ผู้รักการอ่านมักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน พบว่า นวนิยาย/ การ์ตูน/ หนังสืออ่านเล่นต่างๆ เป็นประเภทที่ผู้รักการอ่านมักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน มากที่สุด (79.07%) รองลงมา คือ ตำรา/ หนังสือ/ เอกสาร/ บทความต่าง ๆ/ ความรู้ทั่วไป (53.49%) และ แบบเรียน/ ตำราเรียนตามหลักสูตร (31.40%) ในขณะที่ หนังสือพิมพ์ เป็นประเภทที่ผู้รักการอ่านมักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน น้อยที่สุด (3.49%)



แผนภูมิที่ 4.125 ประเภทเนื้อหา สารความรู้ที่ผู้รักการอ่านชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

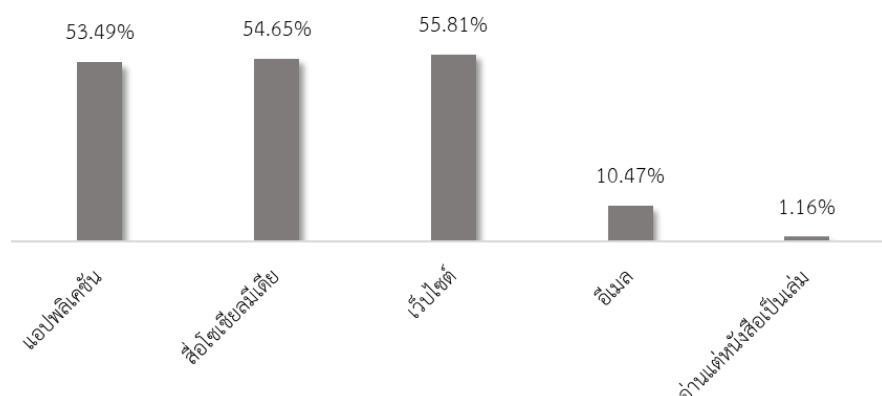
ผลการสำรวจเรื่องประเภทเนื้อหา สารความรู้ที่ผู้รักการอ่านชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน พบว่า บันเทิง เป็นประเภทเนื้อหา สารความรู้ที่ผู้รักการอ่านชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน มากที่สุด (51.16%) รองลงมา คือ สารคดี/ ความรู้ทั่วไป (50.00%) และ ความรู้ทางวิชาการ (47.67%) ในขณะที่ คำสอนทางศาสนา/ ปรัชญา เป็นประเภทเนื้อหา สารความรู้ที่ผู้รักการอ่านชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับประเภทเนื้อหา/ สารความรู้ด้านอื่น ๆ (8.14%)

จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อ/ ช่องทาง ที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน พบว่า โดยส่วนใหญ่อ่านเป็นรูปเล่มหนังสือ/ เอกสาร (53.49%) มากกว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (46.51%)



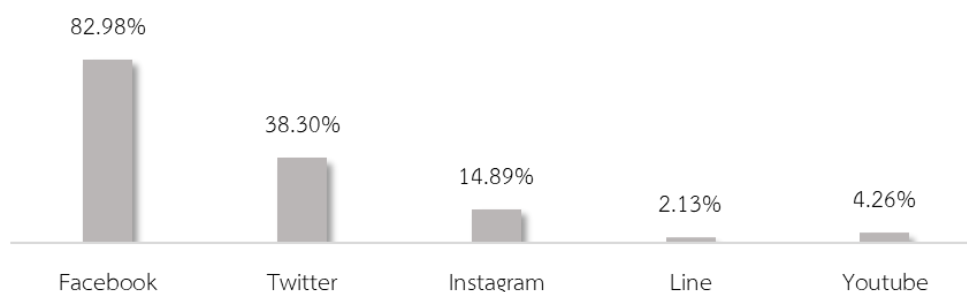
แผนภูมิที่ 4.126 พฤติกรรมการใช้สื่อ/ ช่องทาง ที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

โดยพบว่า ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการอ่านเป็นสัดส่วนมากที่สุดคือ เว็บไซต์ (55.81%) รองลงมา คือ สื่อโซเชียลมีเดีย (54.65%) และ แอปพลิเคชัน (53.49%) ในขณะที่ อ่านแต่หนังสือเป็นเล่ม (1.16%) เป็นช่องทางที่ผู้รักการอ่านใช้ในการอ่านน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับช่องทางอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ



แผนภูมิที่ 4.127 ช่องทางที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

สำหรับสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้ในการอ่านเป็นสัดส่วนมากที่สุดคือ Facebook (82.98%) รองลงมา คือ Twitter (38.30%) และ Instagram (14.89%) ในขณะที่ Line เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ผู้รักการอ่านใช้ในการอ่านน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ (2.13%)



แผนภูมิที่ 4.128 สื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

4.5 การจัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.

ในเรื่องการจัดประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร. ประจำปี 2564 ทางทีมที่ปรึกษา ได้ทำการหารือกับทีม สบร. เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด อาจทำให้เกิดความไม่สะดวกในการพบปะหรือการใช้สถานที่ต่างๆ ซึ่งได้รับความเห็นชอบให้ปรับเปลี่ยนวิธีการจัดประชุมจาก On-site เป็นการจัดประชุม Online ผ่านระบบ video conference เพื่อให้สามารถนำเสนอผลการประเมินในภาพรวมที่ได้จากการเก็บข้อมูลในช่วงแรกเพื่อให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่จาก 3 หน่วยงาน ได้แก่ สบร. ส่วนกลาง อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และมิวเซียมสยาม จากนั้นจะมีการระดมความคิดเห็นและแบ่งปันข้อมูลจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่จากทั้ง 3 หน่วยงาน จะเห็นได้ว่าการประเมินในปีนี้มีารรับฟังความคิดเห็นแบบเปิดกว้างจากผู้ให้บริการ ทั้งนี้ในการประชุมฯ ระดมความคิดเห็นจะเปิดโอกาสให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของทั้ง 3 หน่วยงาน สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยอ้างอิงตามจุดที่ต้องพัฒนาปรับปรุงของผลในการประเมินในครั้งนี้ โดยความคิดเห็นจะถูกพัฒนาในกึ่งระบบ mind map หรือแผนที่ความคิด เสมือนการจัดระบบความคิด ความสำคัญของเรื่องที่ควรพัฒนาปรับปรุง ซึ่งมุ่งหวังให้การระดมความคิดเห็นในการปรับปรุงและพัฒนาบริการครั้งนี้ สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยจัดการประชุมวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2564 เวลา 13.00 – 16.30 น. ผู้เข้าร่วมประชุมจาก 3 หน่วยงานรวมทั้งสิ้นจำนวน 48 ท่าน ดังแสดงในตารางที่ 4.84

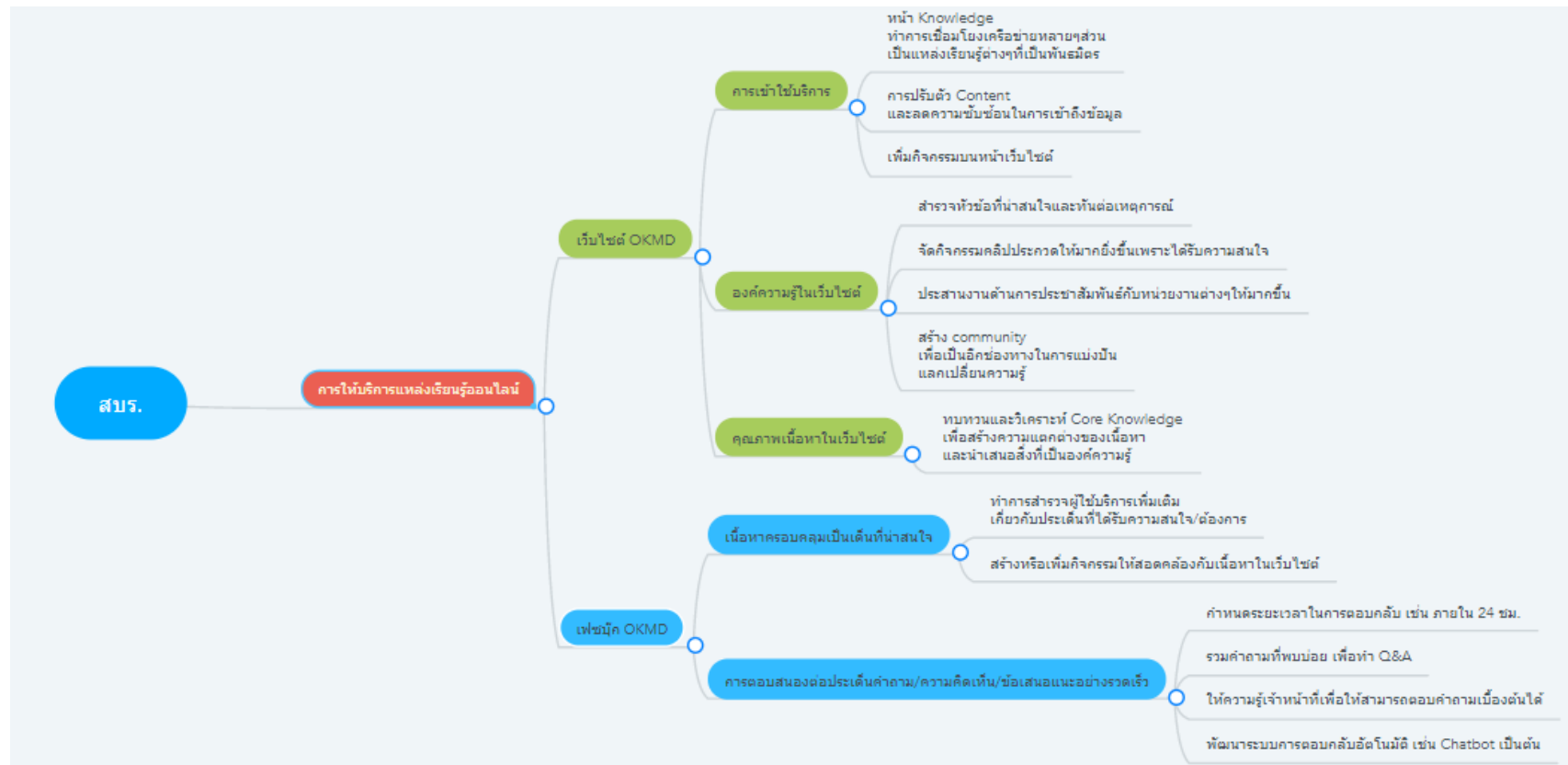
ตารางที่ 4.84 กำหนดการประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร.

เวลา	กำหนดการ
13.00 น.	เริ่มเปิดระบบ Video Conference
13.15 – 13.30 น.	กล่าวรายงาน โดย ผู้อำนวยการ ฝ่ายงบประมาณและติดตามประเมินผล กล่าวเปิดการสัมมนา โดย ผู้อำนวยการ สบร. และ เปิดวิดีโอเพื่อถ่ายภาพพร้อมกัน
13.30 – 14.30 น.	รายงานผลการศึกษา “งานประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564” โดย ทีมบริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด
14.30 – 14.45	พัก และเปลี่ยนเข้าห้องประชุมกลุ่มย่อยจำนวน 3 กลุ่ม
14.45 – 15.45 น.	ประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมความคิดเห็นและขยายผลการประเมินให้สามารถนำไปใช้พัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการ
15.45 – 16.30 น.	กลับเข้าสู่การประชุมร่วมกัน เพื่อนำเสนอ (ร่าง) แผนพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร.
16.30 น.	ปิดการประชุม

4.6 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของ สบร. ประจำปีงบประมาณ 2565

ในการจัดทำแผนพัฒนาฯ เป็นการนำผลการศึกษาจุดอ่อน-จุดแข็ง ที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อช่วยยกระดับในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการขององค์กร ให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจและการได้รับประโยชน์สูงสุด

4.6.1 สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)



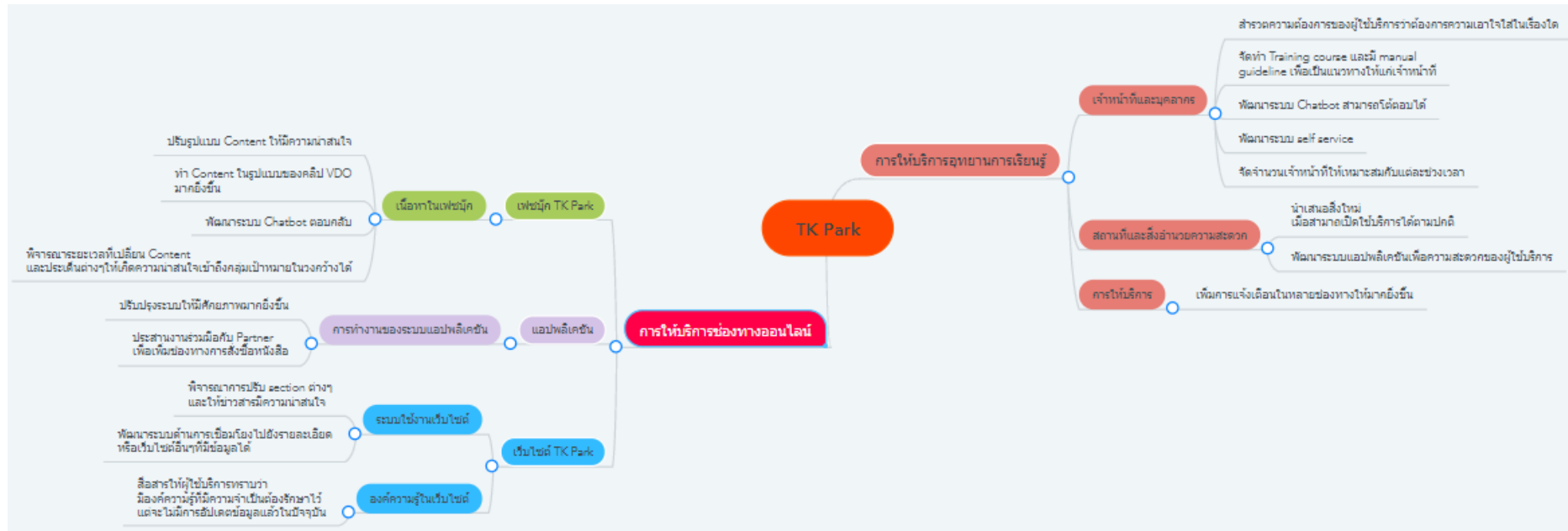
แผนภาพที่ 4.30 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน สบร.

ตารางที่ 4.85 รายละเอียดแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน สปร.

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
เว็บไซต์ OKMD	1. การเข้าใช้บริการ	ผู้ให้บริการต้องการให้มีหน้าจอสืบค้นข้อมูลได้ง่าย เนื่องจาก - เมนูบางส่วนอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ - มีความซับซ้อน ต้องเข้าหลายชั้น เพื่อที่จะเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ	การพัฒนาสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน โดยการแยกข้อมูลองค์กรในเว็บไซต์ ดังนี้ ■ หน้า Knowledge สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายหลายๆส่วน ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ที่เป็นพันธมิตรร่วมกัน มีการจัดแบ่ง Category ของ Knowledge และการปรับตัว Content lead เพื่อการเข้าถึงข้อมูลสามารถทำได้ง่าย ลดความซับซ้อน อีกทั้งยังง่ายต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ■ เพิ่มกิจกรรมออนไลน์บนหน้าเว็บไซต์
	2. องค์ความรู้ให้เว็บไซต์	กิจกรรม Okmdia (ประกวดคลิป) จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ให้บริการได้แบ่งปันความคิด ประสบการณ์และการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการยังคงมีความต้องการด้านองค์ความรู้ที่อยู่ในขณะเดียวกันปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานที่พบ จะเป็นในด้าน - งบประมาณที่จำกัด ส่งผลในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ - การบวกรวมมีความล่าช้า ทำให้คลิปที่มามีความล้ำสมัย ไม่ทันต่อเหตุการณ์	การพัฒนาสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ■ ทำการสำรวจและพัฒนา หัวข้อที่น่าสนใจและทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ โดยอ้างอิง/สำรวจหัวข้อจาก YouTube หรือ Twitter ตลอดจนการกำหนดหัวข้อจากความคิดเห็นของสมาชิก ว่าเรื่องใดเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมหรืออยู่ในกระแส ■ กิจกรรมในคลิปจะเป็นกิจกรรมที่สามารถพัฒนาทักษะของผู้ที่ส่งคลิปเข้าประกวด เพื่อให้คลิปมีคุณภาพ และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ตลอดจนจัดกิจกรรมให้บ่อยขึ้น ■ การประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ให้มากขึ้น ■ สร้าง community เพื่อเป็นอีกช่องทางให้คนที่มีความสนใจสามารถแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ในรูปแบบของคลิปวิดีโอ
	3. คุณภาพเนื้อหาในเว็บไซต์	ผู้ให้บริการต้องการให้มีการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ	■ ทบทวนและวิเคราะห์ Core Knowledge เพื่อสร้างความแตกต่างของเนื้อหา นำเสนอสิ่งที่เป็้องค์ความรู้ของ OKMD ให้มากยิ่งขึ้น โดยพิจารณาเรื่องราวที่น่าสนใจต้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
เฟซบุ๊ก OKMD	1. เนื้อหาครอบคลุมประเด็นที่น่าสนใจ		- สำรวจผู้ใช้บริการว่าต้องการเนื้อหาในประเด็นใด หรือมีความสนใจด้านใด เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการได้ - การสร้างหรือเพิ่มกิจกรรมที่สอดคล้องกับเนื้อหา ถือเป็นสิ่งที่ควรพิจารณา เพราะสามารถส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงเนื้อหาในอีกรูปแบบหนึ่ง ทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
	2. การตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	สาเหตุที่ตอบกลับล่าช้าอาจเกิดจากกิจกรรม หรือ Content ดังกล่าว มีเนื้อหาที่มีความเฉพาะ ดังนั้นจึงต้องประสานงานให้เจ้าหน้าที่หรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ตอบ	- การกำหนดนโยบายระยะเวลาในการตอบกลับข้อคิดเห็นต่างๆบนเฟซบุ๊ก เช่น ระยะเวลาตอบกลับไม่เกิน 24 ชั่วโมง เป็นต้น - รวบรวมคำถามพบบ่อย เพื่อจัดทำหัวข้อ Q&A เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถพบคำตอบได้ด้วยตนเอง - ให้ความรู้เจ้าหน้าที่เพื่อให้สามารถตอบคำถามผู้ใช้บริการในเบื้องต้นได้ - พัฒนาระบบ ให้มีการตอบกลับแบบอัตโนมัติเพื่อความรวดเร็วและข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน เช่น Chatbot หรือโปรแกรมอื่นๆ ที่สามารถตอบคำถามในเบื้องต้นได้

4.6.2 อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)



แผนภาพที่ 4.31 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ตารางที่ 4.86 รายละเอียดแผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

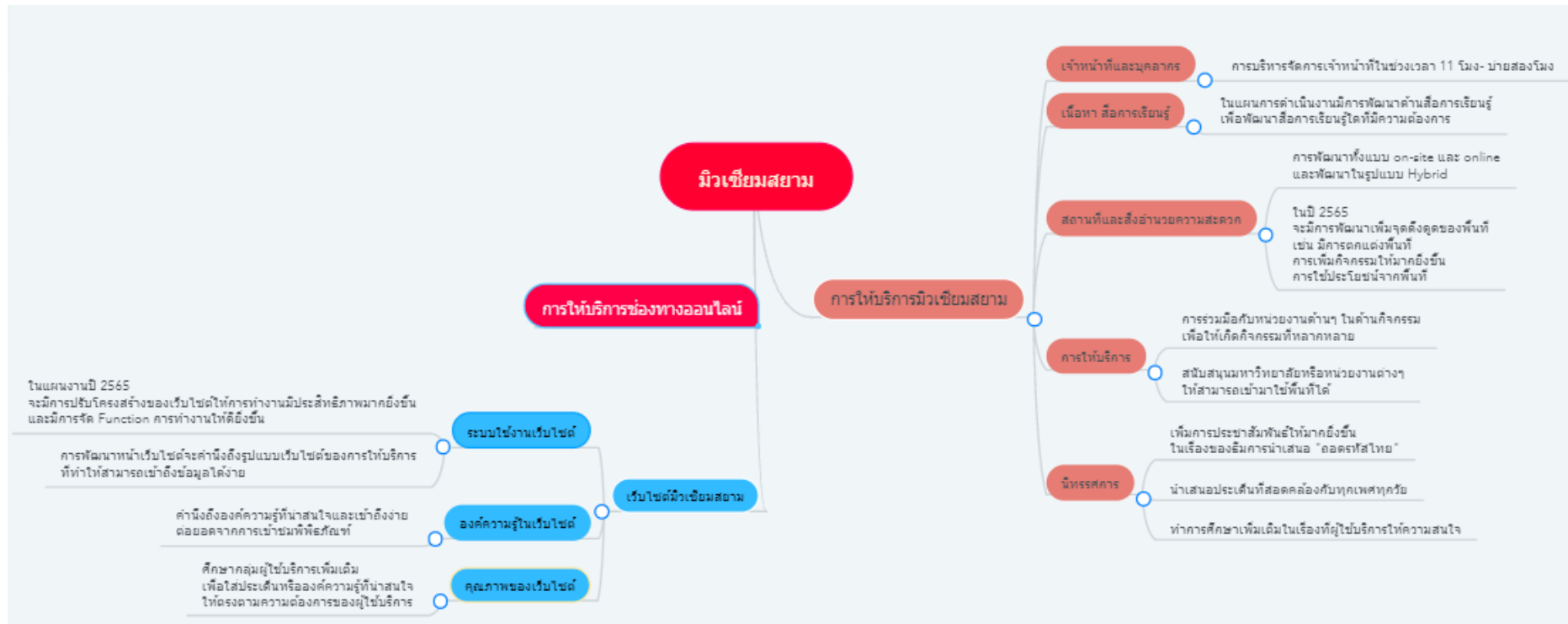
ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
TK Park	1. เจ้าหน้าที่และบุคลากร	ผู้ให้บริการต้องการให้เจ้าหน้าที่สนใจ และเอาใจใส่ให้มากกว่านี้ เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความเห็นว่าเจ้าหน้าที่ค่อนข้างดู ทั้งสถานที่ TK Park และช่องทางการตอบกลับทางออนไลน์	- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ให้บริการว่าต้องการความเอาใจใส่ในเรื่องใดเพื่อให้บริการได้ตรงจุดมากที่สุด - ความหลากหลายของบุคลิกของเจ้าหน้าที่ สามารถพัฒนาปรับปรุงโดยการจัด Training course และจัดทำ service guideline เพื่อช่วยในการแสดงออกที่เหมาะสมแก่ผู้ให้บริการ - ทำ Template ในการตอบคำถามเพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามได้อย่างเหมาะสม - พัฒนาระบบ Chatbot ให้สามารถโต้ตอบและตอบคำถามที่ซับซ้อนได้ เป็นอีกริธีที่สามารถช่วงแบ่งเบาภาระเจ้าหน้าที่และสามารถสร้างความพึงพอใจที่ดีขึ้นได้
		เจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการไม่เพียงพอ ทั้งนี้มีข้อชี้แจงจากเจ้าหน้าที่ TK Park ในเรื่องนี้ โดยจะมีเจ้าหน้าที่ประจำด้านในประมาณ 10 คน และด้านนอก 6 คนเป็นอย่างน้อย ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าบางช่วงเวลาที่มีคนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ	- จัดทำระบบ self service เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถหาข้อมูลด้วยตนเองได้ - จัดทำ guideline การให้บริการ self service ในรูปแบบ เช่น ขั้นตอนการให้บริการซึ่งรูปภาพประกอบ ที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าใจได้ และใช้งานได้ง่าย - จัดจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสมกับพื้นที่ให้บริการ และช่วงเวลาเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณา เช่น ช่วงเวลาเลิกเรียนที่ผู้ให้บริการเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ควรเตรียมจำนวนหน้าที่ให้เหมาะสม แต่ช่วงเวลาระหว่างวันสามารถลดจำนวนเจ้าหน้าที่เพื่อทำงานในส่วนอื่นๆ เป็นต้น

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
	2. สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ผู้ให้บริการต้องการพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้ ซึ่งในเรื่องนี้สาเหตุอาจเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ ส่งผลให้ TK Park สามารถเปิดทำการได้เพียงระยะเวลาสั้นมาก หลังจากเหตุการณ์ไฟไหม้ และต้องทำการปิดอีกครั้งเนื่องจากสถานการณ์โควิด เนื่องจากประกาศของทาง กทม. ทั้งนี้ส่งผลต่อภาพจำของบรรยากาศ สภาพแวดล้อมการใช้พื้นที่ TK Park ห้างหายไป	- นำเสนอสิ่งใหม่หรือสิ่งที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจ/ประทับใจ ในกรณีที่อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) สามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติ - สร้างบรรยากาศที่ดีในการสร้างแรงบันดาลใจใหม่ๆ ให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการ และให้บริการพื้นที่หรือการจัดโซนพื้นที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
		- การใช้บริการแอปพลิเคชัน myTK ไม่เสถียร ซึ่งปัญหาในเรื่องนี้ส่วนใหญ่สาเหตุมาจาก Internet ของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การใช้งานของแอปพลิเคชัน ห้องสมุดออนไลน์ และ บริการห้องสมุด มีการให้บริการที่แยกจากกัน เนื่องจาก Pattern ในการทำงานแตกต่างกัน - อย่างไรก็ตาม แอปพลิเคชันนี้เริ่มใช้เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2564 และมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเปิด-ปิด พื้นที่ ทำให้ผู้ใช้บริการมีการใช้แอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น	- จากข้อจำกัดในเรื่อง Pattern ของแอปพลิเคชันที่ไม่สามารถรวมห้องสมุดออนไลน์ และ บริการห้องสมุดเข้าด้วยกันได้ ดังนั้น ทาง TK Park จะต้องทำการสื่อสารตลอดจนการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน จัดทำคู่มือแบบง่ายในการเข้าใช้บริการ และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการทราบมากยิ่งขึ้น - พัฒนาระบบการให้บริการแอปพลิเคชันอยู่เสมอ ทั้งนี้ควรรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ใช้บริการโดยตรง เพื่อที่สามารถพัฒนาการทำงานของแอปพลิเคชันได้ตรงตามความต้องการ และสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และรองรับจำนวนผู้ใช้บริการได้มากขึ้นในอนาคต
	3. การให้บริการ	ผู้ให้บริการต้องการให้มีการแจ้งเตือนเมื่อมีหนังสือเข้ามาใหม่ ทั้งนี้มีการชี้แจงจากเจ้าหน้าที่ในเรื่องนี้โดยปกติแล้วจะมีการแจ้งเตือนผ่านหน้าเว็บไซต์และแอปพลิเคชันทันที แต่อุปสรรคคือ ช่วงที่แสดง	- เพิ่มการแจ้งเตือนในหลายช่องทาง เช่น เพชบุ๊ก เพื่อให้รับทราบและเข้าถึงมากยิ่งขึ้น - พัฒนาระบบแอปพลิเคชัน My TK เพื่อสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละราย เช่น หากมีการยืมคืนหนังสือจากนักเขียนท่านนี้บ่อยๆ หมวดหมู่ประเภทหนังสือนวนิยายบ่อยๆ ระบบจะทำการจำหรือบันทึกข้อมูล

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
		หนังสือใหม่มากที่สุดจะอยู่ประมาณ 100 เล่ม ทำให้ผู้ใช้บริการ/สมาชิกไม่เห็นหนังสือที่ต้องการ แต่หากทำการสืบค้นก็จะพบว่าหนังสือเข้ามาใหม่	และมีการแจ้งเตือนหากมีหนังสือจากนักเขียนท่านนี้ หรือ ประเภทหนังสือที่ยืมคืนบ่อยๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยและตรงตามความต้องการ/ ความสนใจ เป็นต้น
เว็บไซต์ TK Park	1. ระบบการใช้งานเว็บไซต์	ผู้ใช้บริการต้องการความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ และ ผู้ใช้บริการต้องการข้อมูลที่ครบครันและทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้มีการชี้แจงจากเจ้าหน้าที่ TK Park เกี่ยวกับข่าวสารที่มีความครบถ้วนและมีการอัปเดตอยู่เสมอ แต่ไม่ได้เป็นจุดเด่นของเว็บไซต์	■ ปรับ Section ในหัวข้อด้านต่างๆ ให้ข่าวสารมีความโดดเด่นและน่าสนใจ ■ พัฒนาระบบในด้านของการเชื่อมโยง ในหัวข้อที่น่าสนใจ โดยเฉพาะเรื่องราวที่กำลังได้รับความนิยม เพื่อให้เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดหรือศึกษาเนื้อหาจากเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้
	2. องค์ความรู้ในเว็บไซต์	ผู้ใช้บริการคิดว่าอยากให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ในด้าน Read me Egazine และ ห้องสมุดดนตรี ซึ่งทาง TK Park ได้ชี้แจงว่า ไม่มีการอัปเดตตั้งแต่ปี 2562	■ สื่อสารให้ผู้ใช้บริการเข้าใจว่าเป็นองค์ความรู้ที่จะต้องคงไว้ และไม่มีการอัปเดตแล้วในปัจจุบัน
เฟซบุ๊ก TK Park	เนื้อหาในเฟซบุ๊ก		■ ปรับรูปแบบ Content ให้มีความน่าสนใจ และทันสมัยตาม Trend และตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ■ จัดทำ Content ในรูปแบบของ VDO เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ■ พัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของ chatbot เพื่อให้มีการตอบกลับ ■ กำหนดระยะเวลาในการเปลี่ยน content การลดหรือเพิ่มประเด็นต่างๆ ให้มีความเหมาะสม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างได้
แอปพลิเคชัน	การทำงานของระบบ	มีหลายแอปพลิเคชันทำให้เกิดความสับสน หนังสือในแอปพลิเคชันมีไม่เพียงพอ ทั้งนี้มีการชี้แจงจากเจ้าหน้าที่ ในเรื่องของ license การยืมหนังสือ และ	■ พัฒนาให้ระบบแอปพลิเคชันมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และให้ระบบใหม่สามารถรองรับระบบออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
		เรื่องงบประมาณ ซึ่งปัญหานี้ชัดเจนมากขึ้นในช่วง ระยะเวลาโควิด ที่พื้นที่ปิดทำให้มีความต้องการ สูงขึ้น คนใช้งานแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น	การประสานงาน การร่วมเป็น Partner กับสำนักพิมพ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางให้เป็น ช่องทางในการส่งหนังสือ เพื่อเป็นอีกช่องทางการจำหน่ายเป็นตอบรับความต้องการ ของผู้ใช้บริการ และสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ TK Park อีกด้วย

4.6.3 มิวเซียมสยาม



แผนภาพที่ 4.32 แผนการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน มิวเซียมสยาม

ตารางที่ 4.87 รายละเอียดแผนการพัฒนาคณาการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงาน มิวเซียมสยาม

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
มิวเซียมสยาม	1. เจ้าหน้าที่และบุคลากร	ผู้ให้บริการต้องการให้มีเจ้าหน้าที่เพียงพอในจุดที่ให้บริการ ซึ่งมีการชี้แจงจากทางมิวเซียมสยามว่าจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ไม่พอเพียงเกิดขึ้นช่วงเวลา 11 โมง – บ่ายสองโมง เนื่องจากเป็นช่วงพักเบรกของเจ้าหน้าที่ และขณะนี้ไม่มีนโยบายการรับเจ้าหน้าที่เพิ่มเติม ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอโดยเฉพาะในช่วงเวลาดังกล่าว	จัดเจ้าหน้าที่ฝ่ายสำนักงานเข้าไปดูแลเพิ่มเติมในช่วงเวลา 11 โมง – บ่ายสองโมง เพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการในช่วงเวลาดังกล่าว
	2. เนื้อหา สื่อการเรียนรู้		พัฒนางานด้านสื่อการเรียนรู้
	3. สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ผู้ให้บริการต้องการพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้	- มิวเซียมสยามมีการพัฒนางานในรูปแบบของ มิวเซียมสยามเอง และเพิ่มเติมเข้ามาในรูปแบบของออนไลน์ ซึ่งหากสถานการณ์โควิด เริ่มคลี่คลาย ในอนาคตก็ยังคงพัฒนาในรูปแบบของ Hybrid ต่อไป - หากสถานการณ์มีการกลับมาเป็นปกติ ทางมิวเซียมสยามมีแผนที่จะพัฒนาการใช้พื้นที่ต่างๆ ให้เป็นมากกว่าพื้นที่การเรียนรู้ แต่ยังสามารถต่อยอดในเรื่องอื่นๆ ได้ โดยในปี 2565 จะมุ่งเน้นในการพัฒนาจุดดึงดูด เพิ่ม activity ตลอดจนมีการตกแต่งสถานที่สร้างบรรยากาศให้พื้นที่มีความสอดคล้องกับ lifestyle ให้มากยิ่งขึ้น ผู้ให้บริการสามารถเข้ามาเยี่ยมชมตึก อาคาร หรือนั่งเล่นพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้จะมีการพัฒนาพื้นที่ในส่วนของห้องคลังความรู้ ที่เป็นห้องสมุด ปรับให้เป็น co-working space เพื่อให้สามารถให้ผู้บริการเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ - สร้าง community สำหรับคนที่ชื่นชอบในงานศิลปะ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันแลกเปลี่ยนและ การใช้เข้ามาใช้พื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
	4. การให้บริการ		■ การร่วมมือกับพันธมิตร หรือ หน่วยงานต่างๆ ภายนอก เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดขึ้น ตลอดจนประเภทของงานที่จัด เช่น งานศิลปะ งานดนตรี งานหนังสือ ซึ่งเป็นส่วนที่เติมเต็มให้องค์ความรู้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในเรื่องของศิลปวัฒนธรรม ■ การสนับสนุนกิจกรรมของมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ให้สามารถเข้ามาใช้พื้นที่ได้
	5. นิทรรศการ	■ ผู้ใช้บริการต้องการให้เรื่องที่จัดแสดงมีความน่าสนใจมากกว่านี้ เนื่องจากความคาดหวังของผู้ใช้บริการค่อนข้างสูง ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงและมีความแปลกใหม่อยู่เสมอ ทั้งนี้มีทางมิวเซียมสยามได้มีการชี้แจงถึงรูปแบบของมิวเซียมสยามที่ต้องการนำเสนอในรูปแบบการจัดทำนิทรรศการโดยการใช้สื่อที่หลากหลาย เพื่อให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนรู้ของผู้ใช้บริการ ตลอดจนการเพิ่มศักยภาพการรับรู้ของผู้ใช้บริการอีกด้วย	■ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น ในเรื่องของธีมการนำเสนอ ชุดนิทรรศการ “ถอดรหัสไทย” วัตถุประสงค์ของห้องต่างๆ ที่ต้องการบอกเล่าเรื่องราวที่แตกต่างกันไป เช่น ห้องไทยแปลไทย ที่ต้องการแสดงสิ่งของหรือการใช้งานของสิ่งของนั้น เช่น หลักศิลาจารึก หรือ ในห้องไทยดีโคตร ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม อาจจะทำเป็นป้ายหรือ QR code เพื่อช่วงให้สามารถรับชมข้อมูลในภาพรวม หรือข้อมูลเพิ่มเติมได้
		■ ผู้ใช้บริการต้องการให้พิจารณาความเหมาะสมของประเด็นที่นำเสนอในนิทรรศการ มีการชี้แจงจากทางมิวเซียมสยามถึงกลุ่มเป้าหมายหลักซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่อย่างไรก็ตาม ทางมิวเซียมสยามมีการพัฒนาเครื่องมือหรือสื่อต่างๆที่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายเช่นเดียวกัน	■ จัดทำข้อมูล รูปแบบการนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับทุกเพศทุกวัย ■ ทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ

ช่องทาง	ประเด็นที่ควรพัฒนา	ความต้องการ - ปัญหาหรืออุปสรรค	แผนการดำเนินงาน/ แผนในการพัฒนาของหน่วยงาน
เว็บไซต์ มิวเซียมสยาม	1.ระบบการใช้งาน เว็บไซต์	ผู้ให้บริการต้องการให้การหาข้อมูลทำได้ง่าย	■ ในแผนงานปี 2565 มีการปรับระบบโครงสร้างเว็บไซต์ให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการ design รูปแบบหน้าเว็บไซต์และมีการจัด function การทำงานของเว็บไซต์ให้ดียิ่งขึ้น ■ ทำการ restructure หน้าเว็บไซต์ใหม่ ซึ่งปัจจุบันเป็นเหมือนเว็บไซต์ทั่วไป แต่จะมีการปรับเปลี่ยนให้เป็นเว็บไซต์ที่คำนึงถึงรูปแบบในการให้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น โดยมีการประยุกต์ใช้หลักการ e-commerce ทำการคลิกไม่เกิน 3 ครั้ง และสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ
	2.องค์ความรู้ในเว็บไซต์	■ การพัฒนาในด้านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์	■ จัดการการแสดงผลในการระบุที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ต่างๆได้
		■ การพัฒนาในด้าน Mobile Application ซึ่งผู้ให้บริการไม่ได้ระบุ ชื่อแอปพลิเคชันที่ชัดเจน เพราะมีการให้บริการ 3 แอปพลิเคชัน ได้แก่ แอปพลิเคชันมิวเซียมสยาม แอปพลิเคชันมิวเซียมไทยแลนด์ และแอปพลิเคชันมิวเซียม pass	■ ปรับปรุงพัฒนาโดยการ restructure และ รองรับการใช้งานให้เสถียรมากยิ่งขึ้น ■ นำเสนอองค์ความรู้ที่สามารถเข้าถึงง่ายและมีความน่าสนใจ ต่อยอดจากการเข้าชมมิวเซียมสยาม
	3.คุณภาพของเว็บไซต์	ผู้ให้บริการต้องการให้เนื้อหาในเว็บไซต์ ครอบคลุมประเด็นที่น่าสนใจ	■ ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของรายละเอียดในเว็บไซต์ ความต้องการของผู้ให้บริการให้เกิดความชัดเจน ในลำดับถัดไป

บทสรุปจากทีมที่ปรึกษา

เมื่อกล่าวถึงการให้บริการ สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่งคือ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง มากไปกว่านั้นการออกแบบรูปแบบการสื่อสาร ช่องทางที่ต้องการสื่อสารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการที่สามารถสื่อสารวัตถุประสงค์ขององค์กร ให้ผู้ให้บริการได้รับทราบและได้รับประโยชน์สูงสุดเช่นกัน ทั้งนี้การสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ๆ หรือนำเสนอ สิ่งที่น่าสนใจเป็นสิ่งที่ท้าทายเท่าๆกับการรักษามาตรฐานหรือคงคุณภาพการบริการที่ดีอยู่แล้วให้ดีมากขึ้นไปอีก จากการประชุมวิชาการและการระดมความคิดเห็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของทั้ง 3 หน่วยงาน แสดงให้เห็นว่าแต่ละหน่วยงานไม่ได้หยุดการพัฒนาแต่อย่างใด ในทางกลับกันทุกหน่วยงานมีการพิจารณาและวางแผนการดำเนินงานไว้เป็นอย่างดี ในช่วงเวลาสถานการณ์โควิดอาจเป็นช่วงเวลาแต่ละหน่วยงานต้องทำการปรับตัว โดยประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญแบ่งเป็น 5 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. เรื่องการบริหารจัดการบุคลากร ซึ่งบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กรและเป็นกระบอกเสียงที่จะบอกเล่าเรื่องราวได้เป็นอย่างดี ควรมีการจัดอบรมและ guideline เกี่ยวกับการให้บริการอย่างไรก็ตาม เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์โควิดทำให้ต้องมีการจัดสรรบุคลากรให้ตรงตามความต้องการ และมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ให้เกิดความเหมาะสม ทั้งนี้การนำระบบ self-service เข้ามาใช้งาน อาจจะเป็นการลดภาระของเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อคำถามหรือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันถ่วงที
2. เรื่องการเข้าใช้พื้นที่ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จะเห็นได้ว่าทั้ง TK Park และมิวเซียมสยามมีแผนในการพัฒนาการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์ แต่เนื่องจากประกาศจากทางรัฐบาลทำให้ต้องสถานที่ที่ต้องถูกปิดเป็นการชั่วคราว ซึ่งหากมีการเปิดใช้พื้นที่ได้ จะเป็นโอกาสที่ดีในการนำเสนอจุดเด่นต่างๆที่มีการพัฒนาแล้ว ทำให้สามารถดึงดูดให้ผู้ให้บริการเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากส่วนใหญ่อยู่บ้านเป็นเวลานาน ต้องการที่จะทำกิจกรรมหรือเปลี่ยนบรรยากาศ
3. เรื่องการให้บริการช่องทางออนไลน์ต่างๆ ยังเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการต้องการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัด และเป็นเรื่องในทุกหน่วยงานตระหนักดีว่าต้องพัฒนาระบบออนไลน์ ตลอดจนองค์ความรู้ เนื้อหาประเด็นต่างๆ ให้ถูกต้อง ครบคลุม เข้าถึงได้ง่ายและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เรื่องการประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องสำคัญมีความจำเป็นที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ให้บริการรับรู้ข้อมูลการอัปเดต และเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงทุกเพศทุกวัย และไม่ทำให้เกิดการสับสน แต่รูปแบบการประชาสัมพันธ์อาจมีการพัฒนาร่วมกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ให้บริการในวงกว้างได้
5. เรื่องการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถลงลึกในรายละเอียดของการทำงาน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีกลุ่ม target ที่ชัดเจน แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องคำนึงถึงการให้ความรู้แก่ทุกเพศทุกวัย ดังนั้น

การออกแบบการบริการ หรือการนำเสนอองค์ความรู้จะต้องเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย หากได้รับทราบความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย จะสามารถเห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. แบบสอบถามความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของ
ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม

ก. แบบสอบถามความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) และ มิวเซียมสยาม

อุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

ชื่อของผู้สัมภาษณ์: _____ หมายเลขพนักงาน _____

แนะนำตัว: สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน _____ เป็นตัวแทนจากบริษัททีเคอีเอส จำกัด ได้รับมอบหมายจากทาง TK Park ให้ทำการสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการ TK Park ประจำปีงบประมาณ 2564 เพื่อนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ทางบริษัทจึงใคร่ขอเวลาของคุณประมาณ 15 - 20 นาที เพื่อทำการสัมภาษณ์ในเรื่องดังกล่าว ไม่ทราบว่าคุณสะดวกหรือไม่ครับ/ค่ะ

แบบสอบถามชุดที่ _____	
วันที่ _____ เวลาเริ่ม _____	เสร็จ _____ รวม _____ นาที
ชื่อ Supervisor _____	ID _____
ชื่อ QC _____	ID _____
ชื่อ Editor _____	ID _____

ชื่อ-นามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์: _____ ที่อยู่: เขต/ อำเภอ _____

จังหวัด _____ โทรศัพท์ _____ อีเมล _____

ส่วนที่ 1 คำถามเพื่อการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลทั่วไป

S1. ไม่ทราบว่าคุณเป็นเจ้าของหน้าที่ อยู่ในหน่วยงานเหล่านี้หรือไม่

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD)	1	ยุติการสัมภาษณ์
สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	2	
สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม)	3	
ไม่มีทั้งหมดที่กล่าวมานี้	4	สัมภาษณ์ต่อ

S2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเข้าร่วมในการวิจัยตลาดหรือไม่

เคย	1	ยุติการสัมภาษณ์
ไม่เคย	2	สัมภาษณ์ต่อ

S3. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุและวงคำตอบด้านล่าง ปี _____

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 - 39 ปี	6
13 - 15 ปี	2	40 - 49 ปี	7
16 - 18 ปี	3	50 - 59 ปี	8
19 - 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 - 29 ปี	5		

S4. บันทึกเพศ (ระบุตามบัตรประชาชน)

ชาย	1
หญิง	2

S5. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

S6. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

S7. คุณใช้บริการ TK Park มาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

เพิ่งใช้บริการเป็นครั้งแรก	1 (ข้ามไปข้อ A1)	ใช้บริการมาแล้ว 1 ปี -3 ปี	4
ใช้บริการมาแล้วน้อยกว่า 6 เดือน	2	ใช้บริการมาแล้ว 4 ปี -5 ปี	5
ใช้บริการมาแล้ว 6 เดือน - 1 ปี	3	ใช้บริการมาแล้วมากกว่า 5 ปี	6

S8. ความถี่ในการเข้าใช้บริการ TK Park บ่อยแค่ไหน (ในสถานการณ์ปกติ)

สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	1	2 - 3 เดือนครั้ง	5
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	2	4 - 6 เดือนครั้ง	6
เดือนละ 2 ครั้ง (2 สัปดาห์มา 1 ครั้ง)	3	ปีละครั้ง	7
เดือนละ 1 ครั้ง	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

ส่วนที่ 2 ประสบการณ์ในการใช้บริการ

A1. โดยส่วนมาก เวลาใช้บริการ TK Park คุณมากับใคร มาใช้บริการ /TK Park กับใคร

มาคนเดียว	1
ครอบครัว	2
เพื่อน	3
สถานศึกษา	4
อื่นๆ ระบุ.....	5

A2. ระยะเวลาที่คุณอยู่ที่ TK Park นานแค่ไหน นาที/ชั่วโมง

น้อยกว่า 30 นาที	1
30 นาที - 1 ชั่วโมง	2
1 ชั่วโมงขึ้นไป - 2 ชั่วโมง	3
มากกว่า 2 ชั่วโมง	4

A3. คุณรู้จัก TK Park ครั้งแรก ผ่านช่องทางใด (คำตอบเดียว)

A4. คุณได้รับข่าวสารจาก TK Park ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ใดบ่อยที่สุด (คำตอบเดียว)

ช่องทาง	A3 (SA)	A4 (SA)
เว็บไซต์ของ TK Park (www.tkpark.or.th)	1	1
สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, YouTube, Twitter , ฯลฯ)	2	2
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ	3	3
ป้ายโฆษณาในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์	4	4
เดินมาเจอโดยบังเอิญ	5	5
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์	6	6
อื่นๆ ระบุ	7	7

A5. คุณเป็นสมาชิก TK Park หรือไม่

เป็นสมาชิก	1	อายุระหว่าง 6-24 ปี ถ้ามต้อข้อ A8
ไม่เป็นสมาชิก	2	ถ้ามต้อ ส่วนที่ 3

A6. เหตุผลที่ทำให้คุณใช้บริการ TK Park (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A7. เหตุผลที่สำคัญที่สุดทำให้คุณใช้บริการ TK Park (คำตอบเดียว)

เหตุผล	A6 (MA)	A7 (SA)
มีหนังสือ นิตยสารและสื่อการเรียนรู้ ที่ทันสมัย	1	1
เป็นสถานที่ที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	2	2
เข้าร่วมกิจกรรม อบรม สัมมนา เวิร์กช็อป และการบรรยายต่างๆ	3	3
เดินทางมาใช้บริการสะดวก	4	4
บริการ Book Delivery (ถ้าตอบโค้ด 2 ในข้อ A5 ตัวเลือกนี้จะไม่ปรากฏ)	5	5
บริการ TK Park Online Library (ถ้าตอบโค้ด 2 ในข้อ A5 ตัวเลือกนี้จะไม่ปรากฏ)	6	6
อื่นๆ ระบุ	7	7

(คำถามข้อ A8-16 สำหรับเยาวชนที่เป็นสมาชิก TK Park อายุระหว่าง 6-24 ปี)

A8. ปกติคุณเป็นคนชอบอ่านหนังสือหรือไม่

ชอบ	1
ไม่ชอบ	2

ระบุเหตุผลที่ชอบ/ ไม่ชอบอ่านหนังสือ

.....

.....

A9. คุณใช้เวลาในการอ่านสาระ/ข้อมูล ทั้งในรูปแบบเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ นอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน บ่อยเพียงใด

นานๆ ครั้ง	1	สัปดาห์ละ 4-6 วัน	4
สัปดาห์ละ 1 วัน	2	ทุกวัน	5
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	3		

A10. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการอ่านสาระ/ข้อมูล ทั้งในรูปแบบเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ นอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน

.....นาทื/ วัน

A11. สถานที่ที่คุณมักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงานมากที่สุด

บ้าน	1	สวนสาธารณะ	5
ที่ทำงาน	2	ห้องสมุด	6
สถานศึกษา	3	ร้านกาแฟ	7
รถโดยสารสาธารณะ รถไฟฟ้า (ระหว่างการเดินทาง)	4	สถานที่เช่าเพื่อนั่งทำงาน อ่านหนังสือ (Co-working Space)	8
อื่นๆ ระบุ.....	9		

A12. อะไรเป็นเหตุผลหรือแรงจูงใจให้คุณชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน (ตอบได้ไม่เกิน 3 คำตอบ)

เพื่อเพิ่มความรู้ให้กับตนเอง	1	เพื่อการศึกษา	5
เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร	2	ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	6
สนใจ/ อยากรู้	3	เพื่อพัฒนาตนเอง ช่วยส่งเสริมในการทำงาน	7
เพื่อความบันเทิง	4	เป็นคนชอบอ่านหนังสือ	8
อื่นๆ ระบุ.....	9		

A13. ประเภทหนังสือ วารสาร เอกสาร บทความ ทั้งในรูปแบบเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่คุณมักจะอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หนังสือพิมพ์	1	แบบเรียน/ ตำราเรียนตามหลักสูตร	5
นิตยสาร	2	ตำรา/ หนังสือ/ เอกสาร/ บทความต่างๆ/ ความรู้ทั่วไป	6
วารสาร/เอกสารประเภทอื่นๆ ที่ออกเป็นประจำ	3	หนังสือ/ เอกสาร/ บทความเกี่ยวกับคำสอนทางศาสนา	7
นวนิยาย/ การ์ตูน/ หนังสืออ่านเล่นต่างๆ	4	ข้อความในสื่อสังคมออนไลน์/ SMS/ อีเมล	8
อื่นๆ ระบุ.....	9		

A14. ประเภทเนื้อหาสาระความรู้ที่ชอบอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สารคดี/ ความรู้ทั่วไป	1	ความรู้ด้านสุขภาพ	6
บันเทิง	2	ความรู้ด้านอาชีพ	7
ข่าว	3	ความรู้ด้านการพัฒนาตนเอง/ จิตวิทยา	8
คำสอนทางศาสนา/ ปรัชญา	4	ความคิดเห็น/ บทวิเคราะห์	9
ความรู้ทางวิชาการ	5	อื่นๆ ระบุ.....	10

A15. ประเภทสื่อ/ ช่องทางที่ใช้ในอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงานมากที่สุด

รูปเล่มหนังสือ/ เอกสาร	1	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	2
------------------------	---	--------------------	---

A16. กรณาระบุช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการอ่านนอกเวลาเรียน/ นอกเวลาทำงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แอปพลิเคชัน	1	สื่อโซเชียลมีเดีย ระบุ.....	2
เว็บไซต์	3	อีเมล	4
อื่นๆ ระบุ.....	5		

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

กรณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1. คุณมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด		
1) ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5	
2) ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5	
3) อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ	1	2	3	4	5	
4) ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา	1	2	3	4	5	
5) ความพยายามที่จะช่วยเหลือ	1	2	3	4	5	
6) ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	1	2	3	4	5	
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	1	2	3	4	5	

B2. คุณมีความพึงพอใจต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้ ของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด		
1) ความหลากหลายของประเภทหนังสือ	1	2	3	4	5	
2) หนังสือตรงตามความต้องการ	1	2	3	4	5	
3) หนังสือมีความเพียงพอต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5	
4) ความทันสมัย/ ความแปลกใหม่ ของหนังสือ	1	2	3	4	5	
5) ความเพียงพอของวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และคอมพิวเตอร์	1	2	3	4	5	
6) อุปกรณ์ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากยิ่งขึ้น	1	2	3	4	5	
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเนื้อหา สื่อการเรียนรู้	1	2	3	4	5	

B3. คุณมีความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
1) ขนาดพื้นที่ให้บริการ	1	2	3	4	5
2) สถานที่มีความสะดวกสบาย	1	2	3	4	5
3) ความสะอาดของพื้นที่	1	2	3	4	5
4) มีพื้นที่สงบเพื่อใช้ในการเรียนรู้และการทำงาน	1	2	3	4	5
5) มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้	1	2	3	4	5
6) การใช้บริการแอปพลิเคชัน MyTK	1	2	3	4	5
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	1	2	3	4	5

B4. คุณมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
1) วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ	1	2	3	4	5
2) อัตราค่าบริการ	1	2	3	4	5
3) ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก	1	2	3	4	5
4) ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดบริการอย่างชัดเจน	1	2	3	4	5
5) การเพิ่มช่องทางให้สามารถแสดงความคิดเห็น	1	2	3	4	5
6) เพิ่มช่องทางบริการ ยืม คืน หนังสือเพื่อความสะดวก	1	2	3	4	5
7) การแจ้งเตือน เมื่อมีหนังสือเข้ามาใหม่	1	2	3	4	5
8) ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

B4A. คุณมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเสริม ของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด		ไม่เคยใช้
1) การใช้บริการแอปพลิเคชัน MyTK	1	2	3	4	5	11
2) บริการ TK Book Delivery	1	2	3	4	5	11
3) บริการยืมสื่อการเรียนรู้ เช่น ของเล่น เครื่องดนตรี บอร์ดเกม ฯลฯ	1	2	3	4	5	11

B5. คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ TK Park	1	2	3	4	5

B5.1 คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดของ TK Park	1	2	3	4	5

B6. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อ TK Park ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ 1. ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 2. ด้านเนื้อหา สื่อเรียนรู้	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 4. ด้านการให้บริการ	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ 1 - 4 จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ของแต่ละข้อที่เลือกตอบ

.....

.....

ส่วนที่ 4 การได้รับประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ TK Park

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือ/ได้รับประโยชน์มากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. คุณได้รับประโยชน์จาก TK Park ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทำให้ได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ และมีคุณภาพ	1	2	3	4	5
2) กิจกรรมการเรียนรู้ที่เข้าร่วมสามารถนำไปใช้เพิ่มทักษะความรู้ในการเรียน การทำงานและชีวิตประจำวัน	1	2	3	4	5
3) สามารถส่งเสริมและสร้างนิสัยรักการอ่านการเรียนรู้	1	2	3	4	5
4) เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้จินตนาการและแรงบันดาลใจ	1	2	3	4	5
5) มีความแตกต่างที่น่าสนใจจากแหล่งเรียนรู้ประเภทเดียวกัน	1	2	3	4	5
6) มีความคุ้มค่าของการใช้บริการเมื่อเทียบกับค่าบริการ/เวลา/การเดินทาง	1	2	3	4	5
7) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการ TK Park	1	2	3	4	5

C2. คุณมีความเห็นอย่างไรกับการใช้บริการส่วนอื่นๆ ของ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด					ไม่ทราบ
1) TK Public Online Library - ห้องสมุดออนไลน์	1	2	3	4	5	99
2) Book Delivery	1	2	3	4	5	99
3) กิจกรรม และสื่อการเรียนรู้ออนไลน์	1	2	3	4	5	99

ส่วนที่ 5 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อ TK Park ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการของ TK Park ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการของ TK Park	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจบริการของ TK Park ได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) TK Park สามารถให้บริการได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) TK Park ปฏิบัติกับฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) เมื่อเกิดปัญหา ฉันมั่นใจว่าเจ้าหน้าที่ TK Park จะสามารถให้คำแนะนำและติดตามแก้ไขปัญหาให้กับฉันได้	1	2	3	4	5
7) เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติต่อฉัน ด้วยความเคารพและให้เกียรติ	1	2	3	4	5
8) ฉันภูมิใจที่ได้เข้าใช้บริการ TK park	1	2	3	4	5
9) TK Park เป็นองค์กรที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
10) TK Park เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของ TK Park

กรุณาระบุระดับความสำคัญน้อยที่สุด/และหรือความสำคัญมากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = ความสำคัญน้อยที่สุด จนถึง 5 = ความสำคัญมากที่สุด

E1. หากในอนาคต TK Park มีแผนที่จะพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ คุณคิดว่าประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ สำคัญมากน้อยเพียงใด

ประเด็น	สำคัญน้อยที่สุด → สำคัญมากที่สุด				
1) การเพิ่มจำนวนของหนังสือ และสื่ออื่นๆ	1	2	3	4	5
2) การเพิ่มความหลากหลายของประเภทหนังสือและสื่ออื่นๆ	1	2	3	4	5
3) การปรับปรุงขยายและเพิ่มพื้นที่สำหรับการอ่าน	1	2	3	4	5
4) ช่องทางประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	1	2	3	4	5
5) พัฒนาการสมาชิกผ่าน Application เช่น สมัครงานสมาชิก ยืมต่อ เช่าประวัติการยืม ต่ออายุสมาชิกและอื่นๆ	1	2	3	4	5
6) กิจกรรมพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21 เช่น ทักษะดิจิทัล การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม ฯลฯ	1	2	3	4	5
7) ตู้บริการยืมคืนหนังสืออัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ	1	2	3	4	5

E2. คุณคิดว่า TK Park มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

.....

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลาให้ข้อมูลในวันนี้ครับ/ค่ะ

มิวเซียมสยาม

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

ชื่อของผู้สัมภาษณ์: _____ หมายเลขพนักงาน _____

แนะนำตัว: สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน _____ เป็นตัวแทนจากบริษัทนเคอร์รี่เสิร์ชฯ ได้รับมอบหมายจากทางมิวเซียมสยาม ให้ทำการสำรวจ ความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม ประจำปีงบประมาณ 2564 เพื่อนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ทางบริษัทจึงใคร่ขอเวลาของคุณประมาณ 15 - 20 นาที เพื่อทำการสัมภาษณ์ในเรื่องดังกล่าว ไม่ทราบว่าความสะดวกหรือไม่ครับ/ค่ะ

แบบสอบถามชุดที่ _____	
วันที่ _____ เวลาเริ่ม _____	เสร็จ _____ รวม _____ นาที
ชื่อ Supervisor _____	ID _____
ชื่อ QC _____	ID _____
ชื่อ Editor _____	ID _____

ชื่อ-นามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์: _____ ที่อยู่: เขต/ อำเภอ _____

จังหวัด _____ โทรศัพท์ _____ อีเมล _____

ส่วนที่ 1 คำถามเพื่อการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลทั่วไป

S1. ไม่ทราบว่าท่านเป็นเจ้าของหน้าที่ อยู่ในหน่วยงานเหล่านี้หรือไม่

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD)	1	ยุติการสัมภาษณ์
สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)	2	
สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม)	3	
ไม่มีทั้งหมดที่กล่าวมานี้	4	สัมภาษณ์ต่อ

S2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเข้าร่วมในการวิจัยตลาดหรือไม่คะ

เคย	1	ยุติการสัมภาษณ์
ไม่เคย	2	สัมภาษณ์ต่อ

S3. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุและวงคำตอบด้านล่าง ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 - 39 ปี	6
13 - 15 ปี	2	40 - 49 ปี	7
16 - 18 ปี	3	50 - 59 ปี	8
19 - 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 - 29 ปี	5		

S4. บันทึกเพศ (ระบุตามบัตรประชาชน)

ชาย	1
หญิง	2

S5. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

S6. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

S7. คุณเคยใช้บริการมิวเซียมสยามมาก่อนหรือไม่

ไม่เคย (ใช้บริการเป็นครั้งแรก)	1	ข้ามไปถามข้อ A1
เคย	2	สัมภาษณ์ต่อ

S8. คุณใช้บริการมิวเซียมสยามบ่อยแค่ไหน (โปรดระบุ.....ครั้ง)

1 – 2 ครั้งต่อปี	1	มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	3
3 – 4 ครั้งต่อปี	2		

ส่วนที่ 2 ประสบการณ์ในการใช้บริการ

A1. โดยส่วนมาก เวลาใช้บริการมิวเซียมสยาม คุณมากับใคร

มาคนเดียว	1
ครอบครัว	2
เพื่อน	3
สถานศึกษา	4
คณะทัวร์	5
อื่นๆ ระบุ.....	6

A2. ระยะเวลาที่คุณอยู่ที่มิวเซียมสยามนานแค่ไหน นาที/ชั่วโมง

น้อยกว่า 30 นาที	1
30 นาที - 1 ชั่วโมง	2
1 ชั่วโมงขึ้นไป - 2 ชั่วโมง	3
มากกว่า 2 ชั่วโมง	4

A3. คุณรู้จัก มิวเซียมสยามครั้งแรกผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ใด (คำตอบเดียว)

A4. คุณได้รับข่าวสารจาก มิวเซียมสยามผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ใดบ่อยที่สุด (คำตอบเดียว)

ช่องทาง	A3 (SA)	A4 (SA)
เว็บไซต์ของมิวเซียมสยาม (www.museumsiam.org)	1	1
สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Youtube, Twitter)	2	2
จากเอกสาร/โบชัวร์	3	3
การแนะนำโดยบุคคล เช่น ญาติ เพื่อน อาจารย์ เป็นต้น	4	4
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์	5	5
โฆษณาทางโทรทัศน์	6	6
เดินผ่านมา/บังเอิญผ่านมา	7	7
อื่นๆ ระบุ	8	8

A5. เหตุผลที่ทำให้คุณมาใช้บริการมิวเซียมสยาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A6. เหตุผลที่สำคัญที่สุด使你คุณมาใช้บริการมิวเซียมสยาม (คำตอบเดียว)

เหตุผล	A5 (MA)	A6 (SA)
1) ต้องการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย	1	1
2) เพื่อประยุกต์ใช้ในการสอนนักเรียน/นักศึกษา	2	2
3) ให้บุตรหลานได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย	3	3
4) เป็นกิจกรรมประกอบการเรียนการสอนที่สถานศึกษาจัดขึ้น	4	4
5) เพื่อนำไปใช้ในการเรียน/ทำรายงาน	5	5
6) เพื่อชมนิทรรศการหมุนเวียน/เข้าร่วมกิจกรรม	6	6
7) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด	7	7
8) เพื่อประยุกต์ใช้กับงานที่ทำอยู่ โปรเจกต์งาน	8	8
9) เพื่อเรียนรู้รูปแบบการจัดพิพิธภัณฑ์ในแนวทางของ Discovery Museum	9	9
10) อื่นๆ ระบุ.....	10	10

A7. พื้นที่บริการที่คุณเคยใช้บริการในมิวเซียมสยาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A8. พื้นที่บริการของมิวเซียมสยาม ที่คุณชอบไปใช้บริการมากที่สุด (คำตอบเดียว)

พื้นที่บริการ	A7 (MA)	A8 (SA)
1) นิทรรศการหลัก อาคารมิวเซียมสยาม	1	1
2) อาคารอเนกประสงค์ (จัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียน หรือกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ)	2	2
3) ห้องคลังความรู้ (ห้องสมุดเฉพาะทางประวัติศาสตร์และสังคม)	3	3
4) ร้านอาหาร Muse Kitchen by Elefin Coffee	4	4
5) ร้านจำหน่ายของที่ระลึก (Muse Shop)	5	5

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการมิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ 1- 5 ซึ่ง 1= น้อยที่สุด จนถึง 5= มากที่สุด

B1. คุณมีคาดหวังและความพึงพอใจต่อนิทรรศการและการจัดแสดงนิทรรศการโดยรวม ของมิวเซียมสยาม ในระดับใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
ความพึงพอใจต่อนิทรรศการและการจัดแสดงนิทรรศการ	1	2	3	4	5

B2 จากข้อ B1 คุณชอบการจัดแสดงห้องไหนมากเป็นพิเศษ (กรุณาระบุ 3 ลำดับ)

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

B3. คุณมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร ที่ให้บริการของมิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) ความพร้อมที่จะตอบข้อซักถามแก่ผู้ให้บริการ	1	2	3	4	5
2) ให้ความสนใจ เอาใจใส่ผู้ให้บริการ	1	2	3	4	5
3) อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพ	1	2	3	4	5
4) ความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและแก้ปัญหา	1	2	3	4	5
5) ความพยายามที่จะช่วยเหลือ	1	2	3	4	5
6) ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	1	2	3	4	5
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	1	2	3	4	5

B4. คุณมีความพึงพอใจต่อนิทรรศการการเรียนรู้ ของมิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ของข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทย	1	2	3	4	5
2) เทคโนโลยีและวิธีการเรียนรู้ ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวิถีชีวิตความเป็นไทยทำให้นิทรรศการมีความน่าสนใจ	1	2	3	4	5
3) ข้อมูลที่นำเสนอในห้องนิทรรศการง่ายต่อความเข้าใจ	1	2	3	4	5
4) ความหลากหลายของรูปแบบในการนำเสนอ	1	2	3	4	5
5) ความเหมาะสมของสื่อ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมประกอบนิทรรศการ	1	2	3	4	5
6) ความเหมาะสมของเอกสารที่ให้บริการ	1	2	3	4	5
7) เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีหนังสือ รวมถึงสื่อต่างๆ ที่สามารถต่อยอดความรู้ที่ได้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์	1	2	3	4	5
8) ความพึงพอใจโดยรวมต่อนิทรรศการการเรียนรู้	1	2	3	4	5

B5. คุณมีความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ของมิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด —————> พึงพอใจมากที่สุด				
1) ขนาดพื้นที่ให้บริการ	1	2	3	4	5
2) สถานที่มีความสะดวกสบาย	1	2	3	4	5
3) ความสะอาดของพื้นที่	1	2	3	4	5
4) การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ	1	2	3	4	5
5) มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้	1	2	3	4	5
6) ความพึงพอใจโดยรวมต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	1	2	3	4	5

B6. คุณมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของมิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด —————> พึงพอใจมากที่สุด				
1) วัน/เวลาเปิด-ปิดทำการ	1	2	3	4	5
2) อัตราค่าบริการ	1	2	3	4	5
3) ท่าเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก	1	2	3	4	5
4) ป้าย สัญลักษณ์ บอกจุดจัดแสดงนิทรรศการมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย	1	2	3	4	5
5) การตกแต่งและบรรยากาศภายในชุดนิทรรศการ	1	2	3	4	5
6) มีพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการเรียนรู้	1	2	3	4	5
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5

B7. คุณมีความพึงพอใจต่อนิทรรศการของมิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด —————> พึงพอใจมากที่สุด				
1) เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการมีความน่าสนใจ	1	2	3	4	5
2) เรื่องที่จัดแสดงนิทรรศการสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย	1	2	3	4	5
3) รายละเอียด/ข้อมูลประกอบนิทรรศการมีความเหมาะสม	1	2	3	4	5
4) ความเหมาะสมของประเด็นที่น่าสนใจในนิทรรศการ	1	2	3	4	5
5) ความพึงพอใจโดยรวมต่อนิทรรศการ	1	2	3	4	5

B8. คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการ มิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด —————> พึงพอใจมากที่สุด				
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

B8.1 คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดของมิวเซียมสยามในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด —————> พึงพอใจมากที่สุด				
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดของมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

B9. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อมิวเซียมสยาม ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ 1. ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 2. ด้านเนื้อหา สื่อเรียนรู้	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 4. ด้านการให้บริการ	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 5. ด้านนิทรรศการ	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ 1 - 5 จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ของแต่ละข้อที่เลือกตอบ

.....

ส่วนที่ 4 การได้รับประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ มิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุด/และหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5

ซึ่ง 1= ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. คุณได้รับประโยชน์จาก มิวเซียมสยาม ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความ เป็นไทย จากการเข้าชมนิทรรศการ และเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
2) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าชมนิทรรศการ และเข้าร่วมกิจกรรม สามารถ นำไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้	1	2	3	4	5
3) สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ในด้านการเรียนหรือการทำงานของ ตนเอง	1	2	3	4	5
4) มีความคุ้มค่าของการเข้าชมนิทรรศการ และเข้าร่วมกิจกรรม เมื่อเทียบกับ ค่าบริการ เวลา/ การเดินทาง	1	2	3	4	5
5) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อมิวเซียมสยาม ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการของมิวเซียมสยามต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการของมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจบริการของมิวเซียมได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) มิวเซียมสยามสามารถให้บริการได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) มิวเซียมสยาม ปฏิบัติกับฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) เมื่อเกิดปัญหา ฉันมั่นใจว่าเจ้าหน้าที่มิวเซียมสยามจะสามารถให้คำแนะนำ และติดตามแก้ไขปัญหามาให้ฉันได้	1	2	3	4	5
7) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อฉัน ด้วยความเคารพและให้เกียรติ	1	2	3	4	5
8) ฉันภูมิใจที่ได้ใช้บริการมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5
9) มิวเซียมสยามเป็นองค์กรที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
10) มิวเซียมสยามเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของ มิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับความสำคัญน้อยที่สุด/และหรือความสำคัญมากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1= ความสำคัญน้อยที่สุด จนถึง 5 = ความสำคัญมากที่สุด

E1. หากในอนาคตมิวเซียมสยาม มีแผนที่จะพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ คุณคิดว่าประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ สำคัญมากน้อยเพียงใด

ประเด็น	สำคัญน้อยที่สุด → สำคัญมากที่สุด				
1) เนื้อหา/เรื่องราว/รูปแบบ/ เทคนิคในการนำเสนอของนิทรรศการ	1	2	3	4	5
2) การปรับปรุงสถานที่ และพื้นที่การให้บริการ	1	2	3	4	5
3) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสมัยใหม่ AI มาให้บริการ	1	2	3	4	5
4) การขับเคลื่อนกิจกรรม/ งาน Event	1	2	3	4	5

E2. คุณคิดว่า มิวเซียมสยาม มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

.....

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลาให้ข้อมูลในวันนี้ครับ/ ค่ะ

ภาคผนวก ข. แบบสอบถามความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของ
ผู้ใช้บริการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. ที่สำคัญ

ข. แบบสอบถามความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการเรียนรู้ออนไลน์ของ สบร. ที่สำคัญ

เว็บไซต์ OKMD

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์สำหรับ “ผู้ให้บริการเว็บไซต์ OKMD”

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) หรือ OKMD มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม (ใช้เวลาประมาณ 10 -15 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ และประสบการณ์ในการใช้บริการ

A1. เพศ

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 -39 ปี	6
13 -15 ปี	2	40 - 49 ปี	7
16 - 18 ปี	3	50 - 59 ปี	8
19 - 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 - 29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD บ่อยแค่ไหน ในรอบ 1 ปี

เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	1	ใช้บ้างเป็นครั้งคราว	3
เคยใช้ไม่เกิน 5 ครั้ง	2	ใช้เป็นประจำ	4

A6. โดยปกติแล้วคุณใช้สื่อออนไลน์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A7. โดยปกติแล้วคุณใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก OKMD ด้วยสื่อออนไลน์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A8. กรุณาระบุความถี่ในการใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก OKMD ด้วยสื่อออนไลน์ดังกล่าว ในข้อ A7. ว่าบ่อยแค่ไหน

A9. จากทั้งหมดที่กล่าวมาคุณใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก OKMD ด้วยสื่อออนไลน์ใดบ่อยที่สุด (คำตอบเดียว)

ประเภทสื่อ	A6 สื่อออนไลน์ที่ ใช้ทั่วไป (MA)	A7 สื่อออนไลน์ด้าน ความรู้ที่ใช้จาก OKMD (MA)	A8 ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์จาก OKMD					A9 สื่อออนไลน์ที่ ใช้ด้านความรู้ จาก OKMD บ่อยที่สุด (SA)
			ทุกวัน	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์	น้อยกว่า นั้น	
เว็บไซต์	1	1	5	4	3	2	1	1
เฟซบุ๊ก (Facebook)	2	2	5	4	3	2	1	2
ไลน์ (Line)	3	3	5	4	3	2	1	3
ยูทูบ (YouTube)	4	4	5	4	3	2	1	4
ทวิตเตอร์ (Twitter)	5	5	5	4	3	2	1	5
อื่นๆ ระบุ.....	6	6	5	4	3	2	1	6

A10. กรุณาระบุสาเหตุที่คุณใช้ข้อมูล องค์ความรู้ จาก/OKMD ด้วยสื่อออนไลน์ในข้อ A9 บ่อยที่สุด

.....

.....

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการเว็บไซต์ OKMD

กรุณาระบุความพึงพอใจ มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1= น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์	1	2	3	4	5
2) การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ต่อการอ่านและการใช้งาน	1	2	3	4	5
3) เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	1	2	3	4	5
4) เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ	1	2	3	4	5
5) มีช่องทางในการ สอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	1	2	3	4	5
6) การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว	1	2	3	4	5

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
7) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์	1	2	3	4	5
8) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	1	2	3	4	5
9) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
10) มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นต้น	1	2	3	4	5
11) ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ OKMD	1	2	3	4	5

B2. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD ในระดับใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด					ไม่ทราบ
1) รู้จัก OKMD	1	2	3	4	5	99
2) Knowledge box	1	2	3	4	5	99
3) Knowledge link	1	2	3	4	5	99
4) Okmdia (ประกวดศิลป์)	1	2	3	4	5	99
5) หมวดกระทู้ต่อมคิด อาทิ OKMD Book Cover Award 2020	1	2	3	4	5	99
6) หมวดตู้ความรู้ อาทิ ความรู้กินได้ ส่องโอกาสสร้างอาชีพ และนิตยสาร OKMD	1	2	3	4	5	99
7) ข่าวและกิจกรรมของ OKMD	1	2	3	4	5	99
8) ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD	1	2	3	4	5	99

B3 คุณมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	1	2	3	4	5
2) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	1	2	3	4	5
3) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
4) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
5) มีสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ เช่น บทความ สื่อ สิ่งพิมพ์ นิทรรศการออนไลน์ วิดีโอ เป็นต้น	1	2	3	4	5
6) ความแตกต่างของเนื้อหาที่ไม่สามารถหาได้โดยทั่วไปจากเว็บไซต์อื่นๆ เช่น การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นต้น	1	2	3	4	5
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ OKMD	1	2	3	4	5

B4. คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	1	2	3	4	5

B5. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อเว็บไซต์ OKMD ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ 1. ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 2. ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 3. ด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ 1 - 3 จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ของแต่ละข้อที่เลือกตอบ

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด/มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1=ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเว็บไซต์ OKMD ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการ OKMD	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ใดในเว็บไซต์ของ OKMD ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้เพิ่มเติมในเว็บไซต์ของ OKMD มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อเว็บไซต์ OKMD ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการเว็บไซต์ของ OKMD ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเว็บไซต์ของ OKMD	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเว็บไซต์ OKMD ได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) เว็บไซต์ OKMD สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) เว็บไซต์ OKMD ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) ฉันภูมิใจที่ได้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ OKMD	1	2	3	4	5
7) เว็บไซต์ OKMD เป็นเว็บไซต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) เว็บไซต์ OKMD เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเว็บไซต์ของ OKMD

E1. คุณคิดว่าเว็บไซต์ของ OKMD มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

หมายเหตุ **: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ - นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลารอกข้อมูลในวันนี้

เว็บไซต์ TK Park

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์สำหรับ “ผู้ให้บริการเว็บไซต์ TK Park”

อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์ของ TK Park ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม (ใช้เวลาประมาณ 10 -15 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือนในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

A1. เพศ

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรครับ/คะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 – 39 ปี	6
13 –15 ปี	2	40 – 49 ปี	7
16 – 18 ปี	3	50 – 59 ปี	8
19 – 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 –29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park ป้อย่แค่ไหนในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

เพิ่งใช้ครั้งแรก	1	ใช้บ้างเป็นครั้งคราว	3
เคยใช้ไม่เกิน 5 ครั้ง	2	ใช้เป็นประจำ	4

A6. โดยปกติแล้วคุณใช้สื่อออนไลน์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A7. โดยปกติแล้วคุณใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก TK Park ด้วยสื่อออนไลน์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A8. กรุณาระบุความถี่ในการใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก TK Park ด้วยสื่อออนไลน์ดังกล่าว ในข้อ A7. ว่าบ่อยแค่ไหน

A9. จากทั้งหมดที่กล่าวมาคุณใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก TK Park ด้วยสื่อออนไลน์ใดบ่อยที่สุด (คำตอบเดียว)

ประเภทสื่อ	A6 สื่อออนไลน์ ที่ใช้ (MA)	A7 สื่อออนไลน์ด้าน ความรู้ที่ใช้ (MA)	A8 ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ TK Park					A9 สื่อออนไลน์ ด้านความรู้ที่ ใช้บ่อยที่สุด (SA)
			ทุกวัน	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์	น้อยกว่า นั้น	
เว็บไซต์	1	1	5	4	3	2	1	1
เฟซบุ๊ก (Facebook)	2	2	5	4	3	2	1	2
ไลน์ (Line)	3	3	5	4	3	2	1	3
ยูทูบ (YouTube)	4	4	5	4	3	2	1	4
ทวิตเตอร์ (Twitter)	5	5	5	4	3	2	1	5
อื่นๆ ระบุ.....	6	6	5	4	3	2	1	6

A10. กรุณาระบุสาเหตุที่คุณใช้ข้อมูล/ องค์ความรู้จาก TK Park ด้วยสื่อออนไลน์ในข้อ A9 บ่อยที่สุด

.....

.....

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการเว็บไซต์ TK Park

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
	1	2	3	4	5
1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์	1	2	3	4	5
2) การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน	1	2	3	4	5
3) เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	1	2	3	4	5
4) เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ	1	2	3	4	5
5) มีช่องทางในการ สอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	1	2	3	4	5
6) การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว	1	2	3	4	5
7) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์	1	2	3	4	5
8) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	1	2	3	4	5
9) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5

ประเด็น	พึงพื่อนน้อยที่สุด → พึ่งพื่อนมากที่สุด				
10) มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นต้น	1	2	3	4	5
11) ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์ TK Park	1	2	3	4	5

B2. คุณมีความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park ในระดับใด (ตอบได้มากกว่า ข้อ 1)

ประเด็น	พึงพื่อนน้อยที่สุด → พึ่งพื่อนมากที่สุด					ไม่ทราบ
1) ห้องสมุด เช่น การค้นหาหนังสือ ห้องสมุดดิจิทัล บริการห้องสมุด	1	2	3	4	5	99
2) องค์ความรู้						
☐ 2.1 บทความ	1	2	3	4	5	99
☐ 2.2 Book lists	1	2	3	4	5	99
☐ 2.3 งานวิชาการ	1	2	3	4	5	99
☐ 2.4 พอดแคสต์	1	2	3	4	5	99
☐ 2.5 วิดีโอ และสื่อสิ่งพิมพ์	1	2	3	4	5	99
☐ 2.6 กิจกรรม (ปฏิทินกิจกรรม วิดีโอ และ นิทรรศการ)	1	2	3	4	5	99
3) โครงการ	1	2	3	4	5	99
4) เครือข่าย (แนวคิดอุทยานการเรียนรู้ และ แหล่งเรียนรู้ใกล้บ้าน)	1	2	3	4	5	99
5) บริการ (พื้นที่บริการ เช่าพื้นที่ เยี่ยมชม Locker บริการห้องสมุด บริการความช่วยเหลือ)	1	2	3	4	5	99
6) Digital Collection						
☐ 6.1 คีตมหาราช	1	2	3	4	5	99
☐ 6.2 ชุมทรัพย์ของแผ่นดิน	1	2	3	4	5	99
☐ 6.3 TK PODCAST	1	2	3	4	5	99
☐ 6.4 Brain Games	1	2	3	4	5	99
☐ 6.5 ทีเค แอปพลิเคชัน	1	2	3	4	5	99
☐ 6.6 Read me Egazine	1	2	3	4	5	99
☐ 6.7 ห้องสมุดดนตรี	1	2	3	4	5	99
☐ 6.8 ทีเคเกม	1	2	3	4	5	99
7) ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park	1	2	3	4	5	99

B3. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
1) เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	1	2	3	4	5
2) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	1	2	3	4	5
3) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
4) ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ TK Park	1	2	3	4	5

B4. คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	1	2	3	4	5

B5. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อเว็บไซต์ TK Park ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ 1. ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 2. ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 3. ด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ 1 - 3 จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ของแต่ละข้อที่เลือกตอบ

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเว็บไซต์ TK Park ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด			ได้รับประโยชน์มากที่สุด	
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าเสนอ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK Park	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ใดในเว็บไซต์ของ TK Park ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้เพิ่มเติมในเว็บไซต์ของ TK Park มีอะไรบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อเว็บไซต์ TK Park ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการเว็บไซต์ของ TK Park ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเว็บไซต์ของ TK Park	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเว็บไซต์ TK Park ได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) เว็บไซต์ TK Park สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) เว็บไซต์ TK Park ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) ฉันภูมิใจที่ได้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ TK park	1	2	3	4	5
7) เว็บไซต์ TK Park เป็นเว็บไซต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) เว็บไซต์ TK Park เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเว็บไซต์ของ TK Park

E1. คุณคิดว่าเว็บไซต์ของ TK Park มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

หมายเหตุ หมายเหตุ*: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลารอกข้อมูลในวันนี้

เว็บไซต์มิวเซียมสยาม

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์สำหรับ “ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม”

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม) มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์ของมิวเซียมสยาม ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม(ใช้เวลาประมาณ 10 -15 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

A1. เพศ

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรครับ/คะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 – 39 ปี	6
13 –15 ปี	2	40 – 49 ปี	7
16 – 18 ปี	3	50 – 59 ปี	8
19 – 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 –29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม บ่อยแค่ไหนในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	1	ใช้บ้างเป็นครั้งคราว	3
เคยใช้ไม่เกิน 5 ครั้ง	2	ใช้เป็นประจำ	4

A6. โดยปกติแล้วคุณใช้สื่อออนไลน์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A7. โดยปกติแล้วคุณใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก มิวเซียมสยาม ด้วยสื่อออนไลน์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

A8. กรุณาระบุความถี่ในการใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก มิวเซียมสยาม ด้วยสื่อออนไลน์ดังกล่าว ในข้อ A7. ว่าบ่อยแค่ไหน

A9. จากทั้งหมดที่กล่าวมาคุณใช้ข้อมูลองค์ความรู้/ จาก มิวเซียมสยาม ด้วยสื่อออนไลน์ใดบ่อยที่สุด (คำตอบเดียว)

ประเภทสื่อ	A6 สื่อออนไลน์ ที่ใช้ (MA)	A7 สื่อออนไลน์ด้าน ความรู้ที่ใช้ (MA)	A8 ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ มิวเซียมสยาม					A9 สื่อออนไลน์ ด้านความรู้ที่ใช้ บ่อยที่สุด (SA)
			ทุกวัน	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์	น้อยกว่า นั้น	
เว็บไซต์	1	1	5	4	3	2	1	1
เฟซบุ๊ก (Facebook)	2	2	5	4	3	2	1	2
ไลน์ (Line)	3	3	5	4	3	2	1	3
ยูทูบ (YouTube)	4	4	5	4	3	2	1	4
ทวิตเตอร์ (Twitter)	5	5	5	4	3	2	1	5
อื่นๆ ระบุ.....	6	6	5	4	3	2	1	6

A10. กรุณาระบุสาเหตุที่คุณใช้ข้อมูล องค์ความรู้ จาก มิวเซียมสยาม ด้วยสื่อออนไลน์ในข้อ/A9 บ่อยที่สุด

.....

.....

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด			พึงพอใจมากที่สุด	
1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของเว็บไซต์	1	2	3	4	5
2) การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน	1	2	3	4	5
3) เว็บไซต์มีหน้าจอสําหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	1	2	3	4	5
4) เว็บไซต์มีการเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียอื่นๆ	1	2	3	4	5
5) มีช่องทางในการสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	1	2	3	4	5
6) การเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว	1	2	3	4	5

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
7) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงข้อมูลและเนื้อหา (content) ภายในเว็บไซต์	1	2	3	4	5
8) ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	1	2	3	4	5
9) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
10) มีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการหาความรู้ การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่ทันสมัย เป็นต้น	1	2	3	4	5
11) ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบการใช้งานเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

B2. คุณมีความพึงพอใจต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด					ไม่ทราบ
1) บริการของเรา						
☐ 1.1 ห้องคลังความรู้	1	2	3	4	5	99
☐ 1.2 ห้องคลังโบราณวัตถุและปฏิบัติการ	1	2	3	4	5	99
☐ 1.3 ร้านอาหาร	1	2	3	4	5	99
☐ 1.4 ร้านจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึก	1	2	3	4	5	99
☐ 1.5 พื้นที่ให้เช่า	1	2	3	4	5	99
2) สิทธิพิเศษ	1	2	3	4	5	99
3) กิจกรรมและข่าวสาร	1	2	3	4	5	99
4) ระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง						
☐ 4.1 E-shopping เช่น e-Ticket Museshop	1	2	3	4	5	99
☐ 4.2 คลังความรู้ออนไลน์	1	2	3	4	5	99
☐ 4.3 Museum Core	1	2	3	4	5	99
☐ 4.4 Muse Mag Online	1	2	3	4	5	99
☐ 4.5 Muse Around the world	1	2	3	4	5	99
☐ 4.6 ระบบ E-Library	1	2	3	4	5	99
☐ 4.7 ระบบคลังข้อมูลดิจิทัล	1	2	3	4	5	99
☐ 4.8 บริการออนไลน์	1	2	3	4	5	99
☐ 4.9 การจัดการความรู้	1	2	3	4	5	99
☐ 4.10 มิวเซียมคลินิก	1	2	3	4	5	99
☐ 4.11 เครือข่ายพิพิธภัณฑ์	1	2	3	4	5	99
☐ 4.12 ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์	1	2	3	4	5	99
☐ 4.13 Mobile Application	1	2	3	4	5	99
5) ความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์ความรู้ในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5	99

B3. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) เนื้อหาในเว็บไซต์มีจำนวนเพียงพอ ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	1	2	3	4	5
2) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	1	2	3	4	5
3) เนื้อหาในเว็บไซต์มีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มานำเสนออย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
4) ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

B4. คุณมีความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการของเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

B5. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อเว็บไซต์มิวเซียมสยาม ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ 1. ด้านระบบการใช้งานเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 2. ด้านองค์ความรู้ในเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 3. ด้านคุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ 1 - 3 จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ของแต่ละข้อที่เลือกตอบ

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด/มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1=ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเว็บไซต์ มิวเซียมสยาม ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ/บุคคลต้นแบบ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด			ได้รับประโยชน์มากที่สุด	
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหาส่วนใดในเว็บไซต์ของ มิวเซียมสยาม ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้เพิ่มเติมในเว็บไซต์ของ มิวเซียมสยาม มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อเว็บไซต์มิวเซียมสยาม ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด			รู้สึกผูกพันมากที่สุด	
1) ฉันจะยังใช้บริการเว็บไซต์ของมิวเซียมสยามต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเว็บไซต์ของมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเว็บไซต์มิวเซียมสยามได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) เว็บไซต์มิวเซียมสยาม สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) เว็บไซต์มิวเซียมสยาม ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) ฉันภูมิใจที่ได้เข้าใช้บริการเว็บไซต์มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5
7) เว็บไซต์มิวเซียมสยาม เป็นเว็บไซต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) เว็บไซต์มิวเซียมสยาม เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเว็บไซต์ของมิวเซียมสยาม

E1. คุณคิดว่าเว็บไซต์ของมิวเซียมสยาม มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

.....

หมายเหตุ หมายเหตุ*: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ - นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลากรอกข้อมูลในวันนี้

เฟซบุ๊ก OKMD

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเฟซบุ๊กสำหรับ “ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD”

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (.สปร) หรือ OKMD มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และ การได้รับประโยชน์จากเฟซบุ๊กของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม (ใช้เวลาประมาณ 5 -10 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ และประสบการณ์ในการใช้บริการ

A1. เพศ

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 – 39 ปี	6
13 –15 ปี	2	40 – 49 ปี	7
16 – 18 ปี	3	50 – 59 ปี	8
19 – 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 –29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD บ่อยแค่ไหน

มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง	1	2 – 3 ครั้งต่อเดือน	3
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	2	1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า	4

A6. คุณเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กของ OKMD โดยมีปฏิสัมพันธ์หรือไม่

1) ผู้กดถูกใจเพจเฟซบุ๊กของ OKMD (LIKE)	☐ กดไลค์	☐ ไม่กดไลค์
2) ผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กของ OKMD (Follow)	☐ ติดตาม	☐ ไม่ติดตาม
3) ผู้แสดงความเห็น (Like/Comment/Share) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก	☐ กด	☐ ไม่กด

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1 คุณมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก OKMD ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	1	2	3	4	5
2) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	1	2	3	4	5
3) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาเสนออย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
4) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา มีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	1	2	3	4	5
5) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
6) มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	1	2	3	4	5
7) มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5
8) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊ก OKMD	1	2	3	4	5

B2. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก OKMD ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ ไม่พึงพอใจในบางเรื่อง	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ ไม่พึงพอใจในบางเรื่อง จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเฟซบุ๊ก OKMD

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1=ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเฟซบุ๊ก OKMD ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ใดในเฟซบุ๊กของ OKMD ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้เพิ่มเติมในเฟซบุ๊กของ OKMD มีอะไรบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อเฟซบุ๊ก OKMD ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเฟซบุ๊ก OKMD ได้เสมอ	1	2	3	4	5

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด			รู้สึกผูกพันมากที่สุด	
4) เฟซบุ๊ก OKMD สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) เฟซบุ๊ก OKMD ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) ฉันภูมิใจที่ได้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก OKMD	1	2	3	4	5
7) เฟซบุ๊ก OKMD เป็นเว็บไซต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) เฟซบุ๊ก OKMD เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเฟซบุ๊ก OKMD

E1. คุณคิดว่าเฟซบุ๊ก OKMD มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

.....

หมายเหตุ: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลารอกข้อมูลในวันนี้

เฟชบุ๊ก TK Park

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเฟชบุ๊กสำหรับ “ผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park”

อุทยานการเรียนรู้ TK Park มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเฟชบุ๊กของ TK Park ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม (ใช้เวลาประมาณ 5 -10 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือนในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

A1. เพศ

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 – 39 ปี	6
13 – 15 ปี	2	40 – 49 ปี	7
16 – 18 ปี	3	50 – 59 ปี	8
19 – 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 – 29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park บ่อยแค่ไหนในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง	1	2 – 3 ครั้งต่อเดือน	3
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	2	1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า	4

A6. คุณเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กของ TK Park โดยมีปฏิสัมพันธ์หรือไม่

1) ผู้กดถูกใจเพจเฟซบุ๊กของ TK Park (LIKE)	☐ กดไลค์	☐ ไม่กดไลค์
2) ผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กของ TK Park (Follow)	☐ ติดตาม	☐ ไม่ติดตาม
3) ผู้แสดงความเห็น (Like/Comment/Share) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก	☐ กด	☐ ไม่กด

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1. คุณมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก TK Park ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	1	2	3	4	5
2) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	1	2	3	4	5
3) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์ความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
4) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา มีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	1	2	3	4	5
5) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
6) มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	1	2	3	4	5
7) มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5
8) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊ก TK Park	1	2	3	4	5

B2. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก TK Park ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ ไม่พึงพอใจในบางเรื่อง	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ ไม่พึงพอใจในบางเรื่อง จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเฟชบุ๊ก TK Park

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและ/หรือได้รับประโยชน์มากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1=ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเฟชบุ๊ก TK Park ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ใดในเฟชบุ๊ก TK Park ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้เพิ่มเติมในเฟชบุ๊ก TK Park มีอะไรบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อเฟชบุ๊ก TK Park ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเฟชบุ๊ก TK Park	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเฟชบุ๊ก TK Park ได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) เฟชบุ๊ก TK Park สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) เฟชบุ๊ก TK Park ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
6) ฉันภูมิใจที่ได้ใช้บริการเฟซบุ๊ก TK Park	1	2	3	4	5
7) เฟซบุ๊ก TK Park เป็นเว็บไซต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) เฟซบุ๊ก TK Park เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเฟซบุ๊ก TK Park

E1. คุณคิดว่าเฟซบุ๊ก TK Park มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

หมายเหตุ: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลารอกข้อมูลในวันนี้

เฟชบุ๊กมิวเซียมสยาม

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเฟชบุ๊กสำหรับ “ผู้ใช้บริการเฟชบุ๊ก มิวเซียมสยาม”

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม) มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากเฟชบุ๊กของมิวเซียมสยามประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม (ใช้เวลาประมาณ 5 -10 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

A1. เพศ

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 – 39 ปี	6
13 –15 ปี	2	40 – 49 ปี	7
16 – 18 ปี	3	50 – 59 ปี	8
19 – 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 –29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม บ่อยแค่ไหน

มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง	1	2 – 3 ครั้งต่อเดือน	3
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	2	1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า	4

A6. คุณเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กของมิวเซียมสยาม โดยมีปฏิสัมพันธ์หรือไม่

1) ผู้กดถูกใจเพจเฟซบุ๊กของมิวเซียมสยาม (LIKE)	☐ กดไลค์	☐ ไม่กดไลค์
2) ผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กของมิวเซียมสยาม (Follow)	☐ ติดตาม	☐ ไม่ติดตาม
3) ผู้แสดงความเห็น (Like/Comment/Share) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก	☐ กด	☐ ไม่กด

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B1. คุณมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
1) เนื้อหาในเฟซบุ๊ก ครอบคลุมทุกประเด็นที่สนใจ	1	2	3	4	5
2) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	1	2	3	4	5
3) เนื้อหาในเฟซบุ๊กมีความทันสมัย องค์กรความรู้ใหม่มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
4) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจชวนให้ติดตาม	1	2	3	4	5
5) ข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กมีข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
6) มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกและมีปฏิสัมพันธ์สม่ำเสมอ	1	2	3	4	5
7) มีการตอบสนองต่อประเด็นคำถาม/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5
8) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

B2. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ ไม่พึงพอใจในบางเรื่อง	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ ไม่พึงพอใจในบางเรื่อง จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1=ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ/บุคคลต้นแบบ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ใดในเฟซบุ๊กของ มิวเซียมสยาม ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้มีเพิ่มเติมในเฟซบุ๊กของ มิวเซียมสยาม มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม ได้เสมอ	1	2	3	4	5

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
4) เฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5
5) เฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจ และ ซื่อสัตย์	1	2	3	4	5
6) ฉันภูมิใจที่ได้เข้าใช้บริการเฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม	1	2	3	4	5
7) เฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม เป็นสื่อSocial mediaที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) เฟซบุ๊กมิวเซียมสยาม เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม

E1. คุณคิดว่าเฟซบุ๊ก มิวเซียมสยาม มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

หมายเหตุ: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลารอกข้อมูลในวันนี้

TK Park Online Library

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากแอปพลิเคชันสำหรับ
“ผู้ใช้บริการ TK Park Online Library”

อุทยานการเรียนรู้ TK Park มีความประสงค์จะดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และการได้รับประโยชน์จากแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library ของ TK Park ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม (ใช้เวลาประมาณ 8 -12 นาที) และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยและมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

A1. บันทึกเพศ (ระบุตามบัตรประชาชน)

ชาย	1
หญิง	2

A2. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไรคะ บันทึกตัวเลขอายุ ปี

ต่ำกว่า 13 ปี	1	30 – 39 ปี	6
13 – 15 ปี	2	40 – 49 ปี	7
16 – 18 ปี	3	50 – 59 ปี	8
19 – 22 ปี	4	60 ปีขึ้นไป	9
23 – 29 ปี	5		

A3. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับประถมศึกษา	1	ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	ระดับปริญญาตรี	5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	ระดับปริญญาโท/ สูงกว่า	6

A4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

นักเรียน/นักศึกษา	1	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	5
ครู/อาจารย์	2	แม่บ้าน	6
ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	3	เกษียณอายุ/ว่างงาน	7
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	4	อื่นๆ ระบุ.....	8

A5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Public Online Library บ่อยแค่ไหนในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

แทบไม่ได้ใช้	1	ใช้บ้างเป็นครั้งคราว	3
ใช้ 2 ครั้งต่อสัปดาห์	2	ใช้เป็นประจำ	4

A6. คุณมีการยืม-คืนสื่อจาก TK Public Online Library จำนวน.....รายการต่อเดือน

A7. คุณใช้บริการแอปพลิเคชันใด ของ TK Park Online Library (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

TK Park Online Library	1
Overdrive/Libby	2
2ebook	3
Pressreader	4

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน TK Park Online Library

B1. คุณใช้บริการแอปพลิเคชันใด ของ TK Park Online Library มากที่สุด

TK Park Online Library	1
Overdrive/Libby	2
2ebook	3
Pressreader	4

กรุณาระบุระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = น้อยที่สุด จนถึง 5 = มากที่สุด

B2. คุณมีความพึงพอใจต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด —————> พึงพอใจมากที่สุด				
1) ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของแอปพลิเคชัน	1	2	3	4	5
2) การจัดรูปแบบในแอปพลิเคชันง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	1	2	3	4	5
3) แอปพลิเคชันมีหน้าจอสำหรับสืบค้นข้อมูลได้ง่าย	1	2	3	4	5
4) การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5
5) ความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านระบบของแอปพลิเคชัน	1	2	3	4	5

B3. คุณมีความพึงพอใจต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด					ไม่ทราบ
1) สื่อ การเรียนรู้						
☐ 1.1 หนังสือ	1	2	3	4	5	99
☐ 1.2 นิตยสาร	1	2	3	4	5	99
☐ 1.3 หนังสือพิมพ์	1	2	3	4	5	99
☐ 1.4 คอร์สออนไลน์	1	2	3	4	5	99
2) ด้านคุณภาพของสื่อที่มีให้บริการ						
☐ 2.1 ความหลากหลายของประเภทสื่อที่มีให้บริการ	1	2	3	4	5	99
☐ 2.2 สื่อมีความเพียงพอต่อการให้บริการ	1	2	3	4	5	99
☐ 2.3 ความทันสมัยของสื่อ	1	2	3	4	5	99
3) ความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library	1	2	3	4	5	99

B4. คุณมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน ในระดับใด

ประเด็น	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด				
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน	1	2	3	4	5

B5. คุณมีความไม่พึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน ในด้านใดบ้าง

กรุณาระบุระดับความไม่พึงพอใจ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน - 1 ถึง - 5 ซึ่ง -1 = ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึง -5 = ไม่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด → ไม่พึงพอใจมากที่สุด				
☐ ไม่มี					
☐ 1. ระบบของแอปพลิเคชัน	-1	-2	-3	-4	-5
☐ 2. สื่อที่มีให้บริการในแอปพลิเคชัน	-1	-2	-3	-4	-5

(หากเลือกตอบข้อ 1 - 2 จะให้ทำการอธิบายเพิ่มเติม) ไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ของแต่ละข้อที่เลือกตอบ

.....

.....

ส่วนที่ 3 การได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในแอปพลิเคชัน TK Public Online Library

กรุณาระบุระดับการได้รับประโยชน์น้อยที่สุดและหรือ/ได้รับประโยชน์มากที่สุด ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด จนถึง 5 = ได้รับประโยชน์มากที่สุด

C1. ท่านได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้ในแอปพลิเคชัน TK Park Online Library ในประเด็นดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด → ได้รับประโยชน์มากที่สุด				
1) เกิดแรงบันดาลใจจากเรื่องราวที่น่าสนใจ	1	2	3	4	5
2) เกิดความคิดสร้างสรรค์และไอเดียใหม่ๆ	1	2	3	4	5
3) ได้รับสาระความรู้พร้อมด้วยความเพลิดเพลิน	1	2	3	4	5
4) ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรม	1	2	3	4	5
5) ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	1	2	3	4	5
6) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดอาชีพและพัฒนางาน	1	2	3	4	5
7) สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต	1	2	3	4	5
8) ประโยชน์โดยรวมในการเข้าใช้แอปพลิเคชัน	1	2	3	4	5

C2. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ใดในแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library ที่คุณได้รับประโยชน์มากที่สุด

.....

.....

C3. คุณคิดว่าเนื้อหา/องค์ความรู้ที่คุณอยากให้มีเพิ่มเติมในแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library มีอะไรบ้าง

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความผูกพัน

กรุณาระบุระดับความรู้สึกผูกพัน ที่มีต่อหัวข้อต่อไปนี้ โดยใช้ระดับคะแนน 1- 5 ซึ่ง 1 = รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด จนถึง 5 = รู้สึกผูกพันมากที่สุด

D1. คุณรู้สึกผูกพันต่อแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
1) ฉันจะยังใช้บริการแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library ต่อไป	1	2	3	4	5
2) ฉันยินดีที่จะแนะนำ/บอกต่อให้เพื่อน หรือคนรู้จักใช้บริการแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library	1	2	3	4	5
3) ฉันสามารถไว้วางใจหาข้อมูลจากแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library ได้เสมอ	1	2	3	4	5
4) แอปพลิเคชันของ TK Park Online Library สามารถให้ความรู้ได้ตามที่สื่อสารออกมา	1	2	3	4	5

ประเด็น	รู้สึกผูกพันน้อยที่สุด → รู้สึกผูกพันมากที่สุด				
5) แอปพลิเคชันของ TK Park Online Library ให้ข้อมูลฉันด้วยความจริงใจและ เชื่อสัต์ย์	1	2	3	4	5
6) ฉันภูมิใจที่ได้ใช้บริการแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library	1	2	3	4	5
7) แอปพลิเคชันของ TK Park Online Library เป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ความต้องการของฉัน	1	2	3	4	5
8) แอปพลิเคชันของ TK Park Online Library เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดีที่สุดสำหรับฉัน	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library

E1. คุณคิดว่าแอปพลิเคชันของ TK Park Online Library มีเรื่องที่จะต้องปรับปรุงหรือพัฒนาในประเด็นใด และคุณมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

.....

หมายเหตุ หมายเหตุ **: หากสนใจร่วมลุ้นของที่ระลึก กรุณากรอกรายละเอียดด้านล่างให้ครบถ้วน เพื่อใช้ในการติดต่อจัดส่งของที่ระลึกค่ะ

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ.....อีเมล

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลารอกข้อมูลในวันนี้

ภาคผนวก ค. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับเครือข่าย

ค. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับเครือข่าย

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (เก่า/ใหม่)

(เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ - นามสกุล เบอร์ติดต่อ

องค์กร.....ตำแหน่ง/ฝ่าย

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูล ในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สบร. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 45 นาที)	
บทบาทหน้าที่และข้อมูลของเครือข่าย	ระยะเวลา
• รบกววนอธิบายบทบาทหน้าที่หลัก การบริหารงานองค์กรของเครือข่าย..... ของคุณ • ระยะเวลาที่แหล่งเรียนรู้เปิดให้บริการ และระยะเวลาที่ร่วมเป็นเครือข่ายกับทีเคพาร์ค	5 นาที
ความเข้าใจ และ ความคาดหวัง	
• คุณมีความคาดหวังในด้านใดบ้างจากการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายของอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) • คุณคิดว่าคุณมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นแหล่งเรียนรู้เครือข่ายมากน้อยเพียงใด (เช่น นโยบาย เป้าหมาย)	10 นาที
การเปลี่ยนแปลง ก่อน-หลัง (ถามเฉพาะเครือข่ายที่เปิดบริการก่อน และมาร่วมเป็นเครือข่ายภายหลัง)	
• คุณคิดว่าในช่วงเวลาที่ได้ร่วมเป็นเครือข่ายของอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) มีเรื่องใดบ้างที่มีการเปลี่ยนแปลงและเรื่องใดบ้างที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด - เชิงนโยบาย / การบริหารจัดการ - กิจกรรม / การประชาสัมพันธ์ / อื่นๆ	10 นาที
การสนับสนุน และ การติดต่อประสานงาน	
• ในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายของอุทยานการเรียนรู้(ทีเคพาร์ค) คุณได้รับการสนับสนุนจากอุทยานการเรียนรู้ ในด้านใดบ้าง • คุณคิดว่าประโยชน์ที่ได้รับ จากการสนับสนุนจากอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) มีอะไรบ้าง อย่างไร • คุณคิดว่าเรื่องใดที่องค์กรของคุณ ยังคงต้องการการสนับสนุนจากอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) • คุณคิดว่าการติดต่อประสานงานกับอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) มีความยากง่ายมากน้อยเพียงใด (ช่องทาง/การประสานงาน/การขอความช่วยเหลือ) • อะไรที่คุณคิดว่ายังเป็นปัญหา/อุปสรรคระหว่างองค์กรของคุณและอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) พร้อมเสนอแนะวิธีปรับปรุงพัฒนาแก้ไข อย่างไร	15 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก เครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (เก่า/ใหม่)

(เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล เบอร์ติดต่อ

องค์กร.....ตำแหน่ง/ฝ่าย

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูล ในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สบร. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 45 นาที)	
บทบาทหน้าที่และข้อมูลของเครือข่าย	ระยะเวลา
• รบกวนอธิบายบทบาทและหน้าที่ของคุณในองค์กร.... • ระยะเวลาที่เริ่มทำงานจนถึงปัจจุบัน	5 นาที
ความเข้าใจ และ ความคาดหวัง	
• ในการที่องค์กรของคุณ ได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายของอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) คุณมีความคาดหวังในด้านใดบ้างในฐานะเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในองค์กร	10 นาที
การเปลี่ยนแปลง ก่อน-หลัง (ถามเฉพาะเครือข่ายที่เปิดบริการก่อน และมาร่วมเป็นเครือข่ายภายหลัง)	
• คุณคิดว่าในช่วงเวลาที่ได้ร่วมเป็นเครือข่ายของอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) มีเรื่องใดบ้างที่มีการเปลี่ยนแปลงและเรื่องใดบ้างที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด - กิจกรรมขององค์กร / การประชาสัมพันธ์ / อื่นๆ	10 นาที
การสนับสนุน และ การติดต่อประสานงาน	
• คุณคิดว่าผู้เข้าใช้บริการได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นในเรื่องใดบ้าง จากการสนับสนุนจากอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) • คุณคิดว่าเรื่องใดที่องค์กรของคุณ ยังคงต้องการการสนับสนุนจากอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) • คุณคิดว่าการติดต่อประสานงานกับอุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) มีความยากง่ายมากน้อยเพียงใด (ช่องทาง/การประสานงาน/การขอความช่วยเหลือ) • อะไรที่คุณคิดว่าเป็นปัญหา/อุปสรรคในการทำงาน และสิ่งใดบ้างที่ต้องการให้อุทยานการเรียนรู้ (ทีเคพาร์ค) เข้ามาสนับสนุนเพิ่มเติม	15 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก เครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (เก่า/ใหม่)

(เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล เบอร์ติดต่อ

องค์กร.....ตำแหน่ง/ฝ่าย

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูล ในนามของ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สบร. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 45 นาที)	
บทบาทหน้าที่และข้อมูลของเครือข่าย	ระยะเวลา
• รบกวอนอธิบายบทบาทหน้าที่หลัก การบริหารงานองค์กรของเครือข่าย..... ของคุณ • ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ/ ระยะเวลาที่ร่วมเป็นเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม)	5 นาที
ความเข้าใจ และ ความคาดหวัง	
• คุณมีความคาดหวังในด้านใดบ้างจากการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) • คุณคิดว่าคุณมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นแหล่งเรียนรู้เครือข่ายมากนักน้อยเพียงใด (เช่น นโยบาย เป้าหมาย)	10 นาที
การเปลี่ยนแปลง ก่อน-หลัง (ถามเฉพาะเครือข่ายที่เปิดบริการก่อน และมาร่วมเป็นเครือข่ายภายหลัง)	
• คุณคิดว่าในช่วงเวลาที่ได้ร่วมเป็นเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) มีเรื่องใดบ้างที่มีการเปลี่ยนแปลง และเรื่องใดบ้างที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด - เชิงนโยบาย / การบริหารจัดการ - กิจกรรม / การประชาสัมพันธ์ / อื่นๆ	10 นาที
การสนับสนุน และ การติดต่อประสานงาน	
• ในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) คุณได้รับการสนับสนุนจากพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) ในด้านใดบ้าง • คุณคิดว่าประโยชน์ที่ได้รับ จากการสนับสนุนจากพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) มีอะไรบ้าง อย่างไร • คุณคิดว่าเรื่องใดที่องค์กรของคุณ ยังต้องการการสนับสนุนจากพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) • คุณคิดว่าการติดต่อประสานงานกับพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) มีความยากง่ายมากนักน้อยเพียงใด (ช่องทาง/การประสานงาน/การขอความช่วยเหลือ) • อะไรที่คุณคิดว่ายังเป็นปัญหา/อุปสรรคระหว่างองค์กรของคุณและพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) พร้อมเสนอแนะวิธีปรับปรุงพัฒนาแก้ไข อย่างไร	15 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก เครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (เก่า/ใหม่)

(เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล เบอร์ติดต่อ

องค์กร.....ตำแหน่ง/ฝ่าย

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเลิร์ซ แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูล ในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สปร. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 45 นาที)	
บทบาทหน้าที่และข้อมูลของเครือข่าย	ระยะเวลา
• รบกวอนอธิบายบทบาทและหน้าที่ของคุณในองค์กร.... • ระยะเวลาที่เริ่มทำงานจนถึงปัจจุบัน	5 นาที
ความเข้าใจ และ ความคาดหวัง	
• ในการที่องค์กรของคุณ ได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายของพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) คุณมีความคาดหวังในด้านใดบ้างในฐานะเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในองค์กร	10 นาที
การเปลี่ยนแปลง ก่อน-หลัง (ถามเฉพาะเครือข่ายที่เปิดบริการก่อน และมาร่วมเป็นเครือข่ายภายหลัง)	
• คุณคิดว่าในช่วงเวลาที่ได้ร่วมเป็นเครือข่ายพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) มีเรื่องใดบ้างที่มีการเปลี่ยนแปลง และเรื่องใดบ้างที่ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด - กิจกรรมขององค์กร / การประชาสัมพันธ์ / อื่นๆ	10 นาที
การสนับสนุน และ การติดต่อประสานงาน	
• คุณคิดว่าผู้เข้าใช้บริการได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นในเรื่องใดบ้าง จากการสนับสนุนจากพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) • คุณคิดว่าเรื่องใดที่องค์กรของคุณ ยังต้องการการสนับสนุนจากพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) • คุณคิดว่าการติดต่อประสานงานกับพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) มีความยากง่ายมากน้อยเพียงใด (ช่องทาง/การประสานงาน/การขอความช่วยเหลือ) • อะไรที่คุณคิดว่ายังเป็นปัญหา/อุปสรรคระหว่างองค์กรของคุณและพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) พร้อมเสนอแนะวิธีปรับปรุงพัฒนาแก้ไข อย่างไร	15 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

ภาคผนวก ง. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ง. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับสถาบันอุทยานการเรียนรู้ (สอร.)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล

ตำแหน่ง/หน่วยงาน/ฝ่าย.....เบอร์ติดต่อ.....

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลตัง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูลในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สบร. ซึ่งมีสถาบันอุทยานการเรียนรู้เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัด ในเรื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนาปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที)	
บทบาทที่เกี่ยวข้องกับ สอร.	ระยะเวลา
- คุณ/ หน่วยงานของคุณมีการดำเนินงานร่วมกับ สอร. ในเรื่องใดและอย่างไรบ้าง - วัตถุประสงค์ในการร่วมงานกับ สอร. - ระยะเวลาในการดำเนินงานร่วมกับ สอร.	5 นาที
ความพึงพอใจ และ ความไม่พึงพอใจ	
- คุณ/หน่วยงานของคุณมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานครั้งนี้หรือไม่ อย่างไร - สิ่งที่ประทับใจเมื่อได้ร่วมงานกับ สอร. - การดำเนินงานที่ผ่านมามีปัญหาอุปสรรคหรือมีข้อจำกัดอย่างไรบ้าง	15 นาที
การได้รับประโยชน์	
- คุณคิดว่าการดำเนินงานสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ - คุณคิดว่าการร่วมดำเนินงานครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรต่อหน่วยงานของคุณ - คุณคิดว่าการร่วมดำเนินงานครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ สอร. อย่างไร - คุณคิดว่าการร่วมดำเนินงานครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรต่อผู้ใช้บริการของ สอร. และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆอย่างไรบ้าง	5 นาที
ความผูกพัน	
- การดำเนินงานครั้งนี้มีผู้ใช้บริการ/ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ ผู้ได้รับประโยชน์ตามจำนวนที่ตั้งเป้าหมายหรือไม่ - คุณคิดว่าการดำเนินงานครั้งนี้ส่งผลให้ผู้ใช้บริการ/ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจ เกิดความผูกพันและตั้งใจที่จะร่วมกิจกรรมในอนาคตมากขึ้นน้อยเพียงใด	5 นาที
ข้อเสนอแนะ	
คุณมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนางานร่วมกันในอนาคตอย่างไรบ้าง	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เจ้าหน้าที่สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (สอร.)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล

ตำแหน่งเบอร์ติดต่อ

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูลในนามของ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สปร. ในเรื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที)	
บทบาทที่เกี่ยวข้องกับ TK Park	ระยะเวลา
• บทบาทและหน้าที่รับผิดชอบ ตำแหน่งที่เริ่มเข้ามาทำงานจนถึงตำแหน่งปัจจุบันใน สอร. • ระยะเวลาที่เริ่มทำงาน จนถึงปัจจุบัน	5 นาที
ความพึงพอใจ และ ความไม่พึงพอใจ	
• นอกจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่ดำเนินการโดย สปร.ส่วนกลางปีละครั้ง ทาง สอร. มีช่องทางอื่นใดในการรับฟังข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการอีกหรือไม่ อย่างไร • เรื่องที่ได้รับคำชมเชยจากผู้ใช้บริการ และ เรื่องที่ผู้ให้บริการมีข้อเสนอแนะบ่อยที่สุด คือเรื่องอะไร • หลังจากได้รับ จากเรื่องที่ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการแล้ว ทาง สอร. มีการดำเนินการอย่างไร และได้มีการพัฒนาเรื่องใดไปแล้วบ้าง	10 นาที
การได้รับประโยชน์	
• คุณคิดว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการ TK Park มีวัตถุประสงค์ใดเป็นหลัก และส่วนใหญ่มีการใช้บริการในส่วนใด • คุณคิดว่า ผู้ที่มาใช้บริการ ได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังหรือไม่ อย่างไร	5 นาที
การพัฒนา ปรับปรุงบริการ และ การสื่อสาร	
• คุณคิดว่า TK Park ควรมีการพัฒนาเรื่องใดเพิ่มเติม • ในเรื่องการพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ อะไรที่คุณคิดว่าคืออุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน และควรแก้ไขอย่างไร • โดยส่วนใหญ่ผู้ให้บริการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จากช่องทางใด และคิดว่าต้องการรับข่าวสารจากช่องทางใด	10 นาที
ความผูกพัน	
• สัดส่วนผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด จำนวนผู้ให้บริการซ้ำ มีมากน้อยแค่ไหน • คุณคิดว่าอะไรคือเหตุผลที่ผู้ให้บริการมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และยังคงมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง • คุณเห็นการชักชวนแนะนำบอกต่อหรือไม่ อย่างไร (เช่น ผู้ให้บริการชักชวนเพื่อนมาใช้บริการ)	10 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ในสถานการณ์ covid 19 ทางผู้ให้บริการมีการตอบสนองอย่างไรต่อมาตรการป้องกันของ TK Park • ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ TK Park

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูลในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD ซึ่งมีสถาบันอุทยานการเรียนรู้ หรือ TK PARK เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดในเรื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที)	
แนะนำตัว	ระยะเวลา
• รบกวนแนะนำตัวและประสบการณ์ การเข้าใช้บริการ TK Park คร่าวๆครับ/ค่ะ (เช่น เหตุผลในการมาใช้บริการ ความสนใจ ทำให้มาใช้บริการเป็นครั้งแรก เป็นต้น) นำข้อมูลจากชุดแบบสอบถามมาใช้ประกอบในการสอบถาม	5 นาที
ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจ	
• ในการเข้ามาใช้บริการ TK Park คุณมีความคาดหวังในเรื่องใดบ้าง และคาดหวังในเรื่องใดมากที่สุด • จากเรื่องที่กล่าวมา คุณมีความพึงพอใจกับเรื่องต่างๆมากน้อยเพียงใด • นอกจากนี้มีเรื่องใดที่สร้างความไม่พึงพอใจในการเข้าใช้บริการแก่คุณบ้าง อย่างไร • คุณอยากให้ TK park มีการปรับปรุง/พัฒนา ในเรื่องใดบ้าง เพราะเหตุใด	20 นาที
การได้รับประโยชน์	
• คุณคิดว่าคุณได้รับประโยชน์ในด้านใดบ้าง ในการเข้าใช้บริการ TK park • คุณมีการประยุกต์ใช้ประโยชน์ที่ได้รับ กับการทำงาน/หรือการเรียนในชีวิตประจำวันอย่างไรบ้าง	5 นาที
ช่องทางการสื่อสาร	
• คุณคิดว่าช่องทางประชาสัมพันธ์ทางไหนของ TK Park เข้าถึงง่ายที่สุด เพราะอะไร • คุณมีข้อเสนอแนะใดเพิ่มเติมในการเรื่องการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์	5 นาที
ความผูกพัน	
• คุณใช้บริการ TK Park มานานแค่ไหน และมีความตั้งใจที่จะใช้บริการ TK Park อย่างต่อเนื่องหรือไม่ เพราะเหตุใด • คุณเคยชักชวน หรือจะชักชวนเพื่อนหรือญาติให้มาใช้บริการที่ TK Park หรือไม่ เพราะเหตุใด • คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรม หรือมีความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของ TK Park หรือไม่ อย่างไร	5 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่ปกติ (covid 19) คุณคิดว่า TK Park ควรมีมาตรการรองรับอย่างไร และควรปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการอย่างไร เพื่อให้สามารถให้บริการผู้ใช้บริการได้ • ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินงานกับสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล

ตำแหน่ง/หน่วยงาน/ฝ่าย.....เบอร์ติดต่อ.....

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูลในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สพร. ซึ่งมีสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัด ในเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ของผู้ใช้บริการแหล่งเรียนรู้ เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่าน จะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที)	
บทบาทที่เกี่ยวข้องกับ สพร.	ระยะเวลา
- คุณ/หน่วยงานของคุณมีการดำเนินงานร่วมกับ สพร. ในเรื่องใด และอย่างไรบ้าง - วัตถุประสงค์ในการร่วมงานกับ สพร. - ระยะเวลาในการดำเนินงานร่วมกับ สพร.	5 นาที
ความพึงพอใจ และ ความไม่พึงพอใจ	
- คุณ/หน่วยงานของคุณมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานครั้งนี้หรือไม่ อย่างไร - สิ่งที่ประทับใจเมื่อได้ร่วมงานกับ สพร. - การดำเนินงานที่ผ่านมามีปัญหาอุปสรรคหรือมีข้อจำกัดอย่างไรบ้าง	15 นาที
การได้รับประโยชน์	
- คุณคิดว่าการดำเนินงานสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ - คุณคิดว่าการร่วมดำเนินงานครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรต่อหน่วยงานของคุณ - คุณคิดว่าการร่วมดำเนินงานครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ สพร. อย่างไร - คุณคิดว่าการร่วมดำเนินงานครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรต่อผู้ใช้บริการของ สพร. และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆอย่างไรบ้าง	5 นาที
ความผูกพัน	
- การดำเนินงานครั้งนี้มีผู้ใช้บริการ/ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ ผู้ได้รับประโยชน์ตามจำนวนที่ตั้งเป้าหมายหรือไม่ - คุณคิดว่าการดำเนินงานครั้งนี้ส่งผลให้ผู้ใช้บริการ/ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจ เกิดความผูกพันและตั้งใจที่จะร่วมกิจกรรมในอนาคตมากน้อยเพียงใด	5 นาที
ข้อเสนอแนะ	
คุณมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนางานร่วมกันในอนาคตอย่างไรบ้าง	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เจ้าหน้าที่สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.)

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล

ตำแหน่ง เบอร์ติดต่อ.....

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูลในนามของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สพร. ในเรื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที)	
บทบาทที่เกี่ยวข้องกับมิวเซียมสยาม	ระยะเวลา
• บทบาทและหน้าที่รับผิดชอบ ตำแหน่งที่เริ่มเข้ามาทำงานจนถึงตำแหน่งปัจจุบันใน สพร. • ระยะเวลาที่เริ่มทำงาน จนถึงปัจจุบัน	5 นาที
ความพึงพอใจ และ ความไม่พึงพอใจ	
• นอกจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่ดำเนินการโดย สพร.ส่วนกลางปีละครั้ง ทาง สพร. มีช่องทางอื่นใดในการรับฟังข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการอีกหรือไม่ อย่างไร • เรื่องที่ได้รับคำชมเชยจากผู้ใช้บริการ และ เรื่องที่ผู้ให้บริการมีข้อเสนอแนะบ่นมากที่สุด คือเรื่องอะไร • หลังจากได้รับ จากเรื่องที่ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการแล้ว ทาง สพร. มีการดำเนินการอย่างไร และได้มีการพัฒนาเรื่องใดไปแล้วบ้าง	15 นาที
การได้รับประโยชน์	
• คุณคิดว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการมิวเซียมสยาม มีวัตถุประสงค์ใดเป็นหลัก • คุณคิดว่าผู้ที่มาใช้บริการ/ ชมนิทรรศการ ได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังหรือไม่ อย่างไร	5 นาที
การพัฒนา ปรับปรุงบริการ และ การสื่อสาร	
• คุณคิดว่า มิวเซียมสยามควรมีการพัฒนาเรื่องใดเพิ่มเติม • ในเรื่องการพัฒนางานบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ อะไรที่คุณคิดว่าคืออุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน และควรแก้ไขอย่างไร • โดยส่วนใหญ่ผู้เข้าชมนิทรรศการได้รับข่าวสารสัมพันธ์จากช่องทางใด และคิดว่าต้องการรับข่าวสารจากช่องทางใด	10 นาที
ความผูกพัน	
• คุณเห็นว่าผู้ให้บริการที่เคยมาใช้บริการแล้ว กลับมาใช้บริการอีกมากน้อยเพียงใด • คุณเห็นการชักชวนแนะนำบอกต่อ (ผู้ให้บริการพาเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ) มากน้อยเพียงใด	5 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ในสถานการณ์ covid 19 ทางผู้ให้บริการมีการตอบสนองอย่างไรต่อมาตรการป้องกันของมิวเซียมสยาม • ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้ให้บริการแหล่งเรียนรู้มิวเซียมสยาม

ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ – นามสกุล

เบอร์ติดต่อ

แนะนำตัว	
สวัสดีครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ชื่อ.....มาจาก บริษัท นิคเคอิ รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย ขณะนี้เรากำลังสำรวจข้อมูลในนามของ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD ซึ่งมีสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ หรือมิวเซียมสยาม เป็นหน่วยงาน ภายใต้สังกัด ในเรื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ความผูกพันและการได้รับประโยชน์ เพื่อนำข้อมูลในภาพรวมนำไปใช้เพื่อการพัฒนา ปรับปรุง และ วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต จึงใคร่ขอเวลาเพื่อสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นๆ และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (ใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที)	
แนะนำตัว	ระยะเวลา
• รบกวนแนะนำตัวและประสบการณ์ การเข้าใช้บริการ/ การเข้าใช้บริการมิวเซียมสยาม คร่าวๆครับ/ค่ะ (เช่น ความสนใจ เข้าชมนิทรรศการ ห้องนิทรรศการที่ชอบ เข้าร่วมกิจกรรมที่ชอบ เป็นต้น)	5 นาที
ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจ	
• ก่อนการเข้าชมนิทรรศการมิวเซียมสยาม คุณมีความคาดหวังในเรื่องใดบ้าง และคาดหวังในเรื่องใดมากที่สุด • หลังจากเข้าชมนิทรรศการแล้ว คุณมีความรู้สึกอย่างไรบ้าง มีความพึงพอใจหรือความประทับใจใดเป็นพิเศษ เพราะเหตุใด • นอกจากนี้มีเรื่องใดที่สร้างความไม่พึงพอใจ/ ไม่ประทับใจในการเข้าใช้บริการบ้าง อย่างไร • คุณอยากให้มิวเซียมสยามมีการปรับปรุง/ พัฒนา ในเรื่องใด อย่างไร	20 นาที
การได้รับประโยชน์	
• คุณคิดว่าคุณได้รับประโยชน์ในด้านใดบ้าง ในการใช้บริการมิวเซียมสยาม • คุณมีการประยุกต์ใช้ประโยชน์ที่ได้รับ กับการทำงาน/หรือการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันอย่างไรบ้าง	5 นาที
ช่องทางการสื่อสาร	
• คุณคิดว่าช่องทางประชาสัมพันธ์ทางไหนของมิวเซียมสยามเข้าถึงง่ายที่สุด เพราะอะไร • คุณมีข้อเสนอแนะใดเพิ่มเติมในการเรื่องการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์	5 นาที
ความผูกพัน	
• คุณเคยใช้บริการมิวเซียมสยามมานานแค่ไหน เคยมาใช้บริการกี่ครั้ง • คุณเคยชักชวน หรือจะชักชวนเพื่อนหรือญาติให้มาใช้บริการมิวเซียมสยาม หรือไม่ เพราะเหตุใด • คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรม หรือมีความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของมิวเซียมสยามหรือไม่ อย่างไร	5 นาที
ข้อเสนอแนะ	
• ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่ปกติ (covid 19) คุณคิดว่า มิวเซียมสยามควรมีมาตรการรองรับอย่างไร และควรปรับเปลี่ยนวิธีการชมนิทรรศการอย่างไร เพื่อให้สามารถให้บริการผู้ให้บริการได้ • คุณทราบหรือไม่ว่า สามารถเข้าชมนิทรรศการเสมือนจริง 360 องศา บนหน้าเว็บไซต์ของมิวเซียมสยามได้ • ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	5 นาที

ภาคผนวก จ. ภาพการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการผ่านระบบ Online Video Conference

จ. ภาพการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการผ่านระบบ Online Video Conference

ภาพประกอบในการประเมินปี 2564

- ภาพประกอบการประชุมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ สบร. ณ วันที่ 28 กันยายน 2564



- รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมจากหน่วยงาน สปร.

หน่วยงาน สปร.			
ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สำนัก /ฝ่าย /หน่วยงาน
1	นายอติปัทย์ บำรุง	ผู้อำนวยการ สปร.	สปร.
2	นายอภิชาติ ประเสริฐ	รองผู้อำนวยการ สปร.	สปร.
3	นายโตมร ศุขปรีชา	ผู้อำนวยการ สำนักยุทธศาสตร์และนวัตกรรมการเรียนรู้	สำนักยุทธศาสตร์และนวัตกรรมการเรียนรู้ สปร.
4	นายภูมิพงษ์ ขวัญขึ้น	ผู้อำนวยการ ฝ่ายงบประมาณและติดตามประเมินผล	ฝ่ายงบประมาณและติดตามประเมินผล สปร.
5	นายเกียรติพร หวังภัทรพงศ์	ผู้อำนวยการ ฝ่ายสื่อสารองค์กร	ฝ่ายสื่อสารองค์กร สปร.
6	นางสาวพัชรพร ทองประไพ	ผู้อำนวยการสำนักบริหารจัดการ	สปร.
7	นายวรพจน์ บุญพร	ผู้อำนวยการฝ่ายอาคาร	ฝ่ายอาคาร สปร.
8	นายณัฏฐ์ศักดิ์ สุธะธยาจารย์	ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายใน	ฝ่ายตรวจสอบภายใน สปร.
9	นางสาวคณินยา กนิษฐสังกาศ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายสื่อสารองค์กร สปร.
10	นางสาวอัญชลี กวีโรจน์กุล	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายสื่อสารองค์กร สปร.
11	นางพนิตชนก บุญศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายงบประมาณและติดตามประเมินผล สปร.
12	นางสาวศรินดา จันทะเกิด	นักวิเคราะห์และประเมินผลอาวุโส	ฝ่ายงบประมาณและติดตามประเมินผล สปร.
13	นางสาวกนกวรรณ ยี่หวังเจริญ	นักวิเคราะห์และประเมินผลอาวุโส	ฝ่ายงบประมาณและติดตามประเมินผล สปร.
14	นายปรินต์ปี บุญแก้ว	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายสื่อสารองค์กร สปร.
15	นางสาวอรเลขา เพ็งพริ้ง	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์นวัตกรรมการเรียนรู้ สปร.
16	นางสาวอัมรินทร์รา ทิพย์บุญราช	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์นวัตกรรมการเรียนรู้ สปร.
17	นางสาวอนิตา สุตรสุวรรณ	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายสื่อสารองค์กร สปร.
18	นางชุติมา เต็มรังษี	ผู้อำนวยการส่วนงานสนับสนุนกรรมการและผู้บริหาร	ส่วนงานสนับสนุนกรรมการและผู้บริหาร

- รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมจากอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

หน่วยงานอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)			
ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สำนัก / ฝ่าย / หน่วยงาน
1	นางวราพร ตยานุกรณ์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สอ.	สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
2	นางสาวปณิธาน ภาสกันนธ์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายดิจิทัลเค สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
3	นางสาวนพพร มาลาศรี	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายดิจิทัลเค สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
4	นางสาวรินศิริ ทองคำ	ผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ต้นแบบ	ฝ่ายพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ต้นแบบ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
5	นางสาวธีรดา เนียมอยู่	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ต้นแบบ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
6	นางสาวอัศรินทร์ นนทิหทัย	ผู้อำนวยการ ฝ่ายกิจกรรมการเรียนรู้	ฝ่ายกิจกรรมการเรียนรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
7	นายยุทธินัย ยังเจริญ	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายกิจกรรมการเรียนรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
8	นางสาววิภาศย์ นิยมภา	ผู้อำนวยการ ฝ่ายสื่อสารการตลาด	ฝ่ายสื่อสารการตลาด สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
9	นางสาวสุพพตา บัวเอี่ยม	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายสื่อสารการตลาด สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
10	นายฐิติพัฒน์ สุมิรัง	ผู้อำนวยการ ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านอุทยานการเรียนรู้	ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านอุทยานการเรียนรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
11	นางสาวนิภาพร พุ่มกลิ่น	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านอุทยานการเรียนรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
12	นายวัฒนชัย วินิจจะกุล	ผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้	ฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
13	นางทัศนีย์ แซ่ลิ้ม	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
14	นางสาวภัทธีรย์ จันทรหนู	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายพัฒนาเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)
15	นางสาวทัศนีย์ ประกอบพร	นักจัดการความรู้	ฝ่ายพัฒนาเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ สถาบันอุทยานการเรียนรู้ (TK Park)

● รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมจากมิวเซียมสยาม

หน่วยงานมิวเซียมสยาม			
ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สำนัก /ฝ่าย /หน่วยงาน
1	นางสาวสุชมาล ผดุงศิลป์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
2	นางสาวสุกัลยา กรรณสมบัติ	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนอาวุโส	ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
3	นางสาวจารุณี แยมชื่น	นักจัดการความรู้	ฝ่ายสื่อสารและการตลาด สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
4	นายฤทธธัน สิริธนาโชติ	ผู้อำนวยการฝ่ายดิจิทัลมิวเซียม	ฝ่ายดิจิทัลมิวเซียม สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
5	นายประชา สุขสบาย	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย	ฝ่ายพัฒนาเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
6	นางสาวศิริพร เพื่องฟูลอย	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายพัฒนาเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
7	นาง รัชรา ขมะวรรณ มุกดาวิจิตร	ผู้อำนวยการฝ่าย	ฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้พิพิธภัณฑ์ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
8	นางสาวรุ่งอรุณ ธนโชคสุกเศรษฐ์	เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีอาวุโส	ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
9	นางสาวไรวินท์ สมสอง	เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีอาวุโส	ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
10	นางชองทิพย์ เสริมสวัสดิ์ศรี	ผู้อำนวยการฝ่าย	ฝ่ายพัฒนาพื้นที่และงานบริการ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
11	มล.อรอาไพ พนานรัตน์	เจ้าหน้าที่บริหารทรัพยากรกายภาพอาวุโส	ฝ่ายพัฒนาพื้นที่และงานบริการ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
12	นายทวีศักดิ์ วรฤทธิ์เรืองอุไร	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย	ฝ่ายนิทรรศการและกิจกรรม สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
13	นางสาวดิวิษา ทองเต็ม	นักจัดการความรู้อาวุโส	ฝ่ายนิทรรศการและกิจกรรม สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
14	นางวัชนี สิ้นธุจสานนท์	นักจัดการความรู้	ฝ่ายนิทรรศการและกิจกรรม สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
15	นางสาวปฤษฎาพร โชติธรรม	ผู้อำนวยการฝ่าย	ฝ่ายสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ