

รายงานผลการสำรวจ



ความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของ ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562



นำเสนอ ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน)
โดย บริษัท ไอดีเอส จำกัด

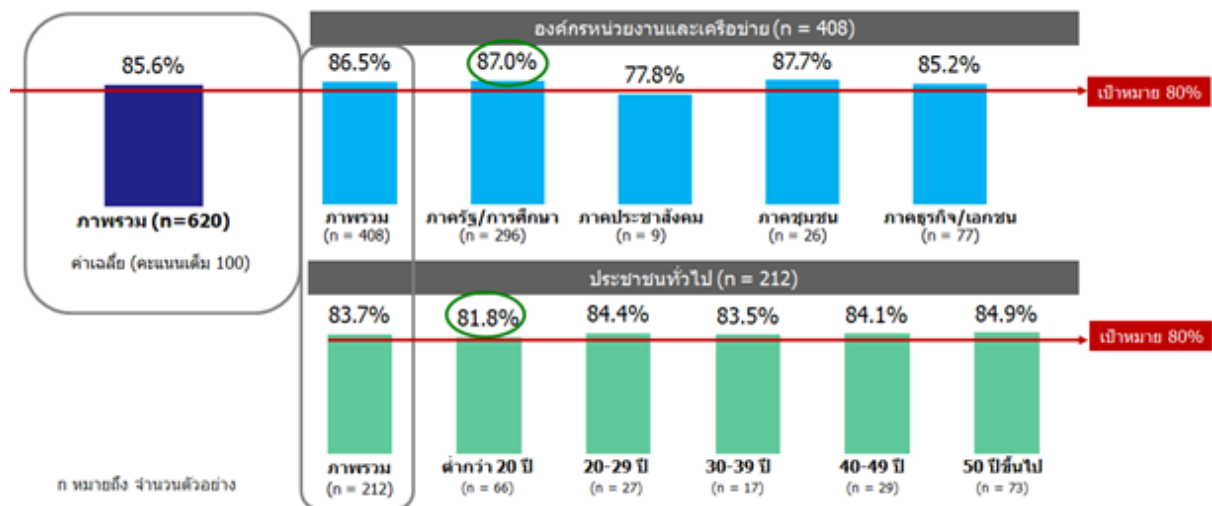


บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

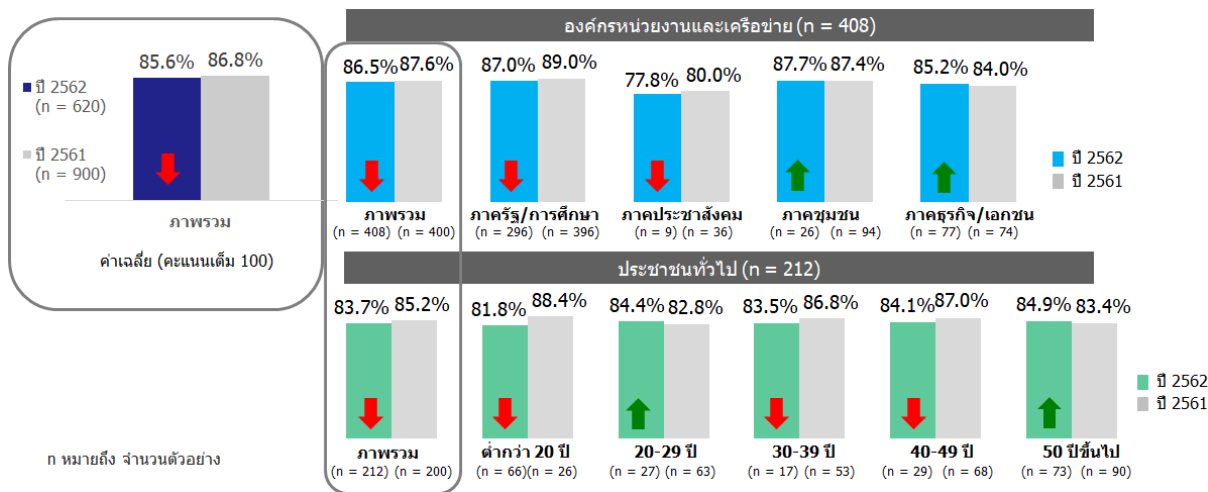
โครงการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทราบระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ความเชื่อมั่น ตลอดจนความคิดเห็นต่อศูนย์คุณธรรม เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น จุดด้อย และข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม โดยใช้วิธีการวิจัยผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 620 ราย ประกอบด้วยกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย 408 ราย และกลุ่มประชาชนทั่วไป 212 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามที่มีโครงสร้างที่แน่นอน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face Interview) และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) ในระหว่างวันที่ 17 พฤษภาคม – 18 มิถุนายน พ.ศ. 2562 จากการสำรวจ สรุปผลได้ดังนี้

1. ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการจากค่าเป้าหมาย 80%

ระดับความสำเร็จของความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการจากคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมสูงกว่าเป้าหมายและอยู่ในระดับ “มากที่สุด” (85.6%) โดยระดับความสำเร็จในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (86.5%) สูงกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป (83.7%)



เมื่อเปรียบเทียบผลกับปี 2562 ที่ผ่านมา พบว่า ระดับความสำเร็จในปี 2562 ต่ำกว่าปี 2561 เล็กน้อย (85.6% : 86.8% ตามลำดับ) ทั้งในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (86.5% : 87.6% ตามลำดับ) และกลุ่มประชาชนทั่วไป (83.7% : 85.2% ตามลำดับ)



2. ความพึงพอใจต่อศูนย์คุณธรรม

2.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) พึงพอใจมากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป (4.18)

เมื่อเปรียบเทียบผลกับปี 2561 ที่ผ่านมา พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในปี 2562 ต่ำกว่าปี 2561 เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.28 : 4.34 ตามลำดับ) เช่นเดียวกับกับผลการสำรวจในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33 : 4.38 ตามลำดับ) และกลุ่มประชาชนทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.18 : 4.26 ตามลำดับ)

สาเหตุที่พึงพอใจ “มาก” เพราะศูนย์คุณธรรมมีการเผยแพร่ความรู้ด้านคุณธรรมที่ชัดเจน/หลากหลาย เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ได้ (35.7%) รองลงมาคือ บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร (17.0%) และคุณภาพของการจัดงานที่เป็นมืออาชีพ น่าสนใจ (16.3%) เป็นต้น

2.2 ความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ในด้านต่างๆ ของศูนย์คุณธรรม

อันดับหนึ่ง ความสุภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery) (ค่าเฉลี่ย 4.51)

อันดับสอง ให้บริการเต็มความสามารถและรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility) (ค่าเฉลี่ย 4.37)

อันดับสาม ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership) (ค่าเฉลี่ย 4.36)



ส่วนเรื่องที่ได้รับคามพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

เมื่อเปรียบเทียบผลกับปี 2561 ที่ผ่านมา พบว่า ความพึงพอใจต่อแต่ละบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมในปี 2562 ส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจลดลงจากปี 2561 ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้/ข้อมูล/ข่าวสารตั้งแต่การเผยแพร่และประโยชน์ที่มีต่อการพัฒนา ขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

3. ความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม

3.1 ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (4.37) มากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป (4.25)

สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม “มาก” เนื่องจากการแสดงบทบาทอย่างชัดเจนในการส่งเสริมคุณธรรม ได้แก่ การส่งเสริม/สนับสนุนด้านคุณธรรมและจริยธรรม (18.8%) การขับเคลื่อนให้เกิดสังคมคุณธรรม (16.5%) เป็นต้น แต่มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่เชื่อมั่นระดับ “ปานกลางและน้อย” เพราะการที่ศูนย์คุณธรรมยังแสดงบทบาทหน้าที่ไม่ชัดเจน/ไม่เป็นรูปธรรม (33.9%) ตลอดจนยังมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักไม่มากพอ (18.6%) การขยายเครือข่ายยังไม่มาก/ไม่ทั่วถึง (17.0%) เป็นต้น

3.2 ความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรม โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” ดังนี้

อันดับหนึ่ง (เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.38)

อันดับสอง (เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

อันดับสาม (วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.28)

เมื่อเปรียบเทียบผลกับปี 2561 ที่ผ่านมาพบว่า มีความเชื่อมั่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน (ค่าเฉลี่ย 4.33 : 4.31 ตามลำดับ) โดยเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นมากที่สุดต่อเป้าหมายในการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.38 : 4.29 ตามลำดับ)

4. ความคิดเห็นต่อศูนย์คุณธรรม

4.1 ข้อเสนอแนะต่อการสนับสนุนในองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าคุณธรรมควรดำเนินการเพื่อการสนับสนุนให้องค์กรหน่วยงานและเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรมสอดคล้องกับทิศทางและบทบาทหน้าที่ของคุณธรรมคือ ตั้งแต่การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการดำเนินงาน จากนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ มากขึ้น ตลอดจนมีผลงานที่เป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อน/ขยายเครือข่ายในพื้นที่ต่างๆ ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม เป็นต้น

4.2 สิ่งที่ควรดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้หน่วยงาน/องค์กรสร้างเครือข่ายองค์กรคุณธรรม กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายต้องการให้สนับสนุนด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร/ความรู้ที่ถูกต้องอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ตลอดจนแสดงบทบาทในการเป็นผู้ประสานให้เครือข่ายต่างๆ เกิดความร่วมมือกันมากขึ้น รวมทั้งสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ สื่อ หรือองค์ความรู้ เป็นต้น

4.3 บทบาท/หน้าที่ที่คุณธรรมควรทำ เพื่อส่งเสริมให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้คุณธรรมเผยแพร่ความรู้/จัดกิจกรรม/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น (60.5%) คือ เผยแพร่ความรู้/จัดกิจกรรมด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่องให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม (39.7%) ประชาสัมพันธ์เรื่องคุณธรรมทางสื่อมากขึ้น เช่น TV/โซเชียลมีเดีย/เจ้าหน้าที่รัฐ/เครือข่าย (20.8%) เป็นสื่อกลางและประสานงานขับเคลื่อน โดยให้หน่วยงานอื่นๆ เป็นเครือข่าย/มีส่วนร่วมในการสร้างต้นแบบคุณธรรม (18/6%) เป็นต้น

4.4 กลไกในสังคมที่ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมคุณธรรม กลไกในสังคมที่คุณธรรมควรให้ความสำคัญในการใช้เป็นสื่อกลางเพื่อส่งเสริมคุณธรรมให้แพร่หลายไปยังทุกหน่วยในสังคมคือ การเริ่มจากสังคมที่ใกล้ชิดที่สุด ได้แก่ ครอบครัว (60.7%) ตามด้วยสังคมที่แวดล้อม ได้แก่ สถาบันการศึกษา (43.9%) ชุมชน (27.4%) ตลอดจนที่ทำงาน (13.4%) เป็นต้น

5. ความคิดเห็นต่อคุณธรรมในสังคมไทย

5.1 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยอยู่ในระดับไม่สูงมากคือ “ปานกลาง-ค่อนข้างมาก” (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยคุณธรรมที่คิดว่ามีมากที่สุดคือ ความเป็นจิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ขณะที่มีความมีวินัย (ค่าเฉลี่ย 3.46) และความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ในความถูกต้อง น้อยกว่าเรื่องอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47)

เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจปี 2561 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยในปี 2562 ดีขึ้นกว่าปี 2561 เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.60 : 3.53 ตามลำดับ) โดยเฉพาะเรื่อง

ความมีจิตอาสาในการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.85 : 3.36 ตามลำดับ) แต่มีคุณธรรมลดลงอย่างชัดเจนในเรื่องความพอเพียงในการดำเนินชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.51 : 3.98 ตามลำดับ)

5.2 ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่ง (57.1%) มีความคิดเห็นว่าสังคมไทยในอนาคตจะมีคุณธรรมเท่าเดิม โดยศูนย์คุณธรรมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้สังคมไทยมีคุณธรรมเพิ่มขึ้น โดยการส่งเสริม/ให้ความรู้/ทำกิจกรรมด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง (51.1%) ประกอบกับประชาชนสนใจเรื่องคุณธรรมมากขึ้น (18.9%) มีการประชาสัมพันธ์/รณรงค์เรื่องคุณธรรมผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น (8.5%) ในทางตรงกันข้ามสาเหตุที่คิดว่าสังคมไทยจะมีคุณธรรมลดลงเนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันที่มีความเห็นแก่ตัว (42.7%) เป็นสังคมก้มหน้าอยู่กับโซเชียลที่มีเนื้อหารุนแรง จิตสำนึกและระเบียบวินัยลดลง เป็นต้น

6. สรุปจุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม

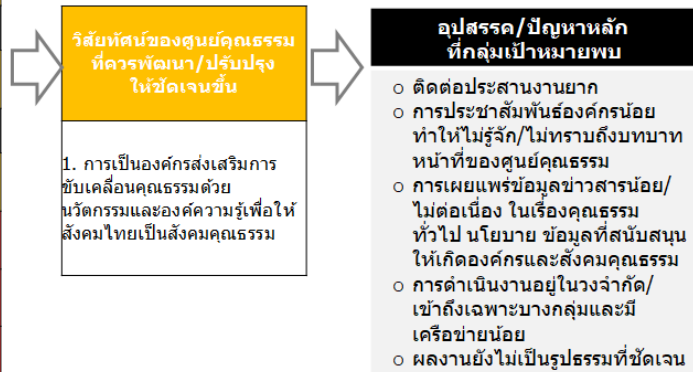
6.1 สรุปบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	สรุปสิ่งที่ควรดำเนินการ	ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย	
		ต่อความพึงพอใจโดยรวม	ต่อความเชื่อมั่นโดยรวม
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ (Process)			
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ	Improve 2nd	Should Improve	Should Improve
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ	Improve 2nd	Should Improve	Should Improve
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมตามค่านิยมองค์กร			
2.1 การให้บริการผู้ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)	Maintain	Delighter	Delighter
2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)	Maintain	Delighter	Strength
2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ (Responsibility)	Maintain	Delighter	Delighter
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่ (Originality)	Improve 2nd	Delighter	Should Improve
2.5 ความสุภาพของกิริยา มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)	Maintain	Delighter	Delighter
3. ด้านบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม			
3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	Improve 2nd	Should Improve	Should Improve
3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	Improve 1st	Weakness	Weakness
3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	Improve 1st	Weakness	Weakness
3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น (ได้แก่ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา)	Improve 1st	Weakness	Weakness
3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	Improve 1st	Weakness	Weakness
4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม			
4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม	Maintain	Strength	Strength
4.2 การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม	Maintain	Strength	Strength
4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	Maintain	Strength	Strength

วิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรม	สรุปสิ่งที่ควรดำเนินการ	ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย ต่อความเชื่อมั่นโดยรวม
(วิสัยทัศน์) 1. การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	Improve	Should Improve
(เป้าหมาย) 2. การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	Maintain	Delighter
(เป้าหมาย) 3. การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	Maintain	Strength

6.2 อุปสรรค/ปัญหาหลักที่กลุ่มเป้าหมายพบจากการดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม บทบาทหน้าที่และวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง เกิดจากอุปสรรค/ปัญหาที่สำคัญคือ การสื่อสารที่ยังไม่เพียงพอในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทราบนโยบาย บทบาทหน้าที่ ข้อมูลด้านคุณธรรมตลอดจนผลงานของศูนย์คุณธรรม ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้ศูนย์คุณธรรมเป็นที่รู้จักและผลักดันให้เกิดความร่วมมือขยายเครือข่ายคุณธรรม

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง	สรุปสิ่งที่ควรดำเนินการ
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ ขั้นตอนการให้บริการ (Process)	
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ	Improve 2nd
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการของศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ	Improve 2nd
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมตามคำนิยามองค์กร	
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่ (Originality)	Improve 2nd
3. ด้านบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	
3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	Improve 2nd
3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	Improve 1st
3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	Improve 1st
3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น (พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา)	Improve 1st
3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	Improve 1st



6.3 ข้อเสนอแนะต่อศูนย์คุณธรรมเพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ จากผลการสำรวจการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่และวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม ตลอดจนอุปสรรคปัญหาหลักที่กลุ่มเป้าหมายพบ สรุปข้อเสนอแนะสำหรับศูนย์คุณธรรม ดังนี้

วิสัยทัศน์
"การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม"



การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์คุณธรรม ได้แก่ นโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมายของหน่วยงาน
- ข้อมูลด้านคุณธรรมทั่วไปที่นำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ เช่น พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา
- ข้อมูลในเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุน/ผลักดันให้เกิดการขยายองค์กรและสังคมคุณธรรม
- การจัดกิจกรรมและผลการดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม
- ออกแบบข้อมูลที่เผยแพร่และการจัดกิจกรรมที่จูงใจกลุ่มเป้าหมาย

เผยแพร่ผ่านช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ภายใต้งบประมาณที่เหมาะสม เช่น

- ช่องทางองค์กรเครือข่ายและหน่วยงาน
- ช่องทางหน่วยงานเป้าหมายที่ต้องการผลักดันให้เป็นองค์กรคุณธรรม เช่น ภาครัฐ สถาบันการศึกษา
- สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนทั่วไป

กลุ่มเป้าหมายของศูนย์คุณธรรม

- องค์กรเครือข่ายและหน่วยงานภาครัฐ ประชาสังคม ชุมชนธุรกิจ/เอกชน
- ประชาชนทั่วไป

- 2. การส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนงานด้านคุณธรรมจริยธรรม**
 - ด้วยการสนับสนุนตลอดจนเป็นผู้ประสานเพื่อขยายเครือข่ายองค์กรคุณธรรมผ่านองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น ข้อมูลข่าวสาร/สื่อ เป็นต้น
 - ขับเคลื่อน/ขยายเครือข่ายในพื้นที่ต่างๆ แบบเจาะลึกและทั่วถึงมากขึ้น/จัดกิจกรรมเพิ่มขึ้น/ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญ
- 3. การส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม**
 - ด้วยการกำหนดมาตรฐานตัวชี้วัดชัดเจนและยกย่องเชิดชูผู้มีคุณธรรม
- 4. การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ดีของศูนย์คุณธรรม**
 - ด้วยการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนแบบยั่งยืน เช่น แนวทางดำเนินงานให้เชื่อมโยงระหว่างเครือข่าย การสานต่อภารกิจต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น
 - เพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เช่น ติดต่อกันง่าย ประสานงานรวดเร็ว



สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของโครงการสำรวจ	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	2
1.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	2
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)	3
1.5 การเก็บข้อมูล	3
1.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	5
บทที่ 2 แนวคิดในการศึกษา	7
2.1 ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน)	7
2.2 แนวความคิดความพึงพอใจ	9
บทที่ 3 ผลการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนากการให้บริการของ ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562	13
3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	13
3.2 การรับรู้และใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรม	24
3.3 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนา การให้บริการ	28
3.4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	30
3.5 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	34
3.6 เหตุผลที่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มาก/ปานกลาง/น้อย”	45
3.7 ความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม	47
3.8 ความคิดเห็นต่อศูนย์คุณธรรม	60
3.9 ความคิดเห็นต่อคุณธรรมในสังคมไทย	64
บทที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ความเชื่อมั่นโดยรวมและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา การดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม	76
4.1 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวม ต่อศูนย์คุณธรรม	77

สารบัญ

	หน้า
4.2 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	78
4.3 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	82
4.4 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	83
4.5 วิเคราะห์วิสัยทัศน์และเป้าหมายที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	87
4.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	88
4.7 แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม	90
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม การสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562	93

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของโครงการสำรวจ

ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานของรัฐในกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม จัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2554 โดยมีภารกิจในการเชื่อมโยง ประสานงาน และรณรงค์ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนระดับชาติด้านการส่งเสริมคุณธรรม พัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมองค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรม และส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายทางสังคมให้มีความรู้ความสามารถในการปลูกฝังส่งเสริมพัฒนาคุณธรรมในกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินงานส่งเสริมคุณธรรมที่ผ่านมา ศูนย์คุณธรรมให้ความสำคัญกับเครือข่ายทางสังคมทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคประชาสังคมและชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นผู้รับบริการจากศูนย์คุณธรรมเพื่อขับเคลื่อนคุณธรรมตามภารกิจของภาคส่วนต่าง ๆ นั้น

ในปีงบประมาณ พ.ศ.2562 คณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมองค์การมหาชน (กพม.) ได้พิจารณาเห็นชอบหลักการและกรอบแนวทางการประเมินองค์การมหาชน โดยมีองค์ประกอบของการประเมิน 5 ด้านคือ 1) ภารกิจพื้นฐาน 2) ภารกิจยุทธศาสตร์ 3) ภารกิจพื้นที่/ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด 4) การบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมในการบริหารจัดการระบบงาน งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และการให้บริการประชาชน หรือหน่วยงานของรัฐ และ 5) ศักยภาพในการเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาประเทศจากองค์ประกอบการประเมินทั้ง 5 ด้าน ในด้านที่ 4 จะเป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของหน่วยงาน ซึ่งกำหนดให้องค์การมหาชนจัดหาผู้ประเมินจากภายนอกเป็นผู้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อภารกิจหลักขององค์การตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง

ดังนั้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการกับผู้รับบริการของศูนย์คุณธรรม และเป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการเพิ่มมากขึ้น ศูนย์คุณธรรมจึงจะจัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป โดย ในปี 2562 ศูนย์คุณธรรมได้มอบหมายให้บริษัท ไอดีเอส จำกัด เป็นผู้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษาการรับรู้และใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรม
2. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์คุณธรรม
3. ศึกษาความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม
4. ศึกษาความคิดเห็นต่อศูนย์คุณธรรม
5. ศึกษาความคิดเห็นต่อคุณธรรมในสังคมไทย
6. วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น จุดด้อย ข้อเสนอแนะและสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของศูนย์คุณธรรมตามข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย

1.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา



1.4. ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

1.4.1 วิธีการวิจัย ในการสำรวจใช้วิธีการวิจัยแบบ Semi-qualitative โดยผสมผสานวิธีการวิจัย 2 วิธีดังนี้

1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงปริมาณที่วัดค่าได้ และมีความน่าเชื่อถือทางสถิติ ที่สะท้อนถึงความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนถึงที่มาและรายละเอียดของปัญหา และข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรมโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างเดียวกันกับการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 30 ราย

1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจคือ ผู้ใช้บริการและเข้าร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 จำนวน 620 ราย จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
รวมทั้งสิ้น	620	100.0%
1. กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย	408	65.8%
1.1 ภาครัฐ/ การศึกษา	296	47.7%
1.2 ภาคธุรกิจ/เอกชน	77	12.4%
1.3 ภาคชุมชน	26	4.2%
1.4 ภาคประชาสังคม	9	1.5%
2. กลุ่มประชาชนทั่วไป	212	34.2%

1.5 การเก็บข้อมูล

1.5.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่มีโครงสร้างที่แน่นอน มีรูปแบบขั้นตอนการจัดทำ และองค์ประกอบของแบบสอบถาม ดังนี้

1) รูปแบบของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

1.1) คำถามปลายปิด หรือคำถามเชิงปริมาณ

1.2) คำถามปลายเปิด หรือคำถามเชิงคุณภาพ

2) ขั้นตอนการจัดทำแบบสอบถาม ประกอบด้วยขั้นตอนตามแผนภาพต่อไปนี้



1.5.2 การทดสอบ (Pre-test) แบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามและนำผลที่ได้รับมาปรับปรุงการตั้งคำถาม การใช้ภาษาให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจได้ง่ายและเข้าใจตรงกัน โดยทำการทดสอบเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2562 กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย จำแนกเป็นกลุ่มองค์กรเครือข่ายและหน่วยงาน จำนวน 30 ราย และกลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 20 ราย ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามวัดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความคิดเห็นคุณธรรมในสังคมไทยอยู่ในระดับสูง ดังตารางต่อไปนี้

	ข้อคำถามวัดความพึงพอใจ (ข้อ 3.1)	ข้อคำถามวัดความเชื่อมั่น (ข้อ 4.1)	ข้อคำถามวัดความคิดเห็นต่อคุณธรรมในสังคมไทย (ข้อ 6)
- ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)	0.94	0.88	0.93
- ความหมายของความเชื่อมั่นของชุดคำถาม	สูง	สูง	สูง

1.5.3 วิธีการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการเก็บข้อมูล 2 วิธีดังนี้

1) การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face Interview) ใช้กับการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมงานของศูนย์คุณธรรมในปี 2562 ได้แก่

1.1) ประชุมภาคีเครือข่ายสมัชชาคุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 1/2562 เก็บข้อมูลวันที่ 17 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรม ทีเค พาเลซ ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ

1.2) เวทีธุรกิจส่งเสริมคุณธรรม (Moral Organization For Business Sector) เก็บข้อมูลวันที่ 21 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรมบางกอกกชฎา กรุงเทพฯ

1.3) ประชุมวิชาการคุณธรรมในพื้นที่ทางสังคมครั้งที่ 2 เก็บข้อมูลวันที่ 18 มิถุนายน 2562 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพ

2) การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) ตามรายชื่อที่ได้รับจาก ศูนย์

คุณธรรม

1.5.4 วันที่เก็บข้อมูล วันที่เก็บข้อมูล 17 พฤษภาคม – 18 มิถุนายน 2562

1.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการตอบคำถามทุกข้อที่ได้รับจากการสำรวจ ประกอบด้วยสถิติต่อไปนี้

1) ค่าความถี่ (Frequency) หมายถึง จำนวนตัวอย่างที่ตอบในแต่ละข้อคำถามและแต่ละคำตอบ

2) ค่าร้อยละ (Percentage) หมายถึง สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแต่ละคำตอบ โดยคำนวณค่าร้อยละจากจำนวนตัวอย่างที่ตอบคำถามในแต่ละข้อ

3) ค่าเฉลี่ย (Mean) หมายถึง ค่ากลางที่เป็นตัวแทนของผลการสำรวจที่ได้รับจากคำถามที่ให้กลุ่มเป้าหมายตอบเป็นค่าคะแนน เช่น คะแนนความพึงพอใจ คะแนนความเชื่อมั่น คะแนนความคิดเห็น เป็นต้น โดยวัดด้วย Likert Scale ซึ่งมีความหมายดังนี้

				
1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนในการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1	1.00-1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด
2	1.81-2.60	พึงพอใจน้อย
3	2.61-3.40	พึงพอใจปานกลาง
4	3.41-4.20	พึงพอใจมาก
5	4.21-5.00	พึงพอใจมากที่สุด

4) ค่าความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) หมายถึง ค่าที่แสดงความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง $+1.00$

1.6.2 สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ความคิดเห็น และความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรมระหว่างกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มย่อย ได้แก่ สถิติการทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เป็นต้น โดยตั้งค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ไม่เกิน 0.05



บทที่ 2

แนวคิดในการศึกษา

2.1 ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน)

2.1.1 บทบาทของศูนย์คุณธรรม

ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) หรือชื่อเดิมคือ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม จัดตั้งเป็นหน่วยงานเฉพาะด้านตามนโยบายรัฐบาล เมื่อวันที่ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๔๗ ในสังกัดสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ สปร. สำนักนายกรัฐมนตรี โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่หลักในการบริหารจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนประสานงานและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายองค์กร ด้านการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ให้มีพลังในการพัฒนาคุณภาพประชากรของชาติในด้านคุณธรรมจริยธรรม เพื่อรักษาคุณภาพในการพัฒนาสังคมไทย ซึ่งมีคณะกรรมการดำเนินงานศูนย์คุณธรรมโดยคำสั่ง สปร. ที่สามารถกำหนดเป้าหมายและนโยบายการบริหารงานด้วยตนเอง

2.1.2 วัตถุประสงค์การจัดตั้งศูนย์คุณธรรม

- 1) ส่งเสริมและสนับสนุนการรวมพลังของกลุ่มหรือเครือข่ายทางสังคม และประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน รวมถึงการจัดประชุมสัมมนาคุณธรรมแห่งชาติที่สอดคล้องกับแนวทางหรือกรอบการดำเนินงานของคณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๐ เพื่อพัฒนาคุณธรรมความดีที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาวิจัย ค้นคว้า พัฒนาองค์ความรู้ สร้างองค์ความรู้ใหม่ รวบรวมองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ บริหารจัดการความรู้เผยแพร่องค์ความรู้ด้านคุณธรรมความดีและเป็นศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของการประพฤติปฏิบัติดีของบุคคลและการเป็นคนดีของสังคม
- 3) ส่งเสริม สนับสนุน และประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคธุรกิจภาคประชาสังคม และภาคประชาชน ในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางวิชาการและนวัตกรรมในกระบวนการพัฒนาคุณธรรมความดีในรูปแบบต่างๆ
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมอื่นๆ และการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมทางสังคม เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณธรรมความดี

2.1.3 วิสัยทัศน์

"เป็นองค์กรเชื่อมโยง ประสานเครือข่ายทางสังคม และรณรงค์การขับเคลื่อนการพัฒนา
คุณธรรม จริยธรรมสู่สังคมสันติสุข"

2.1.4 พันธกิจ

- 1) เชื่อมโยงและประสานงานในการรณรงค์ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ
ยุทธศาสตร์ และแผนระดับชาติด้านการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และธรรมมาภิบาลในสังคมไทย
- 2) พัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรม องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาส่งเสริมคุณธรรม
ที่เหมาะสมกับสังคมไทย
- 3) ส่งเสริม สนับสนุน เครือข่ายทางสังคมให้มีความรู้และความสามารถในการ ปลุกฝัง
ส่งเสริม พัฒนาคุณธรรม จริยธรรมในกลุ่มเป้าหมายต่างๆ

2.1.2 เป้าหมายของศูนย์คุณธรรม

- 1) ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและ
ประเทศชาติเพิ่มขึ้น โดยการปลุกฝังคุณธรรมสำคัญ 4 เรื่อง คือ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา
- 2) องค์กรได้รับการยอมรับให้เป็นองค์กรต้นแบบต้องการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม
โดยคุณธรรมมีความหมายและประกอบด้วย 4 เรื่องดังนี้
 - 1) คุณธรรม หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่า มีประโยชน์ เป็นความดีงาม เป็นมโนธรรม เป็น
เครื่องประดับ ประคองใจให้เกลียดความชั่ว กลัวบาป เป็นเครื่องกระตุ้น ผลักดันให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบ
เกิดจิตสำนึกที่มีความสงบเย็นภายในและเป็นสิ่งที่ต้องปลุกฝังโดยเฉพาะ เพื่อให้เกิดขึ้นและเหมาะสมกับความ
ต้องการของสังคมไทย
 - 2) พอเพียง หมายถึง การน้อมนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระ
เจ้าอยู่หัวมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท มีความ
พอประมาณ พอดี ไม่เบียดเบียนตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม มีเหตุมีผล รู้จักใช้ความรู้ในการตัดสินใจ
อย่างรอบคอบรอบด้าน สร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง พัฒนาชีวิตและสังคมอย่างยั่งยืน ความ
พอเพียงจะลดความโลภ ป้องกันแก้ไขความไม่ซื่อตรง ไม่ซื่อสัตย์และการทุจริต
 - 3) วินัย หมายถึง การยึดมั่นและรับผิดชอบต่อ ปฏิบัติตนตามหน้าที่ของพลเมือง ทั้งวินัยต่อ
ตนเอง มีความตั้งใจมุ่งมั่นผลักดันชีวิตให้เจริญก้าวหน้า มีวินัยต่อองค์กรและสังคม ปฏิบัติตามกฎหมาย
จริยธรรม จรรยาบรรณของวิชาชีพ และเคารพต่อกฎหมาย วินัยจะสร้างคุณภาพคน สร้างความสำเร็จก้าวหน้า
และความเป็นปึกแผ่นมั่นคงของคนในชาติ
 - 4) สุจริต หมายถึง ความซื่อตรง ความซื่อสัตย์ ยึดมั่น ยืนหยัดในการรักษาความจริง ความ
ถูกต้อง ความเป็นธรรม บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ ทั้งต่อตนเอง องค์กร สังคมและประเทศชาติ ทั้งเรื่อง

การพูด การกระทำ การดำเนินชีวิต และการปฏิบัติหน้าที่ นอกจากจะเป็นคนสุจริตแล้ว ยังต้อง ไม่สนับสนุน ไม่ร่วมมือ ไม่ยินยอมและต่อต้านการทุจริต คนไม่ซื่อตรง ไม่ซื่อสัตย์ ไม่สุจริต ด้วยความกล้าหาญ ความสุจริต จะขับเคลื่อนสังคมไปสู่ความดีงามและมีธรรมาภิบาล

5) จิตอาสา หมายถึง การมีจิตใจและลงมือทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ด้วยความรัก ความสามัคคี เพื่อประโยชน์ของผู้อื่น ของสังคม ของประเทศชาติและสิ่งแวดล้อมโดยรวม โดยมีได้หวังผลตอบแทน ทำความดีเพื่อความดี เอื้ออาทรต่อคนร่วมสังคม ไม่นิ่งดูตายต่อสังคมและผู้คน แต่อาสาเข้าไปแก้ไข ทำอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอจนเป็นนิสัย จิตอาสาจะกล่อมเกล่าจิตใจของผู้คนและสร้างความรัก ความสามัคคี ในชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เป็นสังคมสันติสุข

2.2 แนวความคิดความพึงพอใจ

2.2.1 ความหมาย

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของคำว่าความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์การอีกด้วย

กิตติมา (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ เมื่อได้รับการตอบสนอง

ฉัตรชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

เทพพนม และสวิง (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่เขาหาประโยชน์ประหวังกการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

วิรุฬ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับ

การตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

นภารัตน์ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ซึ่งในการศึกษานี้ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์คุณธรรม

2.2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ (Satisfaction Theory)

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีแรงจูงใจของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีแรงจูงใจของซิกมันด์ ฟรอยด์

1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหารีวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1) ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3) ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4) ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต้องงานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้ว ก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2) ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่า บุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ขณะที่ ชาริณี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพึงพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่จะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1) ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทรศณะของความ พึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

2) ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทรศณะของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3) ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทรศณะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษยหรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์หนึ่งด้วย

จากแนวความคิดดังกล่าว ในการศึกษาจะมีการวิเคราะห์บริการที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ขจัด GAP ซึ่งเป็นปัญหาและลดความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อนำไปสู่การยกระดับความพึงพอใจต่อศูนย์คุณธรรม

บทที่ 3

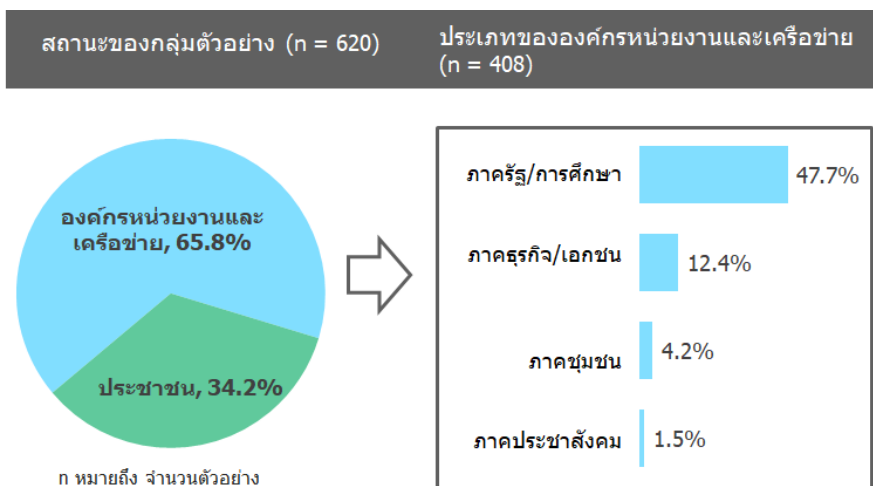
ผลการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ ของศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 สถานะ

จากแผนภาพที่ 3.1 แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งประมาณ 2 ใน 3 เป็นกลุ่มองค์กร
หน่วยงานและเครือข่ายจำนวน 408 ราย (65.8%) และประมาณ 1 ใน 3 เป็นประชาชนทั่วไป จำนวน 212
ราย (34.2%) โดยในกลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย เป็นประเภทภาครัฐ/การศึกษามากที่สุด
(47.7%)

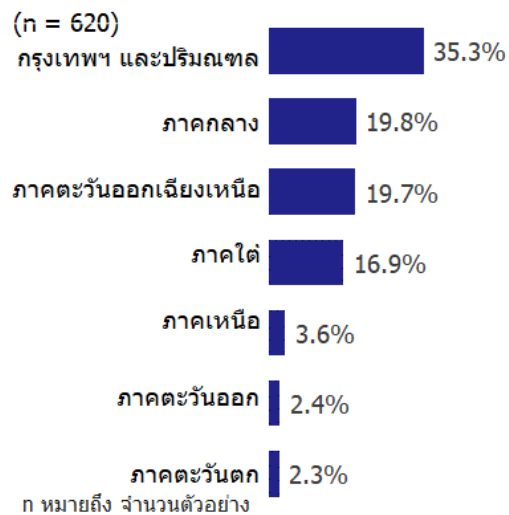
แผนภาพที่ 3.1 สถานะและประเภทขององค์กรหน่วยงานและเครือข่ายของกลุ่มตัวอย่าง (ภาพรวม)



3.1.2 พื้นที่ทำงาน/อยู่อาศัย

จากแผนภาพที่ 3.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของผู้ที่ทำงาน/อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมากที่สุด (35.3%) รองลงมาได้แก่ ภาคกลาง (19.8%) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (19.7%) ภาคใต้ (16.9%) เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.2 ภาคที่ตั้ง/ที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง (ภาพรวม)



จากตารางที่ 3.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายมีสัดส่วนของผู้ที่ทำงาน/อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมากที่สุด ทั้งโดยภาพรวม (39.2%) และเช่นเดียวกันกับเมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กรหน่วยงานและเครือข่าย

ตารางที่ 3.1 ภาคที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

ภาคที่ทำงาน	รวม องค์กร/ เครือข่าย	องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย			
		1. ภาครัฐ/ การศึกษา	2. ภาคประชา สังคม	3. ภาคชุมชน	4. ภาคธุรกิจ/ เอกชน
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	296 100.0%	9 100.0%	26 100.0%	77 100.0%
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	160 39.2%	91 30.7%	6 66.7%	15 57.7%	48 62.3%
ภาคกลาง	111 27.2%	88 29.7%	2 22.2%	7 26.9%	14 18.2%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	54 13.2%	52 17.6%	- -	1 3.9%	1 1.3%
ภาคใต้	35 8.6%	34 11.5%	- -	1 3.9%	- -
ภาคเหนือ	22 5.4%	20 6.8%	- -	1 3.9%	1 1.3%
ภาคตะวันออก	13 3.2%	9 3.0%	1 11.1%	- -	3 3.9%
ภาคตะวันตก	13 3.2%	2 0.7%	- -	1 3.9%	10 13.0%

จากตารางที่ 3.2 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มประชาชนทั่วไปมีสัดส่วนของผู้ที่อยู่อาศัยในภาคใต้ (33.0%) มากใกล้เคียงกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (32.1%) ตามด้วยกรุงเทพฯ และปริมณฑล (27.8%) แต่เมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ภาคที่แต่ละช่วงอายุอยู่อาศัยมากที่สุดแตกต่างกัน เช่น กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่อยู่อาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (78.8%) ขณะที่กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ ปริมณฑล (53.4%)

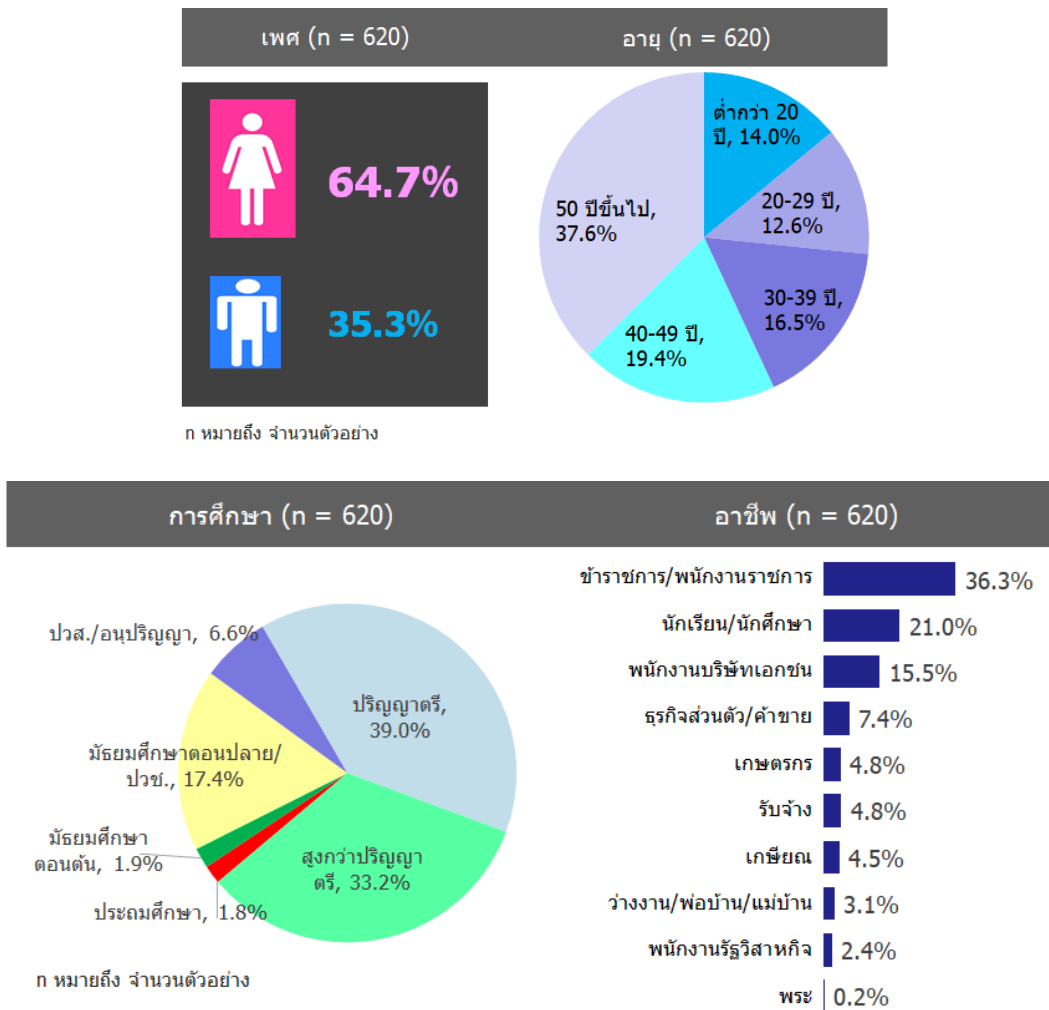
ตารางที่ 3.2 ภาคที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มประชาชนทั่วไป)

ภาคที่อยู่อาศัย	รวม ประชาชน ทั่วไป	ช่วงอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	66 100.0%	27 100.0%	17 100.0%	29 100.0%	73 100.0%
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	59 27.8%	3 4.6%	5 18.5%	6 35.3%	6 20.7%	39 53.4%
ภาคกลาง	12 5.7%	1 1.5%	- -	2 11.8%	3 10.3%	6 8.2%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68 32.1%	52 78.8%	7 25.9%	2 11.8%	5 17.2%	2 2.7%
ภาคใต้	70 33.0%	10 15.2%	14 51.9%	6 35.3%	15 51.7%	25 34.3%
ภาคเหนือ	- -	- -	- -	- -	- -	- -
ภาคตะวันออก	2 0.9%	- -	1 3.7%	1 5.9%	- -	- -
ภาคตะวันตก	1 0.5%	- -	- -	- -	- -	1 1.4%

3.1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากแผนภาพที่ 3.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (64.7%) มากกว่าเพศชาย (35.3%) กระจายตัวอยู่ในทุกช่วงอายุ โดยเป็นกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไปมากที่สุด (37.6%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (39.0%) และสูงกว่าปริญญาตรี (33.2%) ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ (36.3%) มากที่สุด รองลงมาได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา (21.0%) พนักงานบริษัทเอกชน (15.5%) เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ภาพรวม)



ตารางที่ 3.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	รวมองค์กร/ เครือข่าย	ประเภทองค์กร/เครือข่าย			
		1. ภาครัฐ/ การศึกษา	2. ภาค ประชาสังคม	3. ภาคชุมชน	4. ภาคธุรกิจ/ เอกชน
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	296 100.0%	9 100.0%	26 100.0%	77 100.0%
เพศ					
ชาย	158 38.7%	123 41.6%	3 33.3%	8 30.8%	24 31.2%
หญิง	250 61.3%	173 58.5%	6 66.7%	18 69.2%	53 68.8%
ช่วงอายุ					
ต่ำกว่า 20 ปี	21 5.2%	21 7.1%	- -	- -	- -
20 - 29 ปี	51 12.5%	38 12.8%	1 11.1%	1 3.9%	11 14.3%
30 - 39 ปี	85 20.8%	60 20.3%	2 22.2%	5 19.2%	18 23.4%
40 - 49 ปี	91 22.3%	70 23.7%	1 11.1%	2 7.7%	18 23.4%
50 ปี ขึ้นไป	160 39.2%	107 36.2%	5 55.6%	18 69.2%	30 39.0%
ระดับการศึกษาสูงสุด					
ประถมศึกษา	- -	- -	- -	- -	- -
มัธยมศึกษาตอนต้น	3 0.7%	1 0.3%	- -	1 3.9%	1 1.3%
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	26 6.4%	22 7.4%	1 11.1%	2 7.7%	1 1.3%
ปวส./อนุปริญญา	24 5.9%	16 5.4%	- -	1 3.9%	7 9.1%
ปริญญาตรี	170 41.7%	110 37.2%	4 44.4%	13 50.0%	43 55.8%
สูงกว่าปริญญาตรี	185 45.3%	147 49.7%	4 44.4%	9 34.6%	25 32.5%
อาชีพ					

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	รวมองค์กร/ เครือข่าย	ประเภทองค์กร/เครือข่าย			
		1. ภาครัฐ/ การศึกษา	2. ภาค ประชาสังคม	3. ภาคชุมชน	4. ภาคธุรกิจ/ เอกชน
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	296 100.0%	9 100.0%	26 100.0%	77 100.0%
นักเรียน/นักศึกษา	43 10.5%	40 13.5%	1 11.1%	- -	2 2.6%
ข้าราชการ/ พนักงานราชการ	207 50.7%	201 67.9%	2 22.2%	3 11.5%	1 1.3%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14 3.4%	13 4.4%	1 11.1%	- -	- -
พนักงานบริษัทเอกชน	84 20.6%	24 8.1%	3 33.3%	5 19.2%	52 67.5%
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	24 5.9%	6 2.0%	1 11.1%	4 15.4%	13 16.9%
อื่นๆ	36 8.8%	12 4.1%	1 11.1%	14 53.9%	9 11.7%

ตารางที่ 3.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มประชาชนทั่วไป)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	รวม ประชาชน ทั่วไป	ช่วงอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	66 100.0%	27 100.0%	17 100.0%	29 100.0%	73 100.0%
เพศ						
ชาย	61 28.8%	8 12.1%	4 14.8%	6 35.3%	7 24.1%	36 49.3%
หญิง	151 71.2%	58 87.9%	23 85.2%	11 64.7%	22 75.9%	37 50.7%
ช่วงอายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	66 31.1%	66 100.0%	- -	- -	- -	- -
20 - 29 ปี	27 12.7%	- -	27 100.0%	- -	- -	- -
30 - 39 ปี	17 8.0%	- -	- -	17 100.0%	- -	- -
40 - 49 ปี	29 13.7%	- -	- -	- -	29 100.0%	- -
50 ปี ขึ้นไป	73 34.4%	- -	- -	- -	- -	73 100.0%
ระดับการศึกษาสูงสุด						
ประถมศึกษา	11 5.2%	- -	- -	- -	4 13.8%	7 9.6%
มัธยมศึกษาตอนต้น	9 4.3%	3 4.6%	- -	1 5.9%	- -	5 6.9%
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	82 38.7%	55 83.3%	2 7.4%	4 23.5%	10 34.5%	11 15.1%
ปวส./อนุปริญญา	17 8.0%	3 4.6%	3 11.1%	- -	1 3.5%	10 13.7%
ปริญญาตรี	72 34.0%	5 7.6%	22 81.5%	4 23.5%	12 41.4%	29 39.7%
สูงกว่าปริญญาตรี	21 9.9%	- -	- -	8 47.1%	2 6.9%	11 15.1%
อาชีพ						

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	รวม ประชาชน ทั่วไป	ช่วงอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	66 100.0%	27 100.0%	17 100.0%	29 100.0%	73 100.0%
นักเรียน/นักศึกษา	87 41.0%	64 97.0%	23 85.2%	- -	- -	- -
ข้าราชการ/ พนักงานราชการ	18 8.5%	- -	- -	7 41.2%	5 17.2%	6 8.2%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1 0.5%	- -	- -	1 5.9%	- -	- -
พนักงานบริษัทเอกชน	12 5.7%	1 1.5%	1 3.7%	3 17.7%	4 13.8%	3 4.1%
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	22 10.4%	1 1.5%	- -	2 11.8%	5 17.2%	14 19.2%
เกษตรกร	25 11.8%	- -	- -	2 11.8%	8 27.6%	15 20.6%
รับจ้าง	17 8.0%	- -	1 3.7%	2 11.8%	3 10.3%	11 15.1%
เกษียณ	14 6.6%	- -	- -	- -	- -	14 19.2%
ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	16 7.6%	- -	2 7.4%	- -	4 13.8%	10 13.7%

3.1.3 เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างปี 2562 กับปี 2561

จากตารางที่ 3.5 พบว่า ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจปี 2562 แตกต่างจากปี 2561 โดยในปี 2562 มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างมากขึ้นกว่าปี 2561 ในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายที่เป็นภาคธุรกิจ/เอกชน (12.4% : 8.2% ตามลำดับ) เพศหญิง (64.7% : 54.7% ตามลำดับ) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี (14.0% : 5.3% ตามลำดับ) กลุ่มที่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (12.4% : 8.2% ตามลำดับ) ส่งผลให้มีสัดส่วนของกลุ่มอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา (27.7% : 20.3% ตามลำดับ) และอาชีพอื่นๆ มากขึ้น เช่น เกษตรกร รับจ้าง แม่บ้าน เกษียณอายุ เป็นต้น (17.4% : 7.8% ตามลำดับ)

ตารางที่ 3.5 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ปี 2562	ปี 2561
จำนวนตัวอย่าง	620 100.0%	900 100.0%
กลุ่มเป้าหมาย		
องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย	408 65.8%	600 66.7%
ภาครัฐ/ การศึกษา	296 47.7%	396 44.0%
ภาคธุรกิจ/เอกชน	77 12.4%	74 8.2%
ภาคชุมชน	26 4.2%	94 10.4%
ภาคประชาสังคม	9 1.5%	36 4.0%
ประชาชน	212 34.2%	300 33.3%
เพศ		
ชาย	219 35.3%	408 45.3%
หญิง	401 64.7%	492 54.7%

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ปี 2562	ปี 2561
จำนวนตัวอย่าง	620 100.0%	900 100.0%
ช่วงอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	87 14.0%	48 5.3%
20 - 29 ปี	78 12.6%	149 16.6%
30 - 39 ปี	102 16.5%	171 19.0%
40 - 49 ปี	120 19.4%	240 26.7%
50 ปี ขึ้นไป	233 37.6%	292 32.4%
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	11 1.8%	9 1.0%
มัธยมศึกษาตอนต้น	12 1.9%	31 3.4%
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	108 17.4%	102 11.3%
ปวส./อนุปริญญา	41 6.6%	41 4.6%
ปริญญาตรี	242 39.0%	377 41.9%
สูงกว่าปริญญาตรี	206 33.2%	340 37.8%

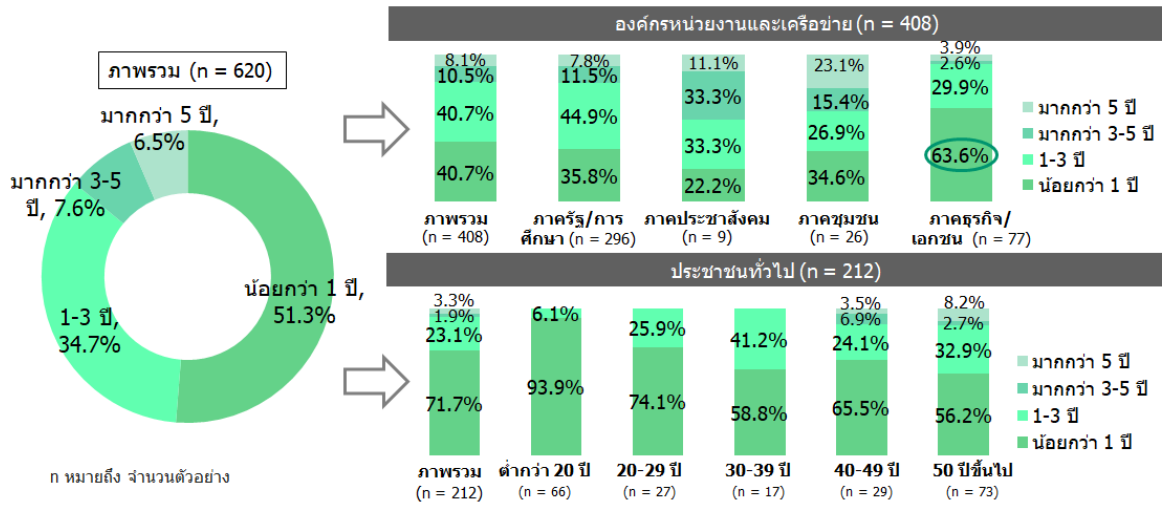
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ปี 2562	ปี 2561
จำนวนตัวอย่าง	620 100.0%	900 100.0%
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	130 21.0%	121 13.4%
ข้าราชการ/ พนักงานราชการ	225 36.3%	438 48.7%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15 2.4%	18 2.0%
พนักงานบริษัทเอกชน	96 15.5%	169 18.8%
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	46 7.4%	48 5.3%
อื่นๆ	108 17.4%	70 7.8%

3.2 การรับรู้และใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรม

3.2.1 ระยะเวลาที่ใช้บริการหรือร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการหรือร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรมไม่นาน โดยครึ่งหนึ่งใช้บริการหรือร่วมกิจกรรมมาน้อยกว่า 1 ปี (51.3%) รองลงมาคือ 1-3 ปี (34.7%) และน้อยกว่า 1 ปี (38.3%) โดยหน่วยงานภาครัฐกิจ/เอกชนมีระยะเวลาในการใช้บริการหรือร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรมน้อยกว่ากลุ่มอื่น คือ กว่าครึ่งใช้บริการหรือร่วมกิจกรรมมาน้อยกว่า 1 ปี (63.6%)

แผนภาพที่ 3.4 ระยะเวลาที่ใช้บริการหรือร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม



3.2.2 กิจกรรมของศูนย์คุณธรรมที่เคยเข้าร่วมในปี 2562

จากแผนภาพที่ 3.5 พบว่า ในปี 2562 กลุ่มตัวอย่างเคยร่วมงานสมัชชาคุณธรรมภูมิภาค/ชาติมากที่สุด (56.6%) รองลงมาได้แก่ งานประชุมวิชาการ/รับฟังความคิดเห็น/สัมมนา (46.9%) และการอบรมวิชาการส่งเสริมคุณธรรม/เชิงปฏิบัติการ/อบรมให้องค์กรส่งเสริมคุณธรรม (30.8%) เช่นเดียวกับภาพรวมของกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย ขณะที่กลุ่มประชาชนทั่วไป เคยร่วมงานสมัชชาคุณธรรมมากที่สุด (61.8%) ทั้งนี้พบว่า สำหรับกลุ่มภาครัฐกิจ/เอกชนพบว่า ส่วนใหญ่เข้าร่วมงานอบรมเพื่อส่งเสริมคุณธรรม (80.5%)

แผนภาพที่ 3.5 กิจกรรมของศูนย์คุณธรรมที่เคยเข้าร่วมในปี 2562

กิจกรรม	องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย					ประชาชนทั่วไป						
	รวม (n = 408)	1. ภาครัฐ/การศึกษา (n = 296)	2. ภาคประชาสังคม (n = 9)	3. ภาคชุมชน (n = 26)	4. ภาครัฐกิจ/เอกชน (n = 77)	รวม (n = 212)	ต่ำกว่า 20 ปี (n = 66)	20-29 ปี (n = 27)	30-39 ปี (n = 17)	40-49 ปี (n = 29)	50 ปีขึ้นไป (n = 73)	
งานสมัชชาคุณธรรมภูมิภาค/ชาติ	56.6%	53.9%	66.6%	66.7%	42.3%	7.8%	61.8%	93.9%	70.4%	47.1%	44.8%	39.7%
งานประชุมวิชาการ/รับฟังความคิดเห็น/สัมมนา	46.9%	58.1%	62.8%	66.7%	61.5%	37.7%	25.5%	6.1%	18.5%	41.2%	24.1%	42.5%
การอบรมวิชาการส่งเสริมคุณธรรม/เชิงปฏิบัติการ/อบรมให้องค์กรส่งเสริมคุณธรรม	30.8%	33.3%	19.9%	44.4%	42.3%	80.5%	25.9%	-	25.9%	17.7%	41.4%	45.2%
เวทีนำเสนอ เวทีนำเสนอระดับนี้ชีวิต	1.0%	1.0%	-	-	1.3%	0.9%	-	-	-	-	-	2.7%
วิทยุกับครอบครัวไทย	0.2%	-	-	-	-	0.5%	-	-	-	-	-	1.4%
ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม	1.6%	2.2%	2.0%	11.1%	-	2.6%	0.5%	-	-	-	-	1.4%

n = จำนวนตัวอย่าง
หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

จากตารางที่ 3.6 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมพบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานานน้อยกว่า 1 ปี เคยร่วมงานประชุมวิชาการ/ประชุมรับฟังความคิดเห็น/สัมมนา และการอบรมวิทยากรส่งเสริมคุณธรรมต่อต้านการทุจริต/อบรมเชิงปฏิบัติการ/ อบรมให้องค์กรส่งเสริมคุณธรรม มากกว่างานอื่น ขณะที่กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานาน 1 ปีขึ้นไป เคยเข้าร่วมงานสมัชชาคุณธรรมภูมิภาค/ชาติ และงานประชุมวิชาการ/ประชุมรับฟังความคิดเห็น/สัมมนา มากกว่างานอื่น

ตารางที่ 3.6 กิจกรรมของศูนย์คุณธรรมที่เคยเข้าร่วมในปี 2562 (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

กิจกรรมของศูนย์คุณธรรมที่เคยเข้าร่วมในปี 2562	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	166 100.0%	166 100.0%	43 100.0%	33 100.0%
เคยเข้าร่วมกิจกรรมในปี 2562	399 97.8%	160 96.4%	163 98.2%	43 100.0%	33 100.0%
งานสมัชชาคุณธรรมภูมิภาค/ชาติ	220 53.9%	50 30.1%	112 67.5%	35 81.4%	23 69.7%
งานประชุมวิชาการ/ประชุมรับฟังความคิดเห็น/ สัมมนา	237 58.1%	67 40.4%	107 64.5%	33 76.7%	30 90.9%
การอบรมวิทยากรส่งเสริมคุณธรรมต่อต้านการ ทุจริต/ อบรมเชิงปฏิบัติการ/ อบรมให้องค์กร ส่งเสริมคุณธรรม	136 33.3%	62 37.4%	48 28.9%	11 25.6%	15 45.5%
เวทีนำเสนอ ร่างดัชนีชี้วัด	4 1.0%	1 0.6%	1 0.6%	2 4.7%	- -
ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมในปี 2562	9 2.2%	6 3.6%	3 1.8%	- -	- -

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

จากตารางที่ 3.7 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมพบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานานน้อยกว่า 1 ปี และ 1-3 ปี เคยร่วมงานสมัชชาคุณธรรมภูมิภาค/ชาติ มากกว่างานอื่น

ตารางที่ 3.7 กิจกรรมของศูนย์คุณธรรมที่เคยเข้าร่วมในปี 2562 (กลุ่มประชาชนทั่วไป)

กิจกรรมของศูนย์คุณธรรมที่เคยเข้าร่วมในปี 2562	รวมประชาชนทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	152 100.0%	49 100.0%	11 100.0%
เคยเข้าร่วมกิจกรรมในปี 2562	211 99.5%	152 100.0%	48 98.0%	11 100.0%
งานสมัชชาคุณธรรมภูมิภาค/ชาติ	131 61.8%	99 65.1%	27 55.1%	5 45.5%
งานประชุมวิชาการ/ประชุมรับฟังความคิดเห็น/สัมมนา	54 25.5%	31 20.4%	14 28.6%	9 81.8%
การอบรมวิทยากรส่งเสริมคุณธรรมต่อต้านการทุจริต/อบรมเชิงปฏิบัติการ/ อบรมให้องค์กรส่งเสริมคุณธรรม	55 25.9%	26 17.1%	22 44.9%	7 63.6%
เวทีนำเสนอ ร่างดัชนีชี้วัด	2 0.9%	1 0.7%	1 2.0%	- -
วินัยกับครอบครัวไทย	1 0.5%	1 0.7%	- -	- -
ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมในปี 2562	1 0.5%	- -	1 2.0%	- -

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

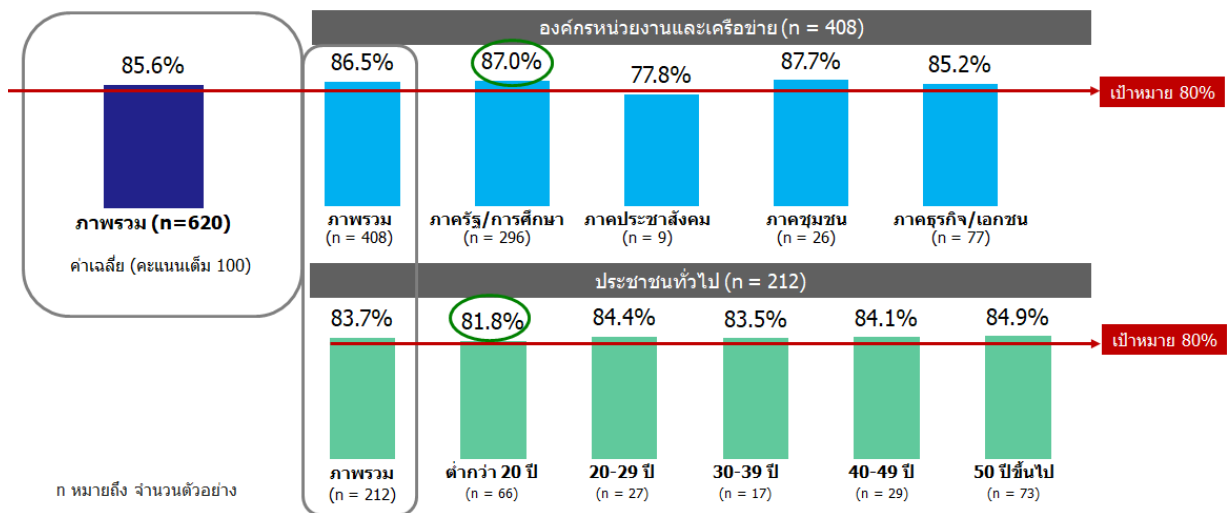
3.3 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนารูปการให้บริการ

ค่าเป้าหมายของระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนารูปการให้บริการของศูนย์คุณธรรม ประจำปี 2562 คือ ไม่น้อยกว่า 80% โดยพิจารณาจากความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ซึ่งมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนารูปการให้บริการของศูนย์คุณธรรม ประจำปี 2562	=	ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม X 20
--	---	---

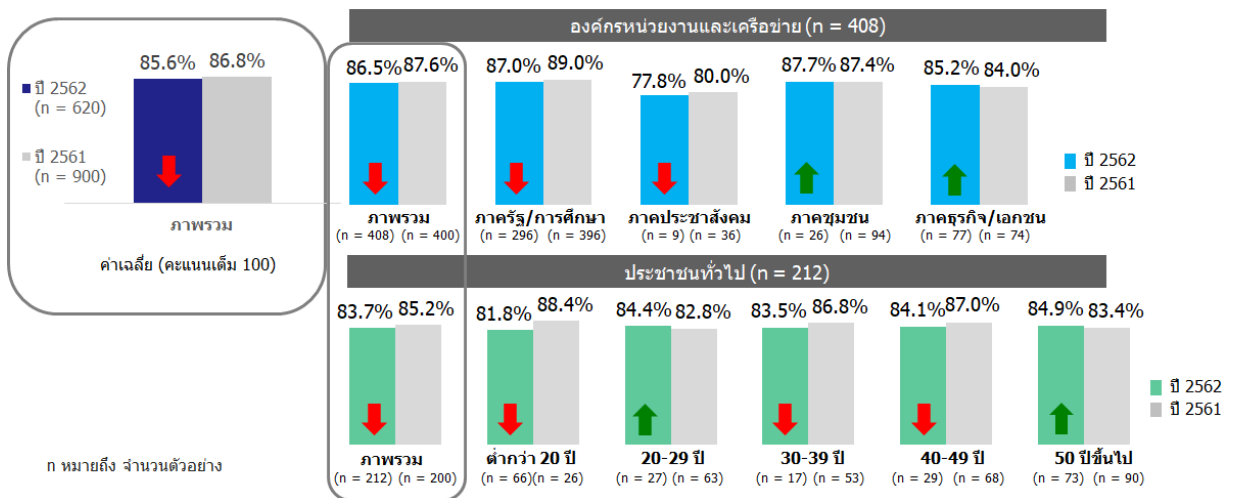
จากแผนภาพที่ 3.6 พบว่า ระดับความสำเร็จของความพึงพอใจและพัฒนารูปการให้บริการจากคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมสูงกว่าเป้าหมายและอยู่ในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 85.6%) โดยระดับความสำเร็จในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (86.5%) สูงกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป (83.7%) และเมื่อจำแนกตามกลุ่มย่อยพบว่า ระดับความสำเร็จสูงกว่าเป้าหมายแทบทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่มภาคประชาสังคมที่ต่ำกว่าเป้าหมายเล็กน้อย (77.8%) แต่ไม่มีนัยสำคัญเนื่องจากกลุ่มภาคประชาสังคมมีจำนวนตัวอย่างเพียง 9 รายเท่านั้น

แผนภาพที่ 3.6 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนารูปการให้บริการ



จากแผนภาพที่ 3.7 เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของความพึงพอใจและพัฒนนาการให้บริการระหว่างปี 2562 กับปี 2561 พบว่า ระดับความสำเร็จในปี 2562 ต่ำกว่าปี 2561 เล็กน้อย (85.6% : 86.8% ตามลำดับ) ทั้งในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (86.5% : 87.6% ตามลำดับ) และกลุ่มประชาชนทั่วไป (83.7% : 85.2% ตามลำดับ) อย่างไรก็ตามมีบางกลุ่มย่อยที่ระดับความสำเร็จเพิ่มขึ้นเล็กน้อยคือ กลุ่มภาคชุมชน ภาคธุรกิจ/เอกชน ตลอดจนกลุ่มประชาชนทั่วไปอายุ 20-29 ปี และ 50 ปีขึ้นไป

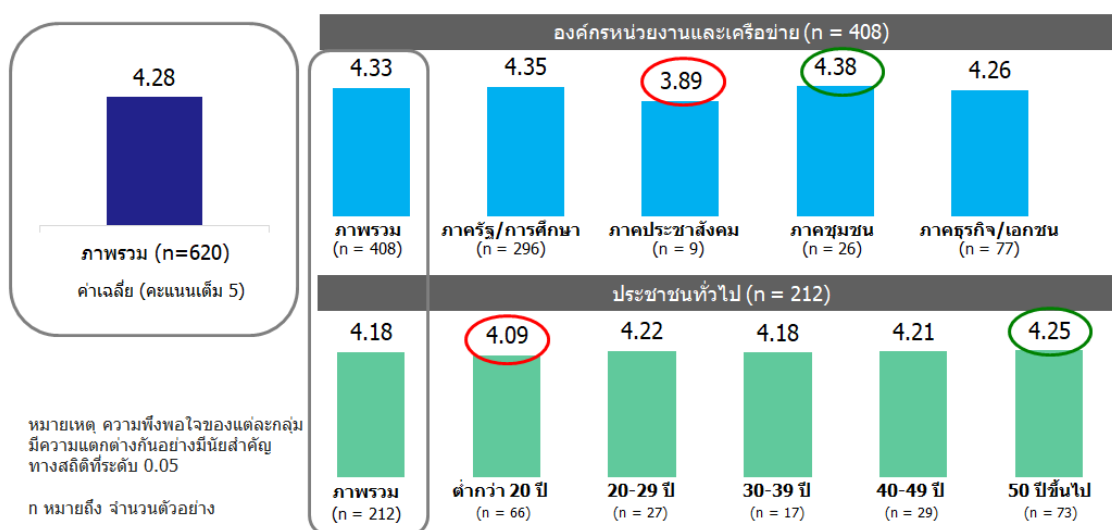
แผนภาพที่ 3.7 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนนาการให้บริการ
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561



3.4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) พึงพอใจมากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป (4.18) แทบทุกกลุ่มย่อยมีความพึงพอใจโดยรวมมาก ยกเว้นกลุ่มภาคประชาสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และกลุ่มประชาชนทั่วไปอายุต่ำกว่า 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.09)

แผนภาพที่ 3.8 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)



จากตารางที่ 3.8 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม พบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมไม่มีผลให้มีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมมากขึ้น โดยกลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานาน 1-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่ากลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.39) และมีสัดส่วนเกือบครึ่งที่รู้สึกพึงพอใจมากที่สุด (46.4%)

ตารางที่ 3.8 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
พึงพอใจมากที่สุด (5 คะแนน)	169	61	77	19	12
	41.4%	36.8%	46.4%	44.2%	36.4%
พึงพอใจมาก (4 คะแนน)	204	91	76	20	17
	50.0%	54.8%	45.8%	46.5%	51.5%
พึงพอใจปานกลาง (3 คะแนน)	34	13	13	4	4
	8.3%	7.8%	7.8%	9.3%	12.1%
พึงพอใจน้อย (2 คะแนน)	1	1	-	-	-
	0.3%	0.6%	-	-	-
พึงพอใจน้อยที่สุด (1 คะแนน)	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
ค่าเฉลี่ย	4.33	4.28	4.39	4.35	4.24
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.40	0.40	0.40	0.42	0.44
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.63	0.63	0.63	0.65	0.66

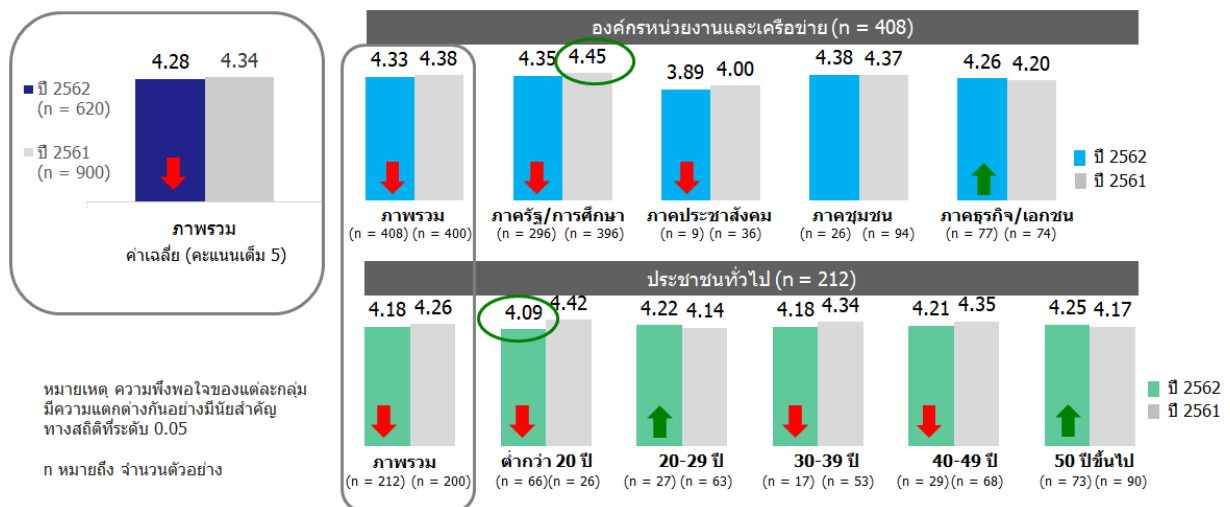
จากตารางที่ 3.9 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม พบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมไม่มีผลให้มีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมมากขึ้น โดยกลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานาน 1-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่ากลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.39) และ จะสังเกตได้ว่ากลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมาน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมน้อยกว่ากลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 3.9 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม กับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	152 100.0%	49 100.0%	11 100.0%
พึงพอใจมากที่สุด (5 คะแนน)	68 32.1%	44 29.0%	19 38.8%	5 45.5%
พึงพอใจมาก (4 คะแนน)	119 56.1%	84 55.3%	30 61.2%	5 45.5%
พึงพอใจปานกลาง (3 คะแนน)	22 10.4%	22 14.5%	- -	- -
พึงพอใจน้อย (2 คะแนน)	2 0.9%	1 0.7%	- -	1 9.1%
พึงพอใจน้อยที่สุด (1 คะแนน)	1 0.5%	1 0.7%	- -	- -
ค่าเฉลี่ย	4.18	4.11	4.39	4.27
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.47	0.51	0.24	0.82
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.71	0.49	0.90

จากแผนภาพที่ 3.9 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในปี 2562 กับปี 2561 พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในปี 2562 ต่ำกว่าปี 2561 เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.28 : 4.34 ตามลำดับ) เช่นเดียวกับกับผลการสำรวจในกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33 : 4.38 ตามลำดับ) และกลุ่มประชาชนทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.18 : 4.26 ตามลำดับ) ทั้งนี้พบว่า มีบางกลุ่มย่อยที่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยคือ กลุ่มภาคธุรกิจ/เอกชน ตลอดจนกลุ่มประชาชนทั่วไปอายุ 20-29 ปี และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป

แผนภาพที่ 3.9 ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561



3.5 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.10 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ “มาก-มากที่สุด” ต่อแต่ละบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม โดยการแสดงบทบาทหน้าที่ด้านการให้บริการตามค่านิยมองค์กรและประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรมได้รับความพึงพอใจมากกว่าบทบาทด้านอื่น ขณะที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ได้รับความพึงพอใจน้อยกว่าเรื่องอื่น ซึ่งเป็นบทบาทที่ควรปรับปรุงจากผลการสำรวจปี 2561

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม ที่พึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่

อันดับหนึ่ง ความสุภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery) (ค่าเฉลี่ย 4.51)

อันดับสอง ให้บริการเต็มความสามารถและรับผิดชอบต่อนักที่ (Responsibility) (ค่าเฉลี่ย 4.37)

อันดับสาม ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership) (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ส่วนเรื่องที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

แผนภาพที่ 3.10 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

ภาพรวม (n = 620)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ภาพรวม (n = 620)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ (Process)		3. ด้านบทบาทหน้าที่	
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	4.18	3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	3.98
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	4.15	3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	4.10
2. ด้านการให้บริการตามค่านิยมองค์กร		3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	4.21
2.1 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.36	3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.23
2.2 การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.35	3.5 การแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.19
2.3 ให้บริการเต็มความสามารถและรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	4.37	4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม	
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.25	4.1 ได้ความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.30
2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.51	4.2 ได้ความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.28
หมายเหตุ ความพึงพอใจต่อแต่ละประเด็นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05		4.3 ได้ความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.34
ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง			

จากแผนภาพที่ 3.11 พบว่า ความพึงพอใจต่อแต่ละบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมในปี 2562 ส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจลดลงจากปี 2561 ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้/ข้อมูล/ข่าวสาร ตั้งแต่การเผยแพร่และประโยชน์ที่มีต่อการพัฒนา ขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

แผนภาพที่ 3.11 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561 (ภาพรวม)

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ ขั้นตอนการให้บริการ (Process)		3. ด้านบทบาทหน้าที่	
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	4.18 4.18	3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสาร อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	3.98 4.02
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	4.15 4.15	3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ นโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	4.10
2. ด้านการให้บริการตามค่านิยมองค์กร		3.3 การเผยแพร่ความรู้ เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	4.21
2.1 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.36 (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไป อย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.23 4.45
2.2 การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.35 4.37	3.5 การแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุน ให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.19 4.32
2.3 ให้บริการเต็มความสามารถและ รับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	4.37 (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของ ศูนย์คุณธรรม	
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/ คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.25 4.23	4.1 ได้ความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.30 4.23
2.5 ความสภภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.51 4.53	4.2 ได้ความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อน ให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.28 4.38
ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง		4.3 ได้ความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.34 4.45
■ ปี 2562 (n = 620)			
■ ปี 2561 (n = 900)			

จากแผนภาพที่ 3.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายมีความพึงพอใจในระดับ “มาก-มากที่สุด” ต่อแต่ละบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม โดยการแสดงบทบาทหน้าที่ด้านการให้บริการตาม ค่านิยมองค์กรและด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรมได้รับความพึงพอใจมากกว่าบทบาทด้าน อื่น ซึ่งพึงพอใจต่อเรื่องความสุภาพของกิริยา/มารยาทของเจ้าหน้าที่ (Mastery) มากเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.54) ขณะที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ได้รับความพึงพอใจน้อยกว่าเรื่อง อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.08)

แผนภาพที่ 3.12 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ		3. ด้านบทบาทหน้าที่	
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	4.29	3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	4.08
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	4.23	3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	4.13
2. ด้านการให้บริการตามค่านิยมองค์กร		3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	4.26
2.1 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.42	3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.26
2.2 การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.43	3.5 การแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.22
2.3 ให้บริการเต็มความสามารถและรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	4.43	4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม	
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.32	4.1 ได้รับความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.36
2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.54	4.2 ได้รับความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.32
หมายเหตุ จำนวนตัวอย่าง		4.3 ได้รับความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.37

เช่นเดียวกันกับผลสำรวจเมื่อจำแนกตามประเภทองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายจากตารางที่ 3.10 และเมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมตามตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.10 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามประเภท)

	องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย				
	ภาพรวม (n = 408)	1. ภาครัฐ/ การศึกษา (n = 296)	2. ภาคประชา สังคม (n = 9)	3. ภาคชุมชน (n = 26)	4. ภาคธุรกิจ/ เอกชน (n = 77)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ					
ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	4.29	4.30	3.89	4.19	4.32
ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	4.23	4.25	3.75	4.08	4.25
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.42	4.45	4.25	4.35	4.34
การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.43	4.44	4.50	4.38	4.38
ให้บริการเต็มความสามารถและรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	4.43	4.46	4.38	4.42	4.30
ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/ คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.32	4.36	3.75	4.31	4.23
ความสภากงของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.45	4.59	4.50	4.50	4.39
3. ด้านความรู้และประโยชน์ที่ได้รับ					
การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	4.08	4.07	3.33	3.96	4.25
การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	4.13	4.14	3.67	4.19	4.12
การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	4.26	4.30	3.89	4.19	4.16
การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.26	4.28	4.11	4.31	4.19
การแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุน ให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.22	4.22	3.89	4.31	4.26
4. ด้านการแสดงผลบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม					
ได้ความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.36	4.40	3.89	4.42	4.25
ได้ความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.32	4.35	3.78	4.38	4.23
ได้ความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.37	4.40	3.67	4.38	4.31

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

ตารางที่ 3.11 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	รวมองค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
1) ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ					
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ					
จำนวนตัวอย่าง	404	163	166	42	33
ค่าเฉลี่ย	4.29	4.29	4.31	4.33	4.12
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.47	0.52	0.38	0.57	0.55
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.72	0.62	0.75	0.74
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ					
จำนวนตัวอย่าง	403	163	165	42	33
ค่าเฉลี่ย	4.23	4.21	4.21	4.40	4.12
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.43	0.47	0.35	0.49	0.55
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.65	0.68	0.59	0.70	0.74

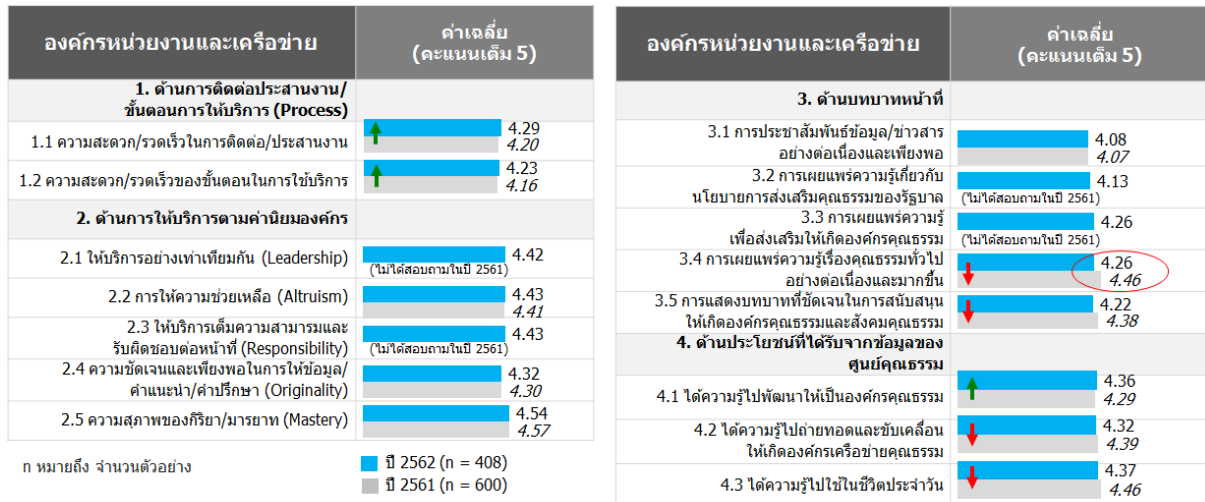
บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	รวมองค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาให้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
2) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมตามค่านิยมองค์กร					
2.1 การให้บริการผู้ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)					
จำนวนตัวอย่าง	404	163	165	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.42	4.39	4.45	4.49	4.33
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.42	0.43	0.40	0.54	0.42
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.65	0.65	0.63	0.74	0.65
2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)					
จำนวนตัวอย่าง	404	163	165	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.43	4.42	4.44	4.42	4.42
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.44	0.47	0.43	0.44	0.44
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.67	0.68	0.66	0.66	0.66
2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ (Responsibility)					
จำนวนตัวอย่าง	404	163	165	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.43	4.39	4.44	4.49	4.45
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.41	0.47	0.35	0.45	0.38
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.64	0.69	0.59	0.67	0.62
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่					
จำนวนตัวอย่าง	404	163	165	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.32	4.28	4.36	4.37	4.27
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.48	0.52	0.42	0.52	0.58
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.72	0.64	0.72	0.76
2.5 ความสุภาพของกิริยา/ มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)					
จำนวนตัวอย่าง	404	163	165	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.54	4.45	4.59	4.65	4.64
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.36	0.42	0.30	0.33	0.36
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.60	0.65	0.55	0.57	0.60
3) ด้านบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม					
3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ					
จำนวนตัวอย่าง	407	165	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.08	4.14	4.07	3.98	3.94
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.54	0.63	0.41	0.69	0.56
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.74	0.80	0.64	0.83	0.75
3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล					
จำนวนตัวอย่าง	407	165	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.13	4.12	4.18	4.07	4.03
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.55	0.65	0.49	0.45	0.47

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	รวมองค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาให้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.74	0.81	0.70	0.67	0.68
3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	407	165	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.26	4.20	4.31	4.30	4.18
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.50	0.54	0.47	0.41	0.53
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.73	0.69	0.64	0.73
3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น (ได้แก่ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา)					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.26	4.19	4.34	4.30	4.24
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.48	0.56	0.38	0.41	0.63
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.75	0.62	0.64	0.79
3.5) การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.22	4.17	4.27	4.23	4.21
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.47	0.48	0.43	0.56	0.55
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.70	0.66	0.75	0.74
4) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม					
4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.36	4.35	4.39	4.23	4.42
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.49	0.50	0.43	0.66	0.50
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.70	0.66	0.81	0.71
4.2 การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	407	166	166	42	33
ค่าเฉลี่ย	4.32	4.28	4.35	4.33	4.33
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.49	0.50	0.47	0.57	0.54
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.70	0.69	0.75	0.74
4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.37	4.35	4.39	4.35	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.49	0.53	0.42	0.61	0.49
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.73	0.65	0.78	0.70

จากแผนภาพที่ 3.13 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมปี 2562 กับปี 2561 พบว่า กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายมีความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมในปี 2562 ลดลงจากปี 2561 อย่างชัดเจนในเรื่องการเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมอย่างต่อเนื่องและ

มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.26 : 4.46 ตามลำดับ) ตลอดจนประโยชน์ของข้อมูลที่น่าไปใช้ในการขับเคลื่อนองค์กร คุณธรรม และการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

แผนภาพที่ 3.13 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561 (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปจากแผนภาพที่ 3.14 พบว่า มีความพึงพอใจในระดับ “มาก-มากที่สุด” ต่อแต่ละบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม โดยการแสดงบทบาทหน้าที่ด้านการให้บริการตามค่านิยมองค์กรและด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรมได้รับความพึงพอใจมากกว่าบทบาทด้านอื่น เรื่องที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ความสุภาพของกิริยา/มารยาทของเจ้าหน้าที่ (Mastery) (ค่าเฉลี่ย 4.46) ขณะที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ได้รับความพึงพอใจน้อยกว่าเรื่องอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.80)

แผนภาพที่ 3.14 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มประชาชนทั่วไป)

ประชาชนทั่วไป (n = 212)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ประชาชนทั่วไป (n = 212)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ ขั้นตอนการให้บริการ (Process)		3. ด้านบทบาทหน้าที่	
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	3.97	3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสาร อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	3.80
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	3.99	3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ นโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	4.05
2. ด้านการให้บริการตามค่านิยมองค์กร		3.3 การเผยแพร่ความรู้ เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	4.12
2.1 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.24	3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไป อย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.17
2.2 การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.21	3.5 การแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุน ให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.13
2.3 ให้บริการเต็มความสามารถและ รับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	4.26	4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของ ศูนย์คุณธรรม	
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/ คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.11	4.1 ได้ความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.19
2.5 ความสภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.46	4.2 ได้ความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อน ให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.19
n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง		4.3 ได้ความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.29

นอกจากนี้ จากตารางที่ 3.12 พบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปในทุกกลุ่มอายุน้อยกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 3.12 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกช่วงอายุ)

	ประชาชนทั่วไป					
	รวม (n = 212)	ต่ำกว่า 20 ปี (n = 66)	20-29 ปี (n = 27)	30-39 ปี (n = 17)	40-49 ปี (n = 29)	50 ปีขึ้นไป (n = 73)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ						
ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	3.97	3.89	3.79	3.88	3.93	4.14
ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	3.99	3.89	3.71	3.94	3.96	4.18
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่						
ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.24	4.23	4.04	4.41	4.21	4.31
การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.21	4.03	4.12	4.53	4.21	4.33
ให้บริการเต็มความสามารถและรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	4.26	4.18	3.92	4.47	4.32	4.37
ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/ คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.11	4.00	3.96	4.24	4.04	4.27
ความสภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.46	4.29	4.30	4.65	4.55	4.59
3. ด้านความรู้และประโยชน์ที่ได้รับ						
การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	3.80	3.80	3.67	3.71	3.66	3.92
การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	4.05	3.86	4.19	4.00	4.24	4.10
การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	4.12	3.97	4.30	4.18	4.21	4.15
การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.17	3.95	4.15	4.24	4.28	4.30
การแสดงผลบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุน ให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.13	3.92	4.26	4.06	4.34	4.19
4. ด้านการแสดงผลบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม						
ได้ความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.19	4.09	4.26	4.24	4.21	4.23
ได้ความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.19	4.05	4.19	4.35	4.28	4.26
ได้ความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.29	4.23	4.30	4.65	4.21	4.29

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมตามตารางที่ 3.13 พบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมนานขึ้น มีแนวโน้มพึงพอใจต่อแต่ละบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมมากขึ้น

**ตารางที่ 3.13 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในเรื่องต่างๆ ของศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)**

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
1) ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ				
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ				
จำนวนตัวอย่าง	201	146	45	10
ค่าเฉลี่ย	3.97	3.92	4.02	4.50
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.52	0.53	0.34	0.94
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.72	0.73	0.58	0.97
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ				
จำนวนตัวอย่าง	201	146	45	10
ค่าเฉลี่ย	3.99	3.92	4.07	4.60
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.48	0.48	0.43	0.49
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.69	0.65	0.70
2) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมตามค่านิยมองค์กร				
2.1 การให้บริการผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)				
จำนวนตัวอย่าง	209	149	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.24	4.17	4.39	4.55
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.51	0.55	0.41	0.27
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.72	0.74	0.64	0.52
2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)				
จำนวนตัวอย่าง	209	150	48	11
ค่าเฉลี่ย	4.21	4.13	4.40	4.45
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.46	0.44	0.46	0.47
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.67	0.66	0.68	0.69
2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ (Responsibility)				
จำนวนตัวอย่าง	210	150	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.26	4.18	4.43	4.55
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.50	0.48	0.50	0.47
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.71	0.70	0.71	0.69
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่				

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาให้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	209	150	48	11
ค่าเฉลี่ย	4.11	4.08	4.17	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.50	0.53	0.40	0.45
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.73	0.63	0.67
2.5 ความสุภาพของกิริยา/ มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.46	4.35	4.71	4.82
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.37	0.37	0.25	0.36
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.61	0.61	0.50	0.60
3) ด้านบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม				
3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	3.80	3.76	3.78	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.55	0.55	0.47	0.65
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.74	0.74	0.69	0.81
3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.05	3.95	4.29	4.27
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.57	0.59	0.38	0.82
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.75	0.77	0.61	0.90
3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.12	4.02	4.37	4.45
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.49	0.51	0.32	0.47
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.71	0.57	0.69
3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น (ได้แก่ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา)				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.17	4.03	4.47	4.64
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.52	0.54	0.34	0.25
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.72	0.73	0.58	0.50
3.5) การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.13	4.03	4.33	4.55
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.51	0.55	0.31	0.47
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.71	0.74	0.55	0.69
4) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม				
4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม				

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.19	4.10	4.43	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.48	0.50	0.29	0.65
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.71	0.54	0.81
4.2 การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.19	4.12	4.45	4.09
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.49	0.50	0.29	0.89
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.71	0.54	0.94
4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.29	4.25	4.45	4.09
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.55	0.59	0.34	0.89
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.74	0.77	0.58	0.94

จากแผนภาพที่ 3.15 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมปี 2562 กับปี 2561 พบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปมีความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมในปี 2562 ลดลงจากปี 2561 อย่างชัดเจนเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะเรื่องการเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง และมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.17 : 4.44 ตามลำดับ)

**แผนภาพที่ 3.15 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561 (กลุ่มประชาชนทั่วไป)**

ประชาชนทั่วไป	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ประชาชนทั่วไป	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ ขั้นตอนการให้บริการ (Process)		3. ด้านบทบาทหน้าที่	
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงาน	3.97 4.14	3.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสาร อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	3.80 3.93
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	3.99 4.12	3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ นโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	4.05
2. ด้านการให้บริการตามคำนิยามองค์กร		3.3 การเผยแพร่ความรู้ เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	4.12
2.1 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Leadership)	4.24 (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไป อย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	4.17 4.44
2.2 การให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	4.21 4.30	3.5 การแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการสนับสนุน ให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	4.13 4.21
2.3 ให้บริการเต็มความสามารถและ รับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility) (ไม่ได้สอบถามในปี 2561)	4.26	4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของ ศูนย์คุณธรรม	
2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/ คำแนะนำ/คำปรึกษา (Originality)	4.11 4.10	4.1 ได้ความรู้ไปพัฒนาให้เป็นองค์กรคุณธรรม	4.19 4.12
2.5 ความสภาพของกิริยา/มารยาท (Mastery)	4.46 4.46	4.2 ได้ความรู้ไปถ่ายทอดและขับเคลื่อน ให้เกิดองค์กรเครือข่ายคุณธรรม	4.19 4.36
		4.3 ได้ความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.29 4.41

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

■ ปี 2562 (n = 212)
■ ปี 2561 (n = 300)

**3.6 เหตุผลที่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มาก/ปานกลาง/
น้อย”**



จากตารางที่ 3.14 พบว่า สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ในระดับ “มาก” (ให้คะแนน 4-5) คือ การเผยแพร่ความรู้ด้านคุณธรรมที่ชัดเจน/หลากหลาย เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ได้ (35.7%) รองลงมาคือ บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร (17.0%) และคุณภาพของการจัดงานที่เป็นมืออาชีพ น่าสนใจ (16.3%) เป็นต้น

ตารางที่ 3.14 เหตุผลที่พึงพอใจโดยรวมในระดับ “มาก” ต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

เหตุผลที่ “พึงพอใจมาก” (คะแนน 4-5)	ภาพรวม (n = 560)	
	จำนวน	ร้อยละ
• ได้รับการเผยแพร่ความรู้ด้านคุณธรรมที่ชัดเจน/หลากหลาย สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน/นำไปใช้ภายในองค์กร/นำไปถ่ายทอดต่อได้	200	35.7%
• เจ้าหน้าที่/บุคลากรมีความสุภาพ เป็นกันเอง/เอาใจใส่/ช่วยเหลือแนะนำ/มีความรู้และประสานงานได้ดี	95	17.0%
• การจัดงานเป็นมืออาชีพ/หัวข้อน่าสนใจ/จัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ หลากหลาย เช่น การแสดง/การออก Boots ของทุกภาคส่วน/กิจกรรมถ่ายทอดคุณธรรม	91	16.3%
• วิทยากร/ผู้บรรยาย/พิธีกรดี ให้ความรู้สามารถตอบข้อสงสัย/ได้รับประโยชน์/มีกิจกรรมระหว่างอบรมไม่น่าเบื่อ/บรรยายเข้าใจง่าย	38	6.8%
• ภาพลักษณ์องค์กรน่าเชื่อถือ/ทำงานเพื่อส่วนรวม/องค์กรจิตอาสา/สร้างคุณธรรม จริยธรรมให้สังคม/ต้นแบบคุณธรรม	36	6.4%
• ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เป็นรูปธรรม เช่น จัดกิจกรรม/ประชุม ระดมความคิด/ติดตามผล	28	5.0%
• เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์/เข้าใจง่าย	25	4.5%
• ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ที่มาร่วมงาน/วิทยากร/เจ้าหน้าที่ /เป็นโอกาสที่ดี ได้พบปะเพื่อนใหม่/มีมุมมองใหม่ๆ	25	4.5%
• ทำให้คนมีระเบียบวินัย มีคุณธรรมเพิ่มขึ้น/พอเพียง/มีวินัย/สุจริต/จิตอาสา	25	4.5%
• อื่นๆ	93	16.6%
• ไม่แสดงความคิดเห็น	5	0.9%

n = จำนวนตัวอย่าง
หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

ส่วนสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “ปานกลางและน้อย” (ให้คะแนน 1-3) จากตารางที่ 3.15 พบว่า ปัญหาหลักสอดคล้องกับเรื่องที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมน้อย ไม่ทั่วถึง ทำให้ไม่ทราบบทบาทหน้าที่ ผลงานหรือกิจกรรมที่จัดคือ ไม่ทราบบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม

ตารางที่ 3.15 เหตุผลที่พึงพอใจโดยรวมในระดับ “ปานกลางและน้อย” ต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

เหตุผลที่ “พึงพอใจปานกลาง” (คะแนน 3)	ภาพรวม (n = 56)	
	จำนวน	ร้อยละ
• ไม่ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม เพราะการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารน้อย	20	35.7%
• เป็นองค์กรที่ใส่ใจด้านคุณธรรม/ผลงานและกิจกรรมที่จัดขึ้นมีประโยชน์/นำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาตนเองได้	9	16.1%
• ดำเนินงานอยู่ในวงจำกัด/เข้าถึงเฉพาะบางกลุ่ม/เครือข่ายน้อย	7	12.5%
• มีผู้เข้าร่วมอบรมน้อย	4	7.1%
• บทบาทการติดต่อประสานงานไม่ชัดเจน/การประสานงานไม่เพียงพอ/ล่าช้า/สื่อสารไม่ค่อยชัดเจน	4	7.1%
• แผนการดำเนินงานไม่ชัดเจน/ทำงานโดยไม่มีแผนล่วงหน้า	4	7.1%
• อื่นๆ	25	44.6%

เหตุผลที่ “พึงพอใจน้อย” (คะแนน 1-2)	ภาพรวม (n = 4)	
	จำนวน	ร้อยละ
• ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบกิจกรรม	2	50.0%
• ไม่เคยร่วมงานโดยตรง ใช้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์เท่านั้น	1	25.0%
• ไม่มีการติดตามผลหรือการดำเนินการต่อเนื่องหลังจบกิจกรรม	1	25.0%

n = จำนวนตัวอย่าง

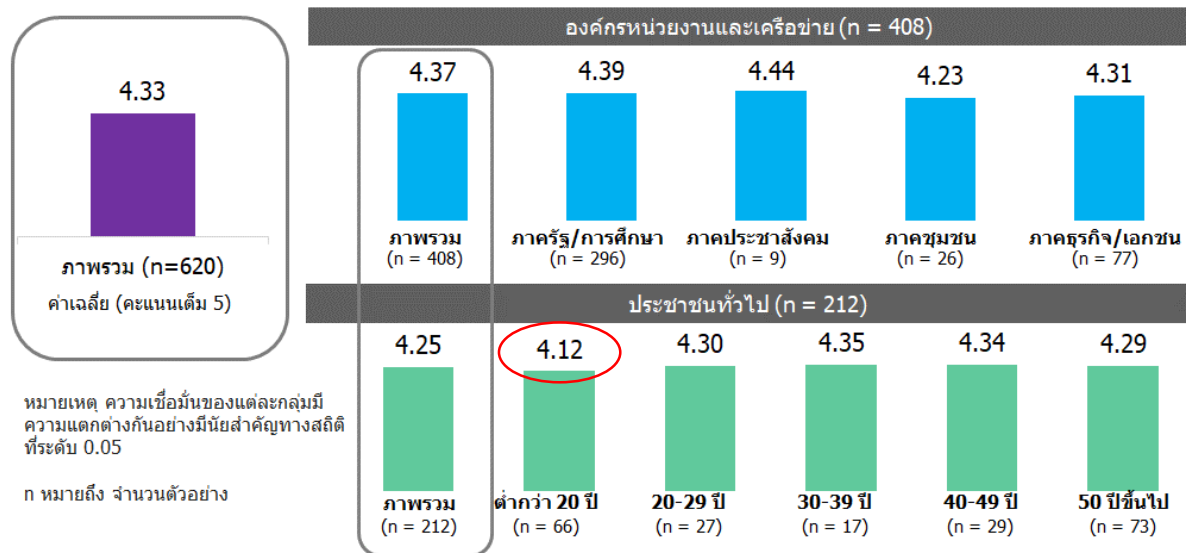
หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.7 ความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม

3.7.1 ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (4.37) มากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป (4.25) โดยทุกกลุ่มย่อยมีความพึงพอใจโดยรวมมาก-มากที่สุด แต่จะสังเกตได้ว่ากลุ่มประชาชนทั่วไปอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมน้อยกว่ากลุ่มที่อายุมากกว่า ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากมีการใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมน้อย

แผนภาพที่ 3.16 ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม



จากตารางที่ 3.16 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย
ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม พบว่า ระยะเวลาไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม โดยกลุ่มที่
ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานาน 1-3 ปี มีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมมากกว่ากลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ตารางที่ 3.16 ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	166 100.0%	166 100.0%	43 100.0%	33 100.0%
เชื่อมั่นมากที่สุด (5 คะแนน)	189 46.3%	72 43.4%	84 50.6%	18 41.9%	15 45.5%
เชื่อมั่นมาก (4 คะแนน)	183 44.9%	75 45.2%	73 44.0%	22 51.2%	13 39.4%
เชื่อมั่นปานกลาง (3 คะแนน)	34 8.3%	18 10.8%	8 4.8%	3 7.0%	5 15.2%
เชื่อมั่นน้อย (2 คะแนน)	1 0.3%	- -	1 0.6%	- -	- -
เชื่อมั่นน้อยที่สุด (1 คะแนน)	1 0.3%	1 0.6%	- -	- -	- -
ค่าเฉลี่ย	4.37	4.31	4.45	4.35	4.30
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.44	0.51	0.38	0.38	0.53
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.67	0.71	0.62	0.61	0.73

จากตารางที่ 3.17 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมพบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมาน้อยกว่า 1 ปี มีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมน้อยกว่ากลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.20)

**ตารางที่ 3.17 ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)**

ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม กับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	152 100.0%	49 100.0%	11 100.0%
เชื่อมั่นมากที่สุด (5 คะแนน)	81 38.2%	52 34.2%	24 49.0%	5 45.5%
เชื่อมั่นมาก (4 คะแนน)	105 49.5%	80 52.6%	20 40.8%	5 45.5%
เชื่อมั่นปานกลาง (3 คะแนน)	25 11.8%	19 12.5%	5 10.2%	1 9.1%
เชื่อมั่นน้อย (2 คะแนน)	- -	- -	- -	- -
เชื่อมั่นน้อยที่สุด (1 คะแนน)	1 0.5%	1 0.7%	- -	- -
ค่าเฉลี่ย	4.25	4.20	4.39	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.48	0.49	0.45	0.45
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	212	152	49	11

3.7.2 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.17 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” ดังนี้

อันดับหนึ่ง (เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม(ค่าเฉลี่ย 4.38)

อันดับสอง (เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

อันดับสาม (วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.28)




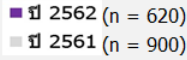

แผนภาพที่ 3.17 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

ภาพรวม (n = 620)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
(วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	4.28
(เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	4.32
(เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	4.38
ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	4.33

หมายเหตุ ความเชื่อมั่นต่อแต่ละประเด็นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อเปรียบเทียบความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในปี 2562 กับปี 2561 ตามแผนภาพที่ 3.18 พบว่า ไม่แตกต่างกัน (ค่าเฉลี่ย 4.33 : 4.31 ตามลำดับ) เนื่องจากเชื่อมั่นต่อเป้าหมายในการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.38 : 4.29 ตามลำดับ) แต่ความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์ลดลงในเรื่องการเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.28 : 4.35 ตามลำดับ) สอดคล้องกับความพึงพอใจที่ลดลงในเรื่องเดียวกัน

แผนภาพที่ 3.18 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561 (ภาพรวม)

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
(วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	 4.28 4.35
(เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	 4.32 4.30
(เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	 4.38 4.29
 ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	 4.33 4.31

ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

จากแผนภาพที่ 3.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายมีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยเชื่อมั่นต่อเป้าหมายในการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมมากที่สุด (4.42)

แผนภาพที่ 3.19 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย			
		1. ภาครัฐ/ การศึกษา (n = 296)	2. ภาคประชา สังคม (n = 9)	3. ภาคชุมชน (n = 26)	4. ภาคธุรกิจ/ เอกชน (n = 77)
		(วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	4.32	4.33	4.44
(เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	4.33	4.35	4.44	4.27	4.27
(เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	4.42	4.45	4.44	4.23	4.36
ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	4.37	4.39	4.44	4.23	4.31

ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อเปรียบเทียบความเชื่อมั่นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายที่มีต่อศูนย์คุณธรรมในปี 2562 กับปี 2561 ตามแผนภาพที่ 3.20 พบว่า ไม่แตกต่างกัน (ค่าเฉลี่ย 4.37 : 4.38 ตามลำดับ) โดยเชื่อมั่นต่อเป้าหมายในการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.42 : 4.36 ตามลำดับ) แต่ความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์ลดลงในเรื่องการเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.32 : 4.42 ตามลำดับ)

แผนภาพที่ 3.20 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561 (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)



n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรมตามตารางที่ 3.18 พบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานานน้อยกว่า 1 ปี มีความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานานกว่า

**ตารางที่ 3.18 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)**

ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ ของศูนย์คุณธรรม	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
1) (วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคม คุณธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.32	4.23	4.40	4.26	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.49	0.58	0.42	0.39	0.49
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.70	0.76	0.65	0.62	0.70
2) (เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคม ส่วนรวมและประเทศชาติ					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.33	4.29	4.36	4.42	4.30
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.52	0.61	0.45	0.49	0.53
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.72	0.78	0.67	0.70	0.73
3) (เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	4.42	4.36	4.46	4.51	4.39
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.44	0.49	0.40	0.35	0.50
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.66	0.70	0.63	0.59	0.70

จากแผนภาพที่ 3.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไป มีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มากที่สุด” (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยเชื่อมั่นต่อเป้าหมายในการส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่ากลุ่มประชาชนวัยเรียนซึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมต่ำกว่ากลุ่มวัยทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12)






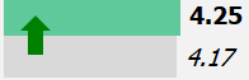
แผนภาพที่ 3.21 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม (กลุ่มประชาชนทั่วไป)

ประชาชนทั่วไป (n = 212)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ช่วงอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี (n = 66)	20-29 ปี (n = 27)	30-39 ปี (n = 17)	40-49 ปี (n = 29)	50 ปีขึ้นไป (n = 73)
(วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	4.20	4.00	4.30	4.41	4.34	4.23
(เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	4.31	4.14	4.37	4.47	4.34	4.40
(เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	4.29	4.20	4.37	4.41	4.31	4.30
ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม	4.25	4.12	4.30	4.35	4.34	4.29

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อเปรียบเทียบความเชื่อมั่นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปที่มีต่อศูนย์คุณธรรม ในปี 2562 กับปี 2561 ตามแผนภาพที่ 3.22 พบว่า มีความเชื่อมั่นโดยรวมเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.25 : 4.17 ตามลำดับ) โดยเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นมากที่สุดต่อเป้าหมายในการส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.31 : 4.18 ตามลำดับ)

แผนภาพที่ 3.22 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม
เปรียบเทียบปี 2562 กับปี 2561 (กลุ่มประชาชนทั่วไป)

ประชาชนทั่วไป	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)
(วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	 4.20 4.23
(เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	 4.31 4.18
(เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	 4.29 4.13
 ปี 2562 (n = 212) ความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม  ปี 2561 (n = 300)	 4.25 4.17

ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรม ตามตารางที่ 3.19 พบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมน้อยกว่า 1 ปี มีความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้ เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม และเป้าหมายการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม น้อยกว่ากลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมานานกว่า

**ตารางที่ 3.19 ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม
(กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)**

ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ ของศูนย์คุณธรรม	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม กับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
1) (วิสัยทัศน์) การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้ เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.20	4.11	4.47	4.18
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.55	0.55	0.42	0.76
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.74	0.74	0.65	0.87
2) (เป้าหมาย) การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.31	4.28	4.43	4.27
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.48	0.51	0.38	0.62
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.69	0.71	0.61	0.79
3) (เป้าหมาย) การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	4.29	4.24	4.43	4.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.46	0.47	0.42	0.45
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.68	0.69	0.65	0.67

3.7.3 เหตุผลที่มีความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

จากตารางที่ 3.20 พบว่า สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรมในระดับ “มาก” (ให้คะแนน 4-5) เนื่องจากการแสดงบทบาทอย่างชัดเจนในการส่งเสริมคุณธรรม ได้แก่ การส่งเสริม/สนับสนุนด้านคุณธรรมและจริยธรรม (18.8%) การขับเคลื่อนให้เกิดสังคมคุณธรรม (16.5%) เป็นต้น

ตารางที่ 3.20 เหตุผลที่มีความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับ “มาก” ต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

เหตุผลที่ “เชื่อมั่นมาก” (คะแนน 4-5)	ภาพรวม (n = 558)	
	จำนวน	ร้อยละ
• แสดงบทบาทในการส่งเสริม/สนับสนุนด้านคุณธรรมและจริยธรรมอย่างชัดเจน	105	18.8%
• หน่วยงานภาครัฐ/องค์กรต่างๆ/ประชาชน ร่วมขับเคลื่อนสังคมคุณธรรม/ขยายเครือข่ายแพร่หลายมากยิ่งขึ้น	92	16.5%
• การจัดกิจกรรม ผลงานเป็นรูปธรรม/วัดผลได้/มีคุณภาพ	55	9.9%
• ทำงานด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ/มีคุณธรรม เช่น ความซื่อสัตย์ โปร่งใส	51	9.1%
• ผู้บรรยาย/วิทยากรน่าเชื่อถือ เช่น มีความรู้, ประสบการณ์, ชื่อเสียง, สื่อสารเข้าใจง่าย ชัดเจน	49	8.8%
• ภาพลักษณ์องค์กรน่าเชื่อถือ เช่น องค์กรที่ดีเพื่อสังคม/องค์กรใหญ่/องค์กรมหาชน	43	7.7%
• ทำงานอย่างเป็นระบบ/การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ	40	7.2%
• ผู้บริหาร/บุคลากรมีคุณภาพ เช่น รอบรู้เชี่ยวชาญ, มีความเป็นมืออาชีพ, ทักษะเวิร์ค	35	6.3%
• มีนวัตกรรม/ข้อมูล/องค์ความรู้ที่หลากหลาย นำเชื่อถือและเข้าถึงได้	28	5.0%
• ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดประชุม, จัดกิจกรรม, ติดตามผล	25	4.5%
• สามารถนำความรู้มาใช้ได้จริงกับตนเอง, องค์กร, ชุมชน, สังคม, โรงเรียน	25	4.5%
• เป็นองค์กรต้นแบบส่งเสริมคุณธรรม/จริยธรรม	24	4.3%
• เจ้าหน้าที่มีความใส่ใจในการบริการ/สุภาพ/จิตอาสา	11	2.0%
• องค์กรที่มีการดำเนินงานมานาน/ร่วมงานกันมานาน	10	1.8%
• มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง/ผ่านช่องทางต่างๆ	4	0.7%
• ไม่แสดงความคิดเห็น	13	2.3%

n = จำนวนตัวอย่าง หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

ในทางตรงกันข้ามจากตารางที่ 3.21 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรมระดับ “ปานกลางและน้อย” (ให้คะแนน 1-3) คือ การที่ศูนย์คุณธรรมยังแสดงบทบาทหน้าที่ที่ไม่ชัดเจน/ไม่เป็นรูปธรรม (33.9%) ตลอดจนยังมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักไม่มากพอ (18.6%) การขยายเครือข่ายยังไม่มาก/ไม่ทั่วถึง (17.0%) เป็นต้น

ตารางที่ 3.21 เหตุผลที่มีความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับ “ปานกลางและน้อย” ต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

เหตุผลที่ “เชื่อมั่นปานกลาง” (คะแนน 3)	ภาพรวม (n = 59)	
	จำนวน	ร้อยละ
• ไม่เห็นพัฒนาการของศูนย์คุณธรรม/ไม่เห็นผลงานที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน	20	33.9%
• ไม่รู้จักองค์กรมากพอ/ยังไม่เข้าถึงการมีคุณธรรมได้อย่างชัดเจน	11	18.6%
• เครือข่ายจำกัด ไม่แพร่หลาย เช่น คนมาร่วมงานน้อย/อยู่ในวงจำกัด/เน้นเฉพาะกลุ่มเยาวชนกับคนสูงอายุมากไป	10	17.0%
• ภาพลักษณ์องค์กรทำงานเพื่อสังคม/มีบทบาทหน้าที่การส่งเสริมคุณธรรมที่ชัดเจน	9	15.3%
• บทบาทหน้าที่ไม่ชัดเจน/นโยบายมักเปลี่ยนแปลงตามผู้บริหาร	6	10.2%
• ควรมีการจัดการองค์ความรู้ให้เข้าถึงง่ายขึ้น/ประชาสัมพันธ์ข่าวสารน้อย/ช่องทางสื่อสารน้อย	4	6.8%
• ได้รับความรู้ที่ไปปรับใช้งานได้	2	3.4%
• การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดงาน, การขับเคลื่อนคุณธรรม	2	3.4%
• ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน	2	3.4%
เหตุผลที่ “เชื่อมั่นน้อย” (คะแนน 1-2)	ภาพรวม (n = 3)	
• ไม่ค่อยมีการติดตามผลงานแต่ละโครงการว่าเคลื่อนไหวไปที่ทิศทางไหน	1	33.3%
• ติดต่อยาก	1	33.3%
• หัวข้อที่ไขว่คว้าไม่ตรงกับกลุ่มที่เชิญเข้าร่วม เช่น หัวข้อเรื่องการทุจริตแต่เชิญชาวบ้านเข้าร่วม	1	33.3%

n = จำนวนตัวอย่าง หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.8 ความคิดเห็นต่อศูนย์คุณธรรม

3.8.1 ข้อเสนอแนะต่อการสนับสนุนให้องค์กรหน่วยงานและเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.19 กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย มีความคิดเห็นว่าเรื่องสำคัญที่ศูนย์คุณธรรมควรดำเนินการเพื่อการสนับสนุนให้องค์กรหน่วยงานและเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม สอดคล้องกับทิศทางและบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมคือ ตั้งแต่การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการดำเนินงาน จากนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ มากขึ้น ตลอดจนมีผลงานที่เป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อน/ขยายเครือข่ายในพื้นที่ต่างๆ ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.19 ข้อเสนอแนะต่อการสนับสนุนให้องค์กรหน่วยงานและเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม

องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	จำนวน	ร้อยละ
ขับเคลื่อน/ขยายเครือข่ายในพื้นที่ต่างๆ แบบเจาะลึกและทั่วถึงมากขึ้น/จัดกิจกรรมเพิ่มขึ้น/ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญ	44	10.8%
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แพร่หลายผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น ในสังคมออนไลน์	41	10.1%
กำหนดนโยบายที่ชัดเจนแบบยั่งยืน เช่น สานต่อภารกิจให้สำเร็จแม้เปลี่ยนผู้บริหาร, กำหนดแนวทางดำเนินงานให้เชื่อมโยงระหว่างเครือข่าย	25	6.1%
เพิ่มความเอาใจใส่ในการให้บริการมากขึ้น เช่น มีจิตอาสา/ประสานงานรวดเร็ว/ติดต่อง่าย	18	4.4%
จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ด้านคุณธรรมอย่างสม่ำเสมออย่างทั่วถึงและหลากหลายรูปแบบ เช่น ค่ายอบรม/งานสัมมนาเครือข่าย/เวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น/Event	16	3.9%
บริหารจัดการองค์ความรู้ เช่น เพิ่มสื่อให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชน/ทำสื่อให้ทันสมัย/เพิ่มช่องทางการเผยแพร่/นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่าย	16	3.9%
สนับสนุนปัจจัยต่างๆ แก่องค์กร เช่น สื่อ/วีดิทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์/งบประมาณ/บุคลากร เป็นต้น	15	3.7%
เตรียมความพร้อม/งบประมาณในการจัดงานให้เหมาะสมขึ้น เช่น ห้องประชุมเล็กไป/เตรียมรถรับ-ส่งให้ทั่วถึง	10	2.5%
ความร่วมมือ/ผลักดันผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ปปช./ก.พ./ราชการจังหวัด/ภาคีเครือข่าย	9	2.2%
จัดวิทยากรที่มีความสามารถ/จัดวิทยากรไปให้ความรู้ตามหน่วยงานต่างๆ	7	1.7%
ยกระดับศูนย์คุณธรรมให้เป็นมาตรฐานด้านคุณธรรม เช่น เป็นต้นแบบคุณธรรม/ให้เครดิตกับองค์กรต่างๆ/กำหนดหลักเกณฑ์ประเมินให้ชัดเจนในการยกย่องชุมชน	5	1.2%
ให้ความสำคัญทุกกลุ่มเท่าเทียมกัน เช่น เชิญสัมมนาทุกกลุ่ม/ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นแต่ละภาค/ไม่จำกัดสิทธิ์เข้าอบรม	5	1.2%
ไม่แสดงความคิดเห็น	217	53.2%

n = จำนวนตัวอย่าง

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.8.2 สิ่งที่ควรดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้หน่วยงาน/องค์กรสร้างเครือข่ายองค์กรคุณธรรม

จากแผนภาพที่ 3.23 เมื่อสอบถามถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายที่ต้องการให้ศูนย์คุณธรรมดำเนินการเพื่อสนับสนุน/ผลักดันให้หน่วยงาน/องค์กรของกลุ่มตัวอย่างเกิดการสร้างหรือขยายเครือข่ายองค์กรคุณธรรม พบว่า ต้องการให้สนับสนุนด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร/ความรู้ที่จูงใจอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ตลอดจนแสดงบทบาทในการเป็นผู้ประสานให้เครือข่ายต่างๆ เกิดความร่วมมือกันมากขึ้น รวมทั้งสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ สื่อ หรือองค์ความรู้ เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.23 สิ่งที่ควรดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายองค์กรคุณธรรม

องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	จำนวน	ร้อยละ
เผยแพร่ความรู้อย่างทั่วถึงและจูงใจอย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรม/การจัดกิจกรรมต่างๆ	97	23.8%
มีส่วนร่วม/สนับสนุนโครงการไปยังเครือข่ายต่างๆ และประสานความร่วมมือของทุกกลุ่มมากขึ้น	96	23.5%
สนับสนุนปัจจัยต่างๆ แก่องค์กร เช่น งบประมาณ, สื่อ, องค์ความรู้ เป็นต้น	50	12.3%
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แพร่หลายในช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อทางอินเทอร์เน็ต/สื่อมวลชนทุกแขนง	29	7.1%
มีแผนแม่แบบ/กำหนดแนวทางปฏิบัติและหลักเกณฑ์ประเมินให้ชัดเจนในการได้รับมาตรฐานจากศูนย์ฯ	16	3.9%
ติดต่อประสานงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น จัดพี่เลี้ยงดูแลประจำให้แก่หน่วยงาน/ประสานงานให้ชัดเจน/ต่อเนื่อง	14	3.4%
ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องโดยเน้นสถานศึกษา/เด็ก/เยาวชน	13	3.2%
มีวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ/จัดวิทยากรไปให้ความรู้ตามหน่วยงาน	11	2.7%
ดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มาสู่การปฏิบัติให้เห็นผลเป็นรูปธรรม	7	1.7%
เชิญหน่วยงาน/องค์กรมาร่วมกันมากขึ้น	3	0.7%
ไม่แสดงความคิดเห็น	106	26.0%

n = จำนวนตัวอย่าง หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.8.3 บทบาท/หน้าที่ที่ศูนย์คุณธรรมควรทำ เพื่อส่งเสริมให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม

ส่วนบทบาท/หน้าที่ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ศูนย์คุณธรรมทำเพื่อสนับสนุนให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม จากแผนภาพที่ 3.24 พบว่า ต้องการให้ศูนย์คุณธรรมเผยแพร่ความรู้/จัดกิจกรรม/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น (60.5%) คือ เผยแพร่ความรู้/จัดกิจกรรมด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่องให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม (39.7%) ประชาสัมพันธ์เรื่องคุณธรรมทางสื่อมากขึ้น เช่น TV/โซเชียลมีเดีย/เจ้าหน้าที่รัฐ/เครือข่าย (20.8%) เป็นสื่อกลางและประสานงานขับเคลื่อน โดยให้หน่วยงานอื่นๆ เป็นเครือข่าย/มีส่วนร่วมในการสร้างต้นแบบคุณธรรม (18/6%) เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.24 บทบาท/หน้าที่ที่ศูนย์คุณธรรมควรทำ เพื่อส่งเสริมให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม

ภาพรวม (n = 620)	จำนวน	ร้อยละ	องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	ประชาชนทั่วไป (n = 212)
เผยแพร่ความรู้/จัดกิจกรรมด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่องให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม	246	39.7%	32.6%	53.3%
ประชาสัมพันธ์เรื่องคุณธรรมทางสื่อมากขึ้น เช่น TV/โซเชียลมีเดีย/เจ้าหน้าที่รัฐ/เครือข่าย	129	20.8%	22.3%	17.9%
เป็นสื่อกลางและประสานงานขับเคลื่อน โดยให้หน่วยงานอื่นๆ เป็นเครือข่าย/มีส่วนร่วมในการสร้างต้นแบบคุณธรรม	115	18.6%	23.0%	9.9%
อบรมเฉพาะกลุ่มให้ชัดเจน เช่น เยาวชน/หัวหน้าหน่วยงาน/ข้าราชการ/สถาบันครอบครัว	67	10.8%	7.4%	17.5%
กำหนดมาตรฐานตัวชี้วัดชัดเจนและยกย่องเชิดชูผู้มีคุณธรรม	14	2.3%	3.2%	0.5%
สนับสนุนงบประมาณให้องค์กรต่างๆ มากขึ้น	9	1.5%	2.0%	0.5%
เป็นที่ปรึกษา/รับเรื่องร้องทุกข์	8	1.3%	1.5%	0.9%
เป็นแหล่งองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านคุณธรรมสังคมโลก	8	1.3%	1.0%	1.9%
ทำผลงานให้เป็นรูปธรรม/ชัดเจน	7	1.1%	1.2%	0.9%
ยกระดับ/สถานะของศูนย์ฯ ให้สูงขึ้น เช่น บทบาทในเวทีภูมิภาค/มีสถานะเท่ากระทรวง	7	1.1%	1.5%	0.5%
ขยายเครือข่ายคุณธรรมให้ทั่วถึง	4	0.7%	0.3%	1.4%
เปลี่ยนพฤติกรรมและแนวคิดของคนในสังคม	3	0.5%	0.7%	0.0%
ไม่มีข้อเสนอแนะ	59	9.5%	12.8%	3.3%

n = จำนวนตัวอย่าง

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.8.4 กลไกในสังคมที่ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมคุณธรรม

จากแผนภาพที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการกลไกในสังคมที่ศูนย์คุณธรรมควรให้ความสำคัญในการใช้เป็นสื่อกลางเพื่อส่งเสริมคุณธรรมให้แพร่หลายไปยังทุกหน่วยในสังคมคือ การเริ่มจากสังคมที่ใกล้ชิดที่สุด ได้แก่ ครอบครัว (60.7%) ตามด้วยสังคมที่แวดล้อม ได้แก่ สถาบันการศึกษา (43.9%) ชุมชน (27.4%) ตลอดจนที่ทำงาน (13.4%) เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.25 กลไกในสังคมที่ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมคุณธรรม

ภาพรวม (n = 620)	ร้อยละ	องค์กรหน่วยงาน และเครือข่าย (n = 408)	ประชาชนทั่วไป (n = 212)
ครอบครัว	60.7%	57.4%	67.0%
สถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	43.9%	37.0%	57.1%
ชุมชน	27.4%	22.6%	36.8%
ที่ทำงาน	13.4%	14.2%	11.8%
ทุกภาคส่วน	10.5%	13.0%	5.7%
ผู้นำระดับประเทศ/หน่วยงานภาครัฐ	2.3%	2.9%	0.9%
สังคม	1.5%	1.7%	0.9%
วัด/โบสถ์/มัสยิด	1.3%	1.5%	0.9%
สื่อต่างๆ เช่น Social Network/TV	1.0%	1.0%	0.9%
ประเทศชาติ	0.2%	0.0%	0.5%
องค์กรเอกชน	0.2%	0.3%	0.0%
ชมรมต่างๆ	0.2%	0.0%	0.5%
ไม่มีข้อเสนอแนะ	1.0%	1.0%	0.9%

n = จำนวนตัวอย่าง

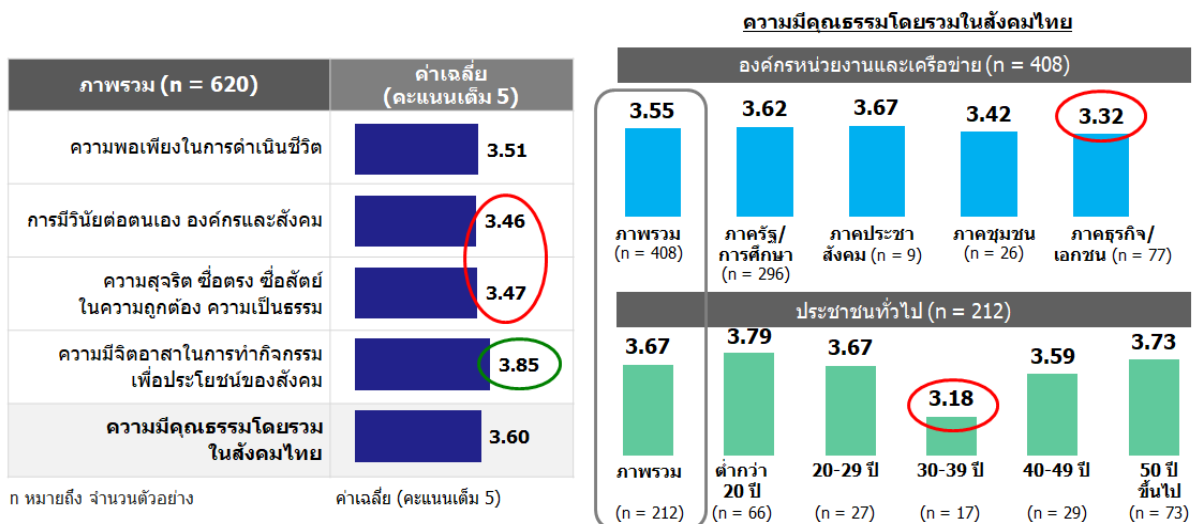
หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.9 ความคิดเห็นต่อคุณธรรมในสังคมไทย

3.9.1 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย ปี 2562

จากแผนภาพที่ 3.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าปัจจุบันคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยอยู่ในระดับไม่สูงมากคือ “ปานกลาง-ค่อนข้างมาก” (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยคุณธรรมที่คิดว่ามีมากที่สุดคือ ความเป็นจิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ขณะที่มีความมีวินัย (ค่าเฉลี่ย 3.46) และความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ในความถูกต้อง ความเป็นธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.47) ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่ากลุ่มภาคธุรกิจ/เอกชน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทยว่ามีน้อยกว่ากลุ่มอื่น

แผนภาพที่ 3.26 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย



จากตารางที่ 3.22 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย
ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมพบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมน้อยกว่า 1 ปี มี
ความคิดเห็นต่อระดับการมีคุณธรรมโดยรวมในสังคมน้อยกว่ากลุ่มอื่น

ตารางที่ 3.22 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทย
(กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมโดยรวม ในสังคมไทย	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	166 100.0%	166 100.0%	43 100.0%	33 100.0%
มากที่สุด (5 คะแนน)	61 15.0%	25 15.1%	25 15.1%	9 20.9%	2 6.1%
มาก (4 คะแนน)	144 35.3%	47 28.3%	65 39.2%	17 39.5%	15 45.5%
ปานกลาง (3 คะแนน)	167 40.9%	69 41.6%	68 41.0%	16 37.2%	14 42.4%
น้อย (2 คะแนน)	32 7.8%	22 13.3%	7 4.2%	1 2.3%	2 6.1%
น้อยที่สุด (1 คะแนน)	4 1.0%	3 1.8%	1 0.6%	- -	- -
ค่าเฉลี่ย	3.55	3.42	3.64	3.79	3.52
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.76	0.92	0.66	0.65	0.51
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.87	0.96	0.81	0.80	0.71

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์
 คุณธรรมตามตารางที่ 3.23 พบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมมาน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นว่าสังคมไทยมี
 ระดับคุณธรรมต่ำกว่ากลุ่มอื่น

ตารางที่ 3.23 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทย
 (กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมโดยรวม ในสังคมไทย	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม กับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	152 100.0%	49 100.0%	11 100.0%
มากที่สุด (5 คะแนน)	34 16.0%	23 15.1%	8 16.3%	3 27.3%
มาก (4 คะแนน)	90 42.5%	66 43.4%	21 42.9%	3 27.3%
ปานกลาง (3 คะแนน)	74 34.9%	53 34.9%	17 34.7%	4 36.4%
น้อย (2 คะแนน)	13 6.1%	9 5.9%	3 6.1%	1 9.1%
น้อยที่สุด (1 คะแนน)	1 0.5%	1 0.7%	- -	- -
ค่าเฉลี่ย	3.67	3.66	3.69	3.73
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.69	0.69	0.68	1.02
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.83	0.83	0.82	1.01

จากแผนภาพที่ 3.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายมีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจุบันคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยอยู่ในระดับไม่สูงมากคือ “ปานกลาง-ค่อนข้างมาก” (ค่าเฉลี่ย 3.55) คุณธรรมที่คิดว่ามีมากที่สุดคือ ความเป็นจิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 3.80) ขณะที่มีความมีวินัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ ความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ในความถูกต้อง น้อยกว่าเรื่องอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยเฉพาะในความคิดเห็นของกลุ่มภาคธุรกิจ/เอกชน

แผนภาพที่ 3.27 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย (องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย (n = 408)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ประเภทองค์กร/เครือข่าย			
		1. ภาครัฐ/ การศึกษา (n = 296)	2. ภาคประชา สังคม (n = 9)	3. ภาคชุมชน (n = 26)	4. ภาคธุรกิจ/ เอกชน (n = 77)
ความพอเพียงในการดำเนินชีวิต	3.50	3.53	3.56	3.50	3.39
การมีวินัยต่อตนเอง องค์กรและสังคม	3.39	3.43	3.44	3.38	3.27
ความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ ในความถูกต้อง ความเป็นธรรม	3.40	3.45	3.56	3.19	3.27
ความมีจิตอาสาในการทำกิจกรรม เพื่อประโยชน์ของสังคม	3.80	3.91	3.89	3.73	3.39
ความมีคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทย	3.55	3.62	3.67	3.42	3.32

ก หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์คุณธรรมตามตารางที่ 3.24 พบว่า ทุกกลุ่มมีความคิดเห็นว่าปัจจุบันสังคมไทยมีคุณธรรมเรื่องความมีจิตอาสาดีกว่าเรื่องอื่น นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มที่ใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมมาน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นว่าสังคมไทยมีระดับคุณธรรมในเรื่องต่างๆ น้อยกว่ากลุ่มอื่นโดยเฉพาะเรื่องการมีวินัยต่อตนเอง องค์กรและสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 3.24 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย
(องค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
1) ความพอเพียงในการดำเนินชีวิต					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	3.50	3.38	3.55	3.84	3.42
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.84	0.92	0.81	0.62	0.75
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.92	0.96	0.90	0.78	0.87
2) การมีวินัยต่อตนเอง องค์กรและสังคม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	3.39	3.30	3.43	3.60	3.42
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.93	1.00	0.88	0.91	0.81
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.96	1.00	0.94	0.95	0.90
3) ความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ในความถูกต้อง ความเป็นธรรม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	3.40	3.34	3.42	3.56	3.42
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.87	1.04	0.80	0.63	0.63
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.93	1.02	0.90	0.80	0.79
4) ความมีจิตอาสาในการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของสังคม					
จำนวนตัวอย่าง	408	166	166	43	33
ค่าเฉลี่ย	3.80	3.61	3.90	4.12	3.79
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.77	0.99	0.60	0.53	0.48
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.88	0.99	0.78	0.73	0.70

จากแผนภาพที่ 3.28 กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปมีความคิดเห็นว่าปัจจุบันคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยอยู่ในระดับไม่สูงคือ “ปานกลาง-ค่อนข้างมาก” (ค่าเฉลี่ย 3.67) คุณธรรมที่คิดว่ามีมากที่สุดคือ ความเป็นจิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 3.94) เห็นได้ชัดในกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.08) ขณะที่มีความพอเพียงในการดำเนินชีวิตน้อยกว่าเรื่องอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.53)

แผนภาพที่ 3.28 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย (ประชาชนทั่วไป)

ประชาชนทั่วไป (n = 212)	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	ช่วงอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี (n = 66)	20-29 ปี (n = 27)	30-39 ปี (n = 17)	40-49 ปี (n = 29)	50 ปีขึ้นไป (n = 73)
ความพอเพียงในการดำเนินชีวิต	3.53	3.73	3.44	3.12	3.52	3.48
การมีวินัยต่อตนเอง องค์กรและสังคม	3.58	3.74	3.63	3.06	3.55	3.55
ความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ ในความถูกต้อง ความเป็นธรรม	3.61	3.77	3.78	3.06	3.52	3.56
ความมีจิตอาสาในการทำกิจกรรม เพื่อประโยชน์ของสังคม	3.94	3.91	3.93	3.47	3.93	4.08
ความมีคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทย	3.67	3.79	3.67	3.18	3.59	3.73

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมของศูนย์
คุณธรรมตามตารางที่ 3.25 พบว่า ทุกกลุ่มมีความคิดเห็นตรงกันว่าปัจจุบันสังคมไทยมีคุณธรรมเรื่องความมีจิต
อาสามากกว่าเรื่องอื่น

**ตารางที่ 3.25 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย
(ประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)**

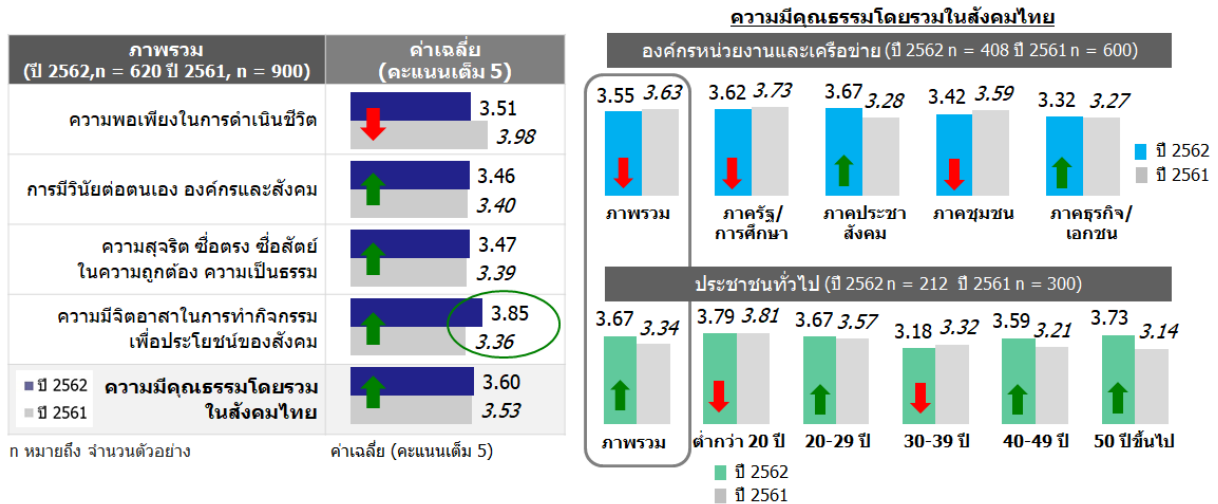
ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย	รวม ประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม กับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
1) ความพอเพียงในการดำเนินชีวิต				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	3.53	3.57	3.39	3.64
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.90	0.90	0.87	1.25
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.95	0.95	0.93	1.12
2) การมีวินัยต่อตนเอง องค์กร และสังคม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	3.58	3.60	3.57	3.36
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.86	0.77	1.00	1.65
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.93	0.88	1.00	1.29
3) ความสุจริต ซื่อตรง ซื่อสัตย์ในความถูกต้อง ความเป็นธรรม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	3.61	3.57	3.71	3.64
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.99	1.03	0.88	1.05
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.99	1.01	0.94	1.03
4) ความมีจิตอาสาในการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของสังคม				
จำนวนตัวอย่าง	212	152	49	11
ค่าเฉลี่ย	3.94	3.83	4.24	4.09
ค่าความแปรปรวน (Variance)	0.63	0.61	0.56	0.69
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.79	0.78	0.75	0.83

3.9.2 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทย ปี 2562 เปรียบเทียบกับปี 2561

จากแผนภาพที่ 3.29 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยในปี 2562 ดีขึ้นกว่าปี 2561 เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.60 : 3.53 ตามลำดับ) โดยเฉพาะเรื่องความมีจิตอาสาในการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.85 : 3.36 ตามลำดับ) แต่มีคุณธรรมลดลงอย่างชัดเจนในเรื่องความพอเพียงในการดำเนินชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.51 : 3.98 ตามลำดับ)

ทั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายมีความคิดเห็นว่าคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยในปี 2562 ลดลงจากปี 2561 (ค่าเฉลี่ย 3.55 : 3.63 ตามลำดับ) ตรงกันข้ามกับกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปที่มีความคิดเห็นว่าคุณธรรมโดยรวมในสังคมไทยในปี 2562 ดีขึ้นกว่าปี 2561 (ค่าเฉลี่ย 3.67 : 3.34 ตามลำดับ)

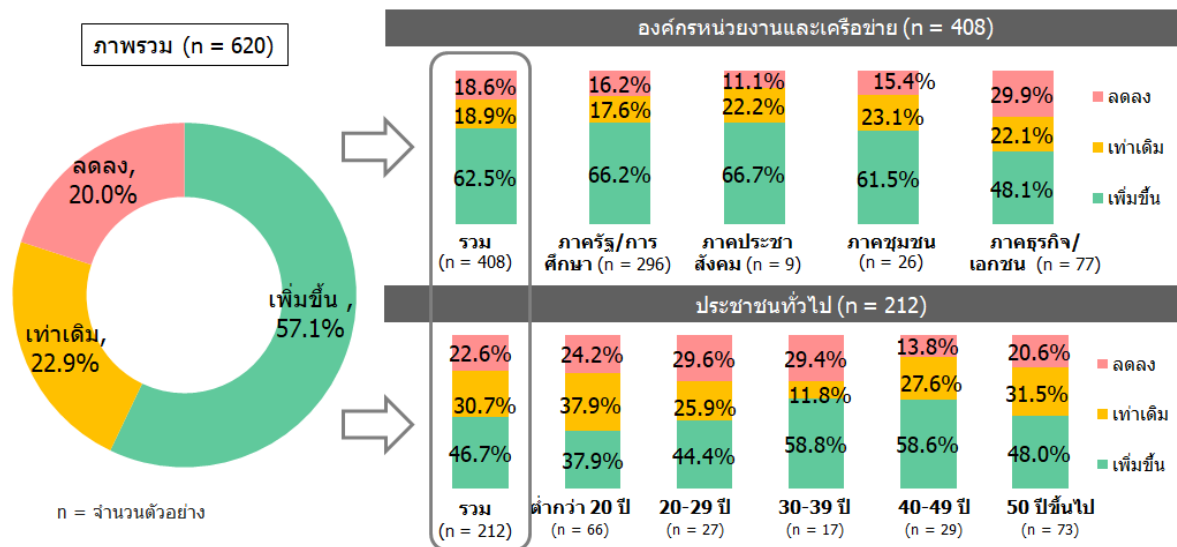
แผนภาพที่ 3.29 ความคิดเห็นต่อระดับคุณธรรมในสังคมไทยปี 2562 เปรียบเทียบกับปี 2561



3.9.3 ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต

เมื่อสอบถามถึงความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต จากแผนภาพที่ 3.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่ง (57.1%) มีความคิดเห็นว่าสังคมไทยในอนาคตจะมีคุณธรรมเท่าเดิม สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในแต่ละกลุ่มย่อย ทั้งนี้มีประมาณ 1 ใน 5 (20.0%) ที่คิดว่าคุณธรรมจะลดลง โดยเฉพาะความคิดเห็นของกลุ่มภาคธุรกิจ/เอกชน ตลอดจนกลุ่มประชาชนทั่วไปที่อายุต่ำกว่า 40 ปี

แผนภาพที่ 3.30 ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต



จากตารางที่ 3.26 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มเครือข่ายองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม สอดคล้องกับผลโดยภาพรวมคือ ทุกกลุ่มมีความคิดเห็นว่สังคมไทยในอนาคตจะมีคุณธรรมเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3.26 ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต
(กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรม ในสังคมไทยในอนาคต	รวม องค์กร/ เครือข่าย	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
จำนวนตัวอย่าง	408 100.0%	166 100.0%	166 100.0%	43 100.0%	33 100.0%
เพิ่มขึ้น	255 62.5%	97 58.4%	111 66.9%	27 62.8%	20 60.6%
เท่าเดิม	77 18.9%	32 19.3%	32 19.3%	8 18.6%	5 15.2%
ลดลง	76 18.6%	37 22.3%	23 13.9%	8 18.6%	8 24.2%
ไม่แสดงความคิดเห็น	408 100.0%	166 100.0%	166 100.0%	43 100.0%	33 100.0%

จากตารางที่ 3.27 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรมยังคงพบว่า ทุกกลุ่มมีความคิดเห็นว่สังคมไทยในอนาคตจะมีคุณธรรมเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3.27 ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต
(กลุ่มประชาชนทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรม)

ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรม ในสังคมไทยในอนาคต	รวมประชาชน ทั่วไป	ระยะเวลาใช้บริการ/ร่วมกิจกรรมกับศูนย์คุณธรรม		
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
จำนวนตัวอย่าง	212 100.0%	152 100.0%	49 100.0%	11 100.0%
เพิ่มขึ้น	99 46.7%	68 44.7%	23 46.9%	8 72.7%
เท่าเดิม	65 30.7%	49 32.2%	14 28.6%	2 18.2%
ลดลง	48 22.6%	35 23.0%	12 24.5%	1 9.1%

3.9.4 เหตุผลที่มีความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคต

จากตารางที่ 3.28 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าศูนย์คุณธรรมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้สังคมไทยมีคุณธรรมเพิ่มขึ้น โดยการส่งเสริม/ให้ความรู้/ทำกิจกรรมด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง (51.1%) ประกอบกับประชาชนสนใจเรื่องคุณธรรมมากขึ้น (18/9%) มีการประชาสัมพันธ์/รณรงค์เรื่องคุณธรรมผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น (8.5%) เป็นต้น

ตารางที่ 3.28 เหตุผลที่ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคตจะ “เพิ่มขึ้น”

เหตุผลที่คิดว่าระดับคุณธรรมในสังคมไทยจะ “เพิ่มขึ้น” (n = 354)	ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ
• ส่งเสริม/ให้ความรู้และจัดกิจกรรมต่อเนื่อง/มีตัวอย่างที่ดี เช่น สถาบันการศึกษา/องค์กร/ภาครัฐ	181	51.1%
• ประชาชนสนใจเรื่องคุณธรรมมากขึ้น มีจิตอาสา/ทำประโยชน์เพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคม	67	18.9%
• ประชาสัมพันธ์/รณรงค์/สร้างกระแสผ่านสื่อในช่องทางต่างๆ มากขึ้น	30	8.5%
• ประชาชนทุกระดับ/มีวินัย/มีคุณธรรมเป็นพื้นฐาน/อยู่ร่วมกันด้วยคุณธรรม ทำให้สังคมมีความสุข	19	5.4%
• ศูนย์คุณธรรมดำเนินงานพัฒนาทุกด้านให้ดีขึ้น/เชื่อมั่นในศูนย์คุณธรรม	17	4.8%
• มีความซื่อสัตย์ โปร่งใส ตรวจสอบได้/การทุจริตลดลง/มีจิตสำนึกมากขึ้น	12	3.4%
• ผู้นำและผู้บริหารระดับสูงทุกภาคส่วนส่งเสริมด้านคุณธรรมมากขึ้น	11	3.1%
• อื่นๆ	28	7.9%

n = จำนวนตัวอย่าง

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

ในทางตรงกันข้ามจากตารางที่ 3.29 อุปสรรคสำคัญที่ทำให้ความมีคุณธรรมในสังคมไทย “ลดลง” จากปัจจุบัน คือ สภาพสังคมปัจจุบันที่มีความเห็นแก่ตัว (42.7%) เป็นสังคมก้มหน้าอยู่กับโซเชียลที่มี เนื้อหารุนแรง (20.2%) จิตสำนึกและระเบียบวินัยลดลง (15.3%) เป็นต้น

ตารางที่ 3.29 เหตุผลที่ความคิดเห็นต่อแนวโน้มระดับคุณธรรมในสังคมไทยในอนาคตจะ “ลดลง”

เหตุผลที่คิดว่าระดับคุณธรรมในสังคมไทยจะ “ลดลง” (n = 124)	ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ
• การดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน ทำให้เห็นแก่ตัวมากขึ้น เช่น แข่งขันสูง/บริโภคนิยม	53	42.7%
• สังคมยุค IT/สังคมก้มหน้า/สื่อโซเชียล มีเนื้อหารุนแรง	25	20.2%
• จิตสำนึกและระเบียบวินัยลดลง	19	15.3%
• การละเลยหน้าที่ของตัวเอง/ไม่ให้ความสำคัญเรื่องคุณธรรม	12	9.7%
• ขาดการส่งเสริม/ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม/ขาดต้นแบบที่ดี	10	8.1%
• ผู้นำในสังคม/หน่วยงานรัฐไม่ได้ปฏิบัติตัวเป็นตัวอย่างที่ดี	3	2.4%
• รับวัฒนธรรมตะวันตกมากเกินไป	3	2.4%

n = จำนวนตัวอย่าง

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

บทที่ 4

วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ความเชื่อมั่นโดยรวมและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน ของศูนย์คุณธรรม

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ควรปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม ใช้เทคนิค Quadrant Analysis เป็นการสร้างกราฟโดยกำหนดให้แกน y คือ ค่า Impact หรือค่าความสัมพันธ์ของบริการแต่ละเรื่องที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวมและความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม ส่วนแกน x คือ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม และความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม จากนั้นกำหนดจุดตัดของแกน x แกน y โดยใช้ค่าเฉลี่ยของแกน x และแกน y เพื่อแบ่งกราฟที่สร้างได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 1) Improve หมายถึง เป็นองค์ประกอบที่มี Impact ต่อความพึงพอใจโดยรวมและความเชื่อมั่นโดยรวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม แต่ได้รับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่ำกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม
- 2) Strength หมายถึง เป็นองค์ประกอบที่มี Impact ต่อความพึงพอใจโดยรวมและความเชื่อมั่นโดยรวมสูงกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม และได้รับความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม
- 3) Should Improve หมายถึง เป็นองค์ประกอบที่มี Impact ต่อความพึงพอใจโดยรวมและความเชื่อมั่นโดยรวมต่ำกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม และได้รับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม
- 4) Delighter หมายถึง เป็นองค์ประกอบที่มี Impact ต่อความพึงพอใจโดยรวมและความเชื่อมั่นโดยรวมต่ำกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม แต่ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยกลุ่ม

4.1 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

ผลการวิเคราะห์จากแผนภาพที่ 4.1 พบว่า ความพึงพอใจในแต่ละเรื่องมีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับปานกลาง-มาก (0.52-0.69) และความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม มีผลต่อความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับ “ปานกลาง” (ค่า Impact 0.53) จะสังเกตได้ว่าเรื่องประโยชน์และผลลัพธ์ที่ได้รับจากความรู้ที่เผยแพร่ มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมมากกว่าเรื่องอื่น ดังนี้

อันดับหนึ่ง การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ (ค่า Impact 0.69)

อันดับสอง การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม และการได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม (ค่า Impact 0.68 เท่ากัน)

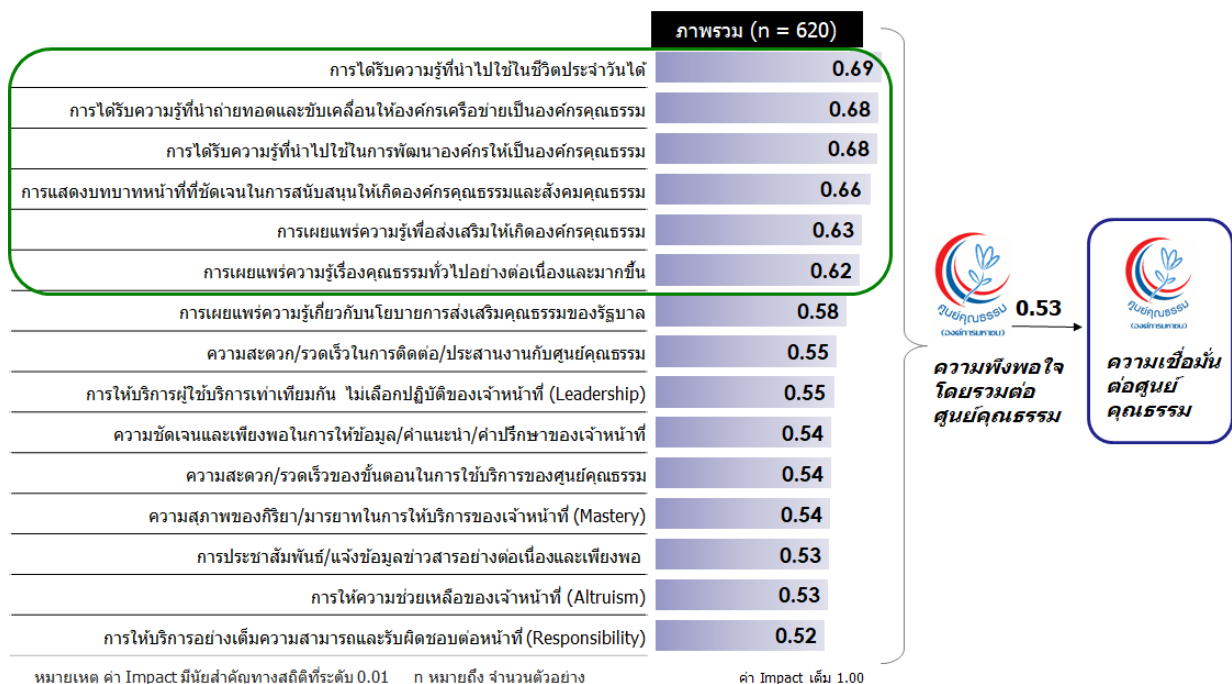
อันดับสาม การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม (ค่า Impact 0.66)

อันดับสี่ การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม (ค่า Impact 0.63)

อันดับห้า การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น (ค่า Impact 0.62)

แผนภาพที่ 4.1 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

(ภาพรวม)



4.2 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลด ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

ผลการวิเคราะห์จากแผนภาพที่ 4.2 พบว่า โดยภาพรวมจุดเด่นของศูนย์คุณธรรมสอดคล้องกับ เรื่องที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลที่ศูนย์คุณธรรม เผยแพร่ อย่างไรก็ตามยังมีจุดด้อยที่ต้องปรับปรุงในด้านการแสดงบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเรื่องคุณธรรม ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ดังนี้

จุดเด่นที่ควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป เพื่อรักษาความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ได้แก่

- 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.2 การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

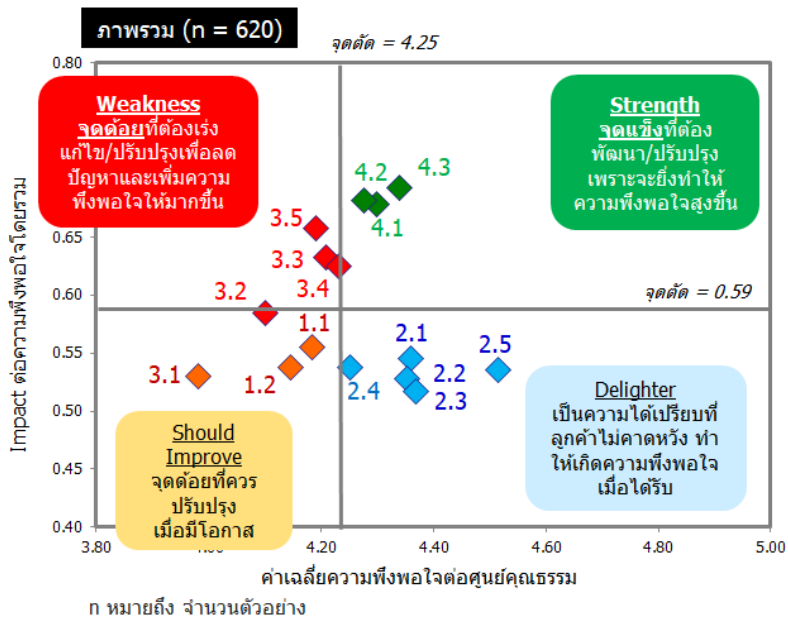
จุดด้อยที่ควรปรับปรุงทันที เพื่อเพิ่มความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ได้แก่

- 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
- 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
- 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
- 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม

จุดด้อยที่ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส เพื่อเพิ่มความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ได้แก่

- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
- 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
- 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

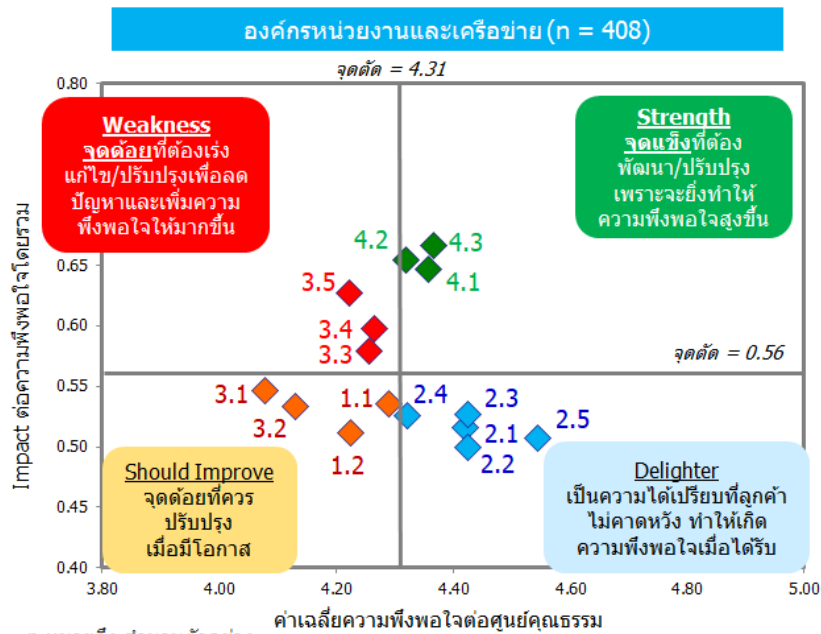
แผนภาพที่ 4.2 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)



- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
- 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
- 2.1 การให้บริการผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)
- 2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)
- 2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)
- 2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่
- 2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)
- 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ
- 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
- 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
- 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
- 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม
- 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.2 การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จากแผนภาพที่ 4.3 พบว่า จุดเด่นและจุดด้อยของศูนย์คุณธรรมสอดคล้องกับภาพรวมคือ จุดเด่น ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลที่ศูนย์คุณธรรมเผยแพร่ ส่วนจุดด้อยที่ต้องปรับปรุง ได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ รวมทั้งการแสดงบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเรื่องคุณธรรม

แผนภาพที่ 4.3 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)

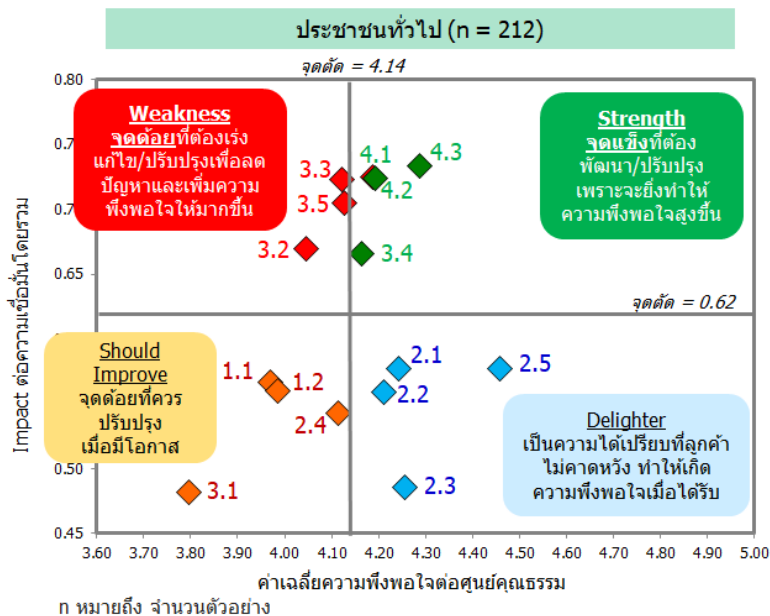


n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
- 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
- 2.1 การให้บริการผู้ให้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)
- 2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)
- 2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ (Responsibility)
- 2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่
- 2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)
- 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ
- 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
- 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
- 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
- 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม
- 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.2 การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไป จากแผนภาพที่ 4.4 พบว่า จุดเด่นและจุดด้อยของศูนย์คุณธรรมสอดคล้องกับภาพรวมคือ จุดเด่น ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลที่ศูนย์คุณธรรมเผยแพร่ รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น ส่วนจุดด้อยที่ต้องปรับปรุง ได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม รวมทั้งการแสดงบทบาทหน้าที่ในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม

แผนภาพที่ 4.4 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (กลุ่มประชาชนทั่วไป)



- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
- 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
- 2.1 การให้บริการผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)
- 2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)
- 2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)
- 2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่
- 2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)
- 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ
- 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
- 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
- 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
- 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม
- 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.2 การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนในองค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

4.3 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

ผลการวิเคราะห์จากแผนภาพที่ 4.5 พบว่า ความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมในแต่ละเรื่องมีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมในระดับปานกลาง (0.42-0.53) โดยเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากการให้ความรู้และแสดงบทบาทในการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม มีผลต่อความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมมากกว่าเรื่องอื่น ดังนี้


อันดับหนึ่ง การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม (ค่า Impact 0.53)

อันดับสอง การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม (ค่า Impact 0.52 เท่ากัน)

อันดับสาม การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม (ค่า Impact 0.49)

แผนภาพที่ 4.5 วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

ภาพรวม (n = 620)	
การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม	0.53
การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	0.52
การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม	0.52
การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	0.49
การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)	0.48
การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	0.48
การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น	0.48
การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	0.47
การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	0.46
ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่	0.46
ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)	0.46
ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม	0.46
การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)	0.46
ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม	0.44
การให้บริการผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)	0.42



ความเชื่อมั่นต่อศูนย์คุณธรรม

หมายเหตุ ค่า Impact มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง ค่า Impact เดิม 1.00

4.4 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

ผลการวิเคราะห์จากแผนภาพที่ 4.6 พบว่า โดยภาพรวมจุดเด่นของศูนย์คุณธรรมส่วนใหญ่ สอดคล้องกับเรื่องที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นโดยรวมคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการให้ความรู้ที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ตลอดจนการให้บริการตามค่านิยมองค์กรเรื่อง Altruism แต่ยังคงมีจุดด้อยเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น ตลอดจนการแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม ดังนี้

จุดเด่นที่ควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป เพื่อรักษาความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ได้แก่

2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)

4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม

4.2 การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม

4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

จุดด้อยที่ควรปรับปรุงทันที เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ได้แก่

3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล

3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม

3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น

3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม

จุดด้อยที่ควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส เพื่อเพิ่มความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม ได้แก่

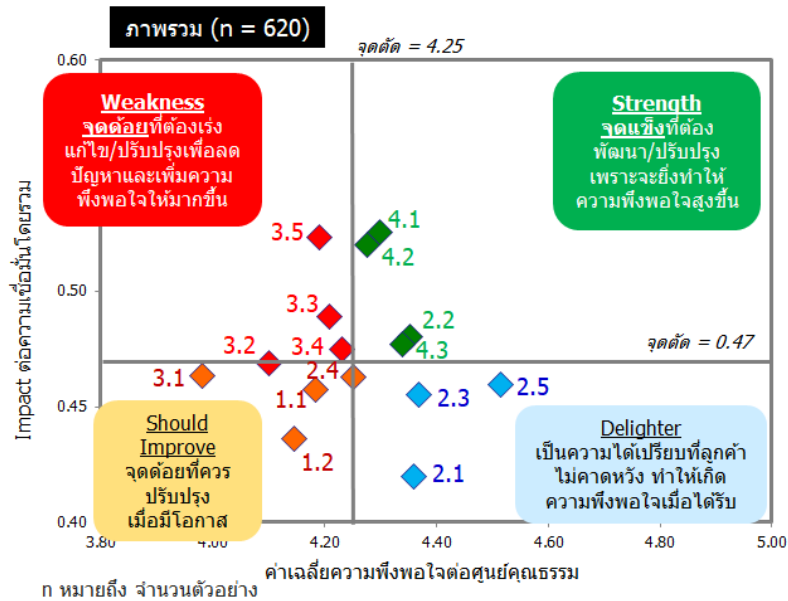
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม

1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม

2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่

3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

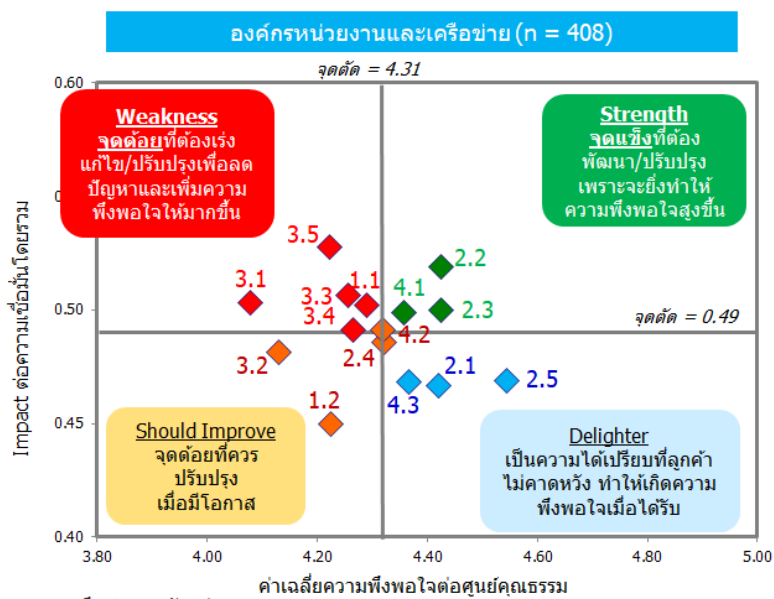
แผนภาพที่ 4.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม
ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)



- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
- 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
- 2.1 การให้บริการผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)
- 2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)
- 2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)
- 2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่
- 2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)
- 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ
- 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
- 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
- 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
- 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม
- 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.2 การได้รับความรู้ที่นำถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย จากแผนภาพที่ 4.7 พบว่า จุดเด่นของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อความเชื่อมั่นโดยรวมคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการให้ความรู้ที่นำไปพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม การให้บริการตามค่านิยมองค์กรเรื่อง Altruism และ Responsibility แต่มีจุดด้อยเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านคุณธรรมในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ตลอดจนการความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม

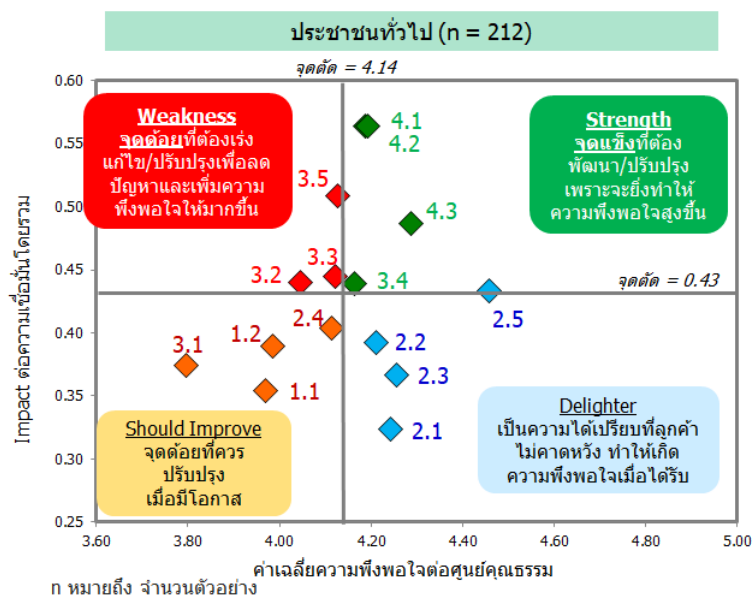
แผนภาพที่ 4.7 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)



- n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง
- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
 - 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
 - 2.1 การให้บริการผู้ให้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)
 - 2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)
 - 2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)
 - 2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่
 - 2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)
 - 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ
 - 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
 - 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
 - 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
 - 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม
 - 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
 - 4.2 การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
 - 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไป จากแผนภาพที่ 4.8 พบว่า จุดเด่นของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อความเชื่อมั่นโดยรวมคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการให้ความรู้ที่นำไปพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม การให้บริการตามค่านิยมองค์กรเรื่อง Altruism และ Responsibility แต่มีจุดด้อยเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านคุณธรรมในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ตลอดจนความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม

แผนภาพที่ 4.8 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม ที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (กลุ่มประชาชนทั่วไป)

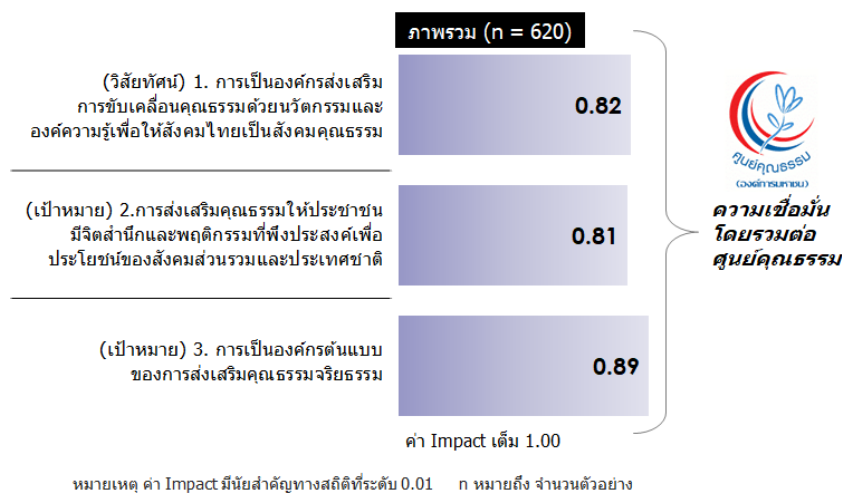


- 1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรม
- 1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรม
- 2.1 การให้บริการผู้ให้บริการเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)
- 2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)
- 2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility)
- 2.4 ความชัดเจนและเพียงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่
- 2.5 ความสุภาพของกิริยา/มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)
- 3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ
- 3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล
- 3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม
- 3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น
- 3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม
- 4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.2 การได้รับความรู้ที่ถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม
- 4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

4.5 วิเคราะห์วิสัยทัศน์และเป้าหมายที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์ คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 4.9 พบว่า วิสัยทัศน์และเป้าหมายแต่ละเรื่องมีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรมมากในระดับใกล้เคียงกัน (0.81-0.89) เรื่องที่มีผลสูงสุดคือ เป้าหมายในการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรม (ค่า Impact 0.89) ซึ่งเป็นบทบาทที่เป็นจุดเด่น ขณะที่เรื่องที่ต้องปรับปรุงให้มีการแสดงออกที่ชัดเจนขึ้น คือ วิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม (ค่า Impact 0.82) ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ที่ต้องปรับปรุงให้มีการแสดงออกให้ชัดเจนขึ้น

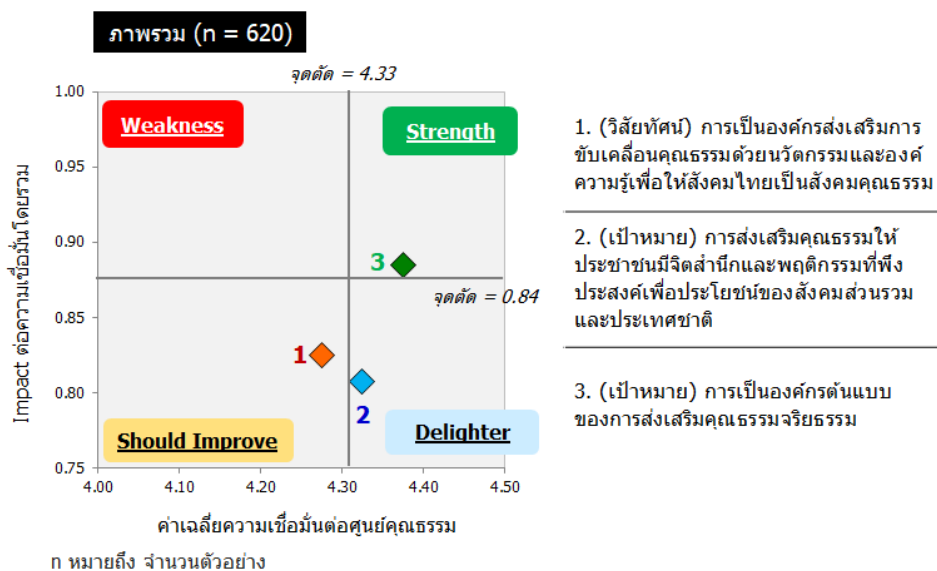
แผนภาพที่ 4.9 วิเคราะห์วิสัยทัศน์และเป้าหมายที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวม
ต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)



4.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม

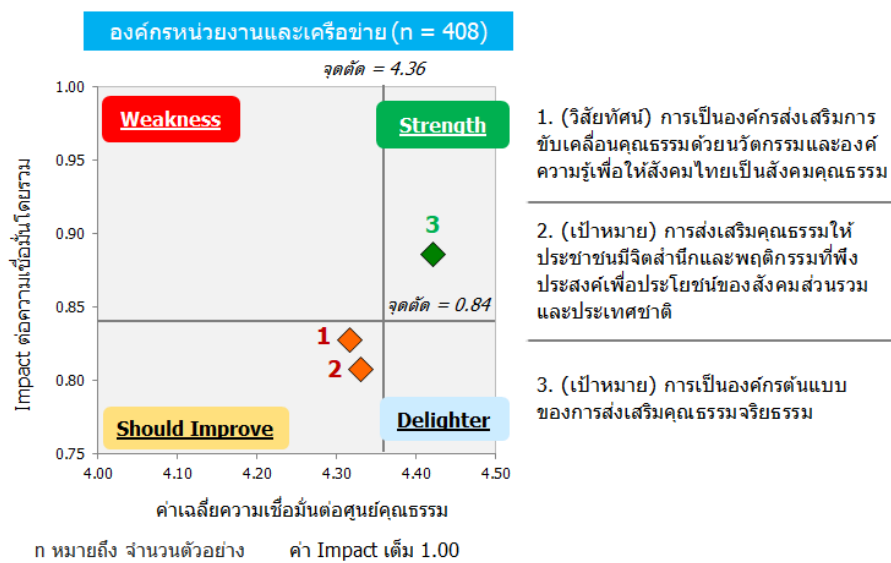
จากแผนภาพที่ 4.10 พบว่า โดยภาพรวมจุดเด่นของศูนย์คุณธรรมส่วนใหญ่สอดคล้องกับเรื่องที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นโดยรวมคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการให้ความรู้ที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ตลอดจนการให้บริการตามค่านิยมองค์กรเรื่อง Altruism แต่ยังคงมีจุดด้อยเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น ตลอดจนการแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรและสังคมคุณธรรม

แผนภาพที่ 4.10 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)

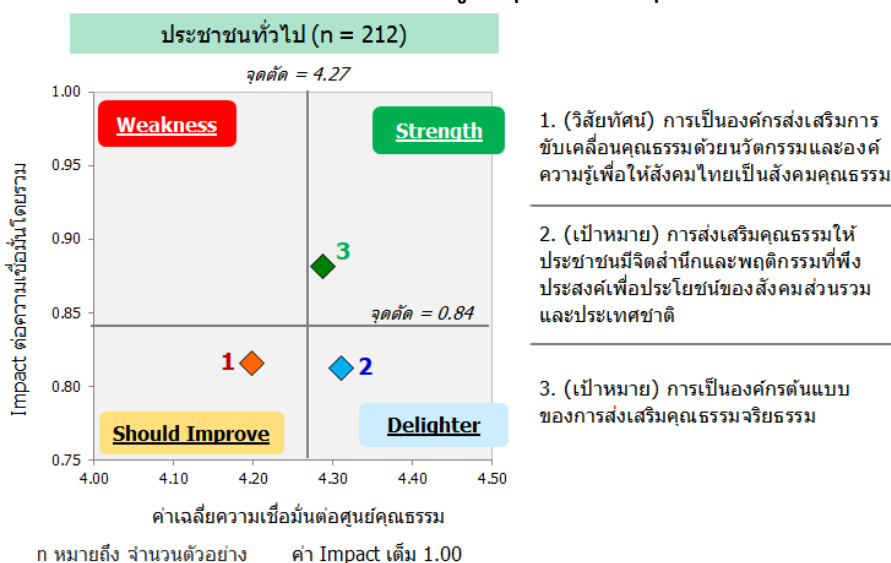


จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างองค์กรหน่วยงานและเครือข่ายและกลุ่มประชาชนทั่วไป ตามแผนภาพที่ 4.11 และ 4.12 พบว่า จุดเด่นของศูนย์คุณธรรมตรงกันคือ เป้าหมายในการเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรม ส่วนเรื่องที่ต้องปรับปรุงให้มีการแสดงออกที่ชัดเจนขึ้น คือ วิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม นอกจากนี้ในกลุ่มประชาชนทั่วไป ยังควรมีการแสดงออกให้ชัดเจนขึ้นเรื่องเป้าหมายในส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ

แผนภาพที่ 4.11 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (กลุ่มองค์กรหน่วยงานและเครือข่าย)



แผนภาพที่ 4.12 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดความเชื่อมั่นโดยรวมต่อศูนย์คุณธรรม (กลุ่มประชาชนทั่วไป)



4.7 แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของศูนย์คุณธรรม

4.7.1 สรุปบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง

จากผลการสำรวจประจำปี 2562 ประกอบกับผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่ วิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรม สรุปบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง ตามตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.1 สรุปบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง

บทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม	สรุปสิ่งที่ควรดำเนินการ	ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย	
		ต่อความพึงพอใจโดยรวม	ต่อความเชื่อมั่นโดยรวม
1. ด้านการติดต่อประสานงาน/ขั้นตอนการให้บริการ (Process)			
1.1 ความสะดวก/รวดเร็วในการติดต่อ/ประสานงานกับศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ	Improve 2nd	Should Improve	Should Improve
1.2 ความสะดวก/รวดเร็วของขั้นตอนในการใช้บริการของศูนย์คุณธรรมผ่านช่องทางต่างๆ	Improve 2nd	Should Improve	Should Improve
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์คุณธรรมตามค่านิยมองค์กร			
2.1 การให้บริการผู้ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (Leadership)	Maintain	Delighter	Delighter
2.2 การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ (Altruism)	Maintain	Delighter	Strength
2.3 การให้บริการอย่างเต็มความสามารถและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ (Responsibility)	Maintain	Delighter	Delighter
2.4 ความชัดเจนและเที่ยงพอในการให้ข้อมูล/คำแนะนำ/คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่ (Originality)	Improve 2nd	Delighter	Should Improve
2.5 ความสภากของกิริยา/ มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Mastery)	Maintain	Delighter	Delighter
3. ด้านบทบาทหน้าที่ของศูนย์คุณธรรม			
3.1 การประชาสัมพันธ์/แจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ	Improve 2nd	Should Improve	Should Improve
3.2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมคุณธรรมของรัฐบาล	Improve 1st	Weakness	Weakness
3.3 การเผยแพร่ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดองค์กรคุณธรรม	Improve 1st	Weakness	Weakness
3.4 การเผยแพร่ความรู้เรื่องคุณธรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่องและมากขึ้น (ได้แก่ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา)	Improve 1st	Weakness	Weakness
3.5 การแสดงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการสนับสนุนให้เกิดองค์กรคุณธรรมและสังคมคุณธรรม	Improve 1st	Weakness	Weakness
4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม			
4.1 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรม	Maintain	Strength	Strength
4.2 การได้รับความรู้ที่นำไปถ่ายทอดและขับเคลื่อนให้องค์กรเครือข่ายเป็นองค์กรคุณธรรม	Maintain	Strength	Strength
4.3 การได้รับความรู้ที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	Maintain	Strength	Strength

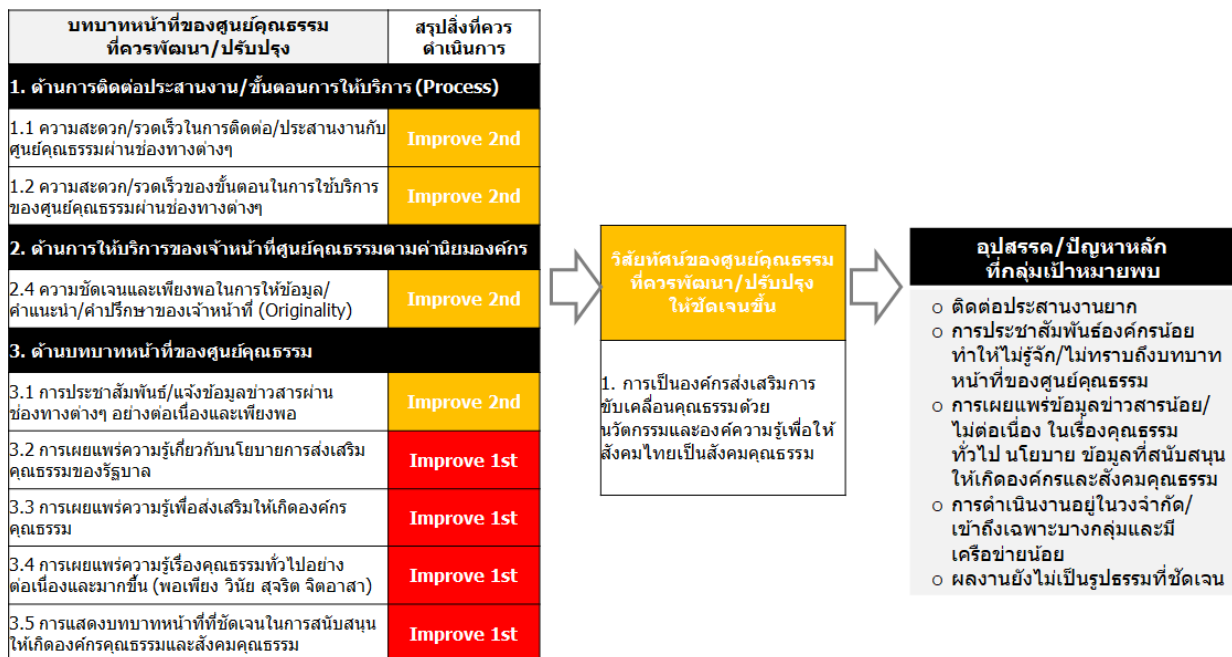
ตารางที่ 4.2 สรุปวิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง

วิสัยทัศน์และเป้าหมายของศูนย์คุณธรรม	สรุปสิ่งที่ควรดำเนินการ	ผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยต่อความเชื่อมั่นโดยรวม
(วิสัยทัศน์) 1. การเป็นองค์กรส่งเสริมการขับเคลื่อนคุณธรรมด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม	Improve	Should Improve
(เป้าหมาย) 2. การส่งเสริมคุณธรรมให้ประชาชนมีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่พึงประสงค์เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติ	Maintain	Delighter
(เป้าหมาย) 3. การเป็นองค์กรต้นแบบของการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	Maintain	Strength

4.7.2 อุปสรรค/ปัญหาหลักที่กลุ่มเป้าหมายพบจากการดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม

จากแผนภาพที่ 4.13 พบว่า บทบาทหน้าที่และวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรมที่ควรพัฒนา/ปรับปรุง เกิดจากอุปสรรค/ปัญหาที่สำคัญคือ การสื่อสารที่ยังไม่เพียงพอในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทราบนโยบาย บทบาทหน้าที่ ข้อมูลด้านคุณธรรมตลอดจนผลงานของศูนย์คุณธรรม ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้ศูนย์คุณธรรมเป็นที่รู้จักและผลักดันให้เกิดความร่วมมือขยายเครือข่ายคุณธรรม

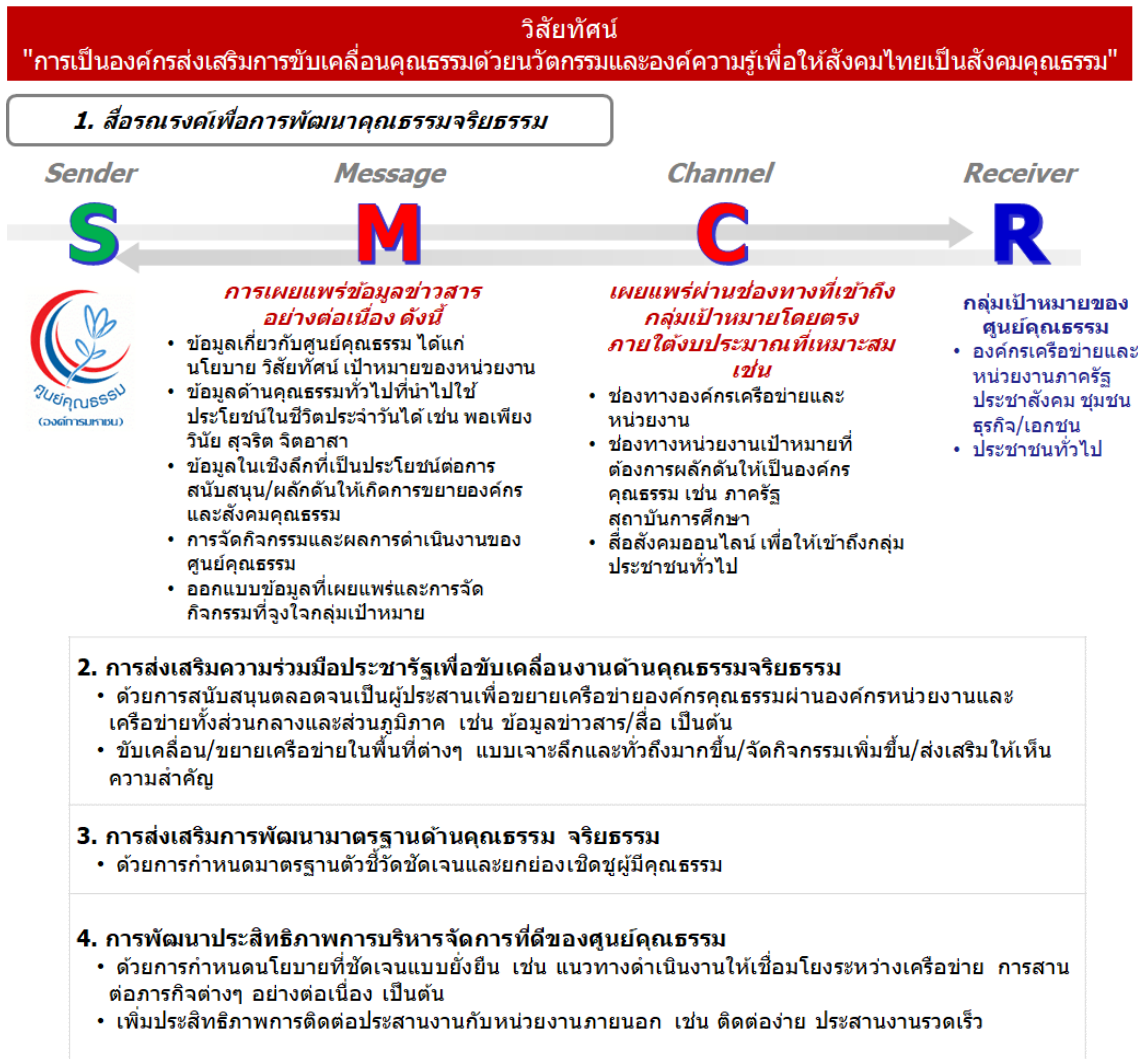
แผนภาพที่ 4.13 อุปสรรค/ปัญหาหลักที่กลุ่มเป้าหมายพบจากการดำเนินงานของศูนย์คุณธรรม (ภาพรวม)



4.7.3 ข้อเสนอแนะต่อศูนย์คุณธรรมเพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์

จากผลการสำรวจ การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของบทบาทหน้าที่และวิสัยทัศน์ของศูนย์คุณธรรม ตลอดจนอุปสรรคปัญหาหลักที่กลุ่มเป้าหมายพบ สรุปข้อเสนอแนะสำหรับศูนย์คุณธรรมได้ตามแผนภาพที่ 4.14

แผนภาพที่ 4.14 ข้อเสนอแนะต่อศูนย์คุณธรรมเพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ (ภาพรวม)



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการของ
ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562