

ข้อมูลเชิงสถิติการให้บริการ
งานบริการด้านการศึกษาลดชีวิต
วิทยาลัยการศึกษาลดชีวิต ประจำปีงบประมาณ 2567
(1 ตุลาคม 2566 – 30 กันยายน 2567)

1. จำนวนผู้รับบริการ ณ จุดให้บริการ (Walk – in)

ตารางที่ 1: แสดงจำนวนผู้รับบริการ ณ จุดให้บริการหลัก (Walk-in)

เดือน	จำนวนผู้รับบริการ ณ จุดบริการหลัก	จำนวนผู้รับบริการ ณ จุดการตลาดกิจกรรม	เวลาเฉลี่ยในการให้บริการ (นาที)	ความพึงพอใจ (เต็ม 5)	จำนวนข้อร้องเรียน	หมายเหตุ
ตุลาคม	0	10	13.2	0	0	
พฤศจิกายน	0	12	12.5	0	0	
ธันวาคม	2	0	14.4	0	0	
มกราคม	3	0	11.1	4.4	0	เพิ่มวิธีการวัดประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
กุมภาพันธ์	2	2	11.3	4.5	0	
มีนาคม	1	6	10.5	4.2	0	
เมษายน	0	0	0	0	0	
พฤษภาคม	3	8	14.7	4.0	0	
มิถุนายน	0	2	12.4	4.5	0	
กรกฎาคม	3	0	10.3	4.3	0	
สิงหาคม	1	6	9.6	4.0	0	
กันยายน	2	4	10.7	4.8	0	
รวม/เฉลี่ย	17	50	10.89	4.33	0	
ร้อยละ	25	75	-	87	0	

ตารางที่ 2: แสดงจำนวนผู้รับบริการ ณ จุดให้บริการหลัก (Walk-in) โดยจำแนกประเภทการให้บริการ ปี 2567

เดือน	การสมัครสมาชิก/บัญชี	ลงทะเบียนหลักสูตร	สอบถามข้อมูลหลักสูตร	ติดต่องานวิชาการ	บริการอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
ตุลาคม	8	2	0	0	0	10
พฤศจิกายน	7	2	3	0	0	12
ธันวาคม	1	0	0	0	1	2
มกราคม	1	1	0	1	0	3
กุมภาพันธ์	0	1	1	2	0	4
มีนาคม	5	0	0	0	2	7
เมษายน	0	0	0	0	0	0
พฤษภาคม	5	0	3	2	1	11
มิถุนายน	2	0	0	0	0	2

เดือน	การสมัครสมาชิก/บัญชี	ลงทะเบียนหลักสูตร	สอบถามข้อมูลหลักสูตร	ติดต่องานวิชาการ	บริการอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
กรกฎาคม	1	1	0	1	0	3
สิงหาคม	4	2	1	0	0	7
กันยายน	2	0	1	2	1	6
รวม/เฉลี่ย	36	9	9	8	5	67
ร้อยละ	54	13	13	12	7	

สรุปข้อมูลเชิงวิเคราะห์

1.1 ภาพรวมการให้บริการ

- 1) มีผู้รับบริการแบบ Walk-in ทั้งสิ้น 67 คนตลอดทั้งปี
- 2) การให้บริการแบ่งเป็น 2 จุดหลัก ได้แก่ จุดบริการหลัก 17 คน (25%) และจุดการตลาดกิจกรรม 50 คน (75%)
- 3) เวลาเฉลี่ยในการให้บริการ 10.89 นาทีต่อราย
- 4) คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.33 (ร้อยละ 87) ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก
- 5) ไม่พบข้อร้องเรียนใด ๆ จากจุดให้บริการ Walk-in

1.2 การวิเคราะห์ตามช่วงเวลา

- 1) เดือนพฤศจิกายนมีผู้ใช้บริการสูงสุด (12 คน) ซึ่งมีกิจกรรมพิเศษ
- 2) เดือนเมษายนไม่มีผู้ใช้บริการเลย เนื่องจากเป็นช่วงปิดภาคการศึกษา
- 3) มีผู้รับบริการเฉลี่ยเพียง 6 คนต่อเดือน ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อย

1.3 การวิเคราะห์ตามประเภทบริการ

- 1) บริการลงทะเบียนหลักสูตรเป็นบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุด (ร้อยละ 54 ของการให้บริการทั้งหมด)
- 2) จุดการตลาดกิจกรรมมีผู้ใช้บริการมากกว่าจุดบริการหลักถึง 3 เท่า สะท้อนให้เห็นว่าการทำกิจกรรมการตลาดมีประสิทธิภาพสูงในการดึงดูดผู้รับบริการ

2. จำนวนผู้รับบริการผ่านช่องทาง E – Service

ตารางที่ 3: แสดงจำนวนผู้รับบริการผ่านช่องทาง E - Service

เดือน	จำนวนผู้รับบริการผ่านช่อง E-Service (ครั้ง)	เวลาเฉลี่ยในการในการรอรับบริการ (นาที)	เวลาเฉลี่ยในการแก้ไขคำร้องขอ (นาที)	ความพึงพอใจ (เต็ม 5)	จำนวนข้อร้องเรียน	หมายเหตุ
ตุลาคม	910	60	94	0	0	
พฤศจิกายน	574	180	200	0	0	
ธันวาคม	422	116	136	0	0	
มกราคม	411	88	179	4.33	0	เพิ่มวิธีการวัดประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
กุมภาพันธ์	385	105	125	4.34	0	

เดือน	จำนวน ผู้รับบริการผ่าน ช่อง E-Service (ครั้ง)	เวลาเฉลี่ยใน การในการรอรับ บริการ (นาที)	เวลาเฉลี่ยใน การแก้ไขคำ ร้องขอ (นาที)	ความพึง พอใจ (เต็ม 5)	จำนวน ข้อ ร้องเรียน	หมายเหตุ
มีนาคม	488	101	135	4.31	0	
เมษายน	472	228	271	4.34	0	
พฤษภาคม	576	188	223	4.34	0	
มิถุนายน	560	286	318	4.32	0	
กรกฎาคม	373	360	420	4.25	0	
สิงหาคม	300	420	444	4.34	0	
กันยายน	722	318	348	4.36	0	
รวม/เฉลี่ย	6,193	204.17	241.08	4.32	0	

ตารางที่ 4: แสดงจำนวนการเข้ารับบริการผ่านช่องทาง E – Service โดยจำแนกตามช่องทางต่าง ๆ

เดือน	Facebook Messenger	IG Messenger	Line	E-mail	รวมทั้งหมด
ตุลาคม	496	4	356	54	910
	(54.51%)	(0.44%)	(39.12%)	(5.93%)	(14.70%)
พฤศจิกายน	341	0	174	59	574
	(59.41%)	(0.00%)	(30.31%)	(10.28%)	(9.27%)
ธันวาคม	267	0	101	54	422
	(63.27%)	(0.00%)	(23.93%)	(12.80%)	(6.82%)
มกราคม	254	0	105	52	411
	(61.80%)	(0.00%)	(25.55%)	(12.65%)	(6.64%)
กุมภาพันธ์	237	0	112	36	385
	(61.56%)	(0.00%)	(29.09%)	(9.35%)	(6.22%)
มีนาคม	315	0	119	54	488
	(64.55%)	(0.00%)	(24.39%)	(11.07%)	(7.88%)
เมษายน	228	2	121	61	472
	(61.02%)	(0.42%)	(25.64%)	(12.92%)	(7.62%)
พฤษภาคม	256	3	220	96	576
	(44.44%)	(0.52%)	(38.19%)	(16.84%)	(9.29%)
มิถุนายน	167	0	155	238	560
	(29.82%)	(0.00%)	(27.68%)	(42.50%)	(9.04%)
กรกฎาคม	209	1	99	64	373
	(56.03%)	(0.27%)	(26.54%)	(17.16%)	(6.02%)
สิงหาคม	185	0	70	45	300
	(61.67%)	(0.00%)	(23.33%)	(15.00%)	(4.84%)
กันยายน	434	3	181	104	722
	(60.11%)	(0.42%)	(25.07%)	(14.40%)	(11.66%)
รวม	3,449	13	1,813	918	6,193

เดือน	Facebook Messenger	IG Messenger	Line	E-mail	รวมทั้งหมด
ร้อยละ	(55.69%)	(0.21%)	(29.27%)	(14.82%)	(100.00%)

ตารางที่ 5: แสดงจำนวนการรับบริการผ่านช่องทาง E – Service แยกตามประเภทการติดต่อ

เดือน	ด้านหลักสูตร	ด้านการ ลงทะเบียนและ บัญชีผู้ใช้งาน	ด้านการชำระ เงิน/ใบเสร็จ	ติดต่อ เจ้าหน้าที่	ด้านอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
ตุลาคม	498 (54.73%)	149 (16.37%)	16 (1.76%)	160 (17.58%)	87 (9.56%)	910 (14.70%)
พฤศจิกายน	307 (53.48%)	133 (23.17%)	3 (0.52%)	91 (11.85%)	40 (4.50%)	574 (9.27%)
ธันวาคม	226 (53.55%)	127 (30.09%)	0 (0.00%)	50 (11.85%)	19 (4.50%)	422 (6.82%)
มกราคม	240 (58.39%)	791 (22.14%)	19 (2.43%)	53 (12.17%)	20 (4.87%)	411 (6.64%)
กุมภาพันธ์	186 (48.31%)	126 (32.73%)	2 (0.52%)	58 (15.06%)	13 (1.43%)	385 (6.22%)
มีนาคม	260 (53.28%)	142 (29.10%)	8 (1.64%)	71 (14.55%)	7 (1.43%)	488 (7.88%)
เมษายน	211 (44.70%)	92 (19.49%)	20 (4.24%)	134 (28.39%)	15 (3.18%)	472 (7.62%)
พฤษภาคม	318 (55.21%)	121 (21.01%)	4 (0.69%)	125 (21.70%)	8 (1.39%)	576 (9.30%)
มิถุนายน	193 (34.46%)	57 (10.18%)	1 (0.18%)	240 (42.86%)	69 (12.32%)	560 (9.04%)
กรกฎาคม	212 (34.84%)	50 (13.40%)	3 (0.80%)	104 (27.88%)	4 (1.07%)	373 (6.02%)
สิงหาคม	133 (44.33%)	53 (17.67%)	3 (1.00%)	105 (35.00%)	6 (2.00%)	300 (4.84%)
กันยายน	354 (49.03%)	134 (18.56%)	10 (1.39%)	218 (30.19%)	6 (0.83%)	722 (11.66%)
รวม	3,138	1,275	79	1,406	294	6,192
ร้อยละ	50.68%	20.59%	1.28%	22.71%	4.75%	(100%)

สรุปข้อมูลเชิงวิเคราะห์

จากข้อมูลการให้บริการผ่านช่องทาง E-Service สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้:

2.1 ภาพรวมการให้บริการ

- 1) มีการให้บริการผ่านช่องทาง E-Service ทั้งสิ้น 6,193 ครั้ง
- 2) การบริการมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก (4.32/5)
- 3) การรับเรื่องใช้เวลาเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 24 นาที และแก้ไขคำร้องใช้เวลาเฉลี่ย 4 ชั่วโมง 10 นาที

2.2 การวิเคราะห์ตามช่วงเวลา

- 1) เดือนตุลาคม 2566 มีการใช้บริการสูงสุด (910 ครั้ง หรือ 14.70%)
- 2) เดือนสิงหาคม 2567 มีการใช้บริการน้อยที่สุด (300 ครั้ง หรือ 4.84%)
- 3) ช่วงต้นปีงบประมาณ (ตุลาคม) มีแนวโน้มการใช้บริการสูง ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับช่วงการเปิดภาคการศึกษา การเปิดหลักสูตรใหม่หรือการเริ่มโครงการใหม่

2.3 การวิเคราะห์ตามช่องทางการสื่อสาร

- 1) Facebook Messenger เป็นช่องทางยอดนิยม (3,449 ครั้ง หรือ 55.69%)
- 2) แพลตฟอร์มการส่งข้อความ (Messenger + LINE) รวมกันมีสัดส่วนสูงถึง 84.96% แสดงถึงความนิยมในการสื่อสารแบบทันที (Auto-Response)
- 3) IG Messenger มีการใช้น้อยมาก (13 ครั้ง หรือ 0.21%) ซึ่งอาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุนด้านบุคลากรในการดูแลช่องทางนี้

2.4 การวิเคราะห์ตามประเภทการติดต่อ

- 1) การสอบถามด้านหลักสูตรเป็นหัวข้อที่มีการสอบถามมากที่สุด (3,138 ครั้ง หรือ 50.68%)
- 2) ควรพิจารณาเพิ่มข้อมูลด้านหลักสูตรที่เข้าถึงได้ง่ายบนเว็บไซต์ เพื่อลดภาระงานการตอบคำถาม

ลงชื่อ.....ผู้รายงาน
(นางสาวเจนจิรา ตาเจริญเมือง)
นักจัดการงานทั่วไป
วันที่รายงาน 1 ตุลาคม 2567.....

ลงชื่อ.....ผู้รับรองรายงาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรารณา ใจผ่อง)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการศึกษาดุสิต
วันที่.....1 ตุลาคม 2567.....