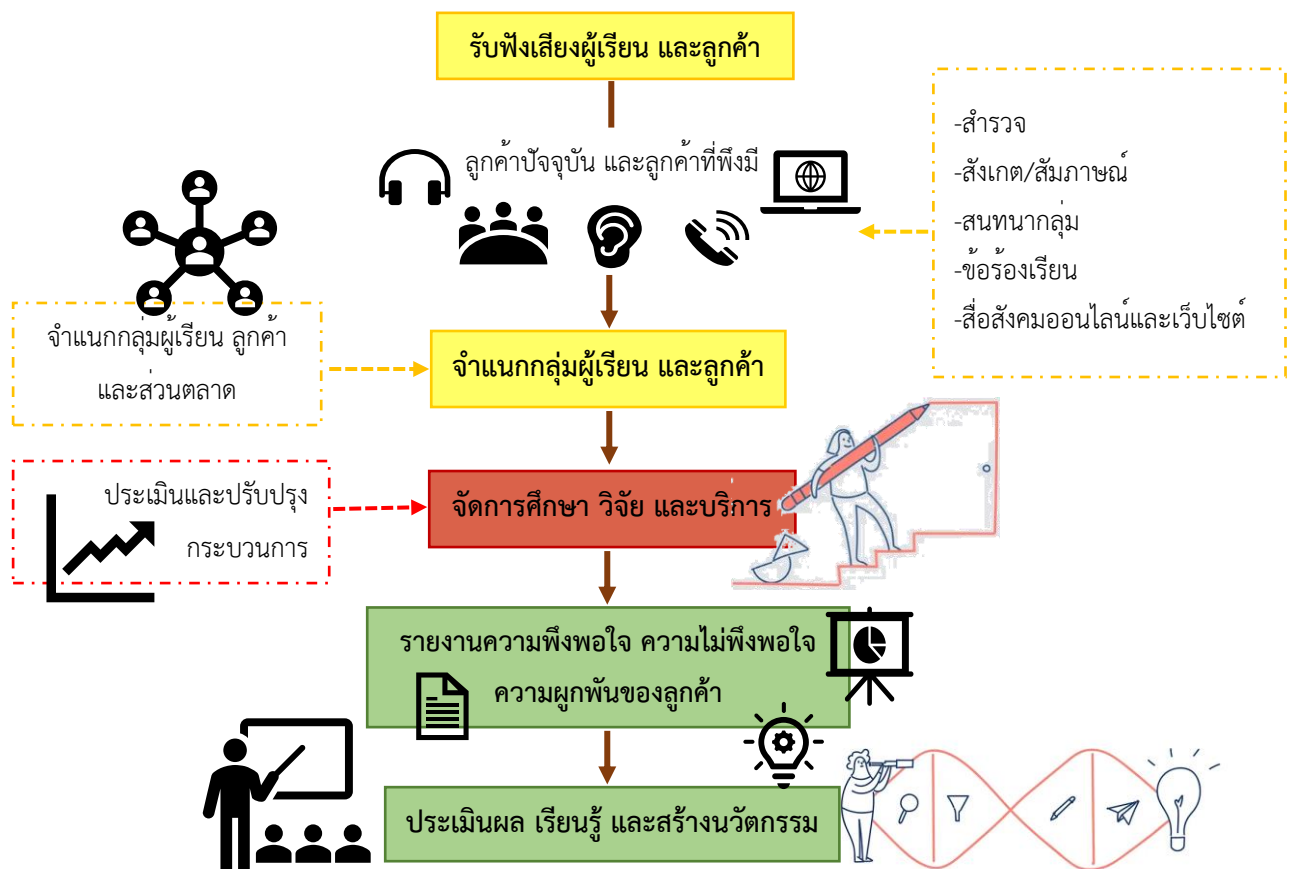


หมวด 3 ลูกค้า (Customers)



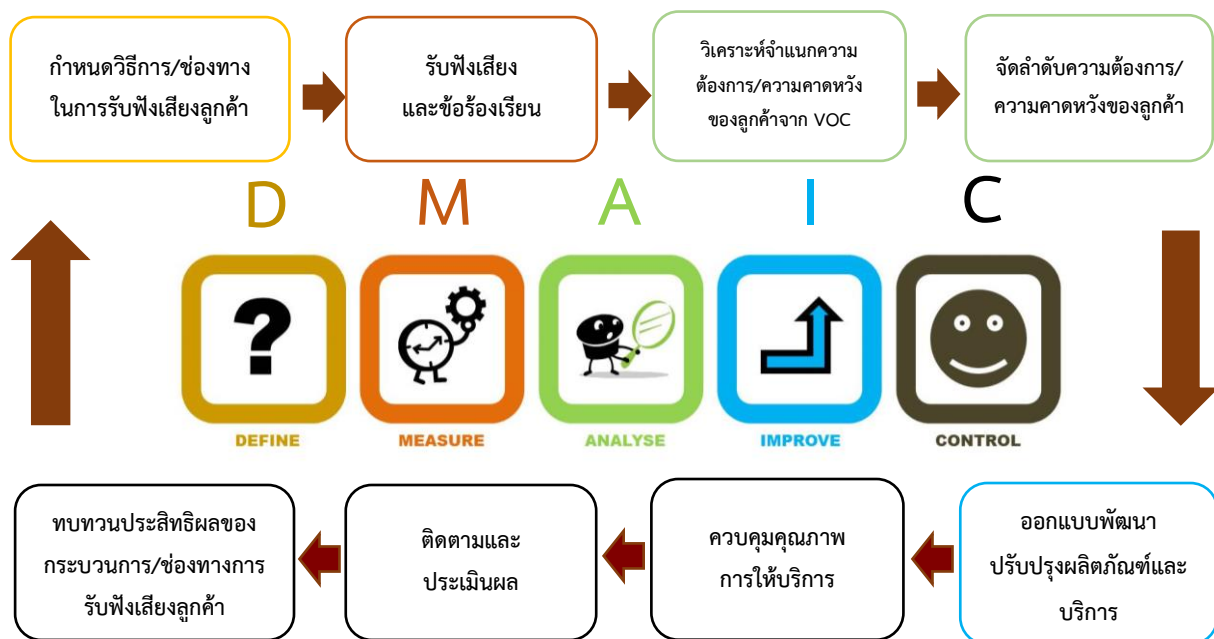
ภาพที่ 3-1 ARU Customer Model

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา กำหนดกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่พึงมีในอนาคต ตามผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน แต่ละฝ่ายทำหน้าที่กำกับติดตามให้ผู้รับผิดชอบแต่ละฝ่ายทำหน้าที่รับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่พึงมี ผ่านช่องทางต่าง ๆ ในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศตามผลิตภัณฑ์และบริการและนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้า เพื่อการออกแบบการจัดการศึกษา วิจัย และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าปัจจุบันและอนาคต โดยมีการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศมาประเมินผลและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสร้างนวัตกรรมเพื่อการให้บริการ ตามภาพที่ 3-1

3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)

3.1ก การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

ระบบการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้า



ภาพที่ 3.1ก-1 ARU Voice of Customer : VOC

3.1ก(1) ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน 3.1ก(2) ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี

มหาวิทยาลัยมีกระบวนการในการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่พึงมีในอนาคต ดังนี้ (1) กำหนดวิธีการ/ช่องทางในการรับฟังเสียงผู้เรียนและลูกค้า (2) รับฟังเสียงและข้อร้องเรียน (3) วิเคราะห์จำแนกความต้องการ/ความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้าจาก VOC (4) จัดลำดับความต้องการ/ความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้า (5) ออกแบบพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ (6) ควบคุมคุณภาพการให้บริการ (7) ติดตาม ประเมินผล และ (8) ทบทวนประสิทธิภาพของกระบวนการ/ช่องทางการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่นำไปใช้ได้ในทุกพันธกิจและบริการของมหาวิทยาลัยทั้งทางด้านการจัดการศึกษา วิจัย บริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการบริหารจัดการ (ตามภาพที่ 3.1ก-1) โดยการกำหนดช่องทางการสื่อสาร ความถี่ เพื่อการวางแผนการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และกำหนดวิธีการและรูปแบบการรับฟังที่หลากหลายตามความเหมาะสมของผู้รับบริการ ทั้งนี้มหาวิทยาลัยมีวิธีการในการรับฟัง ปฏิสัมพันธ์ สังเกตผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน และลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ได้ ด้วยวิธีการ/กลไกการเข้าถึงใน 4 ช่องทาง ได้แก่ 1) การรับข้อมูลสะท้อนกลับจากการพบลูกค้าแบบปกติ (Customer Feedback-Regular visit) 2) การสำรวจอย่างเป็นทางการ (Customer Feedback-Formal Customer surveys) 3) การแลกเปลี่ยนแบบไม่เป็นทางการ (Informal Exchange) และ 4) การสื่อสารผ่านเว็บ (Web Interface) ซึ่งแต่ละวิธีการ วัตถุประสงค์ และกระบวนการทำงานที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้รับผิดชอบที่แตกต่างกันในแต่ละพันธกิจ/ส่วนงาน ตามตารางที่

3.1-1 เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ทั้งในส่วนภาพรวมและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ก่อให้เกิดประโยชน์และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ ทั้งนี้ มีการรับฟังทั้งก่อนเข้ารับบริการ ขณะรับบริการ และหลังรับบริการ ตัวอย่าง *ด้านการผลิตบัณฑิต* เช่น การรับฟังเสียงนักเรียนมัธยม/บัณฑิตที่ต้องการศึกษาต่อ นักศึกษาปัจจุบัน และบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา/ศิษย์เก่า เป็นต้น และในด้านอื่น ๆ ก็กำหนดให้มีการดำเนินการเช่นเดียวกัน ตามตารางที่ 3.1-2

นอกจากนี้ การนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาเป็นข้อมูลนำเข้าในการวางแผนกลยุทธ์ ปรับปรุงหลักสูตรและบริการ ปรับปรุงระบบการทำงานและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้รับบริการตลอดวงจรชีวิตผู้รับบริการ ยกตัวอย่าง *ด้านการผลิตบัณฑิต* เช่น การประชาสัมพันธ์หลักสูตร การออกแบบหลักสูตรหรือเปิดหลักสูตร ในการปรับปรุงหรือจัดทำหลักสูตรใหม่ มีการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก และนำผลการสำรวจมาออกแบบหลักสูตรและรายวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน การเรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนการส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการ

หน่วยงานผู้รับผิดชอบการรับฟังเสียงของผู้รับบริการด้านต่าง ๆ ได้ทบทวนวิธีการที่เหมาะสมกับผู้รับบริการในแต่ละกลุ่ม โดยดำเนินการดังนี้ 1) มีการปรับเปลี่ยนช่องทางการรับฟังจากเอกสารแบบสอบถามเป็นการใช้ช่องทาง Social Media มีการใช้ QR Code ในการสอบถามต่าง ๆ 2) ทบทวนและปรับปรุงช่องทางการรับฟังเสียงของผู้รับบริการ โดยได้เพิ่มการใช้ช่องทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook line) เพื่อให้เข้าถึงผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการที่ให้ความสำคัญกับการใช้ Social Media ในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น เช่น Facebook Fan Page ของมหาวิทยาลัย พบว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการเข้าชมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแผนการดำเนินการในปีงบประมาณ 2567 จะมีระบบการจัดเก็บความถี่ ข้อมูลประเด็นข้อสอบถาม ความต้องการและความคาดหวังอื่น ๆ จากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการบริการและทำให้ระบบการรับฟังมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.1ข การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และการจัดหลักสูตรและบริการ

3.1ข(1) การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

ผู้นำระดับสูงกำหนดกลุ่มผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น และส่วนตลาด โดยใช้ข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้า มาจำแนกกลุ่มลูกค้า โดยมีการจำแนกกลุ่มลูกค้าตามพันธกิจและลักษณะการใช้บริการ (ตามตาราง P1ข(2)) ซึ่งเดิมลูกค้าจากการบริการวิชาการไม่ได้จำแนกกลุ่ม แต่สารสนเทศที่ได้จากการรับฟังสะท้อนถึงความต้องการ/ ความคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างผู้รับบริการวิชาการแบบให้เปล่า ผู้รับบริการวิชาการแบบก่อให้เกิดรายได้ และผู้รับบริการการจัดการศึกษาโรงเรียนสาธิต ซึ่งการจำแนกกลุ่มลูกค้าเชิงลึกดังกล่าวทำให้สามารถรับฟังเสียงของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งสารสนเทศด้านความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของแต่ละกลุ่มมาวิเคราะห์ร่วม เพื่อให้ได้สารสนเทศครอบคลุมทุกมิติ เพื่อใช้ในการตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่มชัดเจนมากขึ้น

ตารางที่ 3.1-1 วิธีการในการรับฟังเสียงผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี (Listening and Learning Methods)

วิธีการ/ กลไกการเข้าถึง	วัตถุประสงค์	กระบวนการทำงาน	ผู้รับผิดชอบ
1.การรับข้อมูลสะท้อนกลับจากการพบลูกค้าแบบปกติ (Customer Feedback-Regular visit)			
การพบปะลูกค้าโดยตรงทั้งในและนอกสถานที่/ผู้บริหารพบปะบุคลากรรายภาคเรียน	เพื่อให้บุคลากรได้รับทราบถึงข้อมูลของมหาวิทยาลัย	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	ผู้บริหารระดับสูง
การพบปะเยี่ยมเยียนของฝ่ายบริหาร/การประชุมผู้บริหารรายเดือน	-เพื่อถ่ายทอด นโยบาย แนวปฏิบัติ -เพื่อให้ผู้บริหารทุกระดับมีความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์/ บัญชี/การเงิน	กบ./ผู้อำนวยการกอง/ หน.สำนักงาน
จัดประชาคมรับฟังความต้องการ/ความคาดหวังของชุมชน	-เพื่อสำรวจปัญหาหรือความต้องการ คาดหวังในการพัฒนาชุมชนตามบริบทของแต่ละพื้นที่เพื่อนำข้อมูลมาจัดทำแผนบริการวิชาการหรือยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย -เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานภายนอก และชุมชนโดยนำข้อมูลมาจัดทำโครงการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของชุมชน	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน
ถอดบทเรียนจากชุมชนและผู้รับบริการ	-เพื่อสรุป คืบข้อมูลการดำเนินงานโครงการที่ดำเนินการทั้งหมดให้แก่ชุมชนรวมทั้งอาจเป็นต้นแบบในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนแก่ชุมชนอื่น ๆ -เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการออกแบบโครงการ	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน
2.การสำรวจอย่างเป็นทางการ (Customer Feedback-Formal Customer surveys)			
สำรวจประจำปี	-เพื่อสำรวจการประเมินผลการปฏิบัติงาน และนำผลการประเมินมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	คณะ สำนัก/สถาบัน
สำรวจความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย	เพื่อสำรวจความเสี่ยงของหน่วยงาน นำมาประเมินผลและจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัย	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	คณะ สำนัก/สถาบัน
รับฟังخورงเรียน	เพื่อนำخورงเรียนมาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของมหาวิทยาลัย	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	คณะ สำนัก/สถาบัน
แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์	-เพื่อสำรวจปัญหาหรือความต้องการ ความคาดหวังในการพัฒนาชุมชนตามบริบทของแต่ละพื้นที่และนำข้อมูลมาจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการบริการวิชาการ -เพื่อนำข้อมูลการปรับปรุงการดำเนินงาน	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	คณะ สำนัก/สถาบัน

วิธีการ/ กลไกการเข้าถึง	วัตถุประสงค์	กระบวนการทำงาน	ผู้รับผิดชอบ
การติดต่อทางอีเมล	เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก และประชาชน	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน
3.การแลกเปลี่ยนแบบไม่เป็นทางการ (Informal Exchange)			
การสนทนาผ่านโทรศัพท์ การโทรเพื่อขอข้อมูลต่าง ๆ	-เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก และประชาชน -เพื่อสำรวจปัญหาหรือความต้องการ ความคาดหวังในการพัฒนาชุมชนตามบริบท ของแต่ละพื้นที่และนำข้อมูลมาจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการบริการวิชาการ	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน
การติดต่อทางอีเมล	เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก และประชาชน	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน
การติดต่อทาง Social Media เช่น Facebook, web site, line@	เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก และประชาชน	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน
4.การสื่อสารผ่านเว็บ (Web Interface)			
การรับสมัครนักศึกษาออนไลน์	เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการคัดเลือกนักศึกษา การจัดการศึกษา และเก็บเป็น ฐานข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์	การรับสมัครผู้เรียนและ ลูกค้า	คณะ สำนัก/สถาบัน
การสำรวจออนไลน์	เพื่อรับทราบข้อมูลและนำไปใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการ	-การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	คณะ สำนัก/สถาบัน

ตารางที่ 3.1-2 ช่องทางและวิธีการสื่อสารในการรับฟังเสียงของผู้เรียน ลูกค้ายกลุ่มอื่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ช่องทางการรับฟัง	ผู้รับผิดชอบ	ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้เสีย (C/S)										สารสนเทศที่ต้องการ					การนำไปใช้ประโยชน์													ความถี่	วงจรชีวิต	วิธีการ
		C1	C2	C3	C4	C5	S1	S2	S3	S4	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K						
สำรวจความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Y	กขค	1			
สัมภาษณ์	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	N	กขค	1			
Focus Group	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	Y/N	กขค	2			
Open house	กบศ. ปชศ. คณะ	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	N	ก	2			
Road Show	คณะ สำนัก/สถาบัน	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	N	ก	2			
ปฐมนิเทศ	คณะ กบศ. กพน.	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	Y	ข	2			
ประเมินการสอน	คณะ	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	T	ข	1			
ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา	คณะ กบศ. กพน.	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	W, N	ข	2			
กิจกรรมพัฒนานักศึกษา	คณะ กพน. บว.	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-	T	ข	2			
กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	-	-	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	N	ข,ค	3			
การประชุมผู้ปกครอง	กพน.	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-	-	Y	ข	2			
อบรม/ ประชุม/ สัมมนา	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	✓	Y	ข	2			
โทรศัพท์/สายด่วนผู้บริหาร	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	1			
หนังสือราชการ	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	1			

ช่องทางการรับฟัง	ผู้รับผิดชอบ	ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้เสีย (C/S)										สารสนเทศที่ต้องการ					การนำไปใช้ประโยชน์													ความถี่	วงจรชีวิต	วิธีการ
		C1	C2	C3	C4	C5	S1	S2	S3	S4	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K						
การติดต่อทางอีเมล	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	1			
การติดต่อทาง Social Media เช่น Facebook, web site, line@	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	2			
จัดประชุมฯรับฟังความคิดเห็น	คณะ สำนัก/สถาบัน	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	✓	✓	-	-	-	N	ก,ข,ค	2			
จัดประชุมถอดบทเรียน	คณะ สำนัก/สถาบัน	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	-	-	✓	-	-	-	✓	✓	-	-	-	N	ก,ข,ค	2			
พบปะผู้ประกอบการ	คณะ สำนัก/สถาบัน	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Y	ข	2			
นิเทศการฝึกงาน/สหกิจศึกษา	คณะ กบศ.	✓	-	-	-	-	-	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Y	ข	2			
บอร์ดประชาสัมพันธ์	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	D	ก,ข,ค	3			
แบบประเมินความผูกพัน	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Y	ข,ค	1			

ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้เสีย (c/s)	C1 = นศ.ป.ตรี, C2 = นศ.บัณฑิตศึกษา, C3 = นักเรียน, C4 = ผู้ให้ทุน, C5 = ผู้รับบริการวิชาการ, S1 = ผู้ปกครอง, S2 = ผู้ใช้บัณฑิต, S3 = ศิษย์เก่า, S4 = ประชาชน
สารสนเทศที่ต้องการ	A = ความต้องการ/ ความคาดหวัง, B = ความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ, C = ความผูกพัน, D = ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ, E = ข้อร้องเรียน
การนำไปใช้ประโยชน์	A = ปรับปรุงหลักสูตร/กระบวนการเรียนการสอน, B = พัฒนาคุณภาพผลงานวิทยานิพนธ์, C = ปรับปรุงการบริการ, D = ออกแบบกิจกรรมการพัฒนานักศึกษา, E = ปรับปรุงสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้/โครงสร้างพื้นฐาน, F = ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์/การรับเข้า, G = ปรับปรุงกระบวนการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม, H = ถ่ายทอดเทคโนโลยี/บูรณาการความร่วมมือในการบริการวิชาการ, I = การวางแผนยุทธศาสตร์, J = ส่งเสริมและสร้างผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ, K = พัฒนาบุคลากร/กำลังคน
ความถี่	Y = รายปี, T = รายภาคเรียน, M = รายเดือน, W = รายสัปดาห์, D = รายวัน, A = ตลอดเวลา, N = ตามโอกาส
วงจรชีวิต	ก = ก่อนเข้ามาเป็นผู้เรียน/ผู้ใช้บริการ, ข = เป็นผู้เรียน/ลูกค้าปัจจุบัน, ค = ภายหลังเรียนจบ/รับบริการ
วิธีการ	1 = การรับฟัง, 2 = การปฏิสัมพันธ์, 3 = การสังเกต

3.1ข(2) การจัดหลักสูตรและบริการฯ

รองคณบดีทุกคนรับผิดชอบในการจัดการศึกษา วิจัย และบริการ โดยมีกระบวนการคือ 1) ค้นหาสารสนเทศจากการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้า รวมทั้งสารสนเทศด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ รวมทั้งข้อร้องเรียนของผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามตาราง 3.1-1 และตาราง 3.1-2 เพื่อนำมา 2) ระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบ จากนั้น 3) พิจารณาศักยภาพและทรัพยากรในมหาวิทยาลัยที่ต้องใช้ในการสนับสนุนการดำเนินการ โดยดำเนินการระบุสิ่งที่พร้อมและสิ่งที่ต้องเตรียมการเพิ่มเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น และผู้มีส่วนได้เสีย ตามตาราง OPข(2) และการปรับปรุงหลักสูตรและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้เห็นถึงความคืบหน้า ตามตัวอย่างในตาราง 3.1ข(2)

ตาราง 3.1ข(2) การปรับปรุงหลักสูตรและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและลูกค้า

หลักสูตรและบริการ	ความต้องการ/ ความคาดหวัง	การออกแบบและการปรับปรุงหลักสูตรและบริการ/ การติดตามประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ
การจัดการศึกษา -ป.ตรี	หลังจากสำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำหรือนำความรู้ไปต่อยอดเพื่อพัฒนางานในอาชีพ/ หลักสูตรมีการบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงาน/ หลักสูตรได้รับการยอมรับจากภายนอกหรือผู้ใช้บัณฑิต	-สำรวจความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พัฒนาหลักสูตรตามแนวทาง OBE พัฒนหลักสูตรระยะสั้นหรือหลักสูตรบัณฑิตพันธุ์ใหม่ จัดทำโครงการสหกิจศึกษา จัดทำเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	ทุกคณะ
-บัณฑิตศึกษา	ความก้าวหน้าในการประกอบอาชีพ/ สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่กำหนด/ การสนับสนุนทางวิชาการและการวิจัย	สำรวจความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พัฒนหลักสูตรตามแนวทาง OBE พัฒนาระบบการติดตามช่วยเหลือให้นักศึกษาให้สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่กำหนดโดยปรับแผนการเรียน ปรับรูปแบบกระบวนการเรียนในรายวิชาวิจัยให้สามารถพัฒนาโครงร่างวิจัยได้เร็วขึ้น ปรับเพิ่มรายวิชาสัมมนาเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองให้สามารถจบการศึกษาได้เร็วขึ้น/ สนับสนุนทุนสำหรับการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยของนักศึกษา จัดทำเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	บว.
การวิจัย -ผู้ให้ทุนภาครัฐและเอกชน	งานวิจัยที่เสนอขอทุนควรเป็นงานวิจัยแบบเป็นกลุ่มหรือแบบบูรณาการร่วมทีม/ประเด็นงานวิจัยของทีมวิจัยต้องเกี่ยวข้อง/สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของแหล่งทุนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	สร้างเครือข่ายกับแหล่งทุนต่าง ๆ เพื่อขอรับการสนับสนุน/ พัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่เพื่อเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย/ สร้างกระบวนการ Research Unit เพื่อพัฒนาข้อเสนอโครงการวิจัย	สวพ./ ทุกคณะ

หลักสูตรและ บริการ	ความต้องการ/ ความคาดหวัง	การออกแบบและการปรับปรุงหลักสูตรและบริการ/ การติดตามประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ
	แสดงประโยชน์ที่ได้จากการ วิจัย		
การบริการ วิชาการ -แบบให้เปล่า	บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีความใส่ใจในการบริการ งานวิชาการกับชุมชน/ พัฒนา ชุมชนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ความรู้ ด้านผู้สูงอายุ ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์/ ยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	จัดสรรงบประมาณ บุคลากร เพื่อจัดกิจกรรม/ โครงการที่หลากหลาย และขยายพื้นที่การให้บริการ ให้ทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการอย่างแท้จริง ผ่านกิจกรรม/โครงการ เช่น การพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐาน ราก การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่ แพลตฟอร์มออนไลน์ ศูนย์เรียนรู้เพื่อการพัฒนาการ บริหารจัดการทรัพยากรชุมชนยั่งยืน การยกระดับ นวัตกรรมชุมชนด้วยกระบวนการวิศวกรรมสังคม ฯลฯ	สวพ./ ทุกคณะ
-เกิดรายได้	พัฒนานตนเองในยุคดิจิทัล/ พัฒนาทักษะด้านอาชีพเพื่อเพิ่ม รายได้	จัดกิจกรรม/โครงการบริการวิชาการตามคำร้องขอ ของหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนา ทักษะตามความต้องการ เช่น โครงการบ่มเพาะ วิสาหกิจชุมชน โครงการพัฒนาศรณิ์กบริหารการ พัฒนาชุมชน โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG และการพัฒนา ศักยภาพบุคลากรด้านการจัดซื้อจัดจ้างและการ บริหารจัดการภาครัฐ เป็นต้น	กก./ ทุกคณะ
-บริการจัด การศึกษา รร. สาธิต	บุตรหลานจบแล้วสามารถเข้า ศึกษาต่อในสถานศึกษาที่มี ranking top 10/ ครูผู้สอนมี ความเชี่ยวชาญ/ สื่อการเรียน การสอนครบครันทันสมัย เหมาะสมกับผู้เรียน	กำหนดแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ปี พ.ศ. 2566-2570 เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาของ โรงเรียนสาธิตให้เป็นโรงเรียนต้นแบบแห่งการจัด การศึกษาเพื่อพัฒนาโรงเรียนในท้องถิ่น และมี โครงการ/กิจกรรม เพื่อพัฒนาครู ผู้เรียน และสิ่ง สนับสนุนการเรียนรู้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	สาธิต
การทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม -หน่วยงาน ภาครัฐ เอกชน และประชาชน ทั่วไป	การบูรณาการองค์ความรู้กับ หน่วยงานภายนอก/ การส่งเสริม กิจกรรมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม แบบดั้งเดิมของพื้นที่และ ผสมผสานความร่วมมือและให้ เหมาะสมกับทุกช่วงวัย/ เพิ่มช่อง ทางการประชาสัมพันธ์การ ให้บริการของหน่วยงานอย่าง กว้างขวาง เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ	สถาบันอยุธยาศึกษาจัดโครงการด้านศิลปวัฒนธรรมที่ หลากหลาย เช่น โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โครงการสืบสานศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาชุมชน ย่านวัดสุวรรณดารามราชวรวิหารสู่ชุมชนที่เป็นสุข โครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทย โครงการศึกษาศักยภาพชุมชนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โครงการประเมินและปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้าน ความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุพื้นที่ต้นแบบอาคาร พิพิธภัณฑ์วัดย่านอ่างทอง	สอศ.

3.2 ความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement)

3.2ก ประสพการณ์ของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

3.2ก(1) การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

มหาวิทยาลัย โดยคณะกรรมการพัฒนาระบบการรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นดำเนินการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น โดยใช้ข้อมูลจากรายงานผลการสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของลูกค้า มาออกแบบ/ จัดการสร้างความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวัง ผ่านกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม ได้แก่ การให้บริการ การมีส่วนร่วมในการให้บริการและกิจกรรม สร้างความสัมพันธ์หลายรูปแบบ เพื่อรักษากลุ่มผู้รับบริการ และสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัย ตามตาราง 3.2ก-1 โดยมีวิธีการในการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้า ดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น 2) วิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น 3) กำหนดวัตถุประสงค์ ข้อมูลผู้เรียน และลูกค้ากลุ่มอื่น เพื่อจัดการความสัมพันธ์ 4) พัฒนาวิธีการจัดการความสัมพันธ์ 5) ดำเนินการตามวิธีการจัดการความสัมพันธ์ที่กำหนด และ 6) ติดตามประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์ ดังตัวอย่างการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามตาราง 3.2ก(1)

ตารางที่ 3.2ก(1) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มลูกค้า/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	วัตถุประสงค์	วิธีการ/ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์	การติดตามประเมินผล
ด้านการจัดการศึกษา			
-ผู้เรียนในอนาคต (นักเรียน)	ประชาสัมพันธ์ให้มาสมัครเรียน	Roadshow/ Open House (เปิดบ้านวิชาการ)/ การจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนและชุมชน/ ระบบให้ทุนการศึกษา/จัดกิจกรรมค่ายวิชาการ/ จัดโครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการ	ติดตามจำนวนการรับสมัครนักศึกษาทุกเดือน
-นักศึกษาระดับ ป.ตรี และบัณฑิตศึกษา	สร้างความพึงพอใจประทับใจ และการบอกต่อให้รุ่นน้อง	มีสิ่งอำนวยความสะดวก/ พัฒนางานบริการให้เกิดความประทับใจ/ จัดกิจกรรมพัฒนาทักษะตามกรอบมาตรฐาน TQF และกิจกรรมส่งเสริมคุณลักษณะที่พึงประสงค์/ ระบบทุนการศึกษา/ จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร/ การจัดการบริการหอพัก/ การสอนติวสอบบรรจุราชการ/การศึกษาดูงาน	การสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ
-ศิษย์เก่า	-เพื่อเพิ่มทักษะทางวิชาการและวิชาชีพแก่ศิษย์เก่า -เชิญชวนให้มาสมัครเรียนต่อ มาร่วม	จัดกิจกรรมพัฒนาความรู้ทางวิชาการ วิชาชีพ สำหรับศิษย์เก่า/ มีกลุ่มไลน์ในการติดต่อสื่อสารของศิษย์กับมหาวิทยาลัย/ กิจกรรมคืนสู่เหย้า/ โครงการมอบรางวัลศิษย์เก่าดีเด่น/ มี line@ ของมหาวิทยาลัยที่	การสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

กลุ่มลูกค้า/ ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	วัตถุประสงค์	วิธีการ/ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์	การติดตาม ประเมินผล
	กิจกรรมของ มหาวิทยาลัย	@praru สำหรับการติดต่อสื่อสารและแจ้ง ข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย/การถ่ายทอด ประสบการณ์รุ่นพี่สู่รุ่นน้องในกิจกรรมเตรียม ความพร้อมสู่โลกอาชีพและปัจฉิมนิเทศ	
-ผู้ใช้บัณฑิต	สอบถามความพึง พอใจ ไม่พึงพอใจ และการส่งนักศึกษา ไปฝึกประสบการณ์	จัดโครงการสหกิจศึกษา/ การส่งนักศึกษา ฝึกงานและการนิเทศนักศึกษาฝึกงาน/ เยี่ยม เยี่ยมหน่วยงาน/ ส่งจดหมายในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล/ เชิญให้ข้อมูลหรือการสัมภาษณ์ ประจำปี/ การประเมินความพึงพอใจผู้ใช้ บัณฑิตรายปี	ประเมินความพึงพอใจ ของผู้ใช้บัณฑิต
ด้านการวิจัย			
-ผู้ให้ทุนสนับสนุน	ประเมินข้อเสนอการ วิจัย ดำเนินการและ ติดตามงานวิจัย และ ประเมินผลงานวิจัย	มีระบบบริหารจัดการงานวิจัย/ จัดแสดงสินค้า และบริการ/ การเผยแพร่ผลงานวิจัย/องค์ ความรู้สู่สาธารณะ/ จัดช่องทางการติดต่อทาง Social Media เข้าร่วมประชุม	-สอบถาม สัมภาษณ์ ผู้ให้ทุน -การให้ทุนซ้ำ
ด้านการบริการวิชาการ			
ผู้รับบริการวิชาการ -ประชาชน จ.พระนครศรีอยุธยา -ประชาชน จ.อ่างทอง -ประชาชนทั่วไป	พัฒนาและสร้างความ เข้มแข็งให้แก่ชุมชน	การจัดประชาคม/ การประชุมกลุ่มย่อย/ การ สำรวจความพึงพอใจไม่พึงพอใจ/ การจัด ประชุมถอดบทเรียน/ การประเมินผลลัพธ์ ชุมชน/ การลงพื้นที่จัดกิจกรรมโครงการ ร่วมกับชุมชน/ ฐานข้อมูลตำบล/การส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ชุมชน/ การจัดนิทรรศการแสดงผล สินค้าชุมชน	-การสำรวจความ พึงพอใจ ไม่พึงพอใจ -การสังเกต และ สัมภาษณ์ -การจัดประชุม สรุปผลการดำเนินงาน
ผู้ปกครองนักเรียน รร.สาธิต	-พัฒนาคนในชุมชน ด้านการจัดการศึกษา ขั้นพื้นฐาน -หารายได้ให้แก่ มหาวิทยาลัย	จัดกิจกรรมวันสำคัญ/ จัดประชุมผู้ปกครอง/ จัดช่องทางการติดต่อทาง Social Media เช่น Facebook, web site, line@/ เชิญให้ข้อมูล หรือการสัมภาษณ์ประจำปี	-การประเมินความพึง พอใจ/ไม่พึงพอใจ -การรับฟังความ คิดเห็นผ่านช่องทาง ต่าง ๆ
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม			
-หน่วยงานภาครัฐ/ เอกชน -ชุมชน -ประชาชนทั่วไป	-ให้บริการความรู้ด้าน อยุธยาศึกษาและศูนย์ เรียนรู้ภูมิวัฒนธรรม อยุธยา	จัดกิจกรรมเผยแพร่องค์ความรู้/ จัดศูนย์ เรียนรู้ภูมิวัฒนธรรม/ พัฒนาเส้นทางการ ท่องเที่ยว/ บูรณาการองค์ความรู้กับการเรียน การสอน/ พัฒนาวารสารทางวิชาการ/จัด กิจกรรมมอบรางวัลเชิดชูเกียรติ/ ให้คำปรึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม	-การประเมินความพึง พอใจ/ไม่พึงพอใจ -การรับฟังความ คิดเห็นผ่านช่องทาง ต่าง ๆ

3.2ก(2) การเข้าถึงและการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and other CUSTOMER Access and Support)

ผู้รับบริการแต่ละกลุ่มสามารถสืบค้นสารสนเทศและรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ตามกลไกในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ ดังนี้ (1) กำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจนในการดำเนินงานตามพันธกิจ (2) สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นความต้องการของผู้เรียนและลูกค้า ตลอดจนสิ่งที่คู่แข่งดำเนินการอยู่ เพื่อนำมาพิจารณากำหนดเป็นบริการหรือวิธีการที่จะให้การสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้า (3) กำหนดช่องทางการสืบค้นสารสนเทศที่หลากหลาย ทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและหน่วยงานต่าง ๆ ภายใน ตามช่องทางการสนับสนุนหรือระบุไว้ใน (ตาราง 3.1-2) ซึ่งผู้เรียนและลูกค้าสามารถสืบค้นได้ด้วยตนเองตลอดเวลาผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (4) กำหนด/ออกแบบการบริการสนับสนุนให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งในแง่ทำให้ผู้เรียนและลูกค้าสะดวกติดต่อ สะดวกที่จะค้นข้อมูล สะดวกที่จะขอความช่วยเหลือ สะดวกที่จะติดต่อเพื่อทำธุรกรรม ตลอดจนสะดวกที่จะให้ข้อมูลป้อนกลับหรือแจ้งข้อร้องเรียน (5) สื่อสารถ่ายทอด อบรม กำกับดูแลให้บุคลากรที่มีหน้าที่ให้บริการสนับสนุน ให้บริการด้วยมาตรฐานบริการที่น่าประทับใจอย่างสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา ทำให้ผู้เรียนและลูกค้าได้ประสบการณ์ที่ดีทุกครั้งที่มีสัมผัสกับบริการสนับสนุนที่จัดให้ และ (6) ติดตามผลความพึงพอใจของผู้เรียนและลูกค้าต่อบริการสนับสนุนที่จัดให้เพื่อหาแนวทางปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ตามตาราง 3.2-2

ตารางที่ 3.2ก(2) การสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นของมหาวิทยาลัย

ผลิตภัณฑ์และบริการ/ กลุ่มลูกค้า	สารสนเทศด้านความต้องการการสนับสนุน	กำหนดช่องทางการสืบค้นสารสนเทศ	กำหนดการบริการสนับสนุน	ติดตามประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ
การจัดการศึกษา -หลักสูตรระดับปริญญาตรี (นศ.ป.ตรี)	-ระบบการรับสมัคร -ระบบการลงทะเบียน -ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร -ข้อมูล	Open house, Road show สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์/ ระบบสารสนเทศฐานข้อมูลกิจกรรม/ นิทรรศการ คู่มือ	ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร แผนการเรียน ปฏิทินการศึกษา การลงทะเบียนเรียน ตารางเรียน ระบบสารสนเทศทุนการศึกษา กิจกรรม/ ชมรม/ ค่ายอาสา	การประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ	กบศ. กพน. คณะ
-หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา (นศ.บัณฑิตศึกษา)	ทุนการศึกษา -กิจกรรมที่สนใจ	นักศึกษา ระบบบริการนักศึกษา	ทุนการศึกษา/ ทุนวิจัย ทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ ฐานข้อมูลวิจัย	การประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ	กบศ. บว. คณะ
การวิจัย -ผู้ให้ทุนวิจัยภาครัฐ -ผู้ให้ทุนวิจัยภาคเอกชน	-ระบบสารสนเทศด้านการวิจัย -ระบบบริหารโครงการวิจัย	สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ระบบสารสนเทศ	ฐานข้อมูลด้านการวิจัย ระบบติดตามงานวิจัย ระบบการให้คำปรึกษาด้านการวิจัย ทรัพย์สิน	การประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ	คณะ สำนัก/สถาบัน

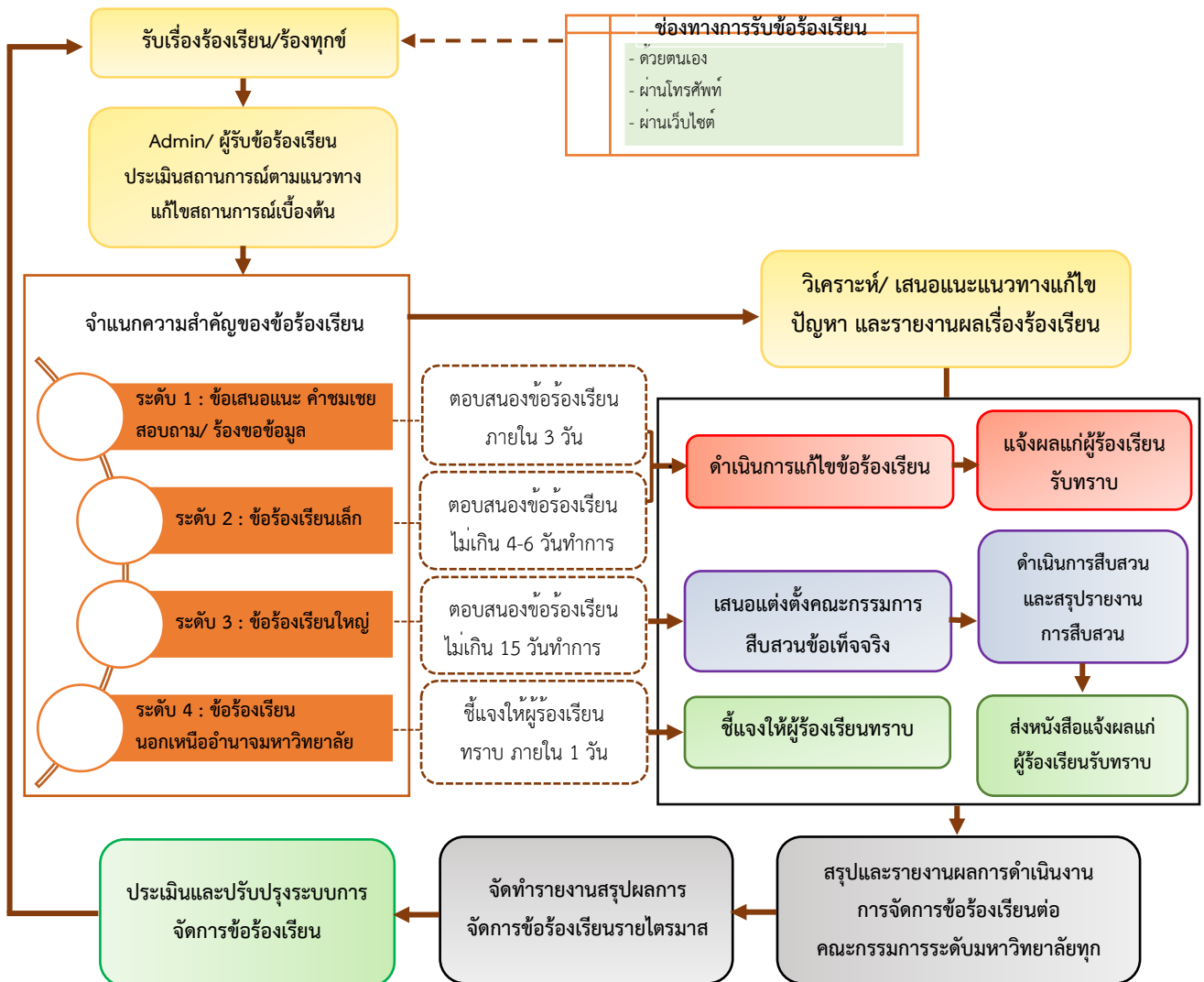
ผลิตภัณฑ์และบริการ/ กลุ่มลูกค้า	สารสนเทศด้านความต้องการการสนับสนุน	กำหนดช่องทางการสืบค้นสารสนเทศ	กำหนดการบริการสนับสนุน	ติดตามประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ
	-ข้อมูลแหล่งทุน /แหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัย -ข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา		ทางปัญญา การรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ ข้อมูลแหล่งทุน		
การบริการวิชาการ -ประชาชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและอ่างทอง -ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนสาธิต	-ข้อมูลระบบสารสนเทศด้านการบริการวิชาการ -ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน	สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ Road show	ฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน	การประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ	คณะ สำนัก/สถาบัน
การทํานุบำรุงศิลปวัฒนธรรม -หน่วยงานรัฐ -หน่วยงานเอกชน -ประชาชนทั่วไป	-แหล่งเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม -ข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม -ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น -โครงการด้านศิลปวัฒนธรรม	สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ Road show	ฐานข้อมูลอยุธยาศึกษา นิทรรศการ งานแสดงศิลปวัฒนธรรม	การประเมินความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ	สอศ.

3.2ก(3) การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยามีแนวทางที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพในการจัดการข้อร้องเรียนจากผู้เรียนและลูกค้า โดยมีระบบการจัดการข้อร้องเรียนผ่านช่องทางการรับฟังที่หลากหลาย ทั้งการร้องเรียนด้วยตนเอง ผ่านโทรศัพท์ ผ่านเว็บไซต์ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ งานนิติกร งานเลขานุการ และหน่วยงานที่ให้บริการในด้านต่างๆ โดยการประชาสัมพันธ์และแจ้งให้ทุกหน่วยงานในมหาวิทยาลัยทราบ และถือปฏิบัติโดยทั่วกัน โดยมีขั้นตอนและกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนเรียน ดังภาพ 3.2ก(3) ทั้งนี้จากการประเมินผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2566 พบว่า ไม่มีข้อร้องเรียน

ในปี พ.ศ. 2567 มหาวิทยาลัยได้นำข้อมูลการดำเนินการที่ผ่านมา มาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงระบบการดำเนินการ โดยมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานกรณีร้องเรียนการทุจริตและประพฤติมิชอบของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานเพิ่มเติม เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนการทุจริตและประพฤติมิชอบของเจ้าหน้าที่ให้เกิดความโปร่งใส ยุติธรรม และเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้น และปรับเพิ่มช่องทาง

ถามตอบอัตโนมัติ เช่น Messenger Live Chat, Chatbot, Line official Account, Web board เป็นต้น
 ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการที่หลากหลายมากขึ้น



ระดับ 1 ข้อเสนอนะ คำชมเชย สอบถาม/ร้องขอข้อมูล = ผู้ร้องเรียนไม่ได้รับความเดือดร้อน แต่ติดต่อมาเพื่อให้ขอเสนอแนะ ให้ข้อคิดเห็น/ชมเชย สอบถามหรือร้องขอข้อมูลมหาวิทยาลัย

ระดับ 2 ข้อร้องเรียนเล็ก = ผู้ร้องเรียนได้รับความเดือดร้อนแต่สามารถแก้ไขได้โดยหน่วยงานเดียว

ระดับ 3 ข้อร้องเรียนใหญ่ = ผู้ร้องเรียนได้รับความเดือดร้อนไม่สามารถแก้ไขได้โดยหน่วยงานเดียว ต้องอาศัยอำนาจของอธิการบดี รองอธิการบดี หรือที่ประชุม กบม.

ระดับ 4 ข้อร้องเรียนนอกเหนืออำนาจมหาวิทยาลัย = ผู้ร้องเรียนขอในสิ่งที่นอกเหนือบทบาทอำนาจหน้าที่ของมหาวิทยาลัย

ภาพที่ 3.2ก(3) กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

3.2ก(4) การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (Fair Treatment)

มหาวิทยาลัยปฏิบัติต่อบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียมและปราศจากการเลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา หรือสถานะทางสังคม โดยทุกคณะ สำนัก/สถาบันดำเนินการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม ผ่านรูปแบบการดำเนินการที่หลากหลายลักษณะ เพื่อสร้างสังคมที่มีความยุติธรรมและเท่าเทียมกันทั้งในระดับ บุคคล องค์กรและสังคมโดยรวม ได้แก่ “**การให้โอกาสเท่าเทียมกัน**” คือ ผู้เรียนและลูกค้าทุกคนได้รับโอกาส ในการเข้าถึงทรัพยากรการศึกษา และการบริการต่าง ๆ อย่างเท่าเทียม “**การปฏิบัติตามกฎหมาย**” คือ การ ปฏิบัติต่อผู้เรียนและลูกค้าตามกฎหมายและมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนได้รับความยุติธรรม “**การหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติ**” คือ ไม่เลือกปฏิบัติหรือแยกแยะคนโดยใช้เหตุผลที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสามารถหรือคุณสมบัติของบุคคลนั้น เช่น เชื้อชาติ เพศ ศาสนา หรืออายุ “**การเคารพความหลากหลาย**” คือ การยอมรับและเคารพความแตกต่างทางด้านความคิด วัฒนธรรม และประสบการณ์ชีวิตของบุคคล “**การให้ข้อมูลและความโปร่งใส**” คือ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสแก่ทุกคนเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างรอบคอบและมีความเข้าใจที่ถูกต้อง “**การให้การสนับสนุนและการปกป้อง**” คือ ให้การสนับสนุนและปกป้องบุคคลที่ถูกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม เพื่อฟื้นฟูและรักษาความยุติธรรม



มหาวิทยาลัยมีกระบวนการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้เรียนและลูกค้า เพื่อส่งเสริมและทำให้มั่นใจได้ว่าสถาบันปฏิบัติอย่างเป็นธรรมกับผู้เรียนและลูกค้าโดยมีรองอธิการบดีฝ่ายบริหารทรัพยากรเป็นผู้รับผิดชอบให้การดำเนินการพัฒนาระบบการดำเนินการ ประกอบด้วย 1) **การวิเคราะห์ความต้องการและคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น** โดยทำการวิเคราะห์และเข้าใจลึกถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและผู้รับบริการแต่ละคน ด้วยการสำรวจหรือสัมภาษณ์เพื่อเข้าใจความต้องการที่สำคัญ 2) **การปรับปรุงหลักสูตรและบริการตามมาตรฐานที่กำหนด**ให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่มและนำเสนอทางเลือกหรือบริการที่สามารถสร้างความประทับใจผู้เรียนและผู้ใช้บริการ 3) **การสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้างและประทับใจ** โดยสร้างวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการแบ่งปันและการเรียนรู้ร่วมกัน 4) **สร้างความตระหนักให้กับบุคลากรในการให้บริการ**การสนับสนุนที่เป็นมาตรฐานโดยสร้างระบบการสนับสนุนที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและลูกค้าและให้บริการที่สามารถช่วยเหลือในกรณีที่มีปัญหาหรือข้อสงสัย 5) **การให้บริการที่มุ่งเน้นความโปร่งใสและเข้าถึงได้** และให้ข้อมูลการบริการอย่างชัดเจน โดยต้องปกป้องและรักษาความลับของลูกค้าตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 6) **การวัดและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ** เพื่อวัดความพึงพอใจและประสิทธิภาพของการปฏิบัติและใช้ข้อมูลที่ได้รับจากผู้เรียนและลูกค้าในการปรับปรุงและพัฒนา

3.2ข การค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

มหาวิทยาลัยมีแนวทางที่เป็นระบบในการค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้า ตามภาพ 3-1 ARU Customer Model โดยได้กำหนดและแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาระบบการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมีของมหาวิทยาลัย และคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบในแต่ละด้านตามพันธกิจเป็นผู้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล และติดตามคุณภาพการให้บริการ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการ ซึ่งคณะกรรมการมีกระบวนการค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ดังนี้ (1) กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต และกลุ่มเป้าหมาย (2) ออกแบบและกำหนดแนวทางการสำรวจ (3) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล (4) กำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง (5) เก็บรวบรวมข้อมูล (6) ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล (7) จัดทำรายงานและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ (8) ติดตามประเมินผลและปรับปรุงกระบวนการ

ทั้งนี้มหาวิทยาลัยมีแนวทางค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น ผ่านช่องทางการสื่อสาร วัตถุประสงค์ วิธีการสื่อสาร การนำไปใช้ประโยชน์ตามที่ระบุไว้ (ตารางที่ 3.1-1) รวมทั้งสารสนเทศที่ได้จากข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้บริหารระดับสูงได้มอบหมายให้ทุกส่วนงานนำผลการประเมินไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและกระบวนการทำงานตลอดจนการพัฒนานวัตกรรม ทั้งนี้ ตัววัดความพึงพอใจของผู้รับบริการในทุกพันธกิจถือเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการทำงาน (แสดงในผลลัพธ์ 7.2) เพื่อให้ส่วนงานใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง โดยนำผลมาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร บริการและวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการและนำไปสู่ความผูกพัน

นอกจากนี้ มีการสำรวจขณะรับบริการและหลังรับบริการ กรณีที่เป็นโครงการ/กิจกรรมหรืออื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนในรายวิชา โครงการบริการวิชาการ โครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยมีการประเมินความผูกพันของผู้รับบริการด้วยวิธีการที่หลากหลายตามรูปแบบของการดำเนินงานหรือปฏิสัมพันธ์ เช่น ข้อคำถามผู้รับบริการมีความยินดีที่จะเข้าร่วมทำกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ในอนาคตหรือไม่ และยินดีที่จะบอกกล่าวหรือชักชวนให้บุคคลอื่นได้ทราบถึงกิจกรรมหรือข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือไม่ เป็นต้น ประเด็นความผูกพันในการมารับบริการซ้ำ ยกตัวอย่างด้านวิจัย เช่น การให้ทุนวิจัยซ้ำ และมีการนำข้อเสนอแนะ/ ข้อร้องเรียน ความไม่พึงพอใจ มาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.2ข การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	ความพึงพอใจ				ความไม่พึงพอใจ				ความผูกพัน			
	วิธีประเมิน	ช่วงการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ	ผลการประเมิน	วิธีประเมิน	ช่วงการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ	ผลการประเมิน	วิธีประเมิน	ช่วงการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ	ผลการประเมิน
ด้านการจัดการศึกษา												
นศ.ป.ตรี	1,2,3	Y	กบศ./คณะ	7.2ก(1)	1,2,3	Y	กบศ./คณะ	7.2ก(1)	1,2,3	Y	กบศ./คณะ	7.2ก(2)
นศ.บัณฑิตศึกษา	1,2,3	Y	บว.	7.2ก(1)	1,2,3	Y	บว.	7.2ก(1)	1,2,3	Y	บว.	7.2ก(2)
ด้านการวิจัย												
แหล่งทุนวิจัย	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(2)
ด้านการบริการวิชาการ												
ผู้รับบริการวิชาการ	1,2,3	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)	1,2,3	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)	1,2,3	Y, N	สวพ.	7.2ก(2)
ผู้ปกครองนักเรียน รร. สาธิต	1,2,3	T	สาธิต	7.2ก(1)	1,2,3	T	สาธิต	7.2ก(1)	-	-	-	-
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม												
ผู้รับบริการด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	1,2,3	N, D, M	สอศ.	7.2ก(1)	1,2,3	N, D, M	สอศ.	7.2ก(1)	1,2,3	N, D, M, A	สอศ.	7.2ก(2)
วิธีประเมิน	1 = การรับฟัง, 2 = การปฏิสัมพันธ์, 3 = การสังเกต				ช่วงการประเมิน	Y = รายปี, T = รายภาคเรียน, M = รายเดือน, W = รายสัปดาห์, D = รายวัน, A = ตลอดเวลา, N = ตามโอกาส						