

หมวดที่ 3 ลูกค้า

3.1 ความคาดหวังของลูกค้า Overall score = 20 % Band 2

จุดแข็ง (Strength)

- มหาวิทยาลัยฯ เริ่มมีแนวทางที่เป็นระบบในการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นในปัจจุบัน รวมทั้งผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี

-เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้า ปีการศึกษา 2566 แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนากระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า ทบทวนและปรับขั้นตอนการรับฟัง จาก 7 ขั้นตอน เป็น 9 ขั้นตอน (ตารางที่ 3.1-1) คือ 1) แต่งตั้งคณะทำงาน 2) ทบทวนผลิตภัณฑ์หลักและลูกค้า 3) กำหนดวัตถุประสงค์ของการรับฟัง 4) กำหนดกลุ่มลูกค้าและสารสนเทศที่ต้องการทราบ 5) กำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม 6) รวบรวมเสียงและข้อร้องเรียน 7) วิเคราะห์เสียงและข้อร้องเรียน 8) ใช้ประโยชน์จากสารสนเทศ และ 9) ติดตามและประเมินผล ดังแสดงในตารางที่ 3.1-1

-ตารางที่ 3.1-2 แสดงวิธีการวิธีการรับฟังลูกค้าอนาคต ด้านการจัดการศึกษา ด้านวิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

การดำเนินการดังกล่าวอาจช่วยสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยฯ ได้ข้อมูลและสารสนเทศที่สำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรและบริการเพื่อตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

โอกาสในการพัฒนา (OFI)

- ไม่ชัดเจนถึงประสิทธิภาพของการรับฟังของกระบวนการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

-ไม่พบสารสนเทศที่นำไปใช้ประโยชน์ซึ่งเกิดจากการรับฟังเสียงของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

-การกำหนดวัตถุประสงค์ของการรับฟัง กลุ่มลูกค้า ช่องทางและวิธีการรับฟังสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มตามตารางที่ 3.1-1 และวิธีการรับฟังเสียงลูกค้าอนาคตตามตารางที่ 3.1-2 มีดำเนินการร่วมกันในทุกกลุ่มลูกค้า อาจจะไม่มีประสิทธิภาพในการรับฟังและไม่มั่นใจว่าจะได้สารสนเทศของลูกค้าของแต่ละกลุ่มเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้

การดำเนินการในเรื่องดังกล่าวที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพอาจจะช่วยให้มหาวิทยาลัยฯ มีสารสนเทศที่สำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการให้เหนือความคาดหมายของผู้เรียนและลูกค้าอันนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

- ไม่ชัดเจนถึงแนวทางที่เป็นระบบที่มหาวิทยาลัยฯ จำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นและส่วนตลาด

-มหาวิทยาลัยฯ กำหนดกลุ่มลูกค้าตามผลิตภัณฑ์ หลักหรือพันธกิจ ตามชั้น ตอน ที่ 6 และ 7 ตามตารางที่ 3.1-3 แต่ไม่ชัดเจนว่ามหาวิทยาลัยฯ มีวิธีการอย่างไรในการจำแนกหรือกำหนดกลุ่มผู้เรียน และลูกค้ากลุ่มอื่นตามโครงสร้างองค์กร

-ไม่พบแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลและสารสนเทศ ที่ได้จากการรับฟังเสียงของลูกค้า เพื่อนำไปใช้ในการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด

แนวทางการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดที่เป็นระบบ อาจช่วยให้มหาวิทยาลัยฯ สามารถสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ได้อย่างเหนือความคาดหมาย

- ไม่พบวิธีการที่เป็นระบบและมีประสิทธิผลในการกำหนดการจัดการศึกษา การวิจัย และบริการทางการศึกษาอื่น ๆ

-ไม่ชัดเจนว่ามหาวิทยาลัยฯ มีแนวทางอย่างไรในการกำหนดและปรับการจัดการศึกษา การวิจัย และบริการทางการศึกษาอื่น ๆ ให้ได้ตามที่ระบุไว้ในตาราง 3.1-4 เช่น ไม่ชัดเจนว่ามหาวิทยาลัยฯ ใช้สารสนเทศอะไรที่ได้จากการรับฟังเสียงความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และนำสารสนเทศนั้นไปใช้เพื่อออกแบบ ปรับปรุงหลักสูตรและบริการที่สำคัญของมหาวิทยาลัยฯ ที่สอดคล้องกับ หลักสูตรและบริการที่สำคัญตามที่ระบุในโครงสร้างองค์กร อย่างไร

การมีวิธีการที่เป็นระบบอาจช่วยให้มหาวิทยาลัยฯ มีการจัดการศึกษา การวิจัย และการบริการทางการศึกษาอื่นที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งหรือคู่เทียบ ซึ่งอาจนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

3.2 ความผูกพันของลูกค้า Overall score = 20 % Band 2

จุดแข็ง (Strength)

- มหาวิทยาลัยเริ่มมีแนวทางที่เป็นระบบในการจัดการความสัมพันธ์ของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

-กำหนดผู้รับผิดชอบ และจัดการความสัมพันธ์เพื่อให้ได้ผู้เรียน ลูกค้าใหม่ รักษาผู้เรียนและลูกค้าปัจจุบัน รวมทั้งจัดการและยกระดับภาพลักษณ์ดังตารางที่ 3.2-1

การมีแนวทางที่เป็นระบบในเรื่องดังกล่าวอาจช่วยเสริมสร้างความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีต่อคณะฯ

- มหาวิทยาลัยมีแนวทางในการค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

-รวบรวมผ่านช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้า ตารางที่ 3.1-1 เช่น สวท. ใช้แบบประเมินในระบบ ESS ให้ผู้เรียนประเมินการจัดการศึกษาปีละ 2 ครั้ง สวท. ใช้แบบประเมินและการสัมภาษณ์เชิงลึก ปีละ 1 ครั้ง จัดให้มีกิจกรรมพบปะแลกเปลี่ยนระหว่างแหล่งทุนกับอาจารย์และนักวิจัย สวท. ใช้แบบประเมิน การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการลงพื้นที่เพื่อรับฟังเสียงของชุมชนด้านการบริการวิชาการ สนอ. ใช้แบบประเมิน การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการลงพื้นที่เพื่อรับฟังเสียงของชุมชนด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

กระบวนการดังกล่าวอาจช่วยให้มหาวิทยาลัยฯ สามารถตอบสนองออกแบบและพัฒนาหลักสูตรและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นได้ดียิ่งขึ้น

โอกาสในการพัฒนา (OFI)

- ไม่ชัดเจนแนวทางที่เป็นระบบในกระบวนการช่วยให้ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นสามารถสืบค้นสารสนเทศและขอรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย

-ไม่ชัดเจนว่าสารสนเทศและการสนับสนุนที่จัดไว้ให้ในตารางที่ 3.2-2 มีที่มาที่สามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นอย่างไร

-ไม่มั่นใจว่าถึงระบบและประสิทธิผลของแนวทางการดำเนินการ เพราะดำเนินการ ผ่านการสื่อสาร การประชุมหรือการประเมินความพึงพอใจ ซึ่งไม่ชัดเจนว่าเป็นการจัดเตรียมสารสนเทศ ทรัพยากร หรือฐานข้อมูล สำหรับนักศึกษา ลูกค้าย่อยอื่นที่ให้อาจสืบค้นสารสนเทศและขอรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยอย่างไร

-การสนับสนุนด้านการวิจัยในด้านแบบฟอร์มเสนอโครงการติดตามโครงการและรายงานเป็นการสนับสนุนบุคลากร ไม่ใช่กลุ่มลูกค้าย่อยด้านการวิจัย

การดำเนินการในประเด็นดังกล่าวอย่างเป็นระบบอาจช่วยสร้างความผูกพันของนักศึกษาและลูกค้าย่อยอื่นได้

- **ไม่ชัดเจนว่ามหาวิทยาลัยฯ มีแนวทางที่เป็นระบบในการจัดการข้อร้องเรียน**

-ไม่พบผู้รับผิดชอบ วงรอบในการดำเนินการ ตัวชี้วัดที่ชัดเจนในกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

-ไม่พบหลักเกณฑ์หรือแนวทางการคัดกรองและการจัดลำดับความสำคัญข้อร้องเรียน การตอบกลับผู้ร้องเรียน การวิเคราะห์หาสาเหตุและกำหนดแนวทางในการป้องกันหรือลดความเสี่ยงในการเกิดข้อร้องเรียน ลักษณะเดียวกันในอนาคต

กระบวนการที่เป็นระบบอาจช่วยลดความไม่พึงพอใจ เสริมสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันของลูกค้าย่อยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อมหาวิทยาลัย

- **ไม่พบว่ามหาวิทยาลัยฯ มีแนวทางที่เป็นระบบในการดำเนินกระบวนการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่นและทำให้มั่นใจในการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม**

-ไม่พบว่ามหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการอย่างไรในการทำให้มั่นใจว่าการดำเนินการของมหาวิทยาลัยในการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่นสร้างการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมแก่ผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่น

การมีแนวทางที่เป็นระบบอาจช่วยให้มหาวิทยาลัยฯ ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้เรียนและลูกค้าย่อยมหาวิทยาลัย