

หมวด 3 ลูกค้า (Customer Expectation)

สำนักวิทยบริการฯ ให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ด้วยการเอาใจใส่และคำนึงถึงเสียงของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ มีระบบที่มุ่งเน้นการรับฟังเสียงและสนับสนุนลูกค้า มีการทบทวนกระบวนการทำงาน โดยการสำรวจความต้องการและความคาดหวัง ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยคำนึงถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการ การให้บริการด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผู้ใช้บริการในอนาคต สำนักวิทยบริการฯ มีการประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน เพื่อนำมากำหนดนโยบาย แนวทางพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

สำนักวิทยบริการฯ มีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามโครงสร้างองค์กรตามภาพที่ OP.1ข.(1) แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน ตามภาพที่ 3.1-1



ภาพที่ 3.1-1 กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า

3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation)

สำนักวิทยบริการฯ มีวิธีการรับฟังเสียงผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม โดยการรับฟังเสียงลูกค้าจากแบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ การสังเกต ในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ วิเคราะห์และประมวลผล เพื่อนำมาออกแบบกระบวนการให้บริการ ของสำนักวิทยบริการฯ ตามภาพที่ 3.1-1

3.1ก. การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Listening to Student and Other Customers)

3.1ก.(1) การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Current Student and Other Customers)

สำนักวิทยบริการฯ มีวิธีการในการรับฟังเสียงผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ 1) การสื่อสารต่อหน้า 2) การสื่อสารด้วยการเขียน 3) การสื่อสารออนไลน์ 4) การสอบถามรายบุคคล 5) สังเกตพฤติกรรมการใช้บริการ 6) บริการเชิงรุก และนำข้อมูลออกแบบการให้บริการตามพันธกิจ เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ได้จากระบบการรับฟังเสียงของลูกค้าสามารถนำไปใช้ดำเนินการต่อซึ่งจะช่วยนำไปเชื่อมโยงกับการวางแผน ปรับปรุง และจัดลำดับความสำคัญในการให้บริการ ภาพที่ OP.1ก-1 โดยคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ภาพที่ OP.1ข-1 ตารางที่ 3.1ก.(2)

3.1ก.(2) ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี (Potential Students and Other Customers)

สำนักวิทยบริการฯ มีการวิเคราะห์สถานการณ์และคาดการณ์แนวโน้มที่เกิดขึ้นในอนาคตทุกปี โดยมีการนำข้อมูลจากช่องทางที่หลากหลาย มาใช้ในการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในอนาคต เช่น รับฟังเสียงของลูกค้าผ่านการแสดงความคิดเห็น ด้วยช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์กลุ่ม 4 คณะ บริการเชิงรุก และกล่องรับแสดงความคิดเห็น เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังเชิงลึก ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงความต้องการและความคาดหวัง ที่จะใช้ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ซึ่งเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในแผนการสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าในแต่ละปี

ในส่วนของการรับฟังเสียงลูกค้าของคู่แข่ง มีการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สป.อว.) ที่มีการนำเสนอข้อมูลของแต่ละมหาวิทยาลัย ที่มีกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าใกล้เคียง มาเปรียบเทียบเพื่อออกแบบการให้บริการต่อไป ตามตารางที่ 3.1ก.(2)

ตารางที่ 3.1ก.(2) ช่องทางและวิธีการสื่อสารในการรับฟังเสียงลูกค้า

บริการ (พันธกิจ)	ลูกค้า	ช่องทางและวิธีการรับฟังเสียงลูกค้า			วิธีการค้นหาข้อมูลย้อนกลับ	ผู้รับผิดชอบ
		การสื่อสารต่อหน้า	การสื่อสารด้วยการเขียน	การสื่อสารออนไลน์		
กลุ่มลูกค้าหลัก						
สำนักวิทยบริการฯ	นักศึกษา/ บัณฑิตศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - ปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ (1 ครั้ง/ปี) - กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน (1 ครั้ง/ปี) - กิจกรรมสัปดาห์ห้องสมุด (1 ครั้ง/ปี) - กิจกรรมบริการเชิงรุก (12 ครั้ง/ปี) - แจ้งที่บุคลากรสำนักโดยตรง 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) - หนังสือร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี) - ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ 	รวบรวมผลการประเมิน มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป และนำเสนอผลต่อที่ประชุม	<ul style="list-style-type: none"> - รองผู้อำนวยการฝ่ายวิทยบริการ/ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ - รักษาการหัวหน้ากลุ่มงาน - เจ้าหน้าที่ประจำจุดบริการ - คณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษา หมวด 3 - แอดมินเพจ
	บุคลากรสายวิชาการ	<ul style="list-style-type: none"> - ประชุมแบบ On Site - โครงการสัปดาห์ห้องสมุด (1 ครั้ง/ปี) - กิจกรรมบริการเชิงรุก (12 ครั้ง/ปี) - แจ้งที่บุคลากรสำนักโดยตรง 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) - หนังสือร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี) - ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ 		
	บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ	<ul style="list-style-type: none"> - ประชุมแบบ On Site - โครงการสัปดาห์ห้องสมุด (1 ครั้ง/ปี) - กิจกรรมบริการเชิงรุก (12 ครั้ง/ปี) - แจ้งที่บุคลากรสำนักโดยตรง 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) - หนังสือร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี) - ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ 		

บริการ (พันธกิจ)	ลูกค้า	ช่องทางและวิธีการรับฟังเสียงลูกค้า			วิธีการค้นหาข้อมูลย้อนกลับ	ผู้รับผิดชอบ
		การสื่อสารต่อหน้า	การสื่อสารด้วยการเขียน	การสื่อสารออนไลน์		
กลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่น						
สำนักวิทยบริการฯ	บุคลากรภายนอก	การจัดกิจกรรมบริการวิชาการ	กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) หนังสือร้องเรียน	- web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี)	รวบรวมผลการประเมิน มา วิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป และนำเสนอผลต่อที่ประชุม	- รองผู้อำนวยการฝ่ายวิทยบริการ - รักษาการหัวหน้ากลุ่มงาน - คณะกรรมการประกันคุณภาพ การศึกษา หมวด 3 - เจ้าหน้าที่ประจำจุดบริการ - แอดมินเพจ
	หน่วยงานราชการ	- การสอบถามด้วยวาจา (ตลอดเวลา) - แจ้งที่บุคลากรสำนักโดยตรง	กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) หนังสือร้องเรียน	- web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี)		
	หน่วยงานเอกชน	- การสอบถามด้วยวาจา (ตลอดเวลา) - แจ้งที่บุคลากรสำนักโดยตรง	กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) หนังสือร้องเรียน	- web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี)		
	ชุมชน	- การสอบถามด้วยวาจา (ตลอดเวลา) - แจ้งที่บุคลากรสำนักโดยตรง	กล่องรับฟังความคิดเห็น (ตลอดเวลา) หนังสือร้องเรียน	- web site (ตลอดเวลา) - Facebook (ตลอดเวลา) - Line (ตลอดเวลา) - แบบประเมินความพึงพอใจ/ ไม่พึงพอใจ (2 ครั้ง/ปี)		

3.1ข. การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และการกำหนดหลักสูตรและบริการ (Student and Other Customers Segmentation, and Program and Service Offerings)

3.1ข.(1) การจำแนกผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and Other Customers Segmentation)

สำนักวิทยบริการฯ มีการจำแนกกลุ่มลูกค้า ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการหลัก ได้แก่ นักศึกษา/บัณฑิตศึกษา บุคลากรสายวิชาการ (คณาจารย์) บุคลากรสายสนับสนุน (บุคลากร) 2) กลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มอื่น ได้แก่ บุคคลภายนอก หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน และชุมชน

สำนักวิทยบริการฯ ใช้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน ชุมชน มีกระบวนการเก็บข้อมูลตามรายละเอียด ตามภาพที่ 3.1ข.(2) และมีกระบวนการพัฒนาการบริการ ตามภาพที่ 3.1ข.(1) ในปี 2566 ได้มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าดังนี้ ตารางที่ 3.1ข.(1) การจำแนกลูกค้า

ลูกค้า	ความต้องการ	ความคาดหวัง
กลุ่มผู้เรียน		
นักศึกษา/บัณฑิตศึกษา	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริการรวดเร็วและทันสมัย 2. มีทรัพยากรสารสนเทศที่ตรงกับการเรียนการสอน 3. เพิ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภท iPad Tablet หรือคอมพิวเตอร์ สำหรับสืบค้นข้อมูล 4. เพิ่มระยะเวลาในการยืมหนังสือเป็น 15 วัน (10 เล่ม) 5. ขยายเวลา ช่วง 2 สัปดาห์ก่อนสอบ 6. มีพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น ได้แก่ สื่อออนไลน์ สื่อทรัพยากร สื่อทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ และมีทรัพยากรสารสนเทศที่ทันสมัย 2. มีการบริการที่เป็นเลิศและไม่มีข้อร้องเรียน 3. ได้รับบริการด้วยความประทับใจ 4. ยืมหนังสือได้ตลอดเวลาและไม่จำกัดจำนวน 5. เปิดให้บริการ 24 ชม.
บุคลากรสายวิชาการ (คณาจารย์)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ยกเว้นค่าปรับหนังสือ 2. บริการส่งทรัพยากรสารสนเทศ 3. เพิ่มระยะเวลาในการยืม 4. ได้รับบริการก่อน - หลัง เวลาทำการ 5. บริการทุกวันจันทร์-อาทิตย์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปรับปรุงระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ว่าด้วยการให้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี 2. บริการเชิงรุก ยืม - คืน ส่งทรัพยากรสารสนเทศตามคณะ 3. อ่านหนังสือห้องสมุดได้ทุกเล่มผ่านระบบออนไลน์ 4. เปิดให้บริการ 24 ชม. 5. สร้างเงื่อนไขการเข้าถึงข้อมูลและการใช้บริการ 6. ได้รับบริการด้วยความประทับใจ 7. มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและครอบคลุมทุกพื้นที่ในมหาวิทยาลัย 8. ได้รับบริการด้วยความประทับใจ
บุคลากรสายสนับสนุน (บุคลากร)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย 2. สนับสนุนการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์การปฏิบัติงาน 3. สนับสนุนทรัพยากรสารสนเทศที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มไลน์กลุ่ม สวท.ที่มีบุคลากรทั้งมหาวิทยาลัย เป็นสมาชิก 2. มีสวัสดิการโครงการจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์การปฏิบัติงาน 3. มีเครื่องมือและอุปกรณ์การปฏิบัติงานที่ทันสมัย

ลูกค้า	ความต้องการ	ความคาดหวัง
ลูกค้ากลุ่มอื่น		
บุคคลภายนอก	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีสิทธิ์ในการยืมหนังสือ 2. ต้องการใช้บริการอินเทอร์เน็ต Wi-Fi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปรับปรุงระเบียบมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ว่าด้วยการให้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สำหรับบุคคลภายนอก 2. สร้าง Account ให้ใช้อินเทอร์เน็ต Wi-Fi เป็นรายวัน โดยจำกัดสิทธิ์การใช้งาน ตามความเหมาะสม 3. มีบริการแหล่งเรียนรู้หรือสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการ
หน่วยงานราชการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการให้บริการทางวิชาการ 2. ความร่วมมือและเป็นที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการของหน่วยงาน 2. ได้รับจัดสรรงบประมาณในการจัดหาทรัพยากร 3. ให้ความร่วมมือเป็นที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 4. บริการห้องอบรมคอมพิวเตอร์/ห้องประชุมที่ทันสมัย 5. บริการโสตทัศนูปกรณ์
หน่วยงานเอกชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการให้บริการทางวิชาการ 2. ความร่วมมือและเป็นที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความร่วมมือเป็นที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2. บริการห้องอบรมคอมพิวเตอร์/ห้องประชุมที่ทันสมัย 3. บริการโสตทัศนูปกรณ์
ชุมชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน 2. ส่งเสริมและพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ในชุมชน 2. การอบรมเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุ 3. บริการห้องอบรมคอมพิวเตอร์/ห้องประชุมที่ทันสมัย 4. บริการโสตทัศนูปกรณ์

3.1ข.(2) การจัดการศึกษา วิจัย และบริการ (Program and Service Offerings)

สำนักวิทยบริการฯ มีวิธีการอย่างเป็นระบบในการค้นหาความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าที่ตอบสนองพันธกิจ ดังนี้ 1) แต่งตั้งคณะทำงานฯ 2) ประชุมวางแผนเพื่อกำหนดวิธีการ ช่องทาง รูปแบบการสำรวจ ช่วงระยะเวลาดำเนินการ 3) สำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการด้วยช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์กลุ่ม 4 คณะ บริการเชิงรุก แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ การสังเกต และกล่องรับแสดงความคิดเห็น 4) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมากำหนดกระบวนการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือความคาดหมาย ได้แก่ บริการยืม-คืนหนังสือตามคณะ (Book Delivery Service) การบริการยืมต่อด้วยตนเอง (Renew) ระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าการส่งคืนหนังสือ การตรวจสอบรายการยืมหนังสือด้วยตนเอง การเข้าใช้บริการและยืมหนังสือด้วย QR Code แทนการใช้บัตรนักศึกษา การจัดพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ (learning space) การเพิ่มทักษะ upskills/reskills เช่น การสอนหรืออบรมเกี่ยวกับการใช้ Application ผ่านมือถือ การใช้ Microsoft 365 จัดอบรมการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ ตามภาพที่ 3.1ข.(2)

ตารางที่ 3.1ข.(2) ความจำเป็นและความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

พันธกิจ	ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินงาน
สำนักวิทยบริการฯ	ด้านการบริการ 1. บริการด้วยความรวดเร็ว 2. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น iPad Tablet 3. เพิ่มระยะเวลาในการยืมหนังสือ ยกเว้นค่าปรับหนังสือ 4. ขยายเวลาเปิด-ปิด บริการห้องสมุด ช่วงก่อนสอบ 5. บริการส่งทรัพยากรสารสนเทศ 6. อ่านหนังสือห้องสมุดได้ทุกเล่มผ่านระบบออนไลน์ 7. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย 8. สนับสนุนการให้บริการทางวิชาการ 9. ความร่วมมือและเป็นที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	1. การบริการในรูปแบบ e-service - ระบบบริการค้นหาเพื่อการยืม (https://book.ARU.ac.th) - การใช้ Matrix line Bot สำหรับงานห้องสมุด - การยืมต่อหนังสือด้วยตนเอง (Renew) - บริการตอบคำถามผ่านช่องทางระบบการส่งข้อความทางออนไลน์ 2. การบริการเชิงรุก - การบริการยืม-คืนหนังสือ - บริการส่งหนังสือตามคณะ (Book Delivery Service) - แนะนำการเขียนบรรณานุกรม - แนะนำหนังสือใหม่ - ประชาสัมพันธ์กิจกรรม - รับฟังข้อเสนอแนะ 3. ระบบจัดการสำนักงานระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (ARU Digital Workflow) 4. การประชุมในรูปแบบออนไลน์ 5. สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และ อินเทอร์เน็ตที่พร้อมสำหรับใช้งาน
	ด้านทรัพยากรสารสนเทศ 1. มีทรัพยากรสารสนเทศที่ตรงกับการเรียนการสอน 2. สนับสนุนทรัพยากรสารสนเทศที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงาน	
	ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก 1. มีพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ 2. สนับสนุนการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์การปฏิบัติงาน 3. ต้องการให้บริการอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ครอบคลุมทุกพื้นที่	

3.2 ความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement)

สำนักวิทยบริการฯ มีวิธีการแบ่งส่วนการตลาด โดยรักษากลุ่มผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจจุบัน และในอนาคต เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจและความผูกพัน โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

3.2ก. ความสัมพันธ์และการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ (Student and Other Customers Relationship and Support)

3.2ก.(1) การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

สำนักวิทยบริการฯ มีวิธีการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยการประชุมร่วมกับผู้บริหารและหน้าหัวหน้ากลุ่มงาน เพื่อออกแบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลจากผลการสำรวจความต้องการ ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำมากำหนดเป็นกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้ใช้บริการ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ งานสัปดาห์ห้องสมุด Library & IT Fair กิจกรรมบริการเชิงรุก 4 คณะ การจัดมุมบริการอาหารว่างและเครื่องดื่มช่วงสอบ ปรับระเบียบการเข้าใช้บริการ เพื่อความสะดวก ตามตารางที่ 3.2ก.(1)

ตารางที่ 3.2ก.(1) วิธีการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับนักศึกษาและลูกค้ากลุ่มอื่น

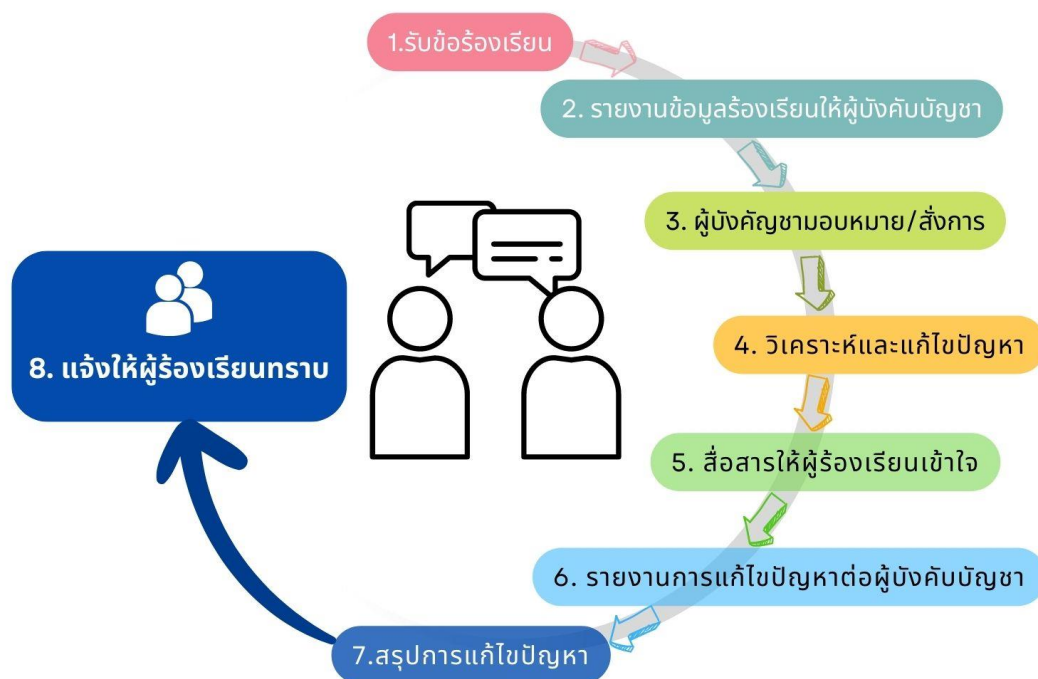
ลูกค้า	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์
กลุ่มลูกค้าหลัก - นักศึกษา/บัณฑิตศึกษา - บุคลากรสายวิชาการ(คณาจารย์) - บุคลากรสายสนับสนุน(บุคลากร)	<ol style="list-style-type: none">1. ปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่2. กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน3. กิจกรรมมอบรางวัลสุดยอดนักอ่าน4. กิจกรรมบริการเชิงรุก5. กิจกรรมสัปดาห์ห้องสมุด Library & IT Fair6. แนะนำการใช้บริการ7. แนะนำการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์8. การจัดมุมบริการอาหารว่างและเครื่องดื่มช่วงสอบ9. ปรับระเบียบการเข้าใช้บริการเพื่อเพิ่มความสะดวก10. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรโดยกำหนด นโยบายกิจกรรมห้องสมุดสีเขียว/สำนักงานสีเขียว และวัฒนธรรมองค์กร “รักบริการ รักสิ่งแวดล้อม”11. ปรับเปลี่ยนมาตรการการเข้าใช้บริการเพื่อรองรับโรคอุบัติใหม่
กลุ่มลูกค้าอื่น - บุคคลภายนอก - หน่วยงานราชการ - หน่วยงานเอกชน - ชุมชน	<ol style="list-style-type: none">1. จัดกิจกรรมบริการวิชาการ2. การให้บริการผ่านระบบออนไลน์3. โครงการเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชนท้องถิ่นและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก

3.2ก.(2) การเข้าถึงและการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and Other Customers Access and Support)

สำนักวิทยบริการฯ มีการกำหนดยุทธศาสตร์ คือ ยกระดับการบริการวิทยบริการและพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่รองรับการเปลี่ยนแปลง และยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง ตามหลัก E – CARE เช่น การพัฒนาห้องสมุดดิจิทัล การบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลูกค้าสะดวกในการเข้าถึงบริการ มีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร การขอความช่วยเหลือในกรณีประสบปัญหาในการใช้บริการ การให้ข้อมูลป้อนกลับ แจ้งข้อร้องเรียน หรือสอบถามข้อมูล การ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม 4 คณะ บริการเชิงรุก และกล่องรับแสดงความคิดเห็น แบบประเมินความพึงพอใจมีการถ่ายทอดให้บุคลากรนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ดี ซึ่งตรงกับค่านิยม คือ “ร่วมใจสามัคคี มีจิตบริการ ทีมงานคุณภาพ” นำมาจัดเป็นบริการหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว สร้างความประทับใจ และทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดี

3.2ก(3) การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management)

สำนักวิทยบริการฯ มีแนวทางที่เป็นระบบและมีประสิทธิผลในการจัดการข้อร้องเรียน หรือปัญหาต่าง ๆ ดังนี้ 1) กำหนดผู้รับผิดชอบในการรับข้อร้องเรียน 2) รายงานข้อมูลข้อร้องเรียนให้ผู้บังคับบัญชาทราบ 3) ผู้บังคับบัญชามอบหมาย/สั่งการ 4) วิเคราะห์และแก้ไขปัญหา 5) สื่อสารให้ลูกค้ารับทราบความก้าวหน้าในการแก้ไขปัญหา 6) สรุปการแก้ไขปัญหา 7) รายงานให้ผู้ร้องเรียนทราบ ตามภาพที่ 3.2ก(3) ผ่านกล่องรับความคิดเห็น โทรศัพท์ สายตรงผู้อำนวยการ เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม 4 คณะ และมีช่องทางการสื่อสารในการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า ตามภาพที่ 3.2ก.(3-1)



ภาพที่ 3.2ก.(3) กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

ตารางที่ 3.2ก.(3-1) ช่องทางการสื่อสารในการจัดการข้อร้องเรียน

ช่องทางการสื่อสาร	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
เจ้าหน้าที่ประจำจุดบริการ	ทุกวันทำการ	เจ้าหน้าที่ประจำจุดบริการ
สายตรงผู้อำนวยการ	ตลอดเวลา	แอดมิน
โทรศัพท์	ทุกวันทำการ	เจ้าหน้าที่ประจำจุด
เฟซบุ๊ก	ตลอดเวลา	แอดมินเพจ
ไลน์กลุ่ม 4 คณะ	ตลอดเวลา	แอดมิน
กล่องรับฟังความคิดเห็น	1/สัปดาห์	เจ้าหน้าที่ประจำจุดบริการ
แบบสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ	2 ครั้ง / ปี	คณะกรรมการหมวด 3 ลูกค้ำ

3.2ข. การค้นหาความพึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Determination of Student and Other Customers Satisfaction and Engagment)

3.2ข.(1) ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพัน (Determination of Student and Other CUSTOMER Satisfaction and Engagment)

สำนักวิทยบริการฯ มีการค้นหาความพึงพอใจและไม่พึงพอใจและความผูกพันของผู้ใช้บริการ โดยการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยครอบคลุมทุกกลุ่ม ผู้รับบริการผ่านทางช่องทางต่าง ๆ โดยมีวิธีการดังนี้ 1) ระบุการบริการ กิจกรรม ที่จะวัดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ 2) กำหนดวิธีการและเครื่องมือในการวัดที่สอดคล้องกับบริการ กิจกรรม รวมถึงกลุ่มผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) ดำเนินการสำรวจ เพื่อนำมากำหนดแนวทางในการปรับปรุงบริการ 4. นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เกิดการบริการเหนือความคาดหมาย โดยมีประเด็นในการสอบถาม จำนวน 6 ด้าน ดังนี้ ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านที่ 2 ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านที่ 3 ตอบสนองต่อลูกค้า ด้านที่ 4 การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านที่ 5 การใช้ทรัพยากรสารสนเทศ (หนังสือวารสาร E-Book เว็บไซต์) ด้านที่ 6 การพัฒนาความก้าวหน้าในการให้บริการ ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อใช้เป็นสารสนเทศในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานตามพันธกิจของสำนักวิทยบริการฯ ตามภาพที่ 3.2ข(1)

ตารางที่ 3.2ข.(1) การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจและความผูกพันของผู้ใช้บริการ

กลุ่มลูกค้า	ความพึงพอใจ			ความไม่พึงพอใจ			ความผูกพัน		
	วิธีการประเมิน	ช่วงการประเมิน	ผลการประเมิน	วิธีการประเมิน	ช่วงการประเมิน	ผลการประเมิน	วิธีการประเมิน	ช่วงการประเมิน	ผลการประเมิน
ลูกค้าหลัก - นักศึกษา/บัณฑิตศึกษา - บุคลากรสายวิชาการ(คณาจารย์) - บุคลากรสายสนับสนุน(บุคลากร)	แบบสอบถาม	2 ครั้ง/ปี	ภาพ 7.2	แบบสอบถาม	2 ครั้ง/ปี	ภาพ 7.2	แบบสอบถาม	2 ครั้ง/ปี	ภาพ 7.2
ลูกค้ากลุ่มอื่น - บุคคลภายนอก - หน่วยงานราชการ - หน่วยงานเอกชน - ชุมชน	แบบสอบถาม	2 ครั้ง/ปี	ภาพ 7.2	แบบสอบถาม	2 ครั้ง/ปี	ภาพ 7.2	แบบสอบถาม	2 ครั้ง/ปี	ภาพ 7.2

3.2ข.(2) ความพึงพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น (Satisfaction relative to Other Organizations)

สำนักวิทยบริการฯ มีการทบทวนคู่เทียบจาก สวท. มรภ.นครปฐม ด้านความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการและลูกค้ากลุ่มอื่น จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลใน ปี พ.ศ.2566 และย้อนหลัง 2 ปี คือปี พ.ศ.2564-2566 ได้นำข้อมูลมาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการในภาพรวมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ตามตารางที่ 3.2ข.(2) ตารางที่ 3.2ข(2) ความพึงพอใจของผู้รับบริการในภาพรวมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

มหาวิทยาลัย	ความพึงพอใจ		
	2564	2565	2566
สำนักวิทยบริการฯ มรภ.พระนครศรีอยุธยา	ร้อยละ 79	ร้อยละ 79.60	ร้อยละ 85.80
สำนักวิทยบริการฯ นครปฐม	ร้อยละ 84	ร้อยละ 85.4	ร้อยละ 85.6

3.2ค. การใช้ข้อมูลเสียงของลูกค้าและตลาด (Use of Voice-Of-The-Customer and Market Data)

สำนักวิทยบริการฯ ทบทวนผลการประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของกลุ่มคำในปีที่ผ่านมา นำข้อมูลและสารสนเทศที่ได้จากเสียงของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาปรับปรุงการให้บริการ นำมากำหนดเป็นนโยบายในการจัดการทรัพยากรสารสนเทศ โครงการและกิจกรรมด้านการบริการมีการใช้ข้อมูลเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ ได้แก่ การสื่อสารผ่านทางช่องทางออนไลน์ การให้บริการห้องสมุดดิจิทัล ปี 2566 มีการสอบถามรายด้านที่เกี่ยวข้องกับบริการของสำนักฯ มีผลการประเมินเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านที่ 3 ตอบสนองต่อลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 89.20 ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ คิดเป็นร้อยละ 88.80 ด้านที่ 2 ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ คิดเป็นร้อยละ 88.41 มิติที่ 2 ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ คิดเป็นร้อยละ 80.60 ด้านที่ 5 การใช้ทรัพยากรสารสนเทศ (หนังสือ วารสาร E-Book เว็บไซต์) คิดเป็นร้อยละ 85.60 ด้านที่ 6 การพัฒนาความก้าวหน้าในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 85.50 ด้านที่ 4 การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 78.80 พบว่าทุกด้านการให้บริการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 85.80

ความพึงพอใจคะแนนสูงสุด บุคลากรมีความพร้อมในการให้บริการ จึงนำมากำหนดเป็น วัฒนธรรมองค์กร คือ **“รักบริการ รักสิ่งแวดล้อม”**

ความพึงพอใจคะแนนน้อยสุด สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่การใช้งาน คือ นำไปบรรจุในแผนปฏิบัติการ และนำเสนอต่อคณะกรรมการประจำสำนักวิทยบริการฯ เพื่อขอข้อเสนอแนะในการจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น