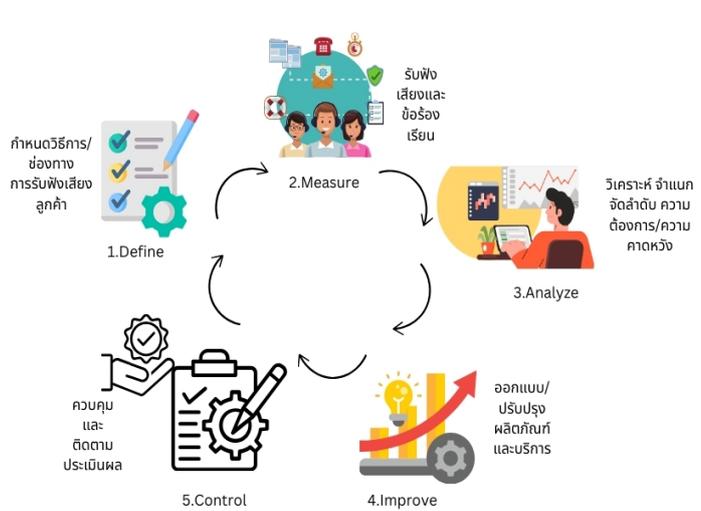


หมวด 3 ลูกค้ำ

3.1 ความคาดหวังของลูกค้ำ

มรอย.มีวิธีการในการรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น และกำหนดการจัดการศึกษาวิจัยและบริการฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น ตามภาพ 3.1ก : ARU Voice of Customer : VOC โดย คกก.VOC พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบันและผู้เรียนและลูกค้ำที่พึงมี โดยการวิเคราะห์ข้อมูลผลลัพธ์ที่ 7.2ก และตารางที่ OP1ข(2) ในปีที่ผ่านมาพบว่า กระบวนการรับฟังเสียงผู้เรียนและลูกค้ำยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพันธกิจและไม่ชัดเจนถึงการนำแนวทางการรับฟังเสียง



ภาพที่ 3.1ก : ARU Voice of Customer : VOC

ไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน จึงได้มีการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการรับฟัง รวมถึงการปรับเพิ่มช่องทางรับฟังเสียงผู้เรียนและลูกค้ำ ให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างทันท่วงที โดยผู้รับผิดชอบในแต่ละพันธกิจสามารถกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการได้ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ำ ในตารางที่ OP1ข(2) โดยในปีการศึกษา 2567 มีการปรับปรุงพัฒนาแนวทางอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิผลโดยการรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบันและลูกค้ำในอนาคต รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามภาพที่ 3.1ก ใน 5 ขั้นตอน เพื่อนำสารสนเทศไปใช้ได้ในทุกพันธกิจและบริการของมหาวิทยาลัย ทั้งทางด้านการจัดการศึกษา วิจัย บริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการบริหารจัดการ โดยถ่ายทอดสู่การปฏิบัติให้ทุกหน่วยงานผ่านการประชุมคณะกรรมการ VOC และคณะกรรมการ QA ซึ่งมีตัวแทนจากทุกหน่วยงานเป็นกรรมการ ในขั้นตอนที่ 1 กำหนดวิธีการ/ช่องทางในการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ำ โดยใช้ช่องทางที่หลากหลายตามตารางที่ 3.1ก(1) เพื่อรวบรวมเสียงและข้อร้องเรียนในขั้นตอนที่ 2 โดยข้อมูลที่ได้จากการรับฟังจะถูกนำมาวิเคราะห์จำแนก จัดลำดับ และจัดทำสรุปรายงานผลในขั้นตอนที่ 3 รวมถึงการนำข้อมูลเข้าที่ประชุมคณะกรรมการ VOC และคณะกรรมการ QA เพื่อใช้ปรับปรุงข้อมูลในตารางที่ OP1ข(2) พร้อมเผยแพร่รายงานให้ทุกหน่วยงานนำไปใช้เพื่อการออกแบบ/ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้ำ ตามตารางที่ 3.1ข(2) ในขั้นตอนที่ 4 หลังจากนั้นจึงดำเนินการติดตามคุณภาพการให้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงการทำงานโดยการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ำ เพื่อการควบคุมคุณภาพการให้บริการและติดตามประเมินผล ตลอดจนนำข้อมูลไปใช้เพื่อการทบทวนประสิทธิผลของกระบวนการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ำต่อในขั้นตอนที่ 5

3.1ก การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น

3.1ก(1) ผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน

มรอย.พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการรับฟัง ปฏิสัมพันธ์ และสังเกตผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ได้ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ 7.2ก(1) และผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา โดยมอบหมาย VOC และ QA ในการกำกับติดตาม และควบคุมการดำเนินงานการพัฒนา

ระบบการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้เพื่อการออกแบบหลักสูตรและบริการตามผลิตภัณฑ์และบริการ ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตามตารางที่ OP1ข(2) โดยมอบหมายให้ VOC เป็นผู้นำแนวทางไปถ่ายทอดสู่การปฏิบัติให้กับหน่วยงานตามผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสำรวจ รวบรวม ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ครบถ้วน โดยด้านการจัดการศึกษา มอบหลักสูตร คณะ กบศ. และ บว. ด้านวิจัยและบริการวิชาการ มอบ สวพ. และคณะ ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มอบ สอศ. ทำหน้าที่ในการ รวบรวม วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเสียงของลูกค้าตามช่องทางต่าง ๆ และรวบรวมส่ง QA และ กนผ. เพื่อนำเข้าที่ประชุม คกก.ยุทธศาสตร์ เพื่อปรับปรุงแผนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย และถ่ายทอดสู่การปฏิบัติต่อไป ตามตารางที่ 3.1ก(1)

3.1ก(2) ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี

มรอย. โดย คกก.VOC พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมีทั้งในอดีตและอนาคต และทั้งของคู่แข่ง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลผลลัพธ์ที่ 7.1ข และตาราง OP1ข(2) ในปีที่ผ่านมา พบว่า ยังไม่ชัดเจนถึงแนวทางที่เป็นระบบในการรับฟังเสียง รวมถึงการนำแนวทางการรับฟังเสียงไปสู่การปฏิบัติของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี รูปแบบและวิธีการรับฟังข้อมูลความต้องการยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงได้มีการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการรับฟัง รวมถึงการปรับเปลี่ยนช่องทางรับฟังเสียงผู้เรียนและลูกค้าให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ อย่างทันทั่วถึง โดยกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละพันธกิจสามารถกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการได้ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในตารางที่ OP1ข(2) โดยมีช่องทางการรับฟังที่หลากหลาย ทั้งในแบบออนไลน์และออฟไลน์ ตามตารางที่ 3.1ก(2) เช่น ลูกค้าด้านการจัดการศึกษา การรับฟังลูกค้าในอดีต มอบหมายให้ กพน.ร่วมกับคณะ บว. และ กบศ.รับฟังผู้เรียนที่เป็นศิษย์เก่าผ่านช่องทาง การเก็บแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และ Focus Group ในวันรับ รายงานตัวเข้ารับ/วันฝึกซ้อมรับฯ ปริญญาบัตรประจำปี และหลังวันซ้อมรับฯ และข้อมูลการรับฟังจากสื่อสังคม ออนไลน์ รวมถึงการสัมภาษณ์ศิษย์เก่าในวันตรวจประเมินระดับหลักสูตร และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการ บริการต่างๆ และให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ศิษย์เก่าที่จะเข้ามาศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ส่วนการรับฟังลูกค้าในอนาคต ที่เป็นกลุ่มนักเรียนที่จะเข้ามาศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีตามโรงเรียนเครือข่าย มรอย.มอบหมาย VOC ร่วมกับคณะ หลักสูตร งานสื่อสารองค์กร และ กบศ. รับฟังเสียงของผู้เรียนในอนาคต โดยการรวบรวมความต้องการ ความคาดหวัง ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ และการ Focus Group ในช่วงที่มีการทำกิจกรรมตามโรงเรียนต่าง ๆ การจัด Road Show การเปิดบ้าน Open House ของคณะและหลักสูตรต่าง ๆ และช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่าน Facebook, Tik Tok และ IG เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการความคาดหวังตามตารางที่ P1ข(2) ลูกค้าด้านการ วิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ใช้วิธีการรับฟังจากการสอบถาม สังเกต และสัมภาษณ์จาก ลูกค้าในอดีต ที่เคยให้ทุนวิจัยและใช้บริการฯ และนำข้อมูลความต้องการและข้อเสนอแนะที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อนำไป ออกแบบหลักสูตรและบริการฯ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบอกต่อให้ลูกค้าอื่นต่อไป ส่วนลูกค้าใน อนาคต มอบหมายให้ สวพ. คณะและ สอศ. สร้างการรับรู้ให้แก่ผู้รับบริการในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชน ด้วย การทำวิจัยหรือจัดกิจกรรมบริการวิชาการที่หลากหลาย การประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ถึงศักยภาพของ บุคลากรของ มรอย. ที่เชี่ยวชาญด้านการวิจัย การบริการวิชาการ และการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ ส่วนการรับฟังลูกค้าของคู่แข่ง มรอย.มอบหมาย VOC ร่วมกับ QA นำ ข้อมูล cds. จากระบบ CHE QA Online และข้อมูลการ Ranking ในสถาบันต่าง ๆ โดยนำข้อมูลผลการดำเนินงานของ แต่ละมหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อการเทียบเคียง เช่น ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต และความพึงพอใจของ ผู้ใช้บัณฑิต และอื่น ๆ มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อออกแบบหลักสูตรและบริการให้มีประสิทธิภาพสามารถ แข่งขันกับมหาวิทยาลัยคู่แข่งได้ต่อไป

ตารางที่ 3.1ก(1) ช่องทางและวิธีการสื่อสารในการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ช่องทางการรับฟัง	owner	ผู้เรียนและลูกค้า/ผู้มีส่วนได้เสีย (C/S)								สารสนเทศที่ต้องการ					การนำไปใช้ประโยชน์											ความถี่	วงจรชีวิต	วิธีการ
		C1	C2	C3	C4	S1	S2	S3	S4	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K			
สำรวจความต้องการ ความคาดหวัง	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Y	ก,ข,ค	1
สัมภาษณ์	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	N	ก,ข,ค	1
Focus Group	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	Y/N	ก,ข,ค	2	
ปฐมนิเทศ	คณะ/ กบศ./ กพน.	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	Y	ข	2	
ประเมินการสอน	คณะ	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	T	ข	1	
ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา	คณะ/ กบศ./ กพน.	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	W, N	ข	2	
กิจกรรมพัฒนา นักศึกษา	คณะ/ กพน./ บว.	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	✓	-	-	-	-	T	ข	2	
กิจกรรมทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	N	ข,ค	3	
การประชุม ผู้ปกครอง	กพน.	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-	Y	ข	2	
อบรม/ ประชุม/ สัมมนา	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	✓	Y	ข	2	
โทรศัพท์/สาย ด่วนผู้บริหาร	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	1	
หนังสือราชการ	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	1	
การติดต่อทาง อีเมลล์	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	1	
การติดต่อทาง Social Media เช่น	ทุกหน่วยงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	D	ก,ข,ค	2	

ตารางที่ 3.1ก(2) ช่องทางการรับฟังเสียงผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี

ลูกค้า	ช่องทางการรับฟัง/ความถี่	owner	สารสนเทศที่ต้องการ	การนำไปใช้ประโยชน์	ผลลัพธ์
ผู้เรียนในอดีต -ศิษย์เก่า -นศ.ตกออก/ ลาออก	Focus Group (รายปี)/ แบบประเมิน (รายปี)/ E-mail, Facebook, Line, Line Open Chat, Messenger chatbot (ตลอดเวลา)/สัมภาษณ์	กพน./ กบศ./ คณะ	ความต้องการ ความคาดหวัง / ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ/ ข้อร้องเรียน/ ความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	ทบทวนความต้องการ ความคาดหวัง เพื่อนำไปพัฒนาหลักสูตรและการ ให้บริการ	OP1ข(2), 7.2ก (1)-43,7.2ก(1)- 44
-ผู้ปกครอง	สัมภาษณ์ (รายปี)/ Road Show (รายปี)/ Open House (ตามโอกาส)/ ทำกิจกรรม ร่วมกับชุมชน/โรงเรียน (ตามโอกาส)/ แบบ ประเมิน (รายปี)/ Website, Facebook, Messenger chatbot, Line, Tik Tok, IG, You Tube (ตลอดเวลา)	กพน.	ความต้องการ ความคาดหวัง/ ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ	ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ ปรับปรุง หลักสูตร การเรียนการสอน และ กิจกรรม	OP1ข(2), 7.2ก (1)-41, 7.2ก(1)- 42
ลูกค้าวิจัยในอนาคต -แหล่งทุนภาครัฐ/เอกชน	สัมภาษณ์ (รายปี)/ หนังสือราชการ (ตามโอกาส) / การประเมินการให้บริการ (ตลอดเวลา)	สวพ.	ความต้องการของแหล่งทุน/ ความพึงพอใจ	ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้กับ บุคลากรเพื่อพัฒนาทุนวิจัยให้ตรง กับความต้องการของแหล่งทุน	OP1ข(2), 7.2ก (1)-13 ถึง 7.2ก (1)-16
ลูกค้าบริการวิชาการ ในอนาคต -ประชาชนทั่วไป	สอบถาม สัมภาษณ์ (ตลอดเวลา)/ แบบ ประเมินความพึงพอใจ (ตลอดเวลา)/ Website, Facebook, Messenger chatbot (ตลอดเวลา)/	สวพ./คณะ	ความต้องการ ความคาดหวัง / ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ/ ข้อร้องเรียน/ ความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	ปรับปรุงการบริการเพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ	OP1ข(2), 7.2ก (1)-17 ถึง 7.2ก (1)-26
ผู้รับบริการด้านการทำ บำรุงศิลปวัฒนธรรม ในอนาคต -ประชาชนทั่วไป	สอบถาม สัมภาษณ์ (ตลอดเวลา)/ แบบ ประเมินความพึงพอใจ (ตลอดเวลา)/ Website, Facebook, Messenger chatbot (ตลอดเวลา)	สอศ./คณะ	ความต้องการ ความคาดหวัง / ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ/ ข้อร้องเรียน/ ความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	ปรับปรุงการบริการเพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ	OP1ข(2), 7.2ก (1)-27 ถึง 7.2ก (1)-32

ในปีการศึกษา 2567 มีการปรับปรุงวิธีการรับฟังลูกค้าแบบเจาะลึกโดยมอบหมาย กบศ. และอาจารย์ที่ปรึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึก นศ. ที่ตกออก/ลาออกกลางคันไปเรียนมหาวิทยาลัยอื่นที่เป็นคู่แข่ง เช่น มทร.สุวรรณภูมิ มรภ.วไลยอลงกรณ์ ฯลฯ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์และปรับปรุงการพัฒนากระบวนการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย โดยนำข้อมูลมาปรับปรุงภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบหลากหลายช่องทาง ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของ มรภ.ให้ดึงดูดผู้เรียน

3.1ข. การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และการจัดหลักสูตรและบริการฯ

3.1ข(1) การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น



ภาพที่ 3.1ข(1) : Student and other Customer Segmentation

มรอย.มีวิธีการในการกำหนดกลุ่มผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น และส่วนตลาด โดยมีกระบวนการดังนี้ (1) การรวบรวมข้อมูลความต้องการความคาดหวังจากผู้เรียนและลูกค้าทุกกลุ่ม ตามตารางที่ 3.1ก(1) และ ตารางที่ 3.1ก(2) และ (2) นำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน/ปรับแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวัง ตามภาพที่ 2.1 โดยมอบผู้รับผิดชอบตามพันธกิจดำเนินการ (3) กำหนดลำดับความสำคัญของการพัฒนาปรับปรุง เพื่อ (4) จำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น โดยได้กลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น ตามตารางที่ OP1ข(2)-1 และตารางที่ OP1ข(2)-2 โดย SL ทำหน้าที่กำกับติดตามให้ทุกหน่วยงานดำเนินการจำแนกกลุ่มลูกค้าตามพันธกิจหลัก ได้แก่ การจัดการศึกษา การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ตามตารางที่ OP1ข(2)-1 ดังนี้ 1) ด้านการจัด

การศึกษา ผู้เรียนปัจจุบัน ได้แก่ 2) นักศึกษาทุกระดับทั้งระดับ ป.ตรี และบัณฑิตศึกษา 2) ด้านการวิจัย ลูกค้าแบ่งตามแหล่งทุน/ผู้ให้ทุน คือ 1) หน่วยงานภาครัฐที่จัดสรรทุนวิจัยโดยตรง ได้แก่ วช. ววน. และ 2) ภาคเอกชนที่ให้ทุนวิจัยเพื่อสร้างงานวิจัย นวัตกรรม หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรม หรือวิสาหกิจชุมชน 3) ด้านการบริการวิชาการ ลูกค้าแบ่งตามเป้าหมายการบริการ ได้แก่ 1) การบริการวิชาการแบบให้เปล่า 2) การบริการวิชาการแบบหารายได้ และ 4) ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ลูกค้าแบ่งตามกลุ่มลักษณะผู้รับบริการ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป

3.1ข(2) การจัดหลักสูตรและบริการฯ

รองคณบดีทุกคนรับผิดชอบในการจัดการศึกษา วิจัย และบริการ โดยมีกระบวนการคือ 1) ค้นหาสารสนเทศจากการรับฟังเสียงของผู้เรียนและลูกค้า รวมทั้งสารสนเทศด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ รวมทั้งข้อร้องเรียนของผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามตารางที่ 3.1ก(1) และตาราง 3.1ก(2) เพื่อนำมา 2) ระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบ จากนั้น 3) เตรียมความพร้อมการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้า โดยพิจารณาศักยภาพและทรัพยากรในมหาวิทยาลัยที่ต้องใช้ในการสนับสนุนการดำเนินการ โดยดำเนินการระบุสิ่งที่พร้อมและสิ่งที่ต้องเตรียมการเพิ่ม เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียน ลูกค้ากลุ่มอื่น และผู้มีส่วนได้เสีย ตามตารางที่ OP1ข(2)-1 และตารางที่ OP1ข(2)-2 และการปรับปรุงหลักสูตรและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือความคาดหมายนำสารสนเทศที่ได้มาใช้เพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อรักษาลูกค้าเดิม รวมถึงการดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่และการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นต่อไปตามตัวอย่างการปรับปรุงการดำเนินงานในแต่ละพันธกิจและบริการตามตารางที่ 3.1ข(2)

ตาราง 3.1ข(2) การจัดหลักสูตรและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและลูกค้า

บริการ	สารสนเทศที่นำมาใช้	การปรับปรุงเพื่อรักษาลูกค้าเดิม	การดึงดูดกลุ่มใหม่ ขยายฐานลูกค้า	ผู้รับผิดชอบ
การจัดการ ศึกษา	-ผลการเรียนรายวิชา (GPA) -ผลประเมินการสอนจากนักศึกษา -ข้อมูล dropout rate/ retention rate -การมีงานทำหลังจบการศึกษา -ความพึงพอใจของนักศึกษา ศิษย์เก่า ผู้ใช้ บัณฑิต	พัฒนาการเรียนการสอนแบบ active learning/ พัฒนาระบบการให้ คำปรึกษา/ พัฒนาหลักสูตรสหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมกับสถาน ประกอบการในท้องถิ่น/ ปรับปรุงรูปแบบการเรียนการสอนให้เป็น แบบผสมผสานการเรียนในห้องเรียนและออนไลน์/ จัดตั้งศูนย์พัฒนา ทักษะดิจิทัลและนวัตกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัล/จัดทำระบบ คลังหน่วยกิตดิจิทัลเพื่อสะสมหน่วยกิตและเทียบโอนประสบการณ์	พัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน เช่น AI สุขภาพ ดิจิทัล/ ประชาสัมพันธ์ หลักสูตรผ่าน Facebook, TikTok, และ แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์/ จัดแนะ แนวเพื่อการศึกษาต่อและให้คำปรึกษา รายบุคคล	กบศ./คณะ
การวิจัย	-จำนวนผลงานตีพิมพ์ในวารสารระดับต่างๆ -รายได้จากงานวิจัย -จำนวนความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก -หัวข้องานวิจัยที่ตอบโจทย์ประเทศ/พื้นที่	พัฒนาระบบสนับสนุนการจัดการโครงการวิจัย/ จัดเวทีเผยแพร่งานวิจัย และจับคู่ความร่วมมือ/ ส่งเสริมงานวิจัยแบบบูรณาการ เช่น วิจัยเชิง พื้นที่หรือวิจัยพัฒนา/ สร้างทีมวิจัยร่วมระหว่างคณาจารย์และภาคเอกชน	พัฒนาโครงการวิจัยร่วมกับภาคอุตสาหกรรม ชุมชน/ จัดหลักสูตรอบรมการวิจัยสำหรับ อาจารย์ใหม่/ สร้างฐานข้อมูลนักวิจัย และ เผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะ	สวพ./คณะ
การบริการ วิชาการ	-จำนวนโครงการบริการวิชาการที่ ดำเนินการ -ความพึงพอใจของผู้รับบริการ -ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย/ ชุมชนในพื้นที่ -รายได้จากบริการวิชาการ	ปรับปรุงรูปแบบบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย/ ออกแบบหลักสูตร บริการวิชาการในประเด็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากบนหลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การส่งเสริมคุณภาพชีวิตและภูมิปัญญา ท้องถิ่นเพื่อความมั่นคงและยั่งยืนเชิงพื้นที่ เสริมสร้างชุมชนรักโลก เพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การติดตามยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน/ ส่งเสริมให้เกิดการร่วมพัฒนา ระหว่าง มรอย. กับชุมชนและเครือข่ายความร่วมมือ	ขยายพื้นที่บริการ/เจาะกลุ่มชุมชนใหม่/ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางท้องถิ่นหรือ เครือข่ายภาคี/ สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์/ เข้าถึงความรู้ได้ง่ายขึ้น/ เปิดหลักสูตรระยะ สั้นออนไลน์ และทักษะดิจิทัลสำหรับ ผู้สูงอายุ	สวพ./คณะ/ สำนัก สถาบัน
การทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม	-จำนวนกิจกรรมวัฒนธรรมที่จัดขึ้น -การมีส่วนร่วมของนักศึกษา/ชุมชน -ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม -การบันทึกและจัดเก็บภูมิปัญญาท้องถิ่น	จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องในพื้นที่เดิม/ เชิญชวนให้เข้ามาสืบบทบาทใน การร่วมจัดกิจกรรม/ บูรณาการศิลปวัฒนธรรมในหลักสูตร เช่น วิชา อยุธยาศึกษา/ สร้างช่องทางสื่อสารสมัยใหม่เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้/ พัฒนาทักษะนักวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมให้มีข้อมูลที่ทันสมัยตาม ความต้องการของลูกค้า	-จัดกิจกรรมร่วมสมัยที่เชื่อมโยงวัฒนธรรม ได้ทุกกลุ่ม -ใช้โซเชียลในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม -เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สอศ.

3.2 ความผูกพันของลูกค้า

3.2ก ประสิทธิภาพของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

3.2ก(1) การจัดการความสัมพันธ์

มรอย. มีการพัฒนาและปรับปรุงระบบในการสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นโดย VOC ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานในเรื่องการรับฟังเสียงและแนวทางการนำเสียงไปสู่การปฏิบัติของลูกค้าที่พึงมี ยังไม่ชัดเจน VOC จึงดำเนินการปรับปรุงวิธีการในขั้นตอนที่ 1) ในเรื่องการรวบรวมข้อมูลผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีความครอบคลุมครบถ้วนทุกกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสู่ขั้นตอน 2) วิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น โดยมีการจัดประชุมและใช้ข้อมูลจากรายงานผลการสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจของลูกค้ามาวางแผนการกำหนดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ โดยขั้นตอน 3) กำหนดวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานให้ชัดเจนยิ่งขึ้นเพื่อนำไปสู่การจัดการความสัมพันธ์ที่ตรงจุด 4) พัฒนาวิธีการจัดการความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยมีแผนการจัดการความสัมพันธ์ก่อนการเป็นลูกค้า โดยเน้นการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่น โดยใช้สื่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และระหว่าง การเป็นลูกค้า เน้นสร้างการยอมรับหรือความประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการผ่านช่องทางช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และหลังการเป็นลูกค้าแล้วจะเน้นการสร้างความประทับใจให้เกิดการสนับสนุนหรือเข้ามาใช้ซ้ำอีก หรือ แนะนำบอกต่อเพื่อให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น โดยใช้ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าอย่างเจาะลึก และทั่วถึง เช่น line, Facebook, TiK Tok และ YouTube โดยงานสื่อสารองค์ได้ดำเนินการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติด้วยการจัดประชุมชี้แจงทุกหน่วยงาน เพื่อ 5) ดำเนินการตามวิธีการจัดการความสัมพันธ์ที่กำหนดผ่านกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม ได้แก่ การให้บริการ การมีส่วนร่วมในการให้บริการและกิจกรรม และสร้างความสัมพันธ์หลายรูปแบบ และ 6) ติดตามประเมินผลการจัดการความสัมพันธ์ โดยเมื่อสิ้นสุดกิจกรรมมีการวัดและประเมินผลความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และนำผลมาวิเคราะห์ และนำสู่การปรับปรุงพัฒนากระบวนการจัดการความสัมพันธ์ในรอบถัดไป ทั้งนี้เพื่อสร้างความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น เพื่อรักษากลุ่มผู้รับบริการ และสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัย ดังตัวอย่างการดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์ในแต่ละพันธกิจและบริการ ตามตารางที่ 3.2ก(1)

3.2ก(2) การเข้าถึงและการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

ผู้รับบริการแต่ละกลุ่มสามารถสืบค้นสารสนเทศและรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยตามกลไกในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ ดังนี้ (1) กำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจนในการดำเนินงานตามพันธกิจ (2) สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นความต้องการของผู้เรียนและลูกค้า ตลอดจนสิ่งที่คู่แข่งดำเนินการอยู่ เพื่อนำมาพิจารณา กำหนดเป็นบริการหรือวิธีการที่จะให้การสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้า (3) กำหนดช่องทางการสืบค้นสารสนเทศที่หลากหลาย ทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและหน่วยงานต่าง ๆ ภายใน ตามช่องทางการสนับสนุนที่ระบุไว้ตามตารางที่ 3.1ข(2) ซึ่งผู้เรียนและลูกค้าสามารถสืบค้นได้ด้วยตนเองตลอดเวลาผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (4) กำหนด/ออกแบบการบริการสนับสนุนให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งในแง่ทำให้ผู้เรียนและลูกค้า สะดวกติดต่อ สะดวกที่จะค้นข้อมูล สะดวกที่จะขอความช่วยเหลือ สะดวกที่จะติดต่อเพื่อทำธุรกรรม ตลอดจน สะดวกที่จะให้ข้อมูลป้อนกลับหรือแจ้งข้อร้องเรียน (5) สื่อสารถ่ายทอด อบรม กำกับดูแลให้บุคลากรที่มีหน้าที่ ให้บริการสนับสนุน ให้บริการด้วยมาตรฐานบริการที่น่าประทับใจอย่างสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา ทำให้ผู้เรียนและลูกค้า ได้ประสบการณ์ที่ดีทุกครั้งที่มีสัมผัสกับบริการสนับสนุนที่จัดให้และ (6) ติดตามผลความพึงพอใจของผู้เรียนและลูกค้าต่อบริการสนับสนุนที่จัดให้เพื่อหาแนวทางปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ตามตารางที่ 3.2ก(2)

ตารางที่ 3.2ก(1) การจัดการความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มลูกค้า	วัตถุประสงค์	วิธีการจัดการความสัมพันธ์	owner	การประเมินผล
ด้านการจัดการศึกษา				
-นักเรียน (ผู้เรียนในอนาคต)	เพิ่มจำนวนผู้สมัครเรียน	Roadshow/ Open House (เปิดบ้านวิชาการ)/ การจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนและชุมชน/ มอบทุนการศึกษา รร.เครือข่าย/ จัดกิจกรรมค่ายวิชาการ/ จัดโครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการ	กบศ./กพน. หลักสูตร/คณะ	ติดตามจำนวนการรับสมัคร นักศึกษาทุกเดือน/ สํารวจ ความพึงพอใจ
-นศ.ป.ตรี (ผู้เรียนปัจจุบัน และอนาคต)	เพิ่มจำนวนผู้สมัครเรียนระดับ ป.ตรี และบัณฑิตศึกษา/การเรียนต่อใน ระดับที่สูงขึ้นของ มรอย. สร้างความ พึงพอใจ ประทับใจ และการบอกต่อ ให้รุ่นน้อง	มีสิ่งอำนวยความสะดวก/ พัฒนางานบริการให้เกิดความประทับใจ/ จัดกิจกรรม พัฒนาทักษะตามกรอบมาตรฐาน TQF และกิจกรรมส่งเสริมคุณลักษณะที่พึงประสงค์/ ระบบทุนการศึกษา/ จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร/ การจัดบริการหอพัก/ การสอนติวสอบ บรรจรรยาการ/ เกียรติบัตรหรือรางวัลยกย่อง/ การศึกษาดูงาน/ ทุนนำเสนองาน วิชาการ	กบศ./กพน. หลักสูตร/คณะ/ บว.	สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน
-นศ.บัณฑิตศึกษา (ผู้เรียนปัจจุบัน)	สร้างความพึงพอใจและความผูกพัน	จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์/ จัดที่ปรึกษาวิชาการแบบใกล้ชิด/ จัดคลินิกงานวิจัย การเขียน บทความ/ ทุนการประชุมวิชาการ/ การจัดบริการหอพัก/ ลดค่าเล่าเรียนสำหรับศิษย์เก่า	บว./คณะ	สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ความผูกพัน
ด้านการวิจัย				
-ผู้ให้ทุนสนับสนุน (ภาครัฐและ เอกชน)	ให้ทุน/เพิ่มทุนวิจัย ดำเนินการและ ติดตามงานวิจัย และประเมินผล งานวิจัย	มีระบบบริหารจัดการงานวิจัย/ จัดแสดงสินค้าและบริการ/ การเผยแพร่ผลงานวิจัย องค์ความรู้สู่สาธารณะ/ จัดช่องทางติดต่อทาง Social Media/ เข้าร่วมประชุมใน โอกาสต่าง ๆ	สวพ./คณะ	-สัมภาษณ์ผู้ให้ทุน -การให้ทุนซ้ำ
ด้านการบริการวิชาการ				
-ผู้รับบริการวิชาการ แบบให้เปล่า	พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ ชุมชน	การจัดประชุขาคม/ การประชุมกลุ่มย่อย/ การสำรวจความพึงพอใจไม่พึงพอใจ/ การจัด ประชุมถอดบทเรียน/ การลงพื้นที่จัดกิจกรรมโครงการร่วมกับชุมชน/ ฐานข้อมูลตำบล/ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน/ การจัดพื้นที่เพื่อจัดนิทรรศการแสดงสินค้าชุมชน/ การเชิด ชูเกียรติเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่น/ ทำข้อตกลงความร่วมมือ/ จัด ประชุมวิชาการ/ กิจกรรมสร้างเครือข่าย/ ร่วมเป็นที่ปรึกษาโครงการ	สวพ./ คณะ/ สำนัก สถาบัน	-สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ -สังเกต และสัมภาษณ์ -จัดประชุมสรุปผลการ ดำเนินงาน
-ผู้รับบริการวิชาการ แบบหารายได้	พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ ชุมชน และสร้างรายได้ให้ มรอย.	เก็บข้อมูลลูกค้า/ผู้เรียนเพื่อใช้ในการเสนอบริการให้ตรงจุด/ ติดตามผลหลังการใช้ บริการ ส่งแบบสอบถามและติดตามการนำความรู้ไปใช้/ ส่งข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตร	งานหารายได้ฯ	-สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ

กลุ่มลูกค้า	วัตถุประสงค์	วิธีการจัดการความสัมพันธ์	owner	การประเมินผล
		และกิจกรรมอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อที่หลากหลาย/ จัดกิจกรรมพบลูกค้าอย่างต่อเนื่อง/ ประเมินความพึงพอใจแบบละเอียด		-สังเกต และสัมภาษณ์
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม				
-ประชาชนทั่วไป	ให้บริการความรู้ด้านอยุธยาศึกษา และศูนย์เรียนรู้ภูมิวัฒนธรรมอยุธยา	ส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม/ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว/ พัฒนาวารสารอยุธยาศึกษา/ จัดกิจกรรมยกย่องเชิดชูเกียรติแก่ครูภูมิปัญญา/ ให้คำปรึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม	สอศ.	-สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ -การรับฟังความคิดเห็น
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย				
-ผู้ประกอบการ	สร้างความพึงพอใจ ความผูกพันและ ส่งบุตรหลานเข้าเรียน/ สร้างความ ใกล้ชิดในการดูแลนักศึกษา	จัดประชุมผู้ประกอบการ/ เชิญให้ข้อมูลหรือการสัมภาษณ์/ มีฐานข้อมูลสำหรับการติดต่อ ผู้ประกอบการ/ สำรวจข้อมูลข้อมูลความต้องการ ความคาดหวัง	กบศ./ กพน./ คณะ	สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ
-ผู้ใช้บัณฑิต	สร้างความพึงพอใจ/สร้างความร่วมมือ ในการส่งนักศึกษาไปฝึกประสบการณ์/ สร้างโอกาสการรับบัณฑิตเข้าทำงาน	จัดโครงการสหกิจศึกษา/ การส่งนักศึกษาฝึกงานและการนิเทศนักศึกษาฝึกงาน/ เยี่ยมเยียนหน่วยงาน/ เชิญให้ข้อมูลหรือการสัมภาษณ์/ การประเมินความพึงพอใจ ผู้ใช้บัณฑิต	กบศ./ คณะ/ สำนัก สถาบัน	สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ
-ศิษย์เก่า	เพิ่มทักษะทางวิชาการและวิชาชีพแก่ ศิษย์เก่า/เชิญชวนให้มาสมัครเรียนต่อ มาร่วมกิจกรรมของ มรอย.	จัดกิจกรรมพัฒนาความรู้ทางวิชาการ วิชาชีพสำหรับศิษย์เก่า/ มีกลุ่มไลน์ในการ ติดต่อสื่อสารของศิษย์กับมหาวิทยาลัย/ กิจกรรมคืนสู่เหย้า/ โครงการมอบรางวัลศิษย์ เก่าดีเด่น/ มี line@ ของ มรอย.ที่ @praru สำหรับการติดต่อสื่อสารและแจ้งข่าวสาร ต่าง ๆ/ การถ่ายทอดประสบการณ์รุ่นพี่สู่รุ่นน้องในกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ โลกอาชีพและปัจฉิมนิเทศ/ การสำรวจความพึงพอใจไม่พึงพอใจ และความผูกพัน	หลักสูตร/ คณะ/ สำนัก สถาบัน/ กพน.	สำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความ ผูกพัน

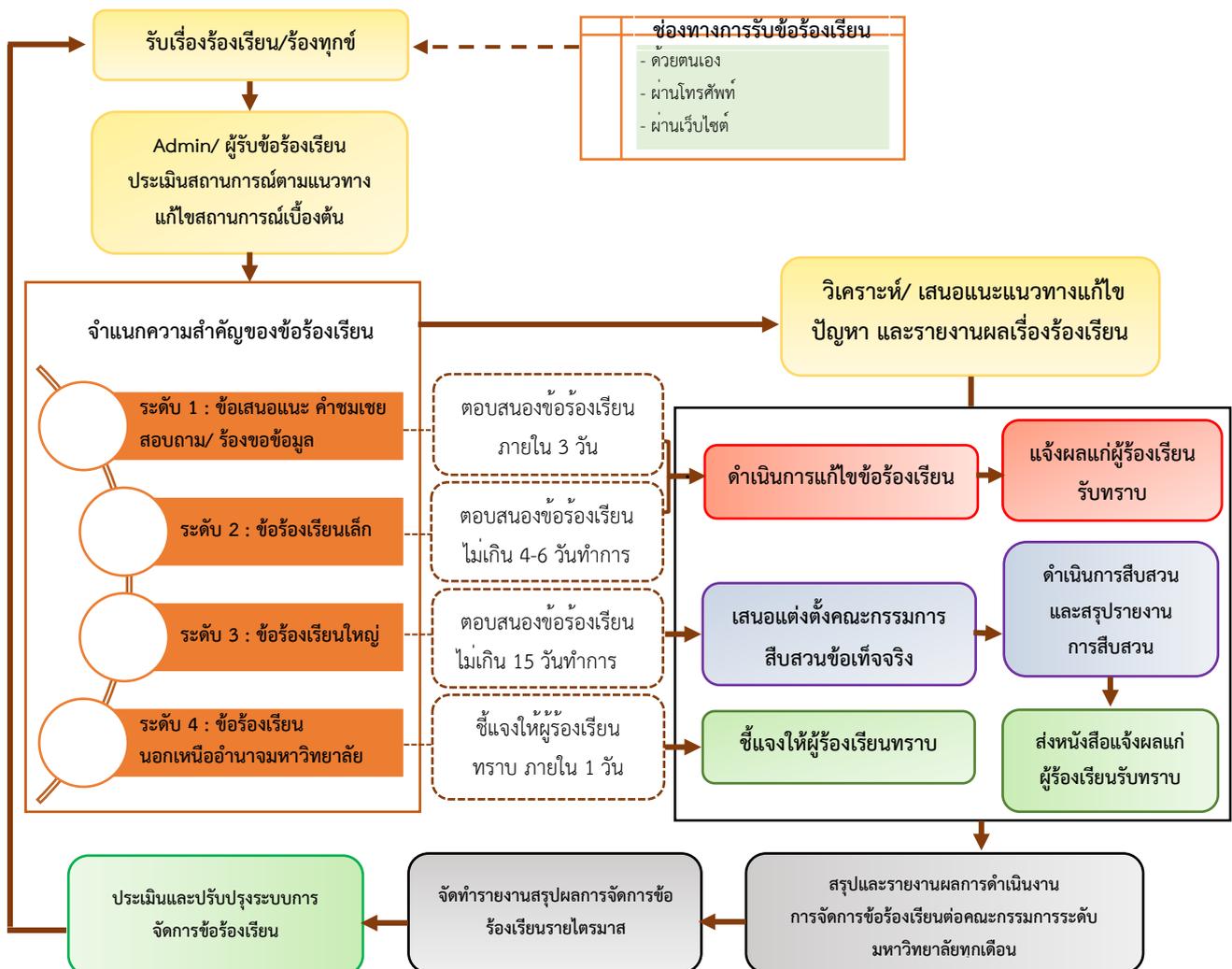
ในปีการศึกษา 2567 มีการปรับปรุงกระบวนการด้านการจัดการความสัมพันธ์ ตัวอย่างเช่น พันธกิจด้านการบริการวิชาการ มีการปรับปรุงระบบการติดตามการนำความรู้ไปใช้จริงของผู้รับบริการ โดย สวพ. มีการสร้างระบบการติดตามผลหลังการอบรมและนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาหลักสูตรและบริการ เช่น มีการประเมินทักษะในการประกอบอาชีพ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ คุณภาพชีวิตของคนในชุมชน สุขุมมวลรวมของชุมชน (GVH) และผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) โดยมีผลลัพธ์ใน 7.1ก การดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้ มรอย.มีระบบการปรับปรุงกระบวนการรายงานผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ได้รับรางวัลดีเด่นด้านการให้ข้อมูลเชิงลึกครบถ้วนสมบูรณ์ จากโครงการพัฒนาระบบบริหารงานการเงินและแนวทางการเพิ่มรายได้ "กลุ่มพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น" ของ สป.อว.

ตารางที่ 3.2ก(2) ตัวอย่างการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นของมหาวิทยาลัย

กลุ่มลูกค้า	สารสนเทศ	การสืบค้น	การบริการสนับสนุน	การประเมินผล	ผู้รับผิดชอบ
การจัดการศึกษา -นศ.ป.ตรี	-ระบบการรับสมัคร -ระบบการลงทะเบียน -ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร -ข้อมูลทุนการศึกษา	Open house, Road show สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์/ ระบบ สารสนเทศฐานข้อมูลกิจกรรม/ นิทรรศการ คู่มือนักศึกษา ระบบ บริการนักศึกษา	ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร/ แผนการเรียน/ ปฏิทินการศึกษา/ การลงทะเบียนเรียน/ ตารางเรียน/ ระบบสารสนเทศ/ ทุนการศึกษา/ กิจกรรม ชมรม ค่ายอาสา	การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	กบศ. กพน. คณะ
	-นศ.บัณฑิตศึกษา	-ชมรม/ กิจกรรมที่น่าสนใจ	ทุนการศึกษา/ ทุนค่าธรรมเนียมการ ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ/ ฐานข้อมูลวิจัย	การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	บว.
การวิจัย -ผู้ให้ทุนวิจัยภาครัฐ -ผู้ให้ทุนวิจัยภาคเอกชน	-ระบบสารสนเทศด้านการวิจัย -ระบบบริหารโครงการวิจัย -ข้อมูลนักวิจัย/ข้อมูลแหล่งทุน/ แหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัย -ข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา	สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ระบบ สารสนเทศ	ฐานข้อมูลด้านการวิจัย/ ระบบติดตาม งานวิจัย/ ระบบการให้คำปรึกษาด้าน การวิจัย/ ทรัพย์สินทางปัญญา/ การ รับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์/ ข้อมูล แหล่งทุน	การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	คณะ สำนัก/ สถาบัน
การบริการวิชาการ -ประชาชนจังหวัด พระนครศรีอยุธยา และอ่างทอง	-ข้อมูลระบบสารสนเทศด้านการ บริการวิชาการ -ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน	สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ Road show	ฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน/ ศูนย์การ เรียนรู้ชุมชน	-การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ -การประเมินผลโครงการ	คณะ สำนัก/ สถาบัน
การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม -ประชาชนทั่วไป	-แหล่งเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม -ข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม -ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น -โครงการด้านศิลปวัฒนธรรม	เว็บไซต์ของ สอศ./Social Media/ เอกสารองค์ความรู้ในระบบ ออนไลน์/ วารสารออนไลน์/ นิทรรศการออนไลน์/การจัดประชุม วิชาการ/งานวิชาการอื่น ๆ ของ เครือข่ายศิลปวัฒนธรรม	ฐานข้อมูลอยุธยาศึกษา/ นิทรรศการ/ งานแสดงศิลปวัฒนธรรม/ การตีพิมพ์ ผลงานในวารสารอยุธยาศึกษา/ที่ปรึกษา วิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม/การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/เอกสาร สื่อต่าง ๆ แนะนำด้านการท่องเที่ยว	การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ	สอศ.

3.2ก(3) การจัดการข้อร้องเรียน

คกก.จัดการข้อร้องเรียน กำหนดกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนตามภาพที่ 3.2ก(3) โดยงานนิติการเป็นหน่วยงานหลักในภาพ มรอย.ทำหน้าที่ในการ (1) รับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการรับฟังที่หลากหลาย ทั้งการร้องเรียนด้วยตนเอง ผ่านโทรศัพท์ ผ่านเว็บไซต์และอื่น ๆ และประเมินสถานการณ์เบื้องต้น และจำแนกความสำคัญ ของข้อร้องเรียน เป็น 4 ระดับตามความสำคัญและความรุนแรง หลังจากนั้นจึงดำเนินการ (2) วิเคราะห์/เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาและรายงานผลเรื่องร้องเรียนตามแนวทางการตอบสนองข้อร้องเรียนแต่ละประเภท จนเสร็จสิ้น กระบวนการ ผู้ร้องเรียนรับทราบผลการดำเนินการเรียบร้อยตามระยะเวลาที่กำหนดแตกต่างกันในแต่ละระดับ (3) ท.งานนิติการมีหน้าที่ในการจัดทำสรุปผลและรายงานผลการดำเนินงานการจัดการข้อร้องเรียนประจำเดือน และ ประจำไตรมาส เพื่อรายงานต่อผู้บริหาร มรอย.เพื่อพิจารณา และ (4) ประเมินและปรับปรุงระบบการจัดการ ข้อร้องเรียนในทุกปี โดยจากการประเมินผลการดำเนินงานในปีการศึกษา 2567 พบว่า ไม่มีข้อร้องเรียน คกก. จัดการข้อร้องเรียนจึงปรับปรุงกระบวนการ โดยการปรับเพิ่มช่องทางการรับข้อร้องเรียนให้หลากหลายขึ้น เช่น มีระบบถามตอบอัตโนมัติ เช่น Messenger Live Chat, Chatbot, Line official Account, Web board เป็นต้น รวมทั้งปรับปรุงคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนให้มีความชัดเจนมากขึ้น สำหรับให้ผู้ร้องเรียนปฏิบัติการร้องเรียนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ตรงตามขั้นตอน และเผยแพร่คู่มือบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยให้รับทราบโดยทั่วกัน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการที่หลากหลายมากขึ้น



<p>ระดับ 1 ข้อเสนอแนะ คำชมเชย สอบถาม/ร้องขอข้อมูล = ผู้ร้องเรียนไม่ได้รับความเดือดร้อน แต่ติดต่อมาเพื่อให้ข้อเสนอแนะ ให้ขอความเห็น/ ชมเชย สอบถามหรือร้องขอข้อมูลมหาวิทยาลัย</p> <p>ระดับ 2 ข้อร้องเรียนเล็ก = ผู้ร้องเรียนได้รับความเดือดร้อนแต่สามารถแก้ไขได้โดยหน่วยงานเดียว</p> <p>ระดับ 3 ข้อร้องเรียนใหญ่ = ผู้ร้องเรียนได้รับความเดือดร้อนไม่สามารถแก้ไขได้โดยหน่วยงานเดียว ต้องอาศัยอำนาจของอธิการบดี รองอธิการบดี หรือที่ประชุม กบม.</p> <p>ระดับ 4 ข้อร้องเรียนนอกเหนืออำนาจมหาวิทยาลัย = ผู้ร้องเรียนขอในสิ่งที่นอกเหนือบทบาทอำนาจหน้าที่ของมหาวิทยาลัย</p>

ภาพที่ 3.2ก(3) กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

3.2ก(4) การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม



ภาพที่ 3.2ก(4) การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม

จากผลการประเมินปีที่ผ่านมา พบว่า มรรอย.ยังไม่มีแนวทางและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการสร้างความเท่าเทียมที่มหาวิทยาลัยหรือบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่มีต่อกลุ่มผู้เรียนและลูกค้าทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม และหลีกเลี่ยงการปฏิบัติอย่างไม่เหมาะสม ในปีการศึกษา 2567 จึงมอบหมายรอง อธิการฝ่ายบริหาร รับผิดชอบในการปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม โดยมีแนวทางที่เป็นระบบและมีประสิทธิผลตามภาพที่ 3.2ก(4) ในการทำให้มั่นใจว่ากระบวนการเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้เรียนและลูกค้าได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมครบทุกกลุ่ม โดย มรรอย. ดำเนินการประกาศเจตนารมณ์ เรื่อง นโยบายไม่รับของขวัญและของกำนัลทุกชนิดจากการปฏิบัติงาน (No Gift Policy) มุ่งเน้นที่จะบริหารจัดการองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความศรัทธาและเชื่อมั่นแก่สังคมว่าจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตามแนวทางการส่งเสริมคุณธรรมโดยเต็มกำลังความสามารถ จะยึดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารงาน และประกาศมาตรการเสริมสร้างมาตรฐานทางจริยธรรม Do's & Don'ts ซึ่งมีคณะกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัยรับผิดชอบ มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ปกปิด ซึ่งตรงและเป็นธรรมกับลูกค้า ข้อมูลทุกอย่างลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ผ่านเว็บไซต์และมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดย มรรอย.ปฏิบัติต่อบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียมและปราศจากการเลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา หรือสถานะทางสังคม โดยทุกคณะ สำนัก/สถาบันดำเนินการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมผ่านรูปแบบการดำเนินการที่หลากหลายลักษณะ เพื่อสร้างสังคมที่มีความยุติธรรมและเท่าเทียมกันทั้งในระดับบุคคล องค์กรและสังคมโดยรวม ได้แก่ “การให้โอกาสเท่าเทียมกัน” คือ ผู้เรียนและลูกค้าทุกคนได้รับโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การศึกษา และการบริการต่าง ๆ อย่างเท่าเทียม “การปฏิบัติตามกฎหมาย” คือ การปฏิบัติต่อผู้เรียนและลูกค้าตามกฎหมายและมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนได้รับความยุติธรรม “การหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติ” คือ ไม่เลือกปฏิบัติหรือแยกแยะคนโดยใช้เหตุผลที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสามารถหรือคุณสมบัติของ

บุคคลนั้น เช่น เชื้อชาติ เพศ ศาสนา หรืออายุ “การเคารพความหลากหลาย” คือ การยอมรับและเคารพความแตกต่างทางด้านความคิด วัฒนธรรม และประสบการณ์ชีวิตของบุคคล “การให้ข้อมูลและความโปร่งใส” คือ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสแก่ทุกคนเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างรอบคอบและมีความเข้าใจที่ถูกต้อง “การให้การสนับสนุนและการปกป้อง” คือ ให้การสนับสนุนและปกป้องบุคคลที่ถูกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม เพื่อฟื้นฟูและรักษาความยุติธรรม โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมต่อผู้เรียนและลูกค้า ตามตารางที่ 3.2ก (4) ทั้งนี้จากผลการประเมิน ITA ด้าน EIT ตัวชี้วัดที่ e2 ในเรื่องเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานหรือการให้บริการแก่ผู้รับบริการ อย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับผ่าน (ดี) คะแนน 88.33

ตารางที่ 3.2ก(4) : ตัวอย่างการดำเนินงานการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมต่อผู้เรียนและลูกค้า

พันธกิจ	ความเสี่ยงต่อการปฏิบัติไม่เป็นธรรม	แนวทางการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม	การประเมินผล	owner
ด้านการจัดการศึกษา	-ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้ -การประเมินผลที่ไม่โปร่งใส หรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชา/การเลือกปฏิบัติหรืออคติของอาจารย์ต่อผู้เรียน -ปัญหาสภาพร่างกาย/สภาพเศรษฐกิจครอบครัว	-ให้โอกาสนักศึกษาทุกคนเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และทรัพยากรทางการศึกษาอย่างเท่าเทียม -วัดผลและประเมินผลเป็นไปตามเกณฑ์ที่ชัดเจน โปร่งใส และใช้เกณฑ์เดียวกัน -เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่มีข้อจำกัดพิเศษ เช่น พิการหรือมีปัญหาทางเศรษฐกิจ เข้าถึงการปรับวิธีการเรียนหรือสอบ	ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	คณะ
ด้านการวิจัย	ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงแหล่งทุน และการพัฒนาทักษะการวิจัย	-กระบวนการจัดสรรทุนวิจัยหรือทรัพยากรด้านการวิจัยให้กับคณาจารย์และนักศึกษา โดยเน้นความเป็นธรรมและความโปร่งใส -สนับสนุนให้นักวิจัยทุกคนมีโอกาสเข้าร่วมการประชุมวิชาการหรือเผยแพร่ผลงาน	ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	สวพ.
ด้านการบริการวิชาการ	-การให้บริการที่ไม่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือชุมชน -การละเลยความแตกต่างทางวัฒนธรรม/ภาษา/เศรษฐกิจของผู้เรียน/ลูกค้า	-สำรวจความต้องการและบริบทของกลุ่มเป้าหมายก่อนจัดกิจกรรม -คัดเลือกพื้นที่หรือกลุ่มเป้าหมายในการบริการวิชาการเป็นไปโดยยึดหลักความจำเป็น ความเหมาะสม และไม่เลือกปฏิบัติ -ออกแบบกิจกรรมให้ยืดหยุ่น รองรับผู้เข้าร่วมได้หลากหลายกลุ่ม	ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	สวพ./คณะ
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	-การเลือกนำเสนอวัฒนธรรมบางกลุ่มโดยมองข้ามวัฒนธรรมกลุ่มอื่น -การบังคับให้ผู้รับบริการเข้าร่วมกิจกรรมที่ขัดกับความเชื่อส่วนตัว	-ส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มเข้าร่วมโดยไม่แบ่งแยกชาติพันธุ์ ศาสนา หรือวัฒนธรรม -ให้ความเคารพและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม -สนับสนุนให้มีการแสดงออกทางวัฒนธรรมอย่างเสรี และเหมาะสม	ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	สอศ.

3.2ข การค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น

จากผลการประเมินปีที่ผ่านมา พบว่า ไม่ชัดเจนถึงวิธีการในการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ำ ดังนั้น มรอย. จึงมอบหมาย VOC เป็นผู้รับผิดชอบประเมินและปรับปรุงกระบวนการโดยในปีที่ผ่านมา พบว่า แบบประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ยังไม่เหมาะสมในการวัดและประเมิน โดยทุกหน่วยงานเกิดปัญหาในการคิดวิเคราะห์ผล นอกจากนี้แล้วยังพบว่า การเก็บรวบรวมข้อมูลยังไม่ครบทุกกลุ่มเป้าหมายของผู้รับบริการตามตาราง OP ที่ระบุไว้ จึงมีการปรับปรุงแบบประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจใหม่ ให้สามารถวัดและวิเคราะห์ผลได้ตรงตามความต้องการของแต่ละพันธกิจ เพื่อให้ทุกหน่วยงานตามพันธกิจนำไปปรับใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศตามผลิตภัณฑ์และบริการที่รับผิดชอบ รวมทั้งทบทวนหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน โดยกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบเพิ่มเติมในการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้ำให้ครบถ้วนทุกกลุ่ม โดยในปีการศึกษา 2567 มรอย. มีการรับฟังเสียงด้านความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ำชัดเจนและครอบคลุมทุกกลุ่มที่ได้จากการจำแนกตามผลิตภัณฑ์และบริการและเพิ่มกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แก่ ผู้ปกครอง ผู้ใช้บัณฑิต และศิษย์เก่า ซึ่งมาจากการปรับปรุงแก้ไข ดังนี้ **ด้านการจัดการศึกษา** โดย กบศ. ร่วมกับคณะ และ บว. ใช้กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้ำด้านความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพัน จากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ การประชุม website, Facebook, Line โทรศัพท์ **ด้านการวิจัย** โดย สวพ.ร่วมกับคณะ ใช้กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้ำด้านความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ การประชุม อบรม สัมมนา website, Facebook, Line โทรศัพท์ **ด้านการบริการวิชาการ** โดย สวพ.ร่วมกับคณะ และงานบริการวิชาการและหารายได้ ใช้กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้ำด้านความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ชุมชน/ท้องถิ่น ใช้แบบสอบถามจากการลงพื้นที่/แบบประเมินหลังจบกิจกรรม/ การลงพื้นที่พูดคุย โดยประเมินหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ/ เอกชน/ คู่ความร่วมมือแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยแบบสอบถาม/ ประเมินความร่วมมือทางวิชาการ โดยประเมินปีละครั้ง **ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม** โดย สอศ. ใช้กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้ำด้านความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันจากแบบสอบถาม การสนทนา/ สัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรม ณ จุดบริการ และ Focus group และความผูกพันใช้การโทรศัพท์/ Line Group/ Social Media การประเมินโครงการ/ กิจกรรม การสำรวจการใช้บริการซ้ำ และการมีส่วนร่วมทางด้านศิลปวัฒนธรรม **ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** โดย กพน. ร่วมกับคณะ และ บว. ใช้กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้ำด้านความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ด้วยแบบประเมินและสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ปกครองในวันประชุมผู้ปกครองนักศึกษา กยศ. ในช่วงเปิดภาคเรียน การสำรวจข้อมูลจากศิษย์เก่าด้วยแบบประเมินผ่าน google form ในช่วงการฝึกซ้อมรับพระราชทานปริญญาบัตร และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บัณฑิตด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยทุกคณะเป็นผู้รับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการประเมินของคณะกรรมการกำกับติดตามตรวจสอบและประเมินของมหาวิทยาลัย และคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร ตามตารางที่ 3.2ข

ผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจในแต่ละพันธกิจ ผู้รับผิดชอบในแต่ละพันธกิจนำข้อมูลไปวิเคราะห์ และจัดทำรายงานเสนอผู้บริหาร/คณะกรรมการประจำของแต่ละหน่วยงาน เพื่อพิจารณาและนำไปใช้เพื่อการปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานในครั้งถัดไป

ตารางที่ 3.2ข การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า

กลุ่มลูกค้า/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความพึงพอใจ				ความไม่พึงพอใจ				ความผูกพัน			
	วิธีประเมิน	ช่วงการประเมิน	owner	ผลลัพธ์	วิธีประเมิน	ช่วงการประเมิน	owner	ผลลัพธ์	วิธีประเมิน	ช่วงการประเมิน	owner	ผลลัพธ์
ด้านการจัดการศึกษา												
-นศ.ป.ตรี	1,2,3	Y	กบศ./คณะ	7.2ก(1)-1,5,9	1,2,3	Y	กบศ./คณะ	7.2ก(1)-2,6,10	1,2,3	Y	กบศ./คณะ	7.2ก(2)-1
-นศ.บัณฑิตศึกษา	1,2,3	Y	บว.	7.2ก(1)-3,7,11	1,2,3	Y	บว.	7.2ก(1)-4,8,12	1,2,3	Y	บว.	7.2ก(2)-2
ด้านการวิจัย												
-ผู้ให้ทุนวิจัยภาครัฐ	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)-13	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)-14	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(2)-3 ถึง
-ผู้ให้ทุนวิจัยภาคเอกชน	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)-15	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)-16	1	Y, N	สวพ.	7.2ก(2)-5
ด้านการบริการวิชาการ												
-ผู้รับบริการวิชาการแบบให้เปล่า	1,2,3	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)-17, 21,23,25	1,2,3	Y, N	สวพ.	7.2ก(1)-17 ,22,24,26	1,2,3	Y, N	สวพ.	7.2ก(2)-6,7,8,9
-ผู้รับบริการวิชาการแบบหารายได้	1,2,3	Y, N	หารายได้	7.2ก(1)-19	1,2,3	Y, N	หารายได้	7.2ก(1)-20	1,2,3	Y, N	หารายได้	7.2ก(2)-10,11
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม												
-ผู้รับบริการภายนอก	1,2,3	N, D, M	สอศ.	7.2ก(1)-27,29,31	1,2,3	N, D, M	สอศ.	7.2ก(1)-28,30,32	1,2,3	Y, N	สอศ.	7.2ก(2)-12,13,14,15
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย												
-ผู้ปกครอง	1,2,3	Y, N	กพน.	7.2ก(1)-41	1,2,3	Y, N	กพน.	7.2ก(1)-42	1,2,3	Y, N	กพน.	-
-ผู้ใช้บัณฑิต	1,2,3	Y, N	หลักสูตร		1,2,3	Y, N	หลักสูตร	-	-	-	-	-
-ศิษย์เก่า	1,2,3	Y, N	กพน./บว.	7.2ก(1)-43	1,2,3	Y, N	กพน./บว.	7.2ก(1)-44	1,2,3	N	กพน./บว.	7.2ก(2)-16,17,18,19
วิธีประเมิน	1 = การรับฟัง, 2 = การปฏิสัมพันธ์, 3 = การสังเกต			ช่วงการประเมิน	Y = รายปี, T = รายภาคเรียน, M = รายเดือน, W = รายสัปดาห์, D = รายวัน, A = ตลอดเวลา, N = ตามโอกาส							