

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ
18-IN-32-GE-TRC-A
Training of Trainers on Customer Satisfaction Index
Development for the Service Sector
ระหว่างวันที่ 12-16 พฤศจิกายน 2561
ณ กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

จัดทำโดย อูรสา ศรีบุญลือ
วิทยากรที่ปรึกษา สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

- 1.1 18-IN-32-GE-TRC-A Training of Trainers on Customer Satisfaction Index Development for the Service Sector
- 1.2 วันที่ 12-16 พฤศจิกายน 2561
- 1.3 สถานที่จัด กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้
- 1.4 ชื่อเจ้าหน้าที่เอพีโอประจำโครงการ - Mr. Jun Ho Kim
- 1.5 จำนวนและรายชื่อวิทยากรบรรยาย
 - 1) Mr. Chen Yongchang, Singapore
 - 2) Dr. Geoffrey K. F. TSO, Hong Kong
 - 3) Mr. Raekwon Chung, Republic of Korea
- 1.6 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ = 16 คน

ประเทศที่เข้าร่วมโครงการ = 14 ประเทศ ได้แก่ บังกลาเทศ กัมพูชา สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย อิหร่าน สาธารณรัฐประชาชนลาว มาเลเซีย มองโกเลีย ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ ไทย เวียดนาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

Country	Participant
1) Bangladesh	Mr. Ripon Saha Research Officer National Productivity Organization (NPO) Ministry of Industries
2) Cambodia	Mr. Chamroeun Tea Deputy Head Human Resources and Training Vattanac Bank

Country	Participant
3) Republic of China	Ms. Huang Jo Yu Lecturer, Consultant China Productivity Center
4) Fiji	Mr. Jitendra Singh Senior Training Instructor Fiji National University Ms. Rosa Sarote Motufaga Manager Customer Care Services Corporate Services Ministry of Employment, Productivity and Industrial Relations
5) India	Mr. Prem Narayan Deputy Director General (CRM & Logistics) UIDAI Ministry of Electronics and Information Technology
6) Indonesia	Ms. Astri Christafilia Litha Head Section for Productivity Cooperation NPO Indonesia - Directorate for Productivity Development, Ministry of Manpower
7) Islamic Republic of Iran	Mr. Mohsen Ranjbar Administrator of Public and Commercial Services Consumer & Producer Protecting Organization
8) Lao PDR	Mr. Vongsaysana Sayakoummane Acting Head of Industry and Handicraft Sector Office of Industry and Commerce of Khammouane Province (OICK)
9) Malaysia	Mr. Izzul Ikhwan Bin Ishak Assistant Manager Malaysia Productivity Corporation
10) Mongolia	Ms. Myagmarsuren Ulziiargal Social Insurance Inspector and Representor/External Trainer Social Insurance Authority in Orkhon Provinces
11) Pakistan	Mr. Muhammad Mohsin Director Research & Development Grand Engineering (PVT) LTD

Country	Participant
12) Philippines	Dr. Abubakar S. Asaad Acting Director II Statistical Methodology Unit Philippine Statistics Authority Ms. Mae Abigail C. Oberos Senior Statistical Specialist Philippine Statistics Authority
13) Thailand	Ms. Urasa Sriboonlue Consultant Thailand Productivity Institute
14) Vietnam	Mr. Anh Hung Le Staff Training Department Vietnam Certification Centre (QUACERT)

ส่วนที่ 2 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

2.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

อุตสาหกรรมบริการมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการส่งเสริมผลผลิตในภาคบริการมีความสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของ APO เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคบริการในประเทศสมาชิก โดยดำเนินการหลักสูตรเกี่ยวกับนวัตกรรมของภาคบริการและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า, ICT และการจัดการความรู้ในภาคบริการ ซึ่งหลักสูตรนี้ช่วยให้วิเคราะห์ลูกค้าและสามารถพัฒนาระบบการวัดและดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าในระดับชาติในภาคบริการ ซึ่งทำให้ทราบถึงระดับปัจจุบันของความพึงพอใจของลูกค้า และวิธีที่จะปรับปรุงผลผลิตภาพของภาคบริการ ส่งผลให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยการเรียนรู้หลักการ วิธีการ และโมเดลการวัดความพึงพอใจของลูกค้าจากประเทศสมาชิก APO และประเทศอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อทบทวนและสร้างความเข้าใจในการใช้ระบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับภาคการบริการ
2. เพื่อจัดให้มี platform สำหรับการแลกเปลี่ยนสถานะ แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ และโมเดลการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่ประสบความสำเร็จสำหรับภาคการบริการ
3. เพื่อพัฒนาระบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าในระดับนานาชาติ เพื่อประเมินผลการดำเนินงานโดยรวมของภาคการบริการ

2.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย พร้อมแสดงความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย

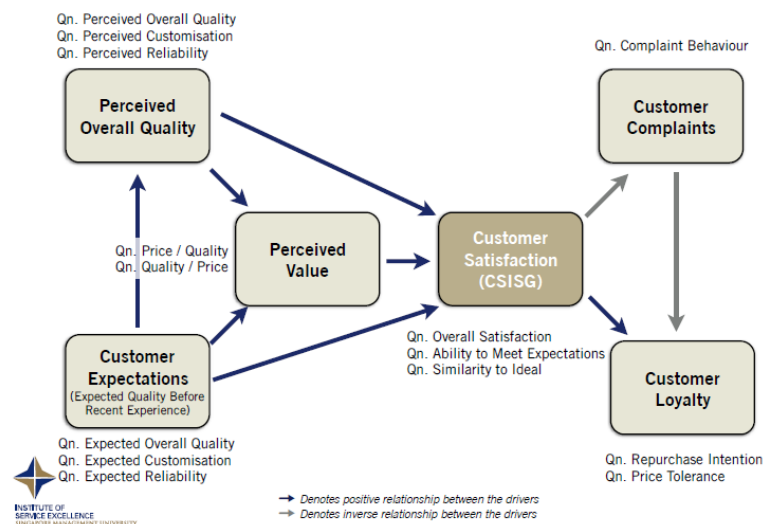
1) วิทยากร Mr. Chen Yongchang, Singapore หัวข้อการบรรยายประกอบด้วย

- Measuring Customer Satisfaction in Singapore – The Singapore Journey
- Making Customer Satisfaction Relevant in the Service Sector: Moving beyond the Standard Customer Satisfaction Models
- Developing a Customer Satisfaction Measurement Tool for the Retail Sector

ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- อุตสาหกรรมบริการในประเทศสิงคโปร์สร้างรายได้เป็น 60% ของ GDP และทำให้เกิดการจ้างงาน 73.6% ในปี 2017 ดังนั้นจึงได้มีการสถาบันความเป็นเลิศในการบริการ (Institute of Service Excellence) ซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่าง Singapore Management University (SMU) และ The Singapore Workforce Development Agency (WDA) เพื่อให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในภาคบริการของประเทศสิงคโปร์ โดยหนึ่งในหน้าที่หลัก คือ Benchmarking และวิเคราะห์เปรียบเทียบกับดัชนีความพึงพอใจของประเทศสิงคโปร์ (CSISG) ซึ่งเป็นดัชนีความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการเฉพาะในประเทศสิงคโปร์ โดยโมเดลของ CSISG มีการพัฒนามาจาก ACSI (American Customer Satisfaction Index) ซึ่งรูปแบบของ CSISG และแบบสอบถามหลักที่เกี่ยวข้อง แสดงดังภาพ

General CSISG Structural Model



รูปที่ 1 CSISG Model

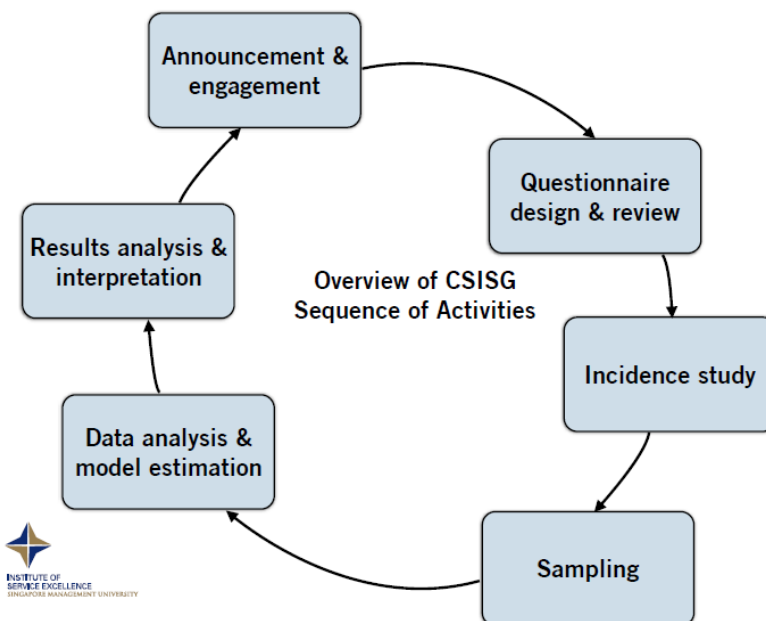
CSISG Core Questionnaire

Dimension	Question	Valid Response
Customer Expectations	Expected Overall Quality	1-10
	Expected Customisation	1-10
	Expected Reliability	1-10
Perceived Product Quality	Perceived Product Quality	1-10
	Perceived Product Customisation	1-10
	Perceived Product Reliability	1-10
Perceived Service Quality	Perceived Service Quality	1-10
	Perceived Service Customisation	1-10
	Perceived Service Reliability	1-10
Perceived Value	Price given Quality	1-10
	Quality given Price	1-10
Customer Satisfaction	Overall Satisfaction	1-10
	Ability to meet Expectations	1-10
	Similarity to Ideal	1-10
Complaint Behaviour	Complained in last 3 months	Y/N
Customer Loyalty	Repurchase Intention	1-10
	Price Tolerance	1%-25%



รูปที่ 2 แบบสอบถามหลักของ CSISG

โดยภาพรวมลำดับกิจกรรม CSISG แสดงในภาพ



รูปที่ 3 ภาพรวมลำดับกิจกรรม CSISG

ช่วงเวลาในการสำรวจ CSISG จะแบ่งเป็น 4 ไตรมาส โดยระบุภาคธุรกิจที่สำรวจ ดังนี้

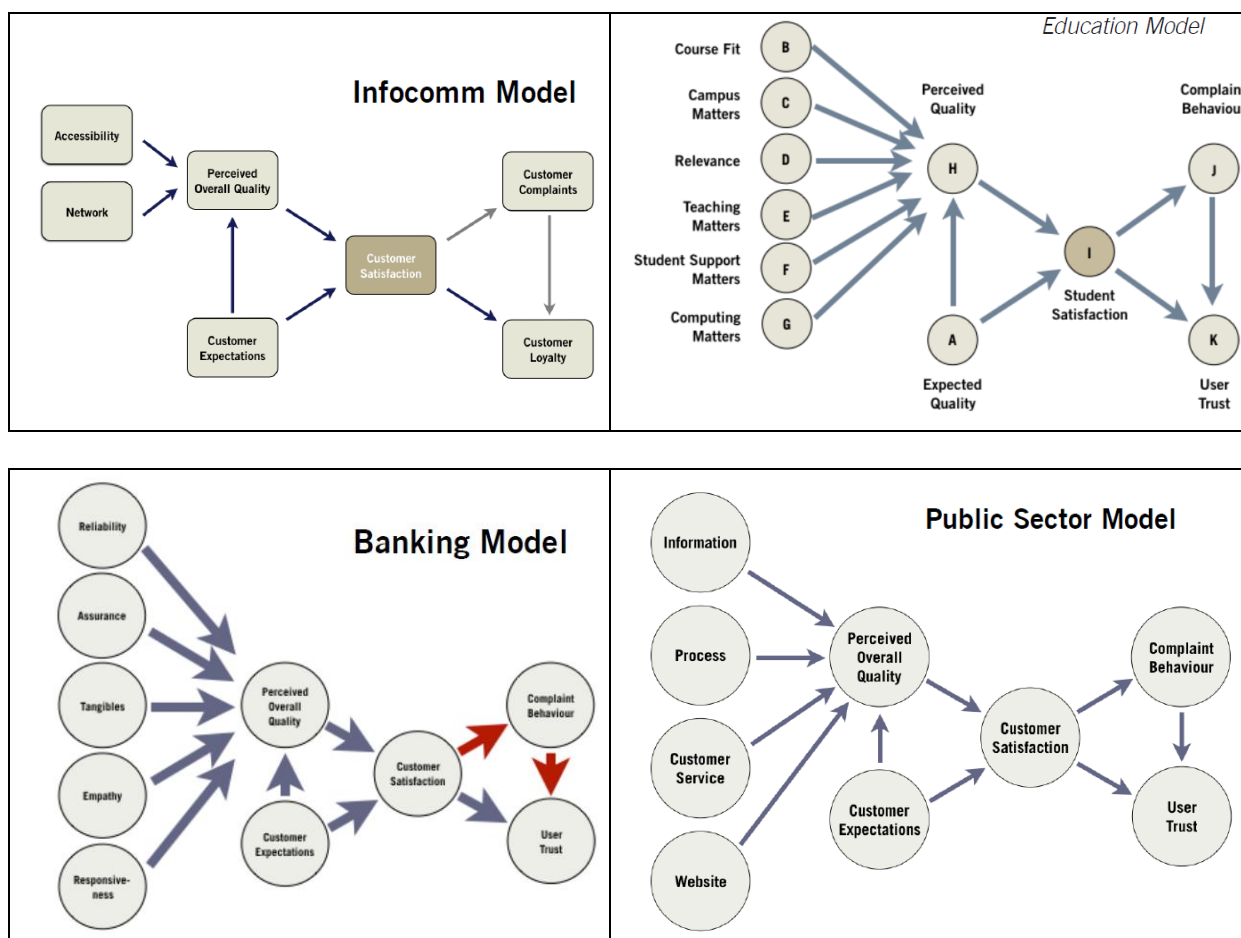
ไตรมาสที่ 1	บริการโทรคมนาคม และค้าปลีก
ไตรมาสที่ 2	บริการขนส่งทางอากาศ และขนส่งทางบก
ไตรมาสที่ 3	บริการอาหารและเครื่องดื่ม และบริการท่องเที่ยว
ไตรมาสที่ 4	บริการทางการเงิน&ประกัน และบริการด้านสุขภาพ

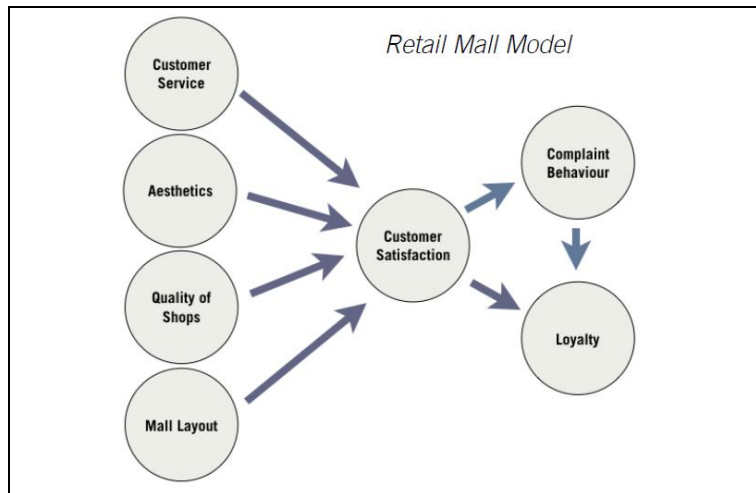
การสำรวจจะมีทั้งแบบสอบถามโดยตรง และสำรวจทางออนไลน์ มีคำถามในแบบสอบถาม 17 คำถามหลักตาม CSISG และคำถามที่เกี่ยวกับจุดที่ใช้บริการ (Touchpoint) ตามประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ อีกประมาณ 25 คำถาม หลังจากการสำรวจก็จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ แปลผล และรายงานผล หลังจากที่มีการรายงานผล สถาบันความเป็นเลิศในการบริการมีบริการในการคำปรึกษาแนะนำและฝึกอบรม เพื่อยกระดับองค์กร เช่น Service Leadership, People management, Service innovation, Customer experience เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การใช้ CSISG Model มีข้อดีและมีข้อจำกัด ดังนี้

ข้อดี	ข้อจำกัด
- ให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้บริการ - เป็นคำถามทั่วไปสามารถใช้เปรียบเทียบข้ามอุตสาหกรรมได้	- คำถามกว้างเกินไป ไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกในแต่ละธุรกิจบริการ - ข้อจำกัดในการแปลผลสำหรับการปรับปรุงในเรื่องการส่งมอบการบริการ การออกแบบและมาตรฐานการบริการ

ดังนั้น จึงมีการทบทวนออกแบบ model และแบบสอบถามใหม่โดยพิจารณาจุดสัมผัส (Touch points) มิติด้านคุณภาพการบริการ (SERVQUAL dimension) แผนที่การใช้บริการของลูกค้า (Customer journey mapping) และจุดสัมผัสเฉพาะของธุรกิจบริการ ซึ่งทำให้ได้ CSISG model เฉพาะธุรกิจ ดังตัวอย่างที่แสดง





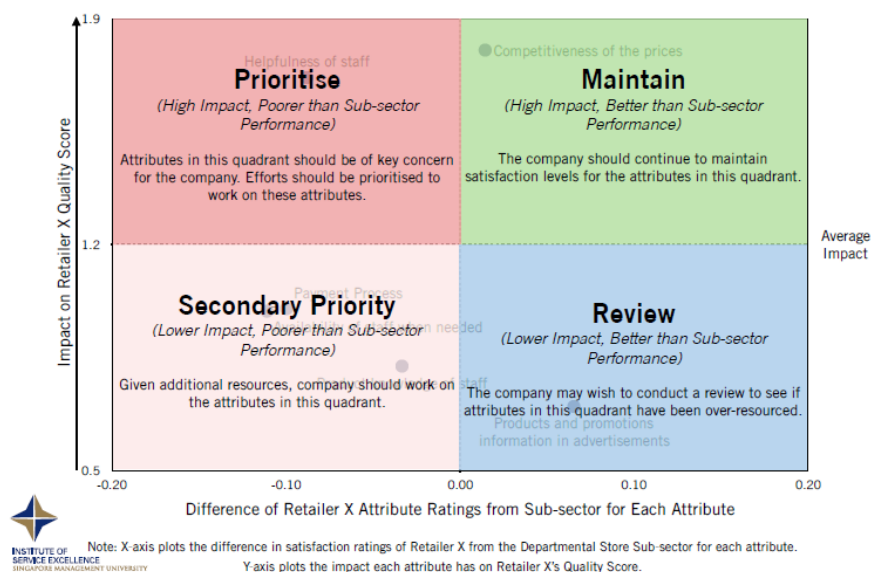
รูปที่ 4 CSISG model ในธุรกิจต่างๆ

แนวทางการระบุประเด็นที่ต้องปรับปรุง

จาก Rating Score ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแต่ละเรื่องที่ได้ จะนำมาเปรียบเทียบกับ คะแนนเฉลี่ยของภาคการบริการนั้นๆ แล้ว นำมาระบุเรื่องที่ต้องปรับปรุง โดยมีแนวทางดังภาพ

Identifying Areas for Improvement

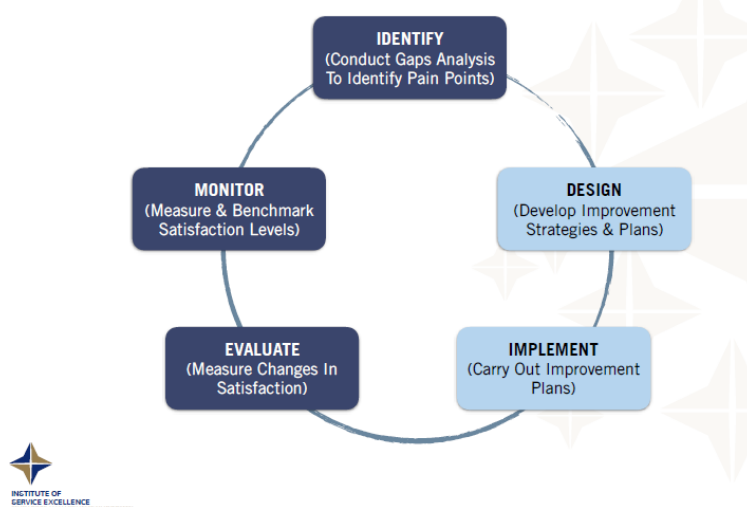
(Attributes Satisfaction Ratings vs Sub-Sector Average)



รูปที่ 5 แนวทางการระบุประเด็นที่ต้องปรับปรุง

เมื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงแล้วก็นำประเด็นที่ต้องดำเนินการปรับปรุงมากำหนดแผนและกลยุทธ์ในการปรับปรุงแล้วนำไปปฏิบัติ มีการติดตามวัดประเมินผลโดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของระดับความพึงพอใจโดยเทียบกับคะแนนเฉลี่ยของธุรกิจการบริการนั้นๆ ดังผังการปรับปรุงตามภาพ

Creating A Cycle of Improvement Through Measurement



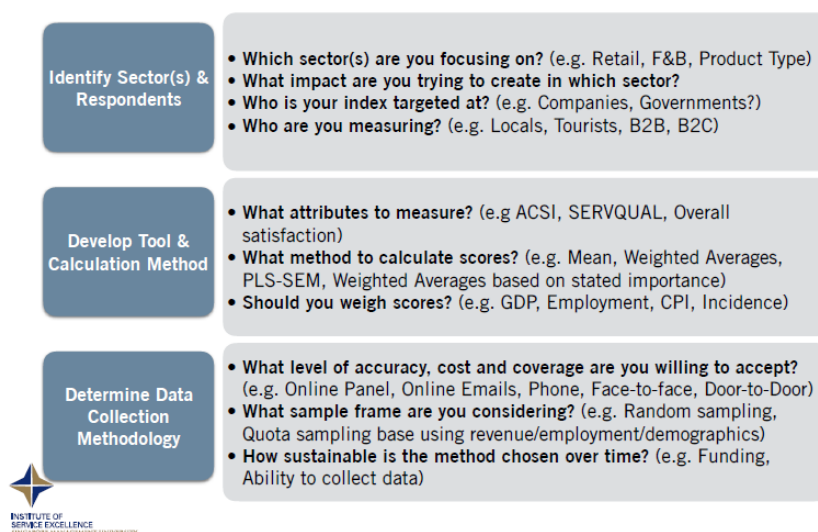
รูปที่ 6 ผังการดำเนินการปรับปรุง

นอกจากนี้ วิทยาการได้ให้หลักการและแนวทางการพัฒนาดัชนีความพึงพอใจ โดยมีขั้นตอนหลักที่ต้องพิจารณา 3 เรื่องคือ

- การกำหนดธุรกิจที่จะศึกษาและผู้ที่จะให้ข้อมูล
- การพัฒนาเครื่องมือและวิธีการคำนวณ
- การกำหนดวิธีการเก็บข้อมูล

โดยการพัฒนาต้องมีการควบคุมคุณภาพ (เช่น มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การเก็บข้อมูล เป็นต้น) รวมถึงผลลัพธ์ที่แสดงทั้งในเรื่องรูปแบบการรายงาน และประโยชน์ในการนำไปใช้งาน โดยขั้นตอนการพัฒนาดัชนีความพึงพอใจมีรายละเอียดดังแสดงในภาพ

Steps in CS Index Development



รูปที่ 7 ขั้นตอนการพัฒนาดัชนีความพึงพอใจ

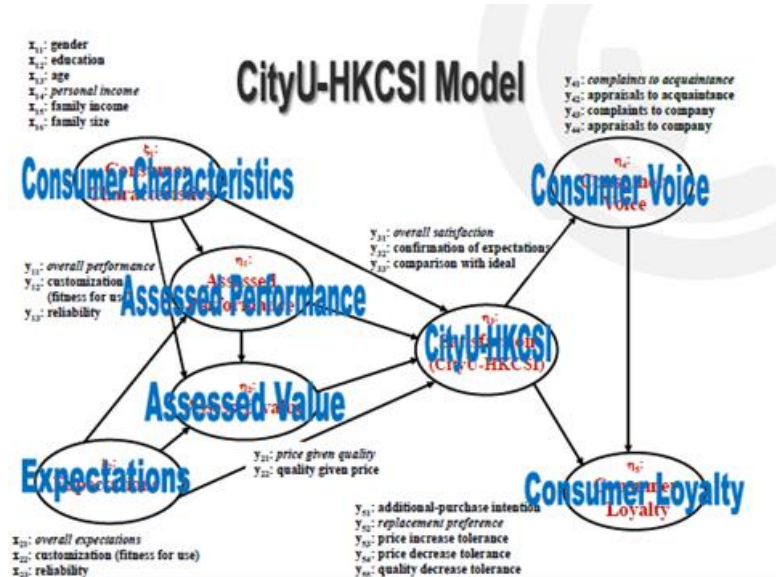
2) วิทยากร Dr. Geoffrey K. F. TSO, Hong Kong หัวข้อการบรรยายมีดังนี้

- CSI measures in HK
- Relationship between CSI and other HK economic indicators.
- Customer satisfaction Index and company value.

ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ในฮ่องกงมีการศึกษาด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค (CITYU-HKCSI) ซึ่งแสดงถึงระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในฮ่องกงต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการที่ขายในฮ่องกง (ทั้งผลิตภัณฑ์และการบริการภายในประเทศ และจากต่างประเทศ) ระบบการถ่วงน้ำหนักขึ้นกับดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) การศึกษาดำเนินการโดยคณะวิทยาศาสตร์การจัดการ City university of Hong Kong ซึ่งโมเดลการศึกษา CSI พัฒนามาจาก ACSI ใช้ในการประเมิน 68 สินค้า/การบริการ โดยมีการแสดงของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้า/การบริการตามลักษณะดังนี้

- ประสิทธิภาพของสินค้า/การบริการ เช่น ประสิทธิภาพโดยรวม ความเหมาะสมในการใช้งาน
- คุณค่าของสินค้า/การบริการ เช่น ความคุ้มค่า
- ลักษณะของผู้บริโภค เช่น เพศ อายุ การศึกษา
- ความคาดหวัง เช่น ความคาดหวังโดยรวม
- เสี่ยงของผู้บริโภค เช่น ข้อร้องเรียน
- ความจงรักภักดีของผู้บริโภค



รูปที่ 8 CityU-HKCSI Model

โดยมีสูตรคำนวณดังนี้

CityU-HKCSI (or Sub-HKCSI)

$$= \frac{\sum_{n=1}^N CSI_n \cdot Weight_n}{\sum_{n=1}^N Weight_n}$$

- CSI_n is the consumer satisfaction index for product n.
- $Weight_n$ is the composite CPI weighting for product n.
- N is the number of products involved.

เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ACSI model และ CityU-HKCSI จะพบว่ามีแตกต่างกันดังในภาพ

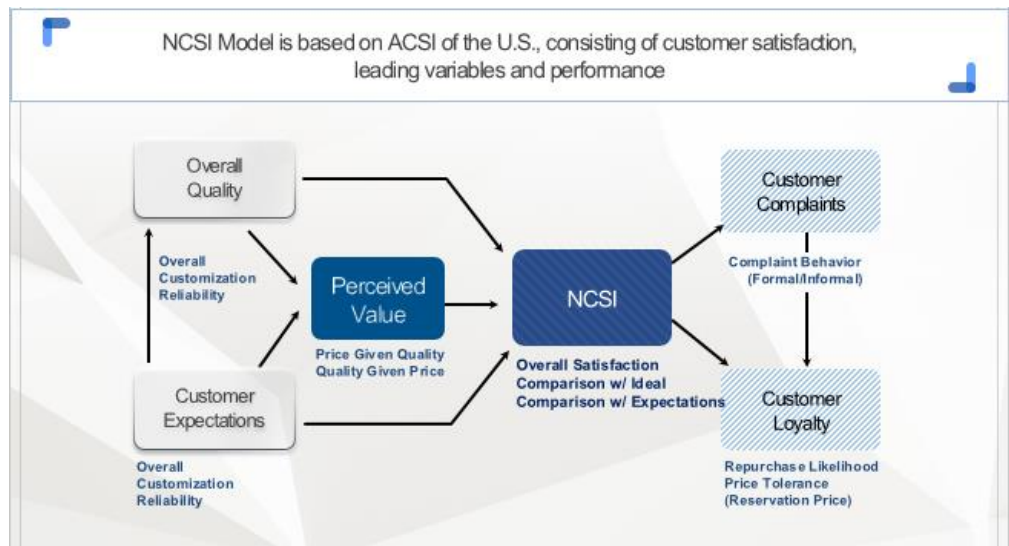
Overall Index CityU-HKCSI vs. ACSI

Model	ACSI	HKCSI
Region investigating	USA	Hong Kong
Coverage	42 Industries	68 Products
	GDP based	CPI based
	About 40% GDP of US	About 75% CPI weightings
Construct Dimensions	1.Perceived Quality	1.Assessed Performance
	2.Customer Expectations	2.Customer Expectations
	3.Perceived Value	3.Assessed Value
	4.Customer Satisfaction	4.Satisfaction
	5.Customer Complaints	5.Consumer Voice
	6.Customer Loyalty	6.Consumer Loyalty
		7.Consumer Characteristics
Updated frequency	Quarterly	Annually

รูปที่ 9 เปรียบเทียบระหว่าง ACSI model และ CityU-HKCSI

การสำรวจใช้วิธีการเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์ City University ได้นำ HKCSI ไปใช้ศึกษาวิจัย 2 เรื่อง คือ

1. อิทธิพลของเศรษฐกิจในระดับมหภาคที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า : ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจของฮ่องกง พบว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างความพึงพอใจของผู้บริโภค และสถานะทางเศรษฐกิจ โดยระหว่างที่เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโต ความพึงพอใจผู้บริโภคจะเป็นบวก
2. ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการตลาดของหุ้น และความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคสามารถใช้สร้างพอร์ตและกลยุทธ์การซื้อขายได้ เนื่องจากมีอิทธิพลต่อมูลค่าของบริษัท และพอร์ตการลงทุนตามข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคสามารถสร้างผลตอบแทนที่เหนือกว่า รวมถึงการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคและกิจกรรมทางการตลาดสามารถสร้างความได้เปรียบให้กับผู้ถือหุ้น
- 3) วิทยากร Dr. Beak In-Ki National ,Director, KPC ประเทศเกาหลีใต้ โดยมีหัวข้อการบรรยาย Introduction to NCSI-National Customer Satisfaction Index ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้
ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการพัฒนาดัชนีความพึงพอใจของชาติโดยรวมมีระหว่าง Korean Productivity Center (KPC) กับมหาวิทยาลัยมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งพัฒนา ACSI โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพของบริษัทและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยมีการประกาศวิธีการวัดความพึงพอใจและ NCSI model (รูปที่ 10)



รูปที่ 10 NCSI model

NCSI model ใช้สำรวจในระดับบริษัทในแต่ละภาคธุรกิจ ในปัจจุบัน มีการสำรวจจำนวน 330 บริษัท 76 ภาคธุรกิจ โดยการสำรวจจะแบ่งช่วงเวลา เป็น 4 ไตรมาส โดยระบุภาคธุรกิจที่สำรวจ ดังรูปที่ 11

Applicable Sectors by Sector (330 companies, 76 sectors)		
Q1	20 industries	Railway, subway, air flight (international), air flight (domestic), air flight (LCC) , telephone (rural & urban/international/internet), mobile telecom, super high-speed Internet IPTV, portal-search service, delivery service, movie theater, and 6 public services
Q2	21 industries	Air conditioning, washing machine, refrigerator, kimchi refrigerator, PC, TV, smartphone, tablet PC, passenger car (by tier), RV, apartment, rice cooker, water purifier, dehumidifier, air cleaner, robotic vacuum
Q3	16 industries	Non-durables industries, accommodation/restaurant and outdoor (clothes), travel agencies, including car rental, yogurt, soju, beer, beverage, cigarettes, men's casual and suit, men's shoes, cosmetics for women, fast food, family restaurant, noodle, bakery, hotel
Q4	19 industries	Department store, hypermarket, TV home shopping, Internet shopping mall, open market, gas station, large book store, bank, credit card, life insurance, non-life insurance, securities(2), hospital/healthcare service, national university, private university, college, duty free shop, Health and beauty store

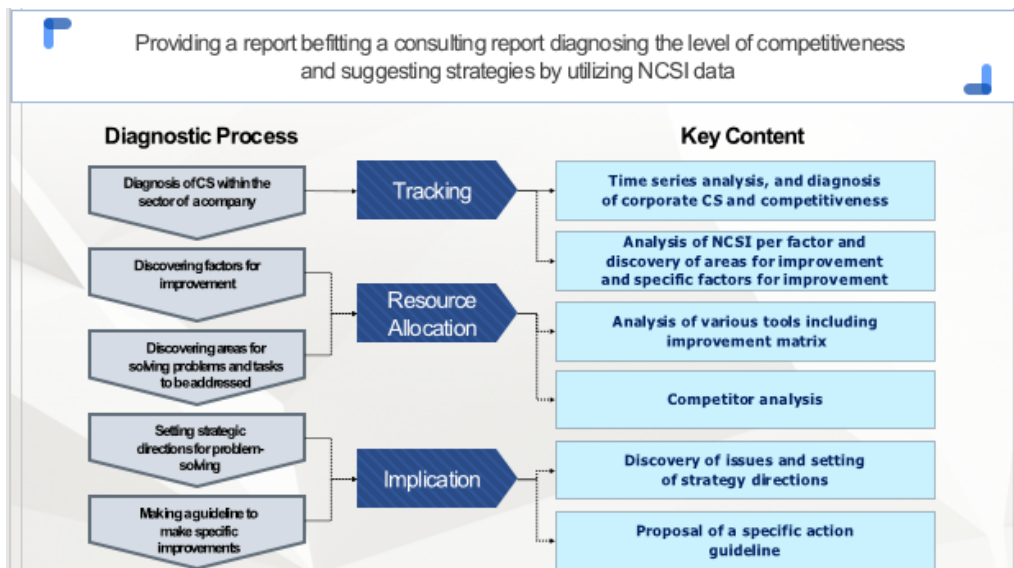
รูปที่ 11 ช่วงเวลาการสำรวจ NCSI ตามภาคธุรกิจ

รายงานผลการสำรวจ NCSI ผ่านสื่อ Chosun daily ซึ่งเป็น Co-sponsor ทุกไตรมาส โดยผลจากการนำเอา NCSI model มาใช้ตั้งแต่ปี 1998-2017 พบว่า ภาพรวมของบริษัทที่สำรวจมีการปรับปรุงระดับของ NCSI ในระดับที่สูงขึ้น และในแต่ละปีจะมีการประกาศ National Customer Satisfaction Index Winners ซึ่งในปี 2017 มีผลดังรูป 12 ซึ่งองค์กรสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่างๆ หรือติดที่สินค้าได้



รูปที่ 12 National Customer Satisfaction Index Winners ปี 2017

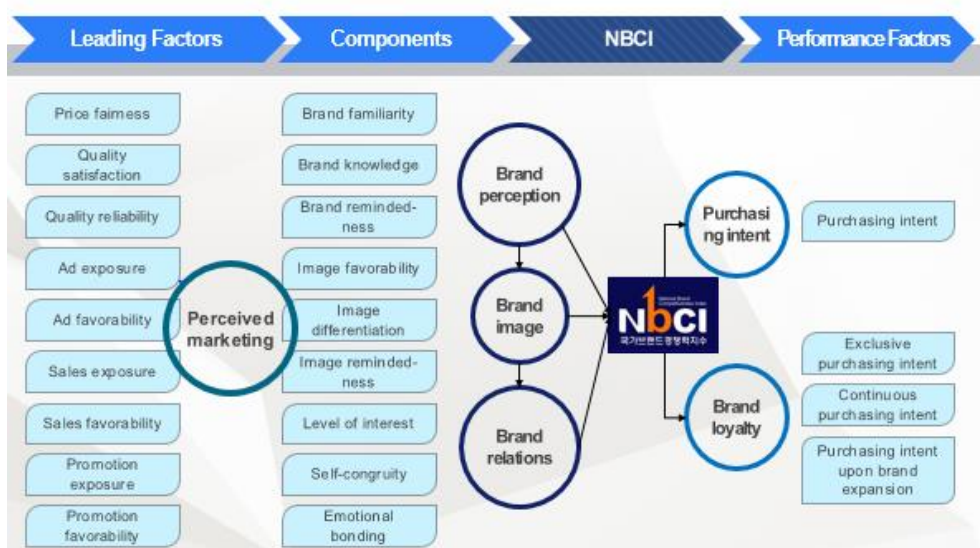
จากผลรายงานระดับ NCSI นำมาวิเคราะห์ระดับความสามารถในการแข่งขันและประเด็นที่ต้องนำไปปรับปรุง โดย KPC มีบริการการให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำกลยุทธ์ และแผนการดำเนินการ เพื่อการปรับปรุง โดยผังกระบวนการสำหรับการปรับปรุงแสดงในรูปที่ 13



รูปที่ 13 กระบวนการนำ NCSI มาใช้ในการปรับปรุง

นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจ National Brand Competitiveness Index ซึ่งเป็นดัชนีที่ประเมินความสามารถในการแข่งขันโดยผู้บริโภคต่อตราสินค้าของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในประเทศเกาหลี ซึ่งมี

โมเดลการประเมินดังรูปที่ 14 การรายงานผลประเมิน NBCI ดำเนินการโดย Joong Ang Daily ซึ่งเป็น Co-Hosting ทุก 6 เดือน ซึ่งผลที่ได้สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อการปรับปรุงองค์กร



รูปที่ 14 NBCI model

2.3 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานแต่ละแห่ง (ถ้ามี) พร้อมแนบภาพประกอบ
ในโปรแกรมนี้ มีการศึกษาดูงาน 2 องค์กรซึ่งได้รับรางวัล NCSI ได้แก่ Lotte GRS (Global restaurant service) และ Signiel Hotel โดยสรุปองค์ความรู้ที่ได้ดังนี้

- 1) Lotte GRS ดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน Fast food ซึ่งมีทั้งแบรนด์ของตนเอง เช่น Lotteria, Angel-in-us coffee, Villa de Charlotte และแบรนด์แฟรนไชส์จากต่างประเทศ ซึ่งที่ Lotte GRS มีการกำหนด Concept และมาตรฐานการบริการของแต่ละแบรนด์ โดยถ้าเป็นแบรนด์แฟรนไชส์จากต่างประเทศ เช่น TGI Friday, Krispy Crème ก็ดำเนินตามมาตรฐานของเจ้าของแฟรนไชส์ โดยมีการจัดโปรแกรมการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน เจ้าของแฟรนไชส์ ทั้งขั้นตอนการทำงานต่างๆ ในร้าน เช่น การปรุงอาหาร การให้บริการในร้าน เป็นต้น และอื่นๆ เช่น Service mind การจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งมีการอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยการจำลองสถานที่ให้ผู้เข้าฝึกอบรมได้ปฏิบัติได้เหมือนจริง มีการประเมินผลผู้เข้าอบรม มีการให้การฝึกอบรมซ้ำทุกปี และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการบริการใหม่จะมีการปรับ/เพิ่มเติมหลักสูตรส่วนในการดำเนินงานของร้านในแต่ละแบรนด์จะมี brand supervisor ตรวจประเมินเป็นระยะ เพื่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการบริการ และมีการ benchmark กับคู่แข่งเป็นระยะๆ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ในปัจจุบัน ร้าน Lotteria เริ่มมีการใช้ตู้ Kiosk เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการแบบ Self-service ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีในการลดแรงงานลง





รูปที่ 15 การศึกษาดูงาน Lotte GRS

- 2) Signiel hotel เป็นโรงแรม 5 Star อยู่ในเครือของ Lotte เปิดให้บริการเมื่อเดือนเมษายน 2017 โดยมีการแบ่งระดับห้องพักที่ให้บริการเป็น 6 ระดับคือ Deluxe, Super deluxe, Premier, Suite, Presidential suite มีการตั้งเป้าหมายในปี 2020 ว่าจะเป็นโรงแรม 1 ใน 3 แบรินด์ที่มีระดับสูงสุดในเอเชีย

ในการบริการโรงแรม Lotte มีการตั้ง Customer Service Academy เพื่อใช้เป็นอบรมภายในให้กับบุคลากรในงานบริการโรงแรมในเครือ Lotte โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก โดยมี Training roadmap และ Module ในการพัฒนาและยกระดับความสามารถของบุคลากร โดยมีกระบวนการพัฒนาความสามารถของบุคลากรดังนี้



โปรแกรมฝึกอบรมมีทั้งมาตรฐานการให้บริการ ทักษะคิดในการให้บริการ การฝึกปฏิบัติโดยจำลองสถานการณ์ (Role play) บุคลิกภาพ การสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร เป็นต้น นอกเหนือจากการฝึกอบรม ยังมีการสื่อสารการเรียนรู้มาตรฐานการบริการที่จัดทำเป็นวีดิทัศน์ และยังมีช่องทางให้พนักงานแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ผ่านกระบวนการ CoPs รวมถึงมีการตรวจประเมินมาตรฐานการบริการเป็นระยะ เพื่อรักษาคุณภาพการบริการ





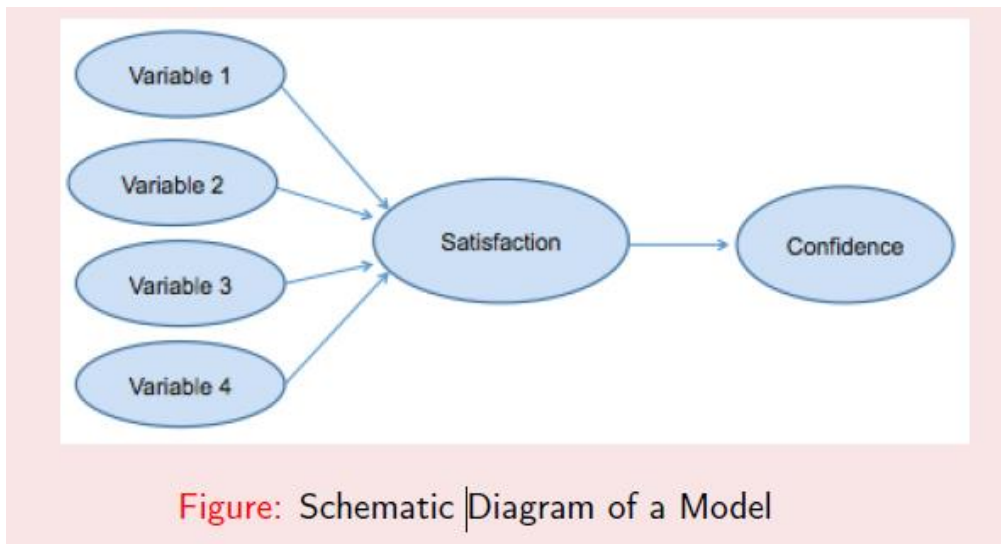
รูปที่ 16 การศึกษาดูงาน Signiel Hotel และ Service academy

2.4 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Discussion)

จากการทำ Workshop ภายในกลุ่มได้ดำเนินการระดมความคิดในการวางแผนจัดทำดัชนีชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของภาครัฐ โดยใช้กรณีศึกษาของประเทศฟิลิปปินส์มาศึกษาในกลุ่มเป็นตัวอย่างในการทำกิจกรรมกลุ่ม โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือผู้ใช้บริการภาครัฐท้องถิ่น เช่น งานจดทะเบียนแจ้งเกิด ตาย บัตรประชาชน เป็นต้น โดยมีกำหนดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 1500 คน โดยคำถามประกอบด้วย 4 หัวข้อหลัก ได้แก่

- การบริการ (ความเร็ว ความถูกต้อง บันทึกข้อมูลไม่ผิดพลาด ยืดหยุ่น ตอบสนองความคาดหวัง)
- มารยาทในการบริการ (ความเต็มใจช่วยเหลือ สุภาพ การสื่อสารชัดเจน มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ ให้การบริการแบบรายบุคคล)
- ความน่าเชื่อถือ (มีความชำนาญ รักษาความลับ มีความสม่ำเสมอ ให้ความสำคัญกับลูกค้า)
- การต้อนรับ (ความสะอาด สถานที่สะอาด การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย มีการให้ข้อมูลที่จำเป็น)

โดยมีการกำหนด CSI model ดังรูปที่ 17



รูปที่ 17 CSI model for Government Service

ซึ่งนำแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 4 หัวข้อหลักนี้ไปเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย R-language ซึ่งผลที่ได้จะนำมาแปลผล เพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุง และรายงานให้กับผู้บริหารต่อไป

ส่วนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

3.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

ได้เรียนรู้แนวทางการจัดทำดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า และการนำไปใช้ประโยชน์ในการ Benchmarking เพื่อยกระดับในการปรับปรุงองค์กร รวมถึงได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้มุมมองในการวัดความพึงพอใจลูกค้าจากการรับบริการกับผู้เข้าอบรมจากประเทศสมาชิกต่างๆ

3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

สามารถนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการประชุมประจำเดือนขององค์กร รวมถึงการพัฒนาหลักสูตรและการเขียนโครงการ

3.3 ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการในหัวข้อนั้นๆ

สามารถนำความรู้ที่ได้ไปร่วมมือกับเครือข่ายในการเขียนโครงการ เพื่อนำเสนอภาครัฐ ในเรื่องการวัดความพึงพอใจในระดับประเทศ เพื่อยกระดับการให้บริการ

3.4 กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ

อยู่ในระหว่างกำหนดเวลาบรรยาย Sharing ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมอบรมให้กับพนักงานในสถาบันในการประชุม Comday

3.5 กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

นำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดแก่พนักงานภายในสถาบันในการประชุม Comday และนำความรู้มาพัฒนาหลักสูตร

Phase 1 Knowledge Sharing in FTPI	Action plan		
	No.	Activities	Time
	1.	Summarize knowledge and lesson learned from training program	December 2018
	2.	Prepare slide presentation	January-February 2019
	3.	Knowledge sharing in the FTPI's communication day	March-May 2019 (The exact time will be determined later.)
	4	Knowledge capture in IT system	March-May 2019

Phase 2 (Plan A) Training course review and improvement	Action plan		
	No.	Activities	Time
	1.	Review document and summarize the content	December 2018-February 2019
	2.	Slide presentation preparation	February-July 2019
	3.	Content review and Improvement	July-September 2019
	4.	Dry run	October-November 2019
	5	Course registration	November 2019

Phase 2 (Plan B)* Develop CSI measurement and consulting project * if project is approved	Action plan		
	No.	Activities	Time
	1.	Propose for CSI development project	January-March 2019
	2.	Corporate with FTPI's Productivity research department to develop Thailand CSI	March-August 2019
	3.	Implement CSI measurement	September 2019-2020
	4.	Report the CSI result	October 2020
	5.	Consult for improvement	November 2020-June 2021
	6.	Project conclusion and report	December 2021

ส่วนที่ 4 เอกสารแนบ (ตามไฟล์แนบ)

- 4.1 กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)
 - 4.2 เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)
 - 4.3 ประวัติโดยสังเขปของวิทยากรบรรยาย (CV)
 - 4.4 รายงานก่อนการเดินทาง (Country Paper-Thailand)
 - 4.5 เอกสารนำเสนอผลงานหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Presentation)
-

หมายเหตุ

1. ตัวอักษรและขนาดของตัวอักษรที่ใช้ คือ Cordia New 14 pt.
2. รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ ต้องจัดทำเป็นรายบุคคล และมีกำหนดจัดส่งภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ
3. การจัดส่งรายงาน สามารถดำเนินการด้วยวิธีต่อไปนี้
 - ก. ในกรณีเอกสารแนบเป็นซอฟต์แวร์ให้บันทึกไฟล์รายงานและเอกสารแนบทั้งหมดลงแผ่นซีดีและจัดส่งมาทางไปรษณีย์ หรือ
 - ข. ในกรณีเอกสารแนบเป็นกระดาษ ให้ส่งไฟล์รายงานทางอีเมล (liaison@ftpi.or.th) และส่งสำเนาเอกสารแนบทั้งหมดมาทางไปรษณีย์ที่อยู่ ... ส่วนวิเทศสัมพันธ์ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
อาคารยาคุลท์ ชั้น 12 เลขที่ 1025 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
4. การเผยแพร่ สามารถติดตามการเผยแพร่รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอหรือรายงานที่จัดทำโดยผู้เข้าร่วมโครงการเอพีโอในโครงการอื่นๆ ได้ที่ <http://www.ftpi.or.th/services/apo/apo-article>
5. หากท่านไม่ดำเนินการจัดทำเอกสารหลังการสัมมนาตามเงื่อนไขข้างต้น ส่วนวิเทศสัมพันธ์จะจัดส่งหนังสือแจ้งการขึ้นทะเบียน Black list ไปยังหน่วยงานต้นสังกัด โดย (1) ในกรณีที่มิได้จัดส่งรายงาน จะขึ้นทะเบียนรายชื่อของท่านเป็นการถาวรและหน่วยงานต้นสังกัดเป็นระยะเวลา 2 ปี หรือ (2) ในกรณีจัดส่งเกินกำหนดระยะเวลา 60 วัน จะขึ้นทะเบียนรายชื่อของท่านเป็นระยะเวลา 2 ปี นับจากวันที่ส่งรายงาน ทั้งนี้ เพื่อใช้ประกอบในการพิจารณาเสนอชื่อเป็นผู้สมัครเข้าร่วมโครงการเอพีโอในครั้งต่อไป