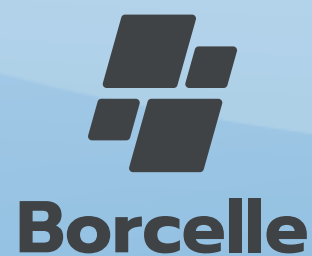
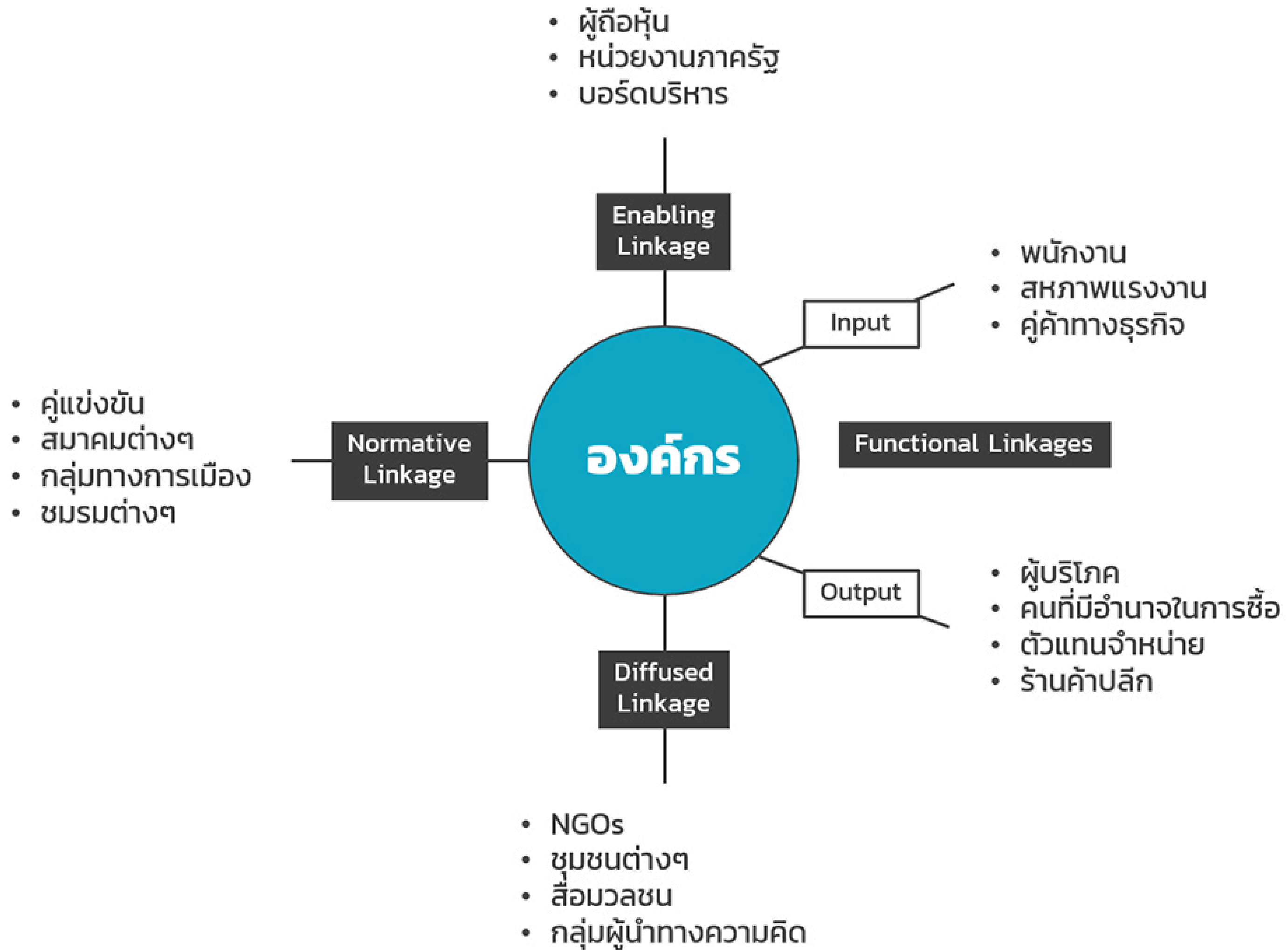


Stakeholder Analysis

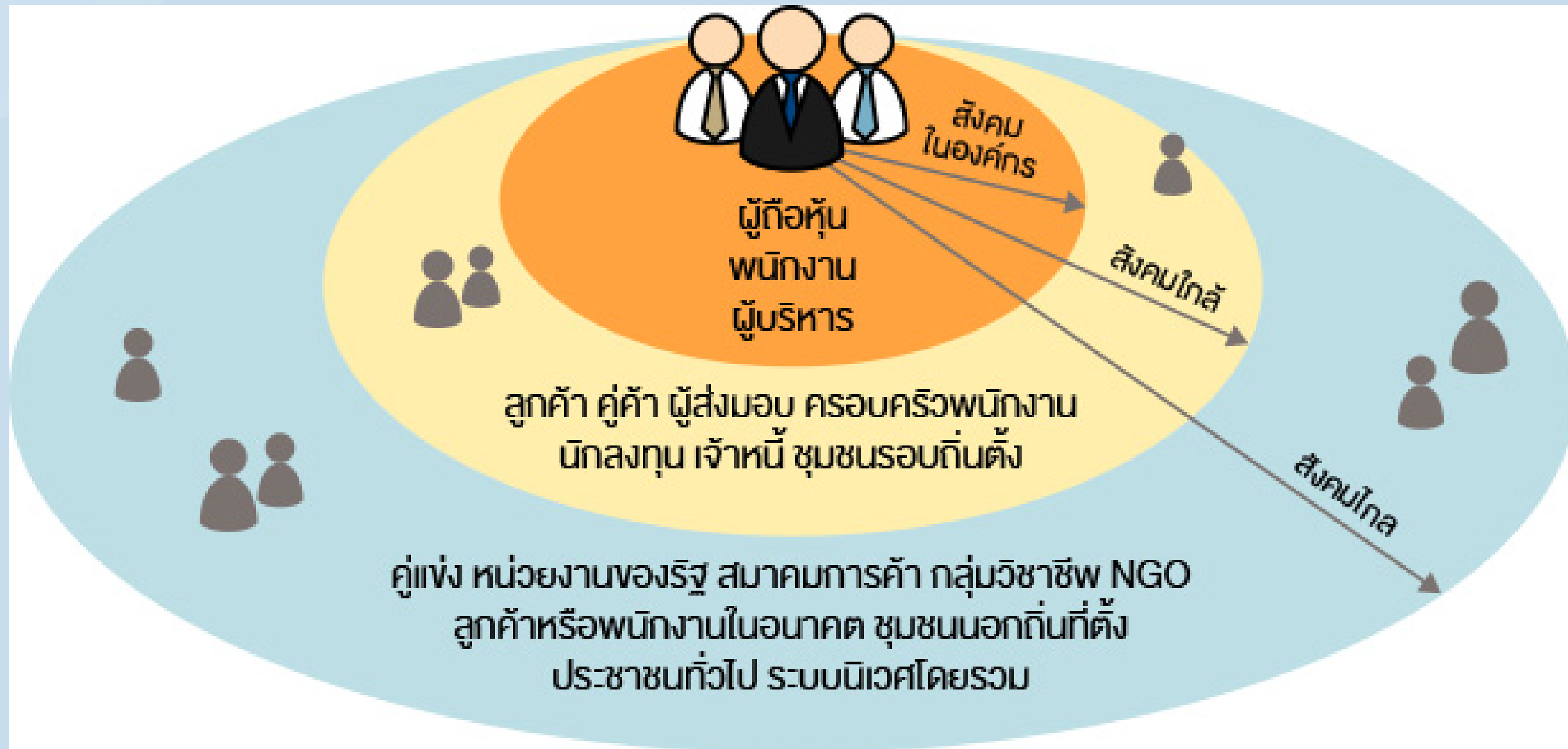
ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
และลูกค้า



โดย ดร.ลัดดา ปิณฑา



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ



ขั้นตอนการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

01



ค้นหาว่าใครคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

02



ประเมินประโยชน์ และผลกระทบของกิจกรรม/โครงการที่อาจมีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากข้อมูลที่ได้มีการร่วมประชุม สัมภาษณ์ สอบถาม

03



ประเมินบทบาท อำนาจ และความสำคัญของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียต่อกิจกรรม/โครงการ ในบริบทที่มีความเหมาะสม

04



วางกลยุทธ์ที่เหมาะสม โดยสร้างให้เกิดความสมดุล ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่างๆ ให้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมใน กิจกรรม/โครงการ

1. ค้นหากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การทำ Stakeholder Mapping

Stakeholder Mapping คือการนำ Stakeholder มาจัดกลุ่มก่อน หลังจากนั้นก็นำมาเขียนเป็นภาพ เพื่อให้ง่ายก็การนำไปวิเคราะห์นั่นเอง ดังนั้น Stakeholder Mapping จึงมีได้หลายแบบมาก เช่น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

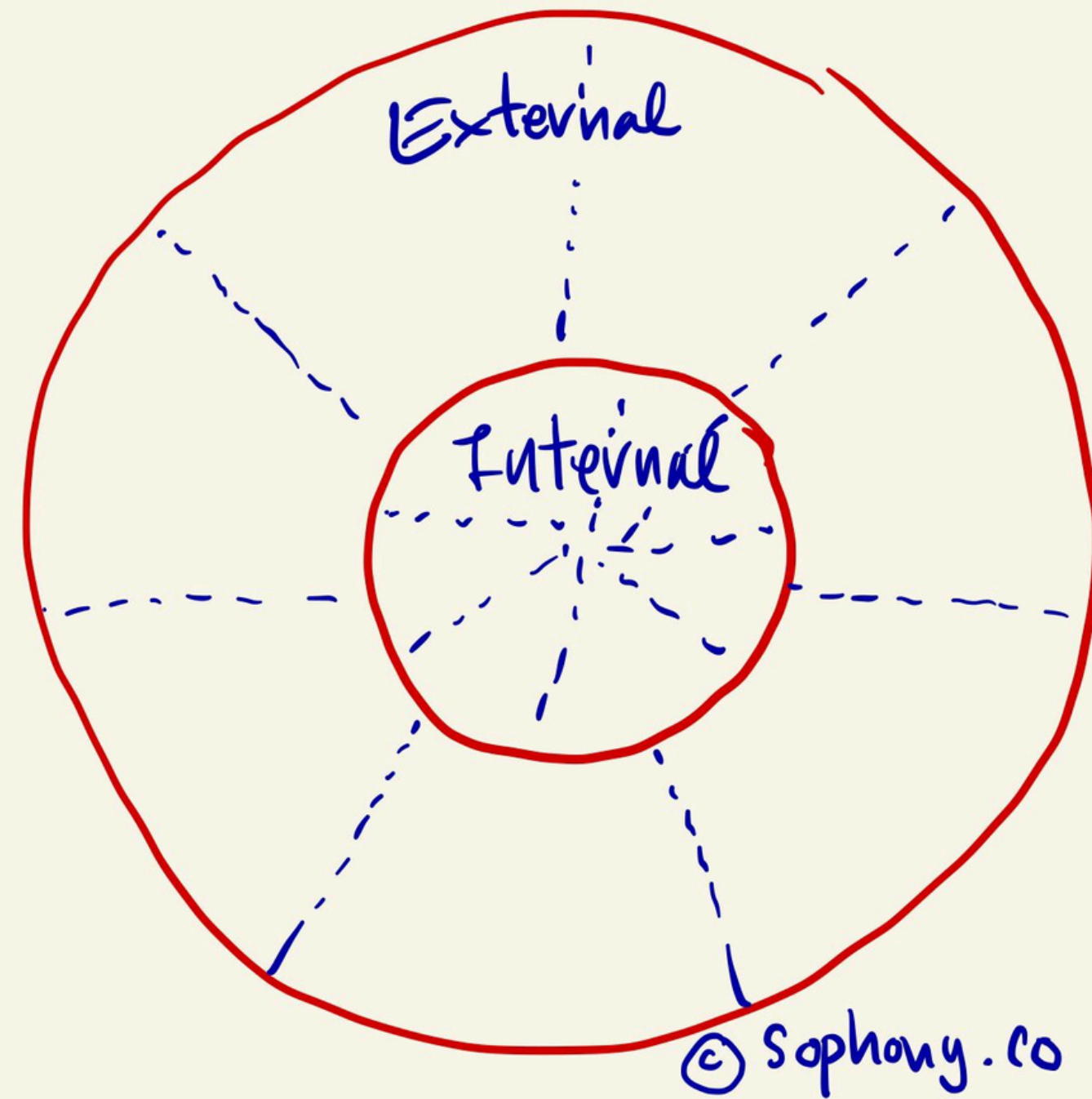
ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Primary Stakeholders)

เป็นผู้ใกล้ชิดองค์กรโดยตรง และได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบกิจการ เช่น พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ครัวเรือนพนักงาน นักลงทุน เจ้าหนี้ ชุมชนรอบถิ่นตั้ง องค์กร เป็นต้น

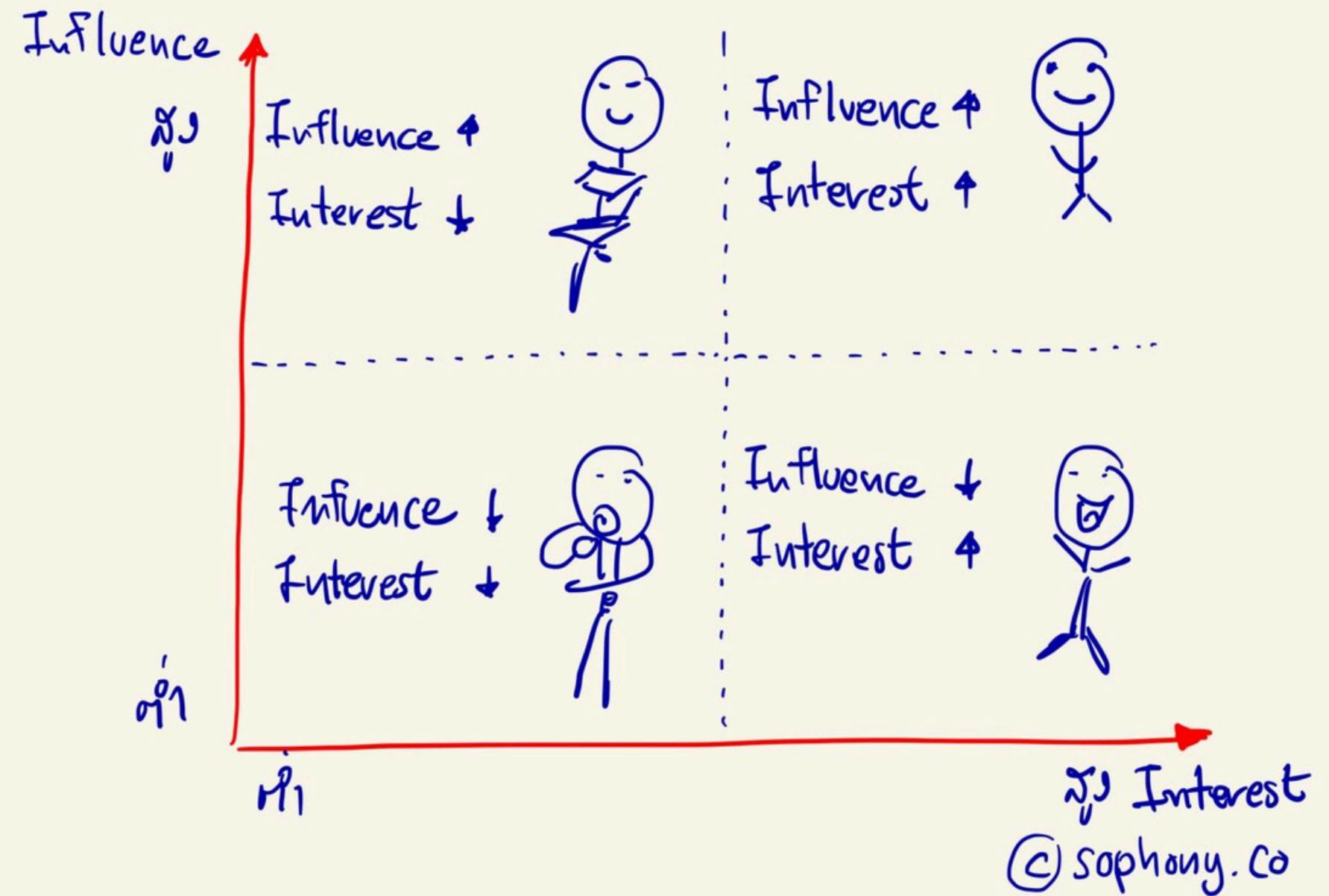
ผู้มีส่วนได้เสียรอง (Secondary Stakeholders)

เป็นผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อมหรือสังคมไกลออกไป โดยเป็นผู้ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบกิจการ เช่น รัฐบาล หน่วยงานของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ NGO ผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าหรือพนักงานในอนาคต ชุมชนนอกถิ่นที่ตั้ง องค์กร เป็นต้น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แบบ Internal / External Stakeholder



Stakeholder Matrix (Influence/ Interest)



ขั้นตอนทำ SHs Mapping

ขั้นตอนที่ 1 : เขียน Stakeholder ให้ได้เยอะที่สุด

ขั้นต่ำๆ ควรมีผู้เกี่ยวข้องมากกว่า 10 คน/กลุ่มนะครับ เพราะโดยธรรมชาติของโครงการ จะมีผู้เกี่ยวข้องเยอะอยู่แล้ว แต่เรามักนึกไม่ออก โดยเฉพาะกลุ่ม External และ Public Stakeholder

ถ้าเขียนบน post-it ได้จะดีมาก เพราะนำไปแปะใส่ Stakeholder Mapping ได้เลย ถ้าไม่มีก็จดบนกระดาษได้

ขั้นตอนที่ 2 : จัดกลุ่ม Stakeholder (Stakeholder Categorization) เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มองค์กรภาครัฐ กลุ่มภาคเอกชน

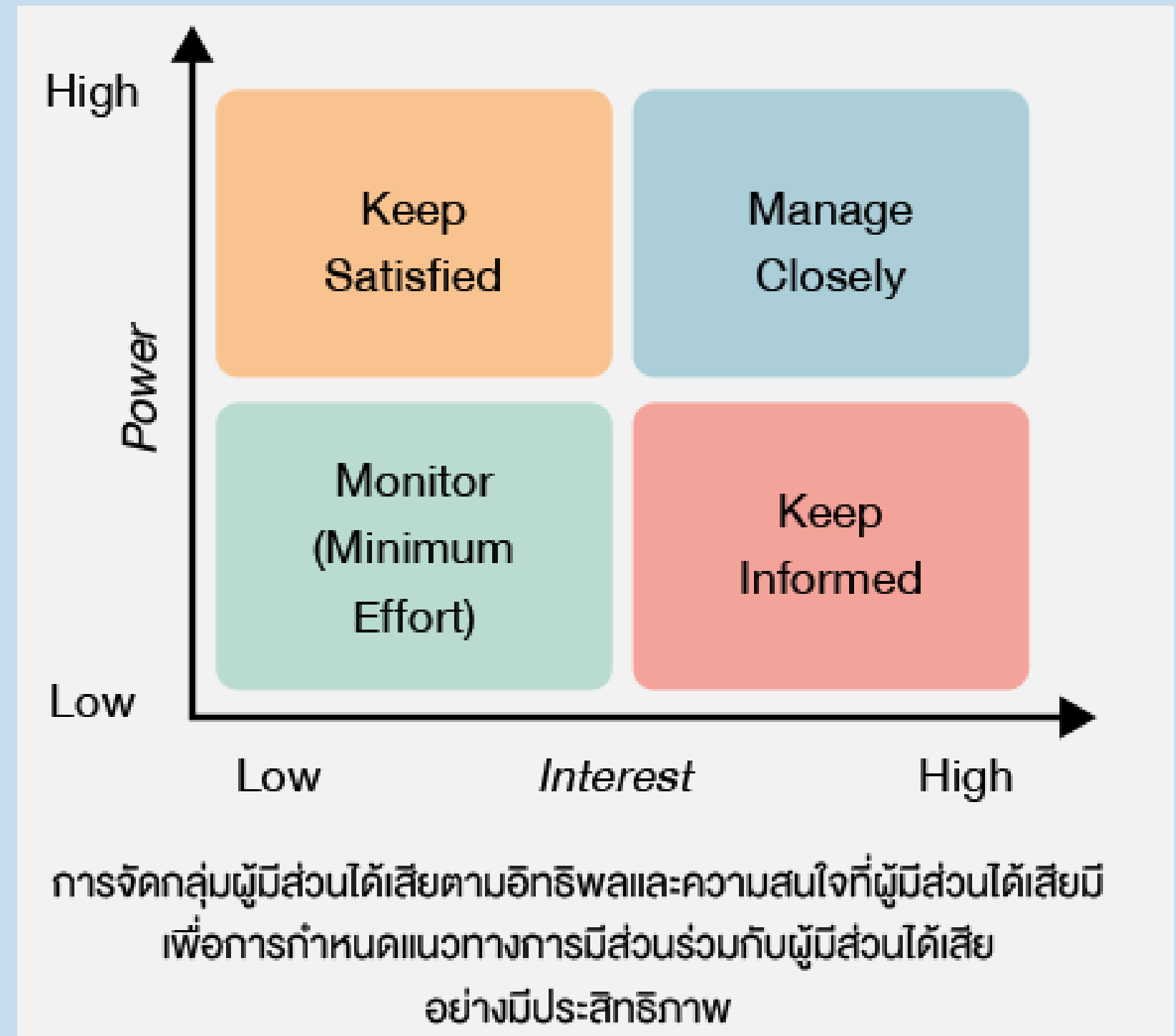
ขั้นตอนที่ 3 : จัดลำดับความสำคัญของ Stakeholder (Stakeholder Prioritization)

Stakeholder Criteria Matrix

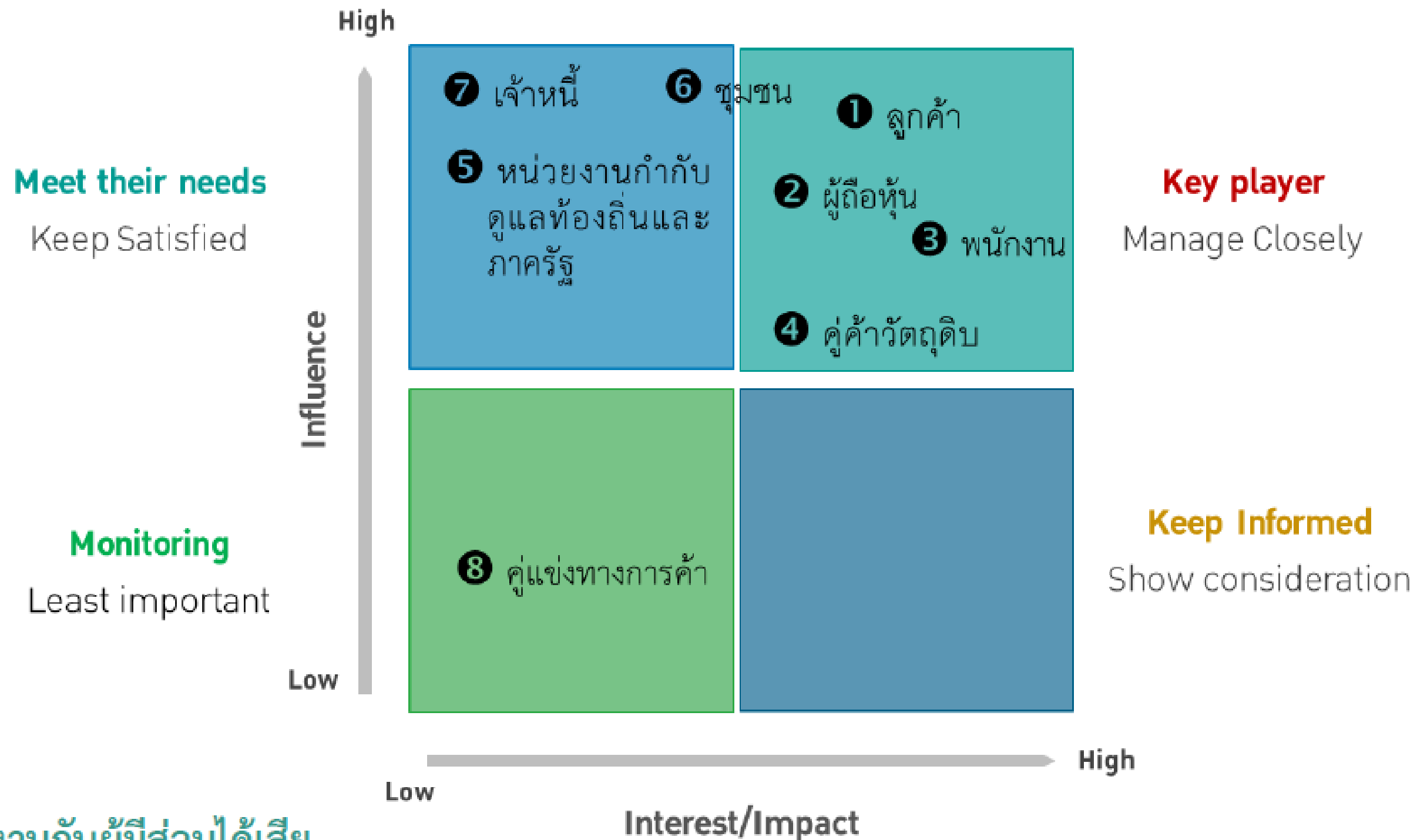
คุณสมบัติ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ลำดับ ความสำคัญ (A)	ตำแหน่งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามความเหมาะสม (B)				
		1 (ไม่สำคัญ)	2 (เล็กน้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (สำคัญ)	5 (สำคัญที่สุด)
การเข้าถึงผู้มีอำนาจตัดสินใจ	10				x	
การเข้าถึงสื่อต่างๆ	8			x		
การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ	8		x			
อิทธิพลต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ	6				x	
ความกระตือรือร้น	5			x		
ลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆ		1 (ไม่สำคัญ)	2 (เล็กน้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (สำคัญ)	5 (สำคัญที่สุด)
(A) x (B) =		-	8x2=16	8x3+5x3=39	10x4+6x4=64	-

ผลรวมทั้งหมดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนนี้ คือ 16+39+64 = 119

การจัดลำดับความสำคัญ ผู้มีส่วนได้เสีย



การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ ใช้หลักพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ทั้งทางบวกและลบและการทำแผนผังความสำคัญ (Stakeholders Mapping) โดยพิจารณาใน 2 ด้านคือ อิทธิพลของผู้มีส่วนได้เสีย และความสนใจของบริษัทฯ ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย



ขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

ตารางกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวัง	ผลกระทบ/บทบาทที่มีต่อองค์กร	การตอบสนอง
นักศึกษา	การศึกษาและพัฒนาทักษะที่มีคุณภาพ, การสนับสนุนชีวิตนักศึกษา	ผลการเรียนและความพึงพอใจของนักศึกษาส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	ระบบสนับสนุนการเรียนรู้, การให้คำปรึกษา, การประเมินความพึงพอใจ
ผู้ปกครอง	คุณภาพการศึกษาที่ทำให้บุตรหลานประสบความสำเร็จ	ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อถือในมหาวิทยาลัย	การสื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น วันผู้ปกครอง, การรายงานผลการเรียน
คณาจารย์และบุคลากร	สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี, การพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ	ความสามารถในการสอนและงานวิจัยมีผลโดยตรงต่อคุณภาพการศึกษา	การพัฒนาทักษะผ่านการอบรม, การสนับสนุนสวัสดิการ
หน่วยงานภาครัฐ	มหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ	มีอำนาจกำกับดูแลและสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณ	การรายงานผลการดำเนินงาน, การเข้าร่วมโครงการภาครัฐ
สถานประกอบการ/องค์กรธุรกิจ	นักศึกษามีทักษะที่พร้อมใช้งาน, ความร่วมมือด้านการวิจัย	มีผลต่อการฝึกงานและการสร้างโอกาสในการทำงานให้นักศึกษา	การร่วมมือทางวิชาการ, โครงการฝึกงาน, งานวิจัยร่วมกัน
ชุมชนท้องถิ่น	การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในพื้นที่	มหาวิทยาลัยสามารถสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นในหลายมิติ	โครงการบริการวิชาการ, กิจกรรมเพื่อสังคม
ศิษย์เก่า	ความภาคภูมิใจในสถานศึกษา, การพัฒนาความเชื่อมโยงกับศิษย์ปัจจุบัน	สร้างเครือข่ายและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่มหาวิทยาลัย	การจัดกิจกรรมสำหรับศิษย์เก่า, การสร้างเครือข่ายศิษย์เก่า
ผู้บริจาคและผู้สนับสนุนทางการเงิน	ผลลัพธ์การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	การสนับสนุนทางการเงินหรือทรัพยากรในการพัฒนามหาวิทยาลัย	การรายงานความคืบหน้าของโครงการ, กิจกรรมขอบคุณและเชิดชูเกียรติ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : ความต้องการและการตอบสนอง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร/ สร้าง Engagement	ประเด็นความต้องการและ ความคาดหวัง	สิ่งที่บริษัทฯ ตอบสนอง
<p>ลูกค้า : ผู้ค้ำน้ำมันตามมาตรา 7 และลูกค้าอุตสาหกรรม</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • แบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้า • การประชุมออนไลน์และ On site • พบลูกค้าในโอกาสที่เหมาะสม • การส่ง email, Line, โทรศัพท์ 	<ul style="list-style-type: none"> • ราคาที่เหมาะสม • มีสินค้าพอเพียง ท้นการจำหน่าย • ฝากเก็บตามกฎหมาย • มาตรฐานคุณภาพตามที่ลูกค้ากำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> • พิจารณาปริมาณการซื้อ • ปรับปรุงระบบการผลิตให้ต้นทุนลดลง • จัดหาค้างเก็บสำรองที่พอเพียง • ประสานจัดทำแผนการรับสินค้า ล่วงหน้า • ปรับปรุงคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานสากล หลากหลายเกรด เพื่อใช้ได้ทุกอุตสาหกรรม
<p>ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมสามัญประจำปี • การนำเสนอข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ ถือหุ้น เช่น Opportunity Day, Analyst Meeting และ Roadshow • การตอบข้อซักถามผ่าน IR call และ Email • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์บริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลประกอบการที่ดี การจ่ายเงินปันผลใน ระดับที่น่าพอใจต่อเนื่อง • การจัดการโอกาส และ ความเสี่ยงองค์กร • การจัดการนวัตกรรมเพื่อการขยายธุรกิจให้ เติบโตต่อเนื่อง • การปล่อยก๊าซเรือนกระจก • ความโปร่งใสในการดำเนินงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสมกับผล ดำเนินงาน • เปิดเผยแผนบริหารจัดการความเสี่ยง • ร่วมลงทุนในนวัตกรรมสีเขียวตามแผนต่อเนื่อง • บริหารจัดการเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือน กระจกให้เป็นไปตามเป้าหมาย • ส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักกำกับดูแล กิจการที่ดี
<p>พนักงาน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • แบบสำรวจ Engagement • Leadership Activities เช่น Town hall • การพูดคุยการประเมินผล • การนำ IT มาใช้ในการบริหารงาน • คณะกรรมการสวัสดิการ 	<ul style="list-style-type: none"> • การชื่นชมให้คุณค่า (Recognition & Communication) จากผู้บริหาร • การประเมินผลงาน • Outing /กิจกรรมพักผ่อน ประจำปี • ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สภาพแวดล้อมในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • การอบรม Supervisory • นำระบบมาใช้ในการบริหารงานบุคคลและการ ประเมินผล • จัดให้มีกิจกรรมผู้บริหารพบพนักงานเป็นประจำ • มีการตั้ง Engagement score เป็น KPI องค์กร • มีการอบรมด้านความปลอดภัยเป็นประจำ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : ความต้องการและการตอบสนอง (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร/ สร้าง Engagement	ประเด็นความต้องการและ ความคาดหวัง	สิ่งที่บริษัทฯ ตอบสนอง
<p>ชุมชนรอบโรงงานระยะ 2.5-5 กม.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • คุยผ่านผู้นำชุมชน อสม. โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล พระผู้ใหญ่บ้าน ครู • พนักงานชุมชนสัมพันธ์ / การลงพื้นที่ พูดคุยทำกิจกรรมกับชุมชน • ช่องทางการสื่อสาร / รับข้อ ร้องเรียน คือ โทรศัพท์ , Line • กล่องรับความคิดเห็น ที่ลานรับซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> • สนับสนุนการตรวจสุขภาพ/ส่งเสริมสุขภาพ ให้กับประชาชน ผู้สูงอายุและติดเตียง • การแก้ปัญหาภัยแล้ง/น้ำท่วม • ต้องการให้บริษัทฯ ช่วยลดต้นทุนการผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> • ร่วมกับโรงพยาบาลจัดตรวจสุขภาพชุมชน/ ส่งเสริมสุขภาพให้กับประชาชน ผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดเตียง • บริจาคน้ำดื่ม / น้ำการเกษตร • ชั่งน้ำท่วมจะประสานกับชุมชนเรื่องปริมาณ การปล่อยน้ำที่บำบัดแล้วที่เหมาะสม • แจกสารปรับปรุงดินให้เกษตรกรที่อยู่รอบสถานประกอบการลดค่าน้ำเพื่อการเกษตร • สนับสนุนกิจกรรมที่ผู้นำชุมชนเสนอมา
<p>เจ้าหน้าที่</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมระหว่างผู้บริหารของบริษัทกับเจ้าหน้าที่ • การเผยแพร่ข้อมูลผ่านรายงานประจำปีและเว็บไซต์ของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> • ความคืบหน้าของโครงการต่างๆ เป็นตามแผนงานที่วางไว้ • การดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainability) และตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี • การจัดการนวัตกรรม • การจัดการโอกาสและความเสี่ยงองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้ และหุ้นกู้ได้อย่างเคร่งครัด • ปฏิบัติตามกฎหมายของสถาบันการเงินซึ่งออกโดยหน่วยงานภาครัฐ อย่างเคร่งครัด • ตอบข้อซักถาม/ให้ข้อมูล แก่เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเมื่อมีข้อสงสัยได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
<p>คู่แข่งทางการค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • ติดตามผลการดำเนินงานสภาพตลาด • ศึกษาข้อมูลคู่แข่งผ่านรายงานทางการเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินกิจการด้วยความ โปร่งใสภายใต้การค้าและ การแข่งขันที่เป็นธรรม • ให้ความร่วมมือและประสานงาน กับคู่แข่งในประเด็นที่ภาครัฐขอความร่วมมือ 	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดเป็นนโยบายและดำเนินกิจการด้วยความ โปร่งใสภายใต้การค้าและ การแข่งขันที่เป็นธรรม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย : ความต้องการและการตอบสนอง (ต่อ)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสื่อสาร/ สร้าง Engagement	ประเด็นความต้องการและ ความคาดหวัง	สิ่งที่บริษัทฯ ตอบสนอง
<p>ลูกค้าวัตถุดิบ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> โทรศัพท์ Email Line มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ ไปเยี่ยมลูกค้า ทำวิจัยทดลองสินค้าบางชนิดร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> การจ่ายเงินที่รวดเร็วตรงเวลา มีการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวดเร็ว การส่งและจัดส่งสารเคมีในปริมาณที่คุ้มทุนเพื่อประหยัดค่าขนส่ง มีการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องแม้ในสภาวะวิกฤต การตรวจรับวัตถุดิบที่หน้าโรงผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> BBGI (ฉะเชิงเทรา) มีระบบการจ่ายด้วยบัตร cash card ทำให้เกษตรกรที่มาจำหน่ายสินค้าสามารถเบิกเงินสดด้วยบัตรได้ ไม่ต้องรอรับเงินสดจากแคชเชียร์โรงงาน แจ้งให้โรงผลิตอุ่น CPO ก่อนส่งเพื่อป้องกันความล่าช้าในการขนถ่าย CPO ดำเนินงานด้าน operation อย่าง ยืดหยุ่น และ แก้ไขปัญหาร่วมกัน จัดให้มีการซื้อแบบสัญญาและซื้อเป็น Spot อย่างสม่ำเสมอ มีการประกาศราคาให้ทราบเป็นประจำ
<p>ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล ในท้องถิ่น</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การพบปะ ชี้แจง พูดคุยและเข้าร่วมโครงการของหน่วยงานราชการ จดหมาย email โทรศัพท์ line 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือดีกว่าที่กฎหมาย กำหนด และไม่มีการร้องเรียน มีส่วนร่วมดูแลสังคมและชุมชน มีมาตรการดูแลพนักงานและชุมชนใกล้เคียงเกี่ยวกับ Covid-19 มีระบบการจัดการความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่ดีของโรงงาน ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว และสนับสนุนโครงการของหน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการจัดการความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมของโรงงานไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน และการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสะท้อนความคิดเห็น หรือข้อร้องเรียนกับโรงงานโดยตรง ร่วมกับหน่วยงานรัฐในท้องถิ่นทำกิจกรรม เช่น การร่วมสนับสนุนการตรวจสุขภาพชุมชน นำส่งข้อมูลที่ถูกต้องแก่หน่วยงาน

- การกำหนดกระบวนการการรับฟังลูกค้าในปัจจุบัน อดีต และอนาคต รวมถึงลูกค้าของคู่แข่ง เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ/การสนับสนุนลูกค้า/การทำธุรกรรม ที่มีระดับความสำคัญเชิงเปรียบเทียบในมุมมองของลูกค้า
- การสื่อสารกระบวนการการรับฟังลูกค้าให้กับบุคลากรภายในองค์กรรับทราบอย่างทั่วถึง และสามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องตามกลุ่มลูกค้า
- ติดตามความคิดเห็นของลูกค้าในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า และการทำธุรกรรม
- วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ และจัดทำเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ และกระบวนการดำเนินงานขององค์กร

3. การรับฟังลูกค้า

3.1 การรับฟังลูกค้า

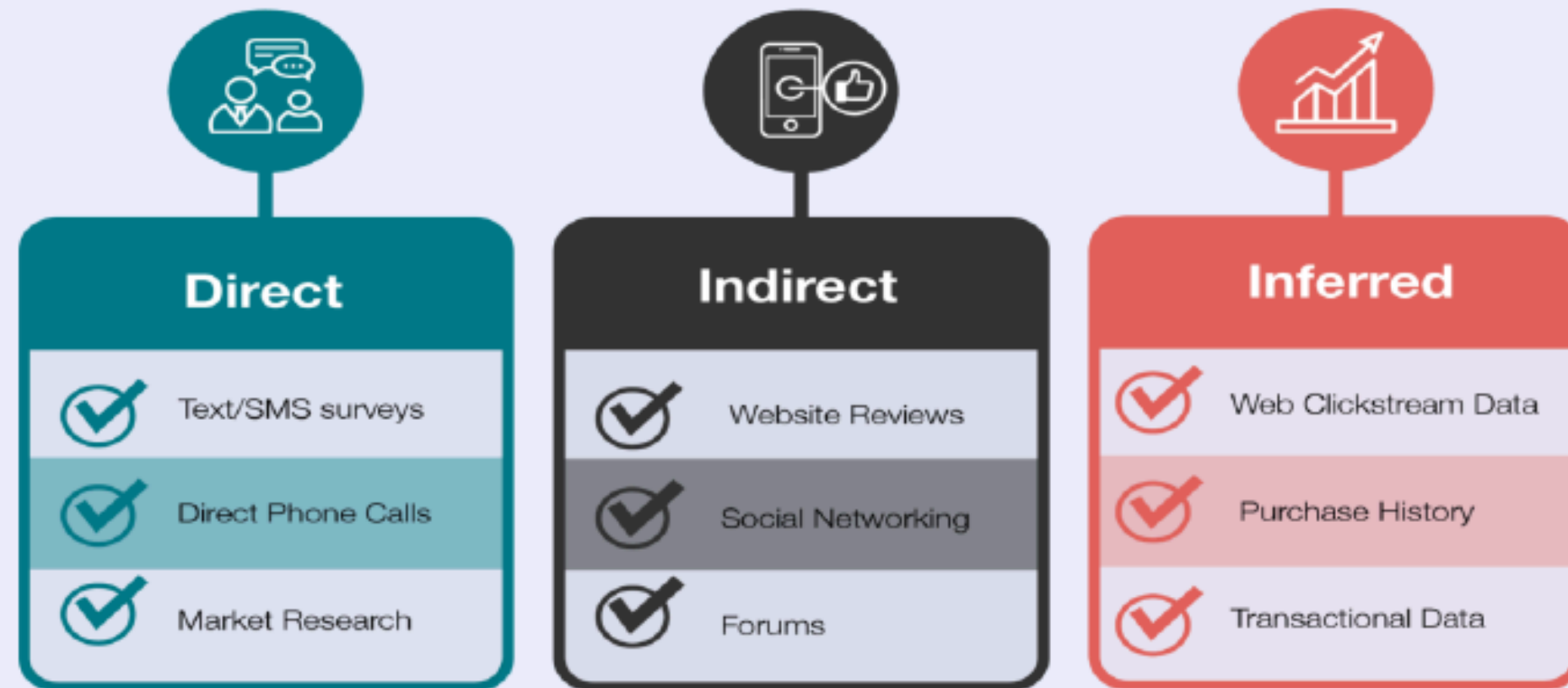
กระบวนการ

ขั้นตอนหรือกิจกรรมที่มีลำดับชัดเจน ซึ่งเกิดจากการผสมผสานกันระหว่างคน เครื่องจักร เครื่องมือ เทคนิค และการปรับปรุง ทำงานร่วมกัน โดยจะพิจารณาถึงความสัมพันธ์กับกระบวนการอื่นที่ส่งผลกระทบต่อกันในบางสถานการณ์

กระบวนการต้องดำเนินการตามลำดับขั้นตอนที่กำหนดไว้เฉพาะเจาะจงอย่างเคร่งครัดตามเอกสารวิธีปฏิบัติการและข้อกำหนด รวมทั้งการวัดและขั้นตอนการควบคุมที่ชัดเจน

กระบวนการรับฟังลูกค้า

กระบวนการในการรวบรวมสารสนเทศที่เกี่ยวกับลูกค้าและผู้รับบริการ เป็นกระบวนการเชิงรุกและมีนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรวบรวมความต้องการ ความคาดหวัง ทั้งที่แจ้งไว้ ไม่แจ้งไว้ และที่คาดการณื



ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. **ความจำเป็น (Need)** คือ สิ่งที่เป็นพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการได้รับ เช่น เข้าไปในร้านอาหารความจำเป็นก็คือรสชาติอาหารต้องอร่อย หรือเมื่อพบแพทย์ ความจำเป็น คือ รักษาแล้วต้องหายจากอาการป่วย
2. **ความคาดหวัง (Expectation)** คือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเพิ่มเติมเมื่อได้รับบริการ เช่น เข้าร้านอาหาร ความคาดหวัง คือ ได้รับอาหารรวดเร็ว มีบรรยากาศดี บริการดี ได้รับความดูแลเอาใจใส่ หรือ เมื่อพบแพทย์ ความคาดหวัง คือ คุณหมอและพยาบาลดูแลเอาใจใส่ ใช้เวลารอแพทย์ไม่เกิน 30 นาที ขั้นตอนการตรวจไม่มากไม่ต้องเคลื่อนย้ายหลายจุด

“โดยทั่วไป ความคาดหวังของลูกค้า มักจะสูงขึ้น สูงขึ้น ไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด”

ความต้องการแฝงของลูกค้า (Latent Requirement)

บางครั้งลูกค้าก็ไม่รู้ว่าตนเองมีความต้องการแบบไหน

เมื่อผู้ใช้เห็นสินค้า/บริการซึ่งไม่คาดคิดมาก่อนลูกค้าถูกใจจึงซื้อทันที

		3 สมองไกลกว่าลูกค้าคาดหวัง
	2 สมองความคาดหวัง	
1 สมองความต้องการ		
ต้องการฝากเงิน	ทำธุรกรรมรวดเร็ว	มีชา กาแฟ ที่นั่งให้อ่านหนังสือ
ต้องการฝากเงิน	ทำธุรกรรมรวดเร็ว มีชา กาแฟ ที่นั่งให้อ่านหนังสือ	ลูกค้าไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มการฝากถอนเงิน
ต้องการฝากเงิน	ทำธุรกรรมรวดเร็ว มีชา กาแฟ ที่นั่งให้อ่านหนังสือ ลูกค้าไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มการฝากถอนเงิน	?????

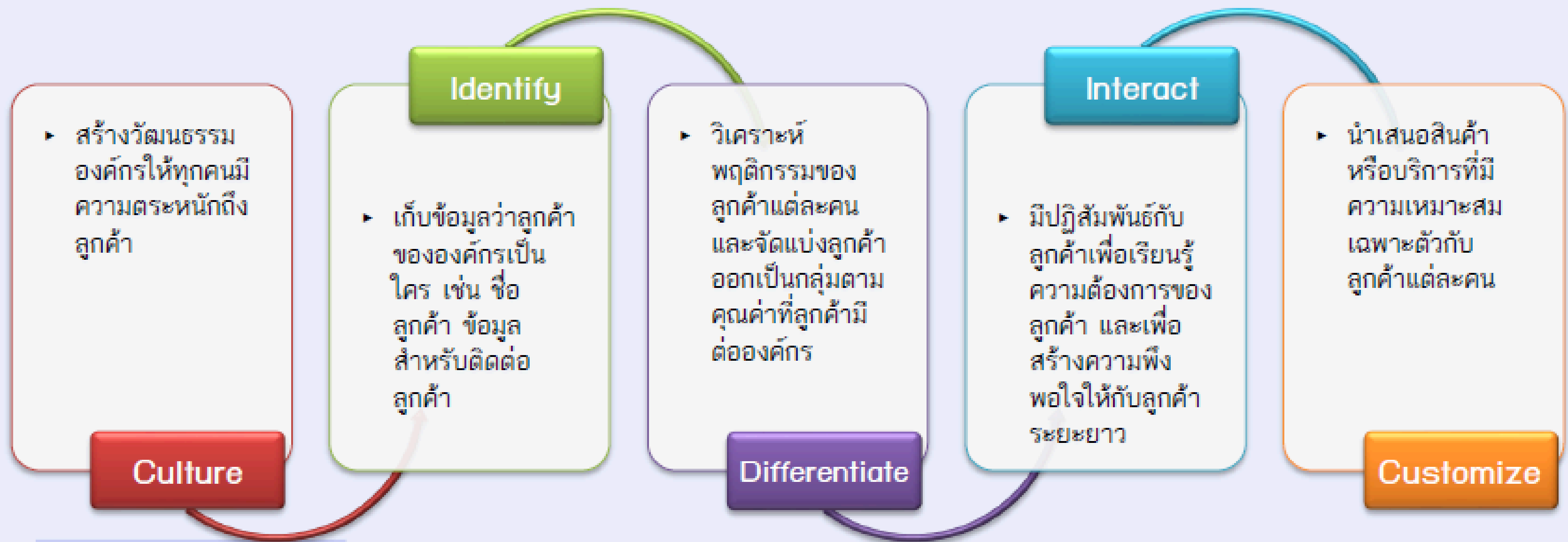
- การกำหนดแนวทาง การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี ที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุน และอื่นๆ ที่ลูกค้าได้รับ ตามกลุ่มลูกค้าที่ได้ดำเนินการจำแนกไว้ทุกกลุ่ม รวมถึงลูกค้าคู่แข่งหรือลูกค้าองค์กรอื่นที่มีสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกัน
- ดำเนินการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของกลุ่มลูกค้าตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด
- วิเคราะห์ ผลการประเมิน เพื่อให้ได้ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี และสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ในการตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความภักดีให้กับลูกค้าในปัจจุบัน
- การนำสารสนเทศด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าทุกกลุ่มไปใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ และกระบวนการดำเนินงาน

3. การรับฟังลูกค้า

3.2 การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี



กระบวนการทำงานของระบบ CRM



- การกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลายรวมถึงนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint handling policy outlines & procedures) และเผยแพร่ นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียนทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ (เช่น website, ป้ายประกาศบริเวณพื้นที่ขายหรือให้บริการ, ในสัญญาให้บริการ, ในคู่มือการใช้งาน, ในสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ และฉลากหรือหีบห่อสินค้า ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ เป็นต้น)
- นโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนที่มีองค์ประกอบครบถ้วน
- การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานในการปฏิบัติงานของระบบการจัดการจัดการข้อร้องเรียน และกำหนดกลไกและระบบสารสนเทศเพื่อติดตามและรายงานผลการจัดการข้อร้องเรียน
- ตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานในการปฏิบัติงานของระบบการจัดการ ข้อร้องเรียน สอดคล้องกับนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน และสอดคล้องกันในระดับองค์กร ระดับสายงาน และระดับฝ่าย
- การติดตามและประเมินผลการจัดการข้อเรียน และกำหนดแนวทางพัฒนาให้ผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

5.3 การจัดการข้อร้องเรียน



**ตัวอย่างการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย-
งานบริการนักศึกษา (นักศึกษา)**

ตัวอย่างการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย- งานบริการนักศึกษา (นักศึกษา)							
คุณสมบัติของผู้มีส่วนได้เสีย	ลำดับความสำคัญ (A)	ตำแหน่งของผู้มีส่วนได้เสีย ตามความเหมาะสม (B)					รวม
		1	2	3	4	5	
การเข้าถึงสื่อต่างๆ	10					5	50
อิทธิพลต่อผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ	9				4		36
การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ	8				4		32
ความกระตือรือร้น	7			3			21
การเข้าถึงผู้มีอำนาจตัดสินใจ	6		2				12
	5						
	4						
	3	1	2	3	4	5	
ความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆ		ไม่สำคัญ	เล็กน้อย	ปานกลาง	สำคัญ	สำคัญที่สุด	
(A)*(B)=		รวมทั้งหมดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					151

ขอบคุณค่ะ