**หมวด 3 ลูกค้า**

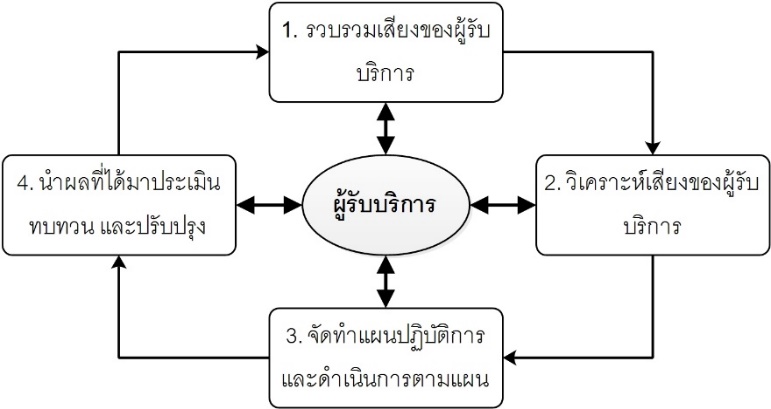
**3.1 เสียงของลูกค้า**

**3.1.ก การรับฟังผู้รับบริการ และลูกค้ากลุ่มอื่น**

**3.1.ก(1) ผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน**

สำนักฯ มีกระบวนการรับฟังเสียงของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น ดังแผนภาพ 3.1-1 โดยกำหนดความรับผิดชอบภายใต้การกำกับดูแลของผู้นำระดับสูง ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนัก รองผู้อำนวยการสำนัก เลขานุการสำนัก หัวหน้าฝ่ายและหัวหน้างาน กระบวนการรับฟังเสียงของผู้รับบริการมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1 การรับฟังเสียงของผู้รับบริการ และสืบค้นข้อมูลตามพันธกิจหลักผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตามช่วงเวลาที่เหมาะสมของแต่ละพันธกิจ 2 การวิเคราะห์เสียงของผู้รับบริการเพื่อให้ได้สารสนเทศนำไปสร้าง/ปรับปรุงบริการและกระบวนการต่างๆ 3 จัดทำแผนปฏิบัติการและดำเนินการตามแผน 4 นำผลที่ได้มาประเมิน ทบทวนประสิทธิภาพของกระบวนการ และปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยข้อมูลจากเสียงของผู้รับบริการถูกป้อนเข้าในการพิจารณา ทบทวนและปรับปรุง เพื่อใช้ในการกำหนดและปรับปรุงบริการ และยังมีกระบวนการรับฟังเสียงของผู้รับบริการสู่การใช้ประโยชน์ ดังตาราง 3.1-1 และมีตัวอย่างการใช้ประโยชน์จากเสียงของผู้รับบริการ ดังตาราง 3.1-2

**แผนภาพ 3.1-1 กระบวนการรับฟังเสียงของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**



**ตาราง 3.1-1 กระบวนการรับฟังเสียงของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์**

| **พันธกิจ** | **กระบวนการ/ช่องทางรับฟังเสียงของผู้รับบริการ** | **ความถี่** | **การนำไปใช้ประโยชน์** |
| --- | --- | --- | --- |
| บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม | - แบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการเข้ารับบริการวิชาการ | หลัง  กิจกรรม | - ปรับปรุงกระบวนการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม อาทิ การจัดประชุมวิชาการ อบรม สัมมนา จัดบรรยายต่างๆ  - ปรับปรุงกระบวนการให้บริการพิพิธภัณฑ์ฯ อาทิ การเยี่ยมชม การศึกษาดูงาน และการเช่าสถานที่ ฯลฯ  - สร้างบริการใหม่ |
| - แบบประเมินความพึงพอใจผู้รับบริการพิพิธภัณฑ์ฯ | หลัง  เยี่ยมชม |
| - สื่อสังคมออนไลน์ | ทุกวัน |
| - การพบปะ พูดคุยสนทนา | ทุกวัน |
| - การสังเกตจากลูกค้า | ทุกวัน |
| ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา | - แบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม | หลัง  กิจกรรม | - ปรับปรุงกระบวนการบริการด้านส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม  - สร้างบริการใหม่ |
| - สื่อสังคมออนไลน์ | ทุกวัน |
| - การพบปะ พูดคุยสนทนา | ทุกวัน |
| - การสังเกตจากลูกค้า | ทุกวัน |

**ตาราง 3.1-2 ตัวอย่างบริการใหม่ที่เกิดจากการใช้เสียงของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

| **พันธกิจ** | **เสียงของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น (VOC)** | **ตัวอย่างบริการ / การปรับปรุงกระบวนการ /กระบวนการใหม่** |
| --- | --- | --- |
| ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา | - จากแบบสอบถามผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมและทำนุบำรุงประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ผู้รับบริการต้องการให้สำนักฯ จัดกิจกรรมฝึกอบรม/เสวนาเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารล้านนา และกิจกรรมส่งเสริมประเพณีสำคัญต่างๆ ของล้านนา เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ | - ปีงบ 2562 สำนักฯ ได้จัดโครงการจัดงานเสวนา "รู้ลิ้ม ชมรส" อาหารแอฟริกันอเมริกันและล้านนา โดยร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกา ประจำประเทศไทย พิพิธภัณฑ์ผ้าสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ฯ และกลสุลสหรัฐอเมริกา เชียงใหม่ และ  - โครงการ Water Festival 2019 : เทศกาลวิถีน้ำ วิถีไทย ร่วมกับ ททท. เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่ประเพณีปีใหม่เมืองให้แก่นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามาเยี่ยมชม |
| บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม | - จากแบบสอบถามผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ฯ พบว่าผู้รับบริการต้องการให้สำนักฯ จัดหา/รวบรวมเรือนโบราณล้านนารูปทรงต่างๆ มาทำการอนุรักษ์ไว้ที่พิพิธภัณฑ์ฯ ให้มากขึ้น เพื่อจะได้เรียนรู้/รู้จัก และได้เห็นเรือนโบราณล้านนาที่มีรูปแบบหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป และวัดสวนดอกได้แจ้งความประสงค์ในการบริจาคเรือนฝาไหล (แม่นายคำเที่ยง) ให้แก่ มช. เพื่อการอนุรักษ์และสร้างประโยชน์ทางการศึกษา มหาวิทยาลัยจึงมอบหมายให้สำนักฯ ดำเนินการในเรื่องดังกล่าว โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยและมูลนิธิจุมภฏ-พันธุ์ทิพย์ | - ปีงบ 2562 สำนักฯ ได้ดำเนินงานโครงการอนุรักษ์เรือนโบราณล้านนา “เรือนฝาไหล” (เรือนแม่นายคำเที่ยง) โดยรื้อถอนเรือนฝาไหลจากวัดสวนดอก มาปลูกสร้างใหม่ที่พิพิธภัณฑ์ฯ เพื่อสร้างประโยชน์ทางการศึกษาทางด้านศิลปวัฒนธรรม |
| - จากแบบสอบถามผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ฯ ต้องการให้สำนักฯ พัฒนาเกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการถาวรและนิทรรศการหมุนเวียน เพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าใจถึงประวัติความเป็นมา องค์ประกอบและประโยชน์ใช้สอยในพื้นที่ต่างๆ ของเรือนแต่ละหลังมากยิ่งขึ้น | - ปีงบ 2562 สำนักฯ ได้ดำเนินโครงการพัฒนาเรือนล้านนาทรงอาณานิคม (คิวริเปอล์) เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนายุคโคโลเนียลผ่านสื่อนวัตกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 นิทรรศการ ได้แก่ 1) วัฒนธรรมเครื่องแต่งกายชาวเชียงใหม่ 2) อาหารชาวเชียงใหม่ 3) นายห้างป่าไม้ 4) บ้านหลิ่งห้าของป๋าคิว 5) สถาปัตยกรรมยุคอาณานิคม |
| บริหารจัดการที่มุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | - จากแบบสอบถามผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ฯ ต้องการให้สำนักฯ พัฒนาเกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการถาวรและนิทรรศการหมุนเวียน เพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าใจถึงประวัติความเป็นมา องค์ประกอบและประโยชน์ใช้สอยในพื้นที่ต่างๆ ของเรือนแต่ละหลังมากยิ่งขึ้น | - ระบบรับฟังเสียงของลูกค้า (VOC System) https://voc.cmu.ac.th/VOC2.aspx?OID=31  - ระบบฐานข้อมูลลูกค้า |
| - งานบริการและประกันคุณภาพ ต้องการระบบรายงานตัวชี้วัดแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ เพื่อให้ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด (Data owner) สามารถบันทึกข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว และทันเวลา และเพื่อให้ผู้บริหารสามารถดูผลตัวชี้วัดได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง | - ระบบรายงานตัวชี้วัดแผนยุทธศาสตร์สำนักฯ |
| - งานบริหารทั่วไป ต้องการระบบประเมิน 360 องศาแบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริหารและบุคลากรของสำนักฯ สามารถตอบแบบประเมินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องมากยิ่งขึ้น | - แบบประเมิน 360 องศาแบบออนไลน์ |
| - งานบริหารทั่วไป ต้องการะบบบันทึกข้อมูลการอบรมและการให้บริการวิชาการของสำนักฯ เพื่อให้ผู้รับผิดชอบสามารถบันทึกข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และสามารถรายงานผล/วิเคราะห์ผล | - ระบบบันทึกข้อมูลการอบรมและการให้บริการวิชาการของบุคลากรสำนักฯ |

สำนักฯ ประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าตามวงรอบการประเมินระบบทุกปี โดยผู้รับผิดชอบพันธกิจหลัก เพื่อนำไปสู่การปรับกระบวนการ เช่น การกำหนดผู้รับผิดชอบ ช่วงเวลา รูปแบบ ช่องทาง และกลุ่มลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้ ผลจากการประเมินได้นำไปสู่การสร้างช่องทางเพิ่มขึ้น ได้แก่ ช่องทางสื่อออนไลน์ เป็นต้น การเจาะลึกประเด็นต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์สำหรับแต่ละพันธกิจ อันนำไปสู่การปรับแบบประเมิน หรือกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบมากขึ้น

**3.1.ก(2) ผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี**

สำนักฯ มีวิธีรับฟังผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี ได้แก่ ผู้รับบริการในปัจจุบันและอนาคต ตามช่องทาง ดังตาราง 3.1-3 เพื่อให้ได้สารสนเทศและข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับการบริการ และการสนับสนุนผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่นผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมตามพันธกิจ โดยมีผู้นำระดับสูงเป็นผู้รับผิดชอบ สำนักฯ มีวิธีรับฟังกลุ่มผู้รับบริการในปัจจุบัน ด้านบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม ลูกค้าปัจจุบันมี 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้รับบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม และผู้รับบริการจากพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้นนา โดยใช้วิธีการรับฟังเสียงของผู้รับบริการผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ แบบประเมิน หนังสือ/จดหมาย โทรศัพท์/การสนทนา อีเมล์ Facebook ไลน์ และระบบ VOC ด้านทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา มีรูปแบบในการหาข้อมูลจากผู้รับบริการในช่วงที่มีการจัดกิจกรรม ทั้งการใช้แบบสอบถาม การสนทนา และการสังเกตพฤติกรรม และได้วิเคราะห์ทบทวนและนำข้อมูลไปป้อนกลับเพื่อปรับปรุงกระบวนการ ช่องทางเหล่านี้ถูกวิเคราะห์ทบทวนโดยผู้รับผิดชอบ ดังตาราง 4.1-3

**การรับฟังลูกค้าในอนาคต** ด้านทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา ลูกค้าในอนาคตคือ กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนสำคัญ อาทิ อบต.สุเทพ ซึ่งเป็นชุมชนใกล้เคียง มช. โดยรับฟังผ่านการติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์กับทาง อบต.สุเทพ ว่าต้องการให้สำนักฯ จัดกิจกรรมใดให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุ

**ตาราง 3.1-3 ช่องทางการรับฟังเสียงของผู้รับบริการในปัจจุบันและอนาคต**

| **วิธีการ** | **ความถี่** | | | | **ข้อมูลป้อนกลับที่ต้องการ**  **และการนำไปใช้ประโยชน์** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **บริการวิชาการแก่**  **ชุมชนและสังคม** | | **ทำนุบำรุงและส่งเสริม**  **ศาสนา ประเพณี**  **และศิลปวัฒนธรรม** | |
| **ลูกค้า**  **ปัจจุบัน** | **ลูกค้า**  **ในอนาคต** | **ลูกค้า**  **ปัจจุบัน** | **ลูกค้า**  **ในอนาคต** |
| ระบบรับฟังเสียงผู้รับบริการ (VOC System) | ตลอดเวลา |  | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา | - ความต้องการ/ความคาดหวัง  - บริการที่ต้องการ  - ข้อร้องเรียน  - ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ |
| สื่อออนไลน์: Facebook, Line, YouTube | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา |
| แบบสอบถาม/ประเมิน ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความคาดหวัง | หลังกิจกรรม |  | หลังกิจกรรม |  |
| โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล์ | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา |
| หนังสือ/บันทึกข้อความ | ทุกวัน | ทุกวัน | ทุกวัน | ทุกวัน |
| การพูดคุยสนทนา |  |  | ตลอดเวลา | ตลอดเวลา |

**3.1.ข การประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

**3.1.ข(1) ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน**

สำนักฯ มีระบบการประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น โดยมีรายละเอียดของวิธีการในการรวบรวมข้อมูลและช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป ดังตาราง 3.1-2 และมีการดำเนินการ ดังตาราง 3.1-4

**ตาราง 3.1-4 การดำเนินการด้านการประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

|  |
| --- |
| **ด้านบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม** |
| 1) สำนักฯ ใช้แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการวิชาการ ทั้งการเข้าร่วมประชุมวิชาการ การฝึกอบรม การสัมมนา/เสวนาทางการวิชาการ เพื่อให้ทราบความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของผู้เข้ารับบริการ และนำข้อมูลป้อนกลับดังกล่าวมานำเสนอผู้บริหาร/ คกก.บริหารสำนักฯ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ และหาแนวทางทบทวน/ปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการมากขึ้น ด้านความผูกพัน สำนักฯ วัดจากการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการวิชาการ |
| 2) สำนักฯ เก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ ผ่านแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์จากข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนผ่านแบบสอบถามและกล่องแสดงความคิดเห็น และมีการสรุปรวบรวมข้อมูลเป็นประจำทุกปี และรวบรวมข้อมูลเสนอผู้บริหารวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไข ส่งข้อมูลถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตอบกลับข้อมูลไปยังผู้เสนอแนะ/ผู้ร้องเรียน สำหรับการประเมินความผูกพันของผู้รับบริการพิพิธภัณฑ์ฯ สำนักฯ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาดูงานพิพิธภัณฑ์ฯซ้ำของสถาบันการศึกษาต่างๆ |
| **ด้านทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา** |
| สำนักฯ ใช้แบบประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการด้านการทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และนำข้อมูลป้อนกลับมานำเสนอผู้บริหาร/คกก.ดำเนินงาน/คกก.บริหารสำนักฯ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจในการรับบริการ และหาแนวทางทบทวน/ปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น และสร้างความพึงพอใจ/ลดความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านความผูกพัน สำนักฯ วัดประเมินจากการการเข้ารับบริการซ้ำ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้าที่ลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ หน่วยงาน/ผู้รับชอบจะรายงานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับความผูกพันของลูกค้าให้ผู้บริหารทราบตามระยะเวลาที่กำหนด |

**3.1.ข(2) ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับคู่แข่ง**

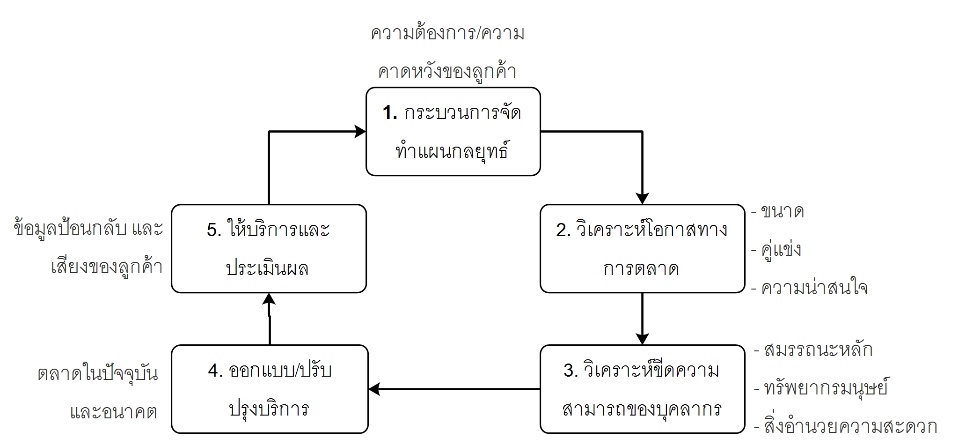
สำนักฯ ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีการเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่เทียบตามพันธกิจ ด้านบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม โดยเลือกคู่เทียบคือ Minkaen **Open Air Folk Museum เมืองโตเกียวในประเทศญี่ปุ่น โดยมีจุดมุ่งหมายการปรับปรุงเพื่อให้สามารถเทียบเคียงกันได้ และนำจุดเด่นของคู่เทียบมาปรับแก้จุดอ่อนขององค์กร อันนำไปสู่การพัฒนาบริการให้ดีขึ้นในทุกด้าน เช่น การนำข้อมูลคู่เทียบมาประเมินด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้บริหารมุ่งเน้นให้พันธกิจด้านการส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และการบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวมเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เช่น การพัฒนาระบบไฟฟ้าเรือนอาณานิคม (คิวริเปอล์) การปรับปรุงนิทรรศการที่จัดแสดงบนเรือนโบราณ การพัฒนาภูมิทัศน์โดยรอบพิพิธภัณฑ์ฯ และการรื้อถอนและปลูกสร้างเรือนฝาไหล (แม่นายคำเที่ยง) จากวัดสวนดอกมาอนุรักษ์ไว้ในพิพิธภัณฑ์ฯ และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ของสำนักฯ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของสำนักฯ ให้มากยิ่งขึ้น**

**3.2 ความผูกพันของลูกค้า**

**3.2.ก หลักสูตรและบริการ รวมทั้งการสนับสนุนผู้รับบริการและกลุ่มลูกค้าอื่น**

**3.2.ก(1) หลักสูตรและบริการ**

สำนักฯ มีกระบวนการในการกำหนดบริการ ดังแผนภาพ 3.2-1 ซึ่งรวบรวมโดยหน่วยงาน/บุคลากรที่รับผิดชอบตามพันธกิจ ได้แก่ 1) การให้บริการโดยผ่านพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่สร้างภาพลักษณ์ด้านการอนุรักษ์เรือนโบราณล้านนา ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิตด้านศิลปวัฒธรรม วิถีชีวิตล้านนา เพื่อสร้างการรับรู้ของสังคม (Visibility) และ 2) การบริการวิชาการด้านการรวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูล การให้คำปรึกษาเชิงค้นคว้า ฐานข้อมูลบริการความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมการบริการด้านการส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนาและศิลปวัฒนธรรม โดยเริ่มจากขั้นตอน 1 นำสารสนเทศด้านความต้องการ/ความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังตาราง OP 1-7 เป็นข้อมูลนำเข้าในการกำหนดแผนกลยุทธ์ รวมถึงความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจที่ได้จากผู้รับบริการตามพันธกิจ ผ่านกระบวนการดังแผนภาพ 3.1-2 ร่วมกับข้อกำหนดต่างๆ ดังตาราง OP1-6 ทั้งผู้รับบริการในปัจจุบันและอนาคต เช่น ด้านบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคมเพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม ได้นำข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการจากพิพิธภัณฑ์ฯ ซึ่งได้จากแบบสอบถามและช่องทางอื่นๆ นำมาปรับปรุงบริการของพิพิธภัณฑ์ฯ ให้มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต้องการ/ความคาดหวังของผู้รับบริการให้ดียิ่งขึ้น 2 วิเคราะห์ถึงโอกาสทางการตลาด จากการวิเคราะห์ตลาด (ขนาด/คู่แข่ง/ความน่าสนใจ) ของบริการต่างๆ รวมถึงข้อมูลจากการคู่เทียบ นำมาวิเคราะห์จนได้ความต้องการของผู้รับบริการ 3 จากนั้น คกก.บริหารสำนักฯ กำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ ดังตาราง OP2-3 วิสัยทัศน์ พันธกิจและสมรรถนะหลัก ดังตาราง OP1-2 และการวิเคราะห์ถึงอัตรากำลังและทรัพยากรต่างๆ มีการเตรียมทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินการเพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการและข้อกำหนดของผู้รับบริการ 4 ออกแบบ/ปรับปรุงบริการ โดยใช้กระบวนการดังแผนภาพ 6.1-1 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้ สำนักฯ ยังมุ่งมั่นในการนำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการปรับปรุงการบริการที่มีอยู่เดิมเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมไปถึงการพัฒนาระบบสนับสนุนผู้รับบริการ (ตาราง 3.2-1) และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ 5 เริ่มเปิดให้บริการ พร้อมทั้งมีกระบวนการติดตามรับฟังเสียงของผู้รับบริการตามรอบระยะเวลาตามกระบวนการ ดังแผนภาพ 3.1-1 เพื่อให้ได้สารสนเทศที่สะท้อนกลับผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ แล้วนำไปปรับปรุงพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น ผลจากการนำสารสนเทศที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์ใหม่ในอนาคต เพื่อพัฒนาบริการให้มีประสิทธิภาพเหนือความคาดหวังของผู้รับบริการทุกกลุ่ม ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงบริการของพิพิธภัณฑ์ฯ โดยปรับปรุงเรือนอาณานิคม (คิวริเปอล์) ให้มีความสมบูรณ์ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการจากพิพิธภัณฑ์ฯ ผลจากการนำสารสนเทศที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์ในอนาคต เพื่อพัฒนาบริการให้มีประสิทธิภาพเหนือความคาดหวังของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อมูลปัจจัยนำเข้า (ตาราง 2.1-2) หลังการทบทวนบริการเดิมก่อนปรับปรุง พบว่าบริการของพิพิธภัณฑ์ฯ ในปัจจุบันยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทั้งหมด อาทิ ด้านพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา ผู้รับบริการต้องการให้มีการจัดแสดงเรือนรูปทรงอื่นๆ เพิ่มเติม ต้องการให้มีการจัดแสดงนิทรรศการบนเรือนโบราณ เพื่อให้สามารถเรียนรู้ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และรูปแบบสถาปัตยกรรมของเรือนแต่ละหลังได้ดียิ่งขึ้น และต้องการให้มีปรับปรุงภูมิทัศน์ในพื้นที่พิพิธภัณฑ์ฯ ให้มีความสวยงาม ดังนั้น สำนักฯ จึงได้มีการปรับปรุงพัฒนาพิพิธภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสมรรถนะหลักขององค์กร (CC1) โดยได้ดำเนินโครงการระหว่างปีงบ 2562 จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการอนุรักษ์เรือนโบราณล้านนา “เรือนฝาไหล” (เรือนแม่นายคำเที่ยง) โครงการพัฒนาเรือนล้านนาทรงอาณานิคม (คิวริเปอล์)เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนายุคโคโลเนียลผ่านสื่อนวัตกรรมสร้างสรรค์ และโครงการฟื้นฟูและปรับสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ล้านนาสร้างสรรค์ "สวนข้างเฮือนล้านนา" โดยขอรับงบประมาณสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย (ยุทธศาสตร์ล้านนาสร้างสรรค์) และขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากมูลนิธิจุมภฏ-พันธุ์ทิพย์ ด้านประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ผู้รับบริการต้องการให้สำนักฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมประเพณีล้านนา ดังนั้น ปีงบ 2562 สำนักฯ จึงได้ร่วมมือกับ ททท. เพื่อจัดเทศกาลวิถีน้ำ วิถีไทย 2019 ในช่วงประเพณีปีใหม่เมืองของล้านนา ด้านบริการวิชาการ สำนักฯ ได้ร่วมกับคณะสังคมศาสตร์ มช. จัดโครงการเสวนาวิชาการ "เจ้าแผ่นดินนอนแร : งานศพเจ้าไท เจ้าแผ่นดินองค์สุดท้ายของสิบสองปันนา" เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในด้านความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมของชาวล้านนา ซึ่งความต้องการของผู้รับบริการทุกกลุ่มสำรวจจากแบบสอบถามและช่องทางการรับฟังเสียงอื่นๆ



**แผนภาพ 3.2-1 กระบวนการกำหนดบริการที่สอดคล้องกับเสียงของผู้รับบริการ**

**ตาราง 3.2-1 ระบบสนับสนุนผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

| **พันธกิจ** | **บริการ** | **ผู้รับบริการ (ตาม OP)** | **ช่องทางการสื่อสาร** | **การสนับสนุน** | **ผู้รับผิดชอบ/การถ่ายทอด** | **ผลลัพธ์**  **ตัวชี้วัด** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. การให้บริการโดยผ่านพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่สร้างภาพลักษณ์ด้านการอนุรักษ์เรือนโบราณล้านนา ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิตด้านศิลปวัฒธรรม วิถีชีวิตล้านนา เพื่อสร้างการรับรู้ของสังคม (Visibility) | พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา | - นักท่องเที่ยว  - นักเรียน นักศึกษา  - สถาบันการศึกษา  - หน่วยงานและองค์กร  - ประชาชนทั่วไป | สื่อออนไลน์ (Website, Email, Facebook Line) และสื่อออฟไลน์ (หนังสือโปสเตอร์  ป้าย วิดีโอ แผ่นพับ หนังสือ/คู่มือ) | - จุดบริการข้อมูล  - เว็บไซต์ | - คกก.ดำเนินงานพิพิธภัณฑ์ฯ  - ฝ่ายส่งเสริมฯ  - งานบริการฯ |  |
| รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลด้านการให้คำปรึกษาเชิงค้นคว้า ฐานข้อมูลบริการความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม | - อาจารย์ นักวิชาการ  - สถาบันการศึกษา  - หน่วยงานและองค์กร  - ประชาชนทั่วไป | สื่อออนไลน์ (Website, Email, Facebook Line) และสื่อออฟไลน์ (หนังสือโปสเตอร์  ป้าย) | - ฐานข้อมูล  - เผยแพร่หนังสือศิลปวัฒนธรรม | - ฝ่ายส่งเสริมฯ |  |
| 2. การบริการวิชาการด้านการรวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูล การให้คำปรึกษาเชิงค้นคว้า ฐานข้อมูลบริการความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม และการบริการด้านการส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนาและศิลปวัฒนธรรม | ทำนุบำรุงศาสนา | - นักศึกษาและบุคลากร มช.  - พุทธศาสนิกชนทั่วไป | สื่อออนไลน์ (Website, Email, Facebook, Line) และสื่อออฟไลน์ (หนังสือโปสเตอร์  ป้าย) |  | - คกก.ดำเนินงานส่งเสริมศาสนา มช.  - ฝ่ายส่งเสริมฯ  - สำนักงานสำนัก |  |
| ส่งเสริมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม | - สถาบันการศึกษา  - องค์กรและหน่วยงาน  - ประชาชนทั่วไป | สื่อออนไลน์ (Website, Email, Facebook Line) และสื่อออฟไลน์ (หนังสือโปสเตอร์  ป้าย) | - การเป็นวิทยากร กรรมการ ที่ปรึกษา คณะทำงานให้แก่ | - คกก.ส่งเสริมประเพณี  - ฝ่ายส่งเสริมฯ  - สำนักงานสำนัก |  |

**3.2.ก(2) การสนับสนุนผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

สำนักฯ มีระบบสนับสนุนผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น โดยพัฒนาช่องทางในการสืบค้นสารสนเทศด้านการสนับสนุนผู้รับบริการ ซึ่งมีความหลากหลายและเหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ผู้รับบริการทุกกลุ่มสามารถสืบคืนได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว ได้รับสารสนเทศที่ครบถ้วนตรงกับความต้องการ และสามารถติดต่อขอรับการสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตาราง 3.2-1 ช่องทางเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้นและพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ความต้องการ/ความคาดหวัง ความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ เสียง/ข้อร้องเรียนของลูกค้า ช่องทางเหล่านี้มีการกำกับติดตามอย่างสม่ำเสมอโดยผู้บริหาร/ผู้รับผิดชอบเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด สำนักฯ มีการสื่อสารไปยังผู้รับบริการผ่านกระบวนการสื่อสารให้ทราบถึงช่องทางเหล่านี้ และเชิญชวนให้มารับการสนับสนุน โดยมีรายละเอียดการสนับสนุน ดังตาราง 3.2-2

**ตาราง 3.2-2 ตัวอย่างสิ่งสนับสนุนผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

|  |  |
| --- | --- |
| **ลูกค้า** | **การสนับสนุนลูกค้า** |
| ผู้รับบริการวิชาการ | สำนักฯ มีระบบสนับสนุนผู้รับบริการวิชาการ ได้แก่ ฐานข้อมูลล้านนาคดีศึกษา ฐานข้อมูลคัมภีร์โบราณล้านนา ฐานข้อมูลสาระน่ารู้ล้านนา ฐานข้อมูลวารสารร่มพะยอม และการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านล้านนาผ่าน Facebook YouTube นอกจากนี้ ยังมีการจัดพิมพ์และเผยแพร่หนังสือและวารสารศิลปวัฒนธรรมให้แก่ผู้รับบริการวิชาการ ทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก |
| ผู้รับบริการพิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา | สำนักฯ มีระบบสนับสนุนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ ได้แก่ ฐานข้อมูลเรือนโบราณล้านนา และการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเรือนโบราณล้านนาผ่าน Facebook และ YouTube และมีจุดบริการข้อมูล (Information Point) ที่ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ฯ และข้อมูลความรู้ต่างๆ ตามความสนใจของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ |

**3.2.ก(3) การจำแนกกลุ่มผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

สำนักฯ ได้กำหนดกลุ่มผู้รับบริการในระหว่างจัดทำแผนกลยุทธ์ โดยผู้นำระดับสูงและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในแต่ละพันธกิจ เริ่มจากใช้สารสนเทศที่สำคัญ ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และสมรรถนะหลักขององค์กร ความท้าทาย ความได้เปรียบ และโอกาสเชิงกลยุทธ์ ดังตาราง OP2-2 ข้อมูลวิเคราะห์ตลาดของบริการต่างๆ พื้นที่พิกัดทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ สภาวการณ์ของประเทศไทยที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ข้อมูลเสียงของผู้รับบริการ (VOC) รวมไปถึงข้อมูลจากคู่เทียบ (ตาราง OP2-1) มาวิเคราะห์เพื่อจำแนกกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและแนวโน้มลูกค้าในอนาคต มีการทบทวนการจำแนกลูกค้าให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ โดยเน้นความเป็นนานาชาติมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์จนเป็นปัจจุบัน (ตาราง 3.2-3)

**ตาราง 3.2-3 ผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่นที่จำแนกตามกลุ่ม**

| **พันธกิจ** | **บริการ** | **ผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น** | **ตลาดในปัจจุบัน** | **ตลาดในอนาคต** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา | ทำนุบำรุงศาสนา | - นักศึกษาและบุคลากร มช.  - พุทธศาสนิกชนทั่วไป | - นักศึกษาและบุคลากร มช.  - พุทธศาสนิกชนทั่วไป | - นักท่องเที่ยว |
| ส่งเสริมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม | - สถาบันการศึกษา  - องค์กรและหน่วยงาน  - ประชาชนทั่วไป | - สถาบันการศึกษา  - องค์กรและหน่วยงาน  - ประชาชนทั่วไป | - นักท่องเที่ยว |
| บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ | พิพิธภัณฑ์เรือนโบราณล้านนา | - นักท่องเที่ยว  - นักเรียน นักศึกษา  - สถาบันการศึกษา  - หน่วยงานและองค์กร  - ประชาชนทั่วไป | - นักท่องเที่ยวไทย  - นักท่องเที่ยวต่างชาติ  - สถาบันศึกษา (กลุ่มศึกษาดูงาน) | - กลุ่มผู้สูงอายุ  - เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ |
| รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูล ด้านการให้คำปรึกษาเชิงค้นคว้า ฐานข้อมูลบริการความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม | - อาจารย์  - นักวิชาการ  - สถาบันการศึกษา  - หน่วยงานและองค์กร  - ประชาชนทั่วไป |  | - เครือข่ายนักวิชาการ |

**3.2.ข การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

**3.2.ข(1) การจัดการความสัมพันธ์**

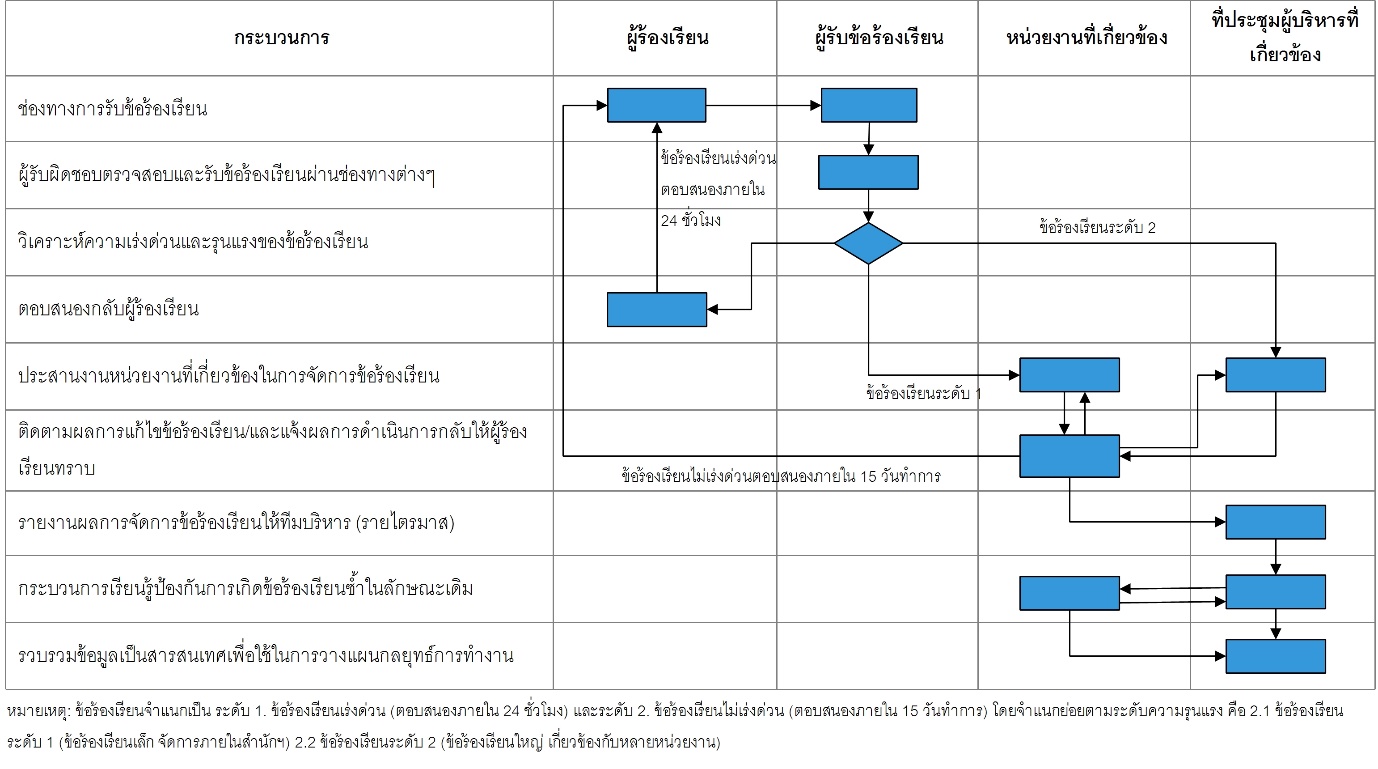
สำนักฯ มีกระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังตาราง OP1-7 เริ่มจากการจำแนกผู้รับบริการตามพันธกิจ ดังตาราง 3.2-3 และดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม โดยใช้ข้อมูลจากสารสนเทศที่สำคัญ ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ สมรรถนะหลัก ความท้าทาย ความได้เปรียบและโอกาสเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งเสียงของผู้รับบริการนำมาสร้างกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในแต่ละพันธกิจ โดยให้ครอบคลุมทั้งผู้รับบริการในปัจจุบันและอนาคต เพื่อขยายฐานผู้รับบริการผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook YouTbue และ Line) การจัดประชุม/อบรม/สัมมนา ดังตาราง 3.2-4 ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ผ่านผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการดียิ่งขึ้น ตามข้อมูลจากปัจจัยนำเข้าพบว่าปัจจุบันได้มีการส่งเสริมและทำนุบำรุงศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การบริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม และการนำศิลปวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายหรือสิ่งดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และการพัฒนางานด้านศิลปวัฒนธรรมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นสื่อ ช่องทางสื่อสารและส่งมอบบริการให้แก่ผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น สำนักฯ ได้วิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการในปัจจุบัน จึงได้ปรับปรุงบริการให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม เช่น การเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ Facebook และไลน์ นอกจากนี้ สำนักฯ ยังเล็งเห็นกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่มีศักยภาพในอนาคต ได้แก่ โรงเรียนผู้สูงอายุของเทศบาลตำบล กลุ่มผู้สูงอายุทั่วไป นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ นักเรียน นักศึกษา และสถาบันการศึกษาที่ยังไม่เคยรับบริการตามพันธกิจของสำนักฯ สำหรับลูกค้าปัจจุบัน สำนักฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้ลงทุนและจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในด้านต่างๆ อาทิ การจัดส่งปฏิทินกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมให้แก่ผู้รับบริการของสำนักฯ เพื่อให้ทราบแผนปฏิบัติการประจำปีของสำนักฯ เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์และได้เข้าร่วมกิจกรรม ต่อๆ ไป นอกจากนี้ สำนักฯ ยังมีระบบสมาชิกการรับวารสารร่มพะยอม เพื่อเผยแพร่ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมและประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสำนักฯ ให้ผู้รับบริการได้ทราบ นอกจากนี้ ผู้บริหารและบุคลากรจะเข้าร่วมกิจกรรมของลูกค้าเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดี อาทิ งานทำบุญคล้ายวันสถาปนาของหน่วยงาน/องค์กร งานเลี้ยงแสดงความยินดีในวาระโอกาสต่างๆ เป็นต้น

**ตาราง 3.2-4 กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **พันธกิจ** | **กระบวนการสร้างความสัมพันธ์** | **ผู้รับบริการและลูกค้ากลุ่มอื่น** | | | | | | |
| **นักศึกษา/บุคลากร มช.** | **สถาบัน**  **การศึกษา** | **หน่วยงาน/**  **องค์กร** | **นัก**  **ท่องเที่ยว** | **ประชาชน** | **สมาชิก** | **อื่นๆ** |
| ทำนุบำรุงและส่งเสริมศาสนา ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมล้านนา | สื่อออฟไลน์ (หนังสือ/ จดหมาย/ ป้าย/ โปสเตอร์) | / | / | / | / | / |  | / |
| สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์/ Facebook/ Line/ YouTube/ รายการวิทยุ) | / | / | / | / | / | / | / |
| บริการวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม | ระบบสมาชิกวารสารร่มพะยอม |  | / | / |  | / | / |  |
| การเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม | / | / | / |  | / |  |  |
| สื่อออฟไลน์ (หนังสือเชิญ) | / | / | / |  |  |  |  |
| สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ Facebook Line YouTube และรายการวิทยุ) | / | / | / | / | / | / | / |
| การประชุม/อบรม/สัมมนาวิชาการ | / | / | / |  | / |  | / |
| จุดบริการข้อมูลพิพิธภัณฑ์ฯ | / | / | / | / | / |  | / |

**3.2.ข(2) การจัดการข้อร้องเรียน**

สำนักฯ มีกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบตามกลุ่มผู้รับบริการ ดังภาพ 3.2-2 แยกตาม 2 กลุ่มพันธกิจ โดยมีช่องทางรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย เช่น ระบบ VOC แบบประเมิน อีเมล์ หนังสือ/จดหมาย จุดบริการข้อมูลพิพิธภัณฑ์ฯ การสนทนาส่วนบุคคล รวมทั้งสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Line ข้อร้องเรียนถูกจำแนกตามระดับความเร่งด่วนและรุนแรง เพื่อตอบสนองต่อข้อร้องเรียนได้เหมาะสมทันท่วงที โดยจำแนกตามระดับความเร่งด่วน คือ 1) ข้อร้องเรียนเร่งด่วน ตอบสนองภายใน 24 ชั่วโมง 2) ข้อร้องเรียนไม่เร่งด่วน ตอบสนองภายใน 15 วันทำการ และจำแนกระดับความรุนแรง คือ 1) ข้อร้องเรียนเล็ก จัดการได้ภายในสำนักฯ ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสำนักฯ 2) ข้อร้องเรียนใหญ่ ไม่สามารถจัดการได้ภายในสำนักฯ หรือส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสำนักฯ ต้องรายงานตรงถึงผู้บริหารและผู้อำนวยการสำนักฯ 3) ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/คำติชม สำนักฯ มีการจัดทำคู่มือการจัดการข้อร้องเรียน และมีการเตรียมความพร้อมหน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบรับข้อร้องเรียนโดยตรง และมีการติดตามการแก้ปัญหาโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ มีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนเร่งด่วนเบื้องต้นภายใน 24 ชั่วโมง นับตั้งแต่ได้รับเรื่องร้องเรียน โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1 เจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนในแต่ละพันธกิจเป็นผู้นำเสนอข้อร้องเรียนให้กับผู้บังคับบัญชาชั้นต้น 2 ผู้บังคับบัญชาชั้นต้นวิเคราะห์และประเมินเบื้องต้น และจัดลำดับความเร่งด่วนและความรุนแรง พร้อมทั้งรายงานผู้บริหารในแต่ละพันธกิจ 3 ผู้บริหารวิเคราะห์หาสาเหตุและแนวทางแก้ไขเบื้องต้น และส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาแก้ไข พร้อมทั้งแจ้งกลับการบรรเทาปัญหาเบื้องต้นไปยังผู้ร้องเรียน 4 ผู้บริหารในแต่ละพันธกิจมีหน้าที่ติดตามความคืบหน้าในการแก้ปัญหาเป็นระยะ และรายงานความคืบหน้าให้ผู้บริหารระดับสูงทราบ 5 เมื่อข้อร้องเรียนได้รับการจัดการจะมีการประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการป้องกันการเกิดซ้ำของข้อร้องเรียน และ 6 ผู้รับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดตามความพึงพอใจในการแก้ไขปัญหาของผู้ร้องเรียน ส่วนข้อร้องเรียนที่ไม่เร่งด่วน จะมีการสรุปแนวทางการตอบสนองข้อร้องเรียนและผลการดำเนินการไปยังผู้ร้องเรียนภายใน 15 วันทำการ มีการประชุมพิจารณาข้อร้องเรียนในที่ประชุมผู้บริหารที่เกี่ยวข้องทุกเดือน เพื่อวางแนวทางและดำเนินการแก้ไข รวมถึงมีระบบประเมินความพึงพอใจในการตอบสนองข้อร้องเรียนผ่านช่องทางที่รับเรื่อง ผลสรุปข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อร้องเรียนถูกนำเข้าสู่ที่ประชุม คกก.บริหารสำนักฯ ทุกไตรมาส เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางป้องกันข้อร้องเรียนลักษณะเดิมไม่ให้เกิดขึ้น และแนวทางดำเนินการเพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน โดยนำเข้าเป็นสารสนเทศในการวางแผนกลยุทธ์ของสำนักฯ ต่อไป ด้วยกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนที่ดีดังกล่าว ทำให้ไม่มีข้อร้องเรียนของสำนักฯ (7.4.ก(4)-1)



**ภาพ 3.2-2 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าและลูกค้ากลุ่มอื่น**