

การประเมินช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าวิจัย
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

| ลูกค้าวิจัย | สารสนเทศที่ต้องการ | วัตถุประสงค์ | การประเมินช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าวิจัย | วิเคราะห์ปัญหา/แก้ไข |
|--|---------------------------|---|--|---|
| <p>1. บุคลากรวิจัยภายในคณะฯ (อาจารย์/นักวิจัย)</p> <p>2. ลูกค้าวิจัยภายนอกภาคเอกชน (ผู้ใช้ผลงาน/อุตสาหกรรมที่ให้ทุน) และภาครัฐ (ผู้ให้ทุนจากภาครัฐ เช่น สกสว. /วช. / สนพ.)</p> | เสียงสะท้อนจากลูกค้าวิจัย | เพื่อนำข้อมูลไปออกแบบกระบวนการทำงานการ/ประเมินความพึงพอใจ/การปรับปรุงงาน/การสร้างความสัมพันธ์ | โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ และลักษณะของกลุ่มลูกค้าวิจัยว่า “วิธีการรับฟังใดที่เหมาะสม” แล้วนำไปใช้ เช่น การพูดคุย /การประชุมหารือ/แบบสอบถาม/การรับฟังผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล หรือทาง Social media เป็นต้น | เมื่อได้ข้อมูลเสียงสะท้อนจากลูกค้าวิจัยในแต่ละกลุ่มแล้ว ต้องทำการวิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการจัดสรรงบประมาณ และอัตรากำลังคน โดยนำมาทบทวน วิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำไปออกแบบกระบวนการและกำหนดว่าใครมีส่วนเกี่ยวข้องกับส่วนใดบ้าง เมื่อได้กระบวนการใหม่แล้ว ต้องนำไปถ่ายทอดให้กับบุคลากรงานวิจัยทุกคนเกิดความรู้และความเข้าใจที่ตรงกัน ก่อนนำไปทดสอบใช้จริง และวางแผนสำรวจซ้ำหลังการนำไปใช้ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ปรับปรุงต่อไป |