

รายงานผลการดำเนินงาน
ระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Service)
งานขึ้นทะเบียนผู้เรียนและงานบริการลูกค้าสัมพันธ์

ประจำปีงบประมาณ 2568

วิทยาลัยการศึกษาดลชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สรุปภาพรวมการบริการผ่านช่องทาง E-Service

รายงานฉบับนี้นำเสนอผลการดำเนินงานของระบบการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Service) ของวิทยาลัยการศึกษาลดชีวิต ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 โดยครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 ถึง ตุลาคม 2568 โดยรวบรวมข้อมูลจากทุกช่องทางการให้บริการ ได้แก่ LINE Official Account (LINE OA) โทรศัพท์ Facebook Messenger Email และ Instagram Direct

ตัวชี้วัดสำคัญ (Key Performance Indicators)

จำนวนครั้งการรับบริการ	ช่องทางยอดนิยมสูงสุด	เดือนที่มีการรับบริการสูงสุด	อัตราการเติบโต (YTD)
10,794 ครั้ง	Facebook Messenger	สิงหาคม 2568 2,197 ครั้ง	174.28% หรือคิดเป็นประมาณ 2.74 เท่า

หมายเหตุ: อัตราการเติบโต YTD คำนวณจากการเปรียบเทียบยอดรวมระหว่างเดือนตุลาคม 2567 (801 ครั้ง) และเดือนสิงหาคม 2568 (2,197 ครั้ง) ซึ่งเป็นเดือนที่มียอดสูงสุดของปี

สรุปผลการดำเนินงานโดยภาพรวม

ในปีงบประมาณ 2568 ระบบ E-Service ของวิทยาลัยการศึกษาลดชีวิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีการรับบริการรวมทั้งสิ้น 10,794 ครั้ง แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงต้นถึงปลายปีงบประมาณ โดยมีจุดสูงสุดในเดือนสิงหาคม 2568 จำนวน 2,197 ครั้ง ช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ Facebook Messenger คิดเป็นร้อยละ 48.88 ของช่องทางให้บริการทั้งหมด และประเภทบริการที่มีการร้องขอมากที่สุดคือการสอบถามข้อมูลหลักสูตร 5,026 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.70

ส่วนที่ 1 — สรุปจำนวนผู้รับบริการรายเดือน

ตารางแสดงจำนวนครั้งการเข้ารับบริการผ่านระบบ E-Service จำแนกตามรายเดือน ปีงบประมาณ 2568 พร้อมสัดส่วนและการเปลี่ยนแปลง

ลำดับ	เดือน	จำนวนการรับบริการ (ครั้ง)	สัดส่วน (%)	เปลี่ยนแปลง	เวลาเฉลี่ยในการ รอรับบริการ (นาที)	เวลาเฉลี่ยในการ แก้ไขคำร้องของ เจ้าหน้าที่ (นาที)	ร้อยละความพึงพอใจ (CSAT)
1	ตุลาคม	801	7.42%	-	360	360	86.86
2	พฤศจิกายน	571	5.29%	-230	360	480	86.86
3	ธันวาคม	623	5.77%	+52	540	540	86.90
4	มกราคม	580	5.37%	-43	240	300	86.97
5	กุมภาพันธ์	524	4.85%	-56	420	420	87.02
6	มีนาคม	542	5.02%	+18	120	120	87.05
7	เมษายน	485	4.49%	-57	180	240	87.01
8	พฤษภาคม	571	5.29%	+86	180	240	87.05
9	มิถุนายน	1,191	11.03%	+620	180	180	87.05
10	กรกฎาคม	881	8.16%	-310	180	300	87.09
11	สิงหาคม	2,197	20.35%	+1,316	300	360	87.14
12	กันยายน	1,828	16.94%	-369	240	300	87.12
รวม		10,794	100.00%	-	275	320	87.01%

ส่วนที่ 2 — สรุปจำนวนผู้รับบริการรายไตรมาส

ตารางสรุปจำนวนครั้งของการรับบริการจำแนกตามไตรมาสเพื่อติดตามผลการดำเนินงานในภาพรวม

ไตรมาส	ช่วงเวลา	จำนวนการรับบริการ (ครั้ง)	สัดส่วน (%)	เปลี่ยนแปลง QoQ
ไตรมาสที่ 1	ต.ค.-ธ.ค. 2567	1,995	18.48%	ไม่เปลี่ยนแปลง
ไตรมาสที่ 2	ม.ค.-มี.ค. 2568	1,646	15.25%	-349
ไตรมาสที่ 3	เม.ย.-มิ.ย. 2568	2,247	20.82%	+601
ไตรมาสที่ 4	ก.ค.-ก.ย. 2568	4,906	45.45%	+2,659
รวมทั้งปี		10,794	100.00%	-

ผลการดำเนินงานด้านการให้บริการ E-Service รายไตรมาส

ไตรมาสที่ 1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2568): จำนวน 1,995 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.5 ของทั้งปี

ไตรมาสที่ 2 (มกราคม – มีนาคม 2568): จำนวน 1,646 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.25 โดยลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า 349 ครั้ง (ลดลงร้อยละ 3)

ไตรมาสที่ 3 (เมษายน – มิถุนายน 2568): จำนวน 2,247 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 20.82 โดยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า 601 ครั้ง ซึ่งถือเป็นแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นจากจำนวนหลักสูตรที่เพิ่มขึ้นในระบบการศึกษาตลอดชีวิต

ไตรมาสที่ 4 (กรกฎาคม – กันยายน 2568): จำนวน 4,906 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.45 โดยเพิ่มขึ้น 2,659 ครั้ง ซึ่งถือเป็นไตรมาสที่มีจำนวนครั้งของการติดต่อสูงที่สุด

ส่วนที่ 3 — จำแนกตามช่องทางการให้บริการ

ตารางแสดงจำนวนผู้เข้ารับบริการจำแนกตามช่องทาง ได้แก่ LINE Official Account โทรศัพท์ Facebook Messenger Email และ Instagram Direct

ลำดับ	ช่องทางการให้บริการ	จำนวน (ครั้ง)	สัดส่วน (%)
1	LINE Official Account	2,839	26.30%
2	โทรศัพท์	1,434	13.29%
3	Facebook Messenger	5,276	48.88%
4	Email	1,137	10.53%
5	Instagram Direct	108	1.00%
รวม		10,794	100.00%

ผลการวิเคราะห์ช่องทางการให้บริการ

- Facebook Messenger เป็นช่องทางที่มีการติดต่อจากผู้รับบริการมากที่สุด 5,276 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ Line Official Account จำนวน 2,839 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.30 สะท้อนให้เห็นว่าผู้รับบริการนิยมติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์ social media ที่ใช้งานในชีวิตประจำวัน

- ช่องทางโทรศัพท์ยังคงมีความสำคัญ โดยมีจำนวน 1,434 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.29 ซึ่งเหมาะกับกลุ่มที่ต้องการข้อมูลเชิงลึกหรือดำเนินการธุรกรรมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือเฉพาะเจาะจง
- Email มีจำนวนครั้งในการติดต่อ 1,137 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.53 โดยเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลในเชิงหน่วยงาน สถาบันเป็นส่วนใหญ่
- ช่องทาง Instagram Direct มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 108 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 1 ซึ่งวิทยาลัยฯ สามารถพัฒนาการใช้งานผ่านช่องทางนี้เพิ่มเติมได้

3.1 — ตารางแสดงการบริการผ่านช่องทาง E-Service จำนวนรายเดือน จำแนกตามช่องทาง

ตารางแสดงการกระจายตัวของจำนวนครั้งการเข้ารับบริการ โดยจำแนกตามเดือนและช่องทาง

เดือน	LINE OA	โทรศัพท์	Messenger	Email	Instagram Direct	รวม
ต.ค.	225	60	321	179	16	801
พ.ย.	195	76	224	74	2	571
ธ.ค.	207	54	269	86	7	623
ม.ค.	162	61	270	86	1	580
ก.พ.	97	54	239	127	7	524
มี.ค.	137	67	243	73	22	542
เม.ย.	124	78	233	50	ไม่มีผู้รับบริการ	485
พ.ค.	189	92	226	64	ไม่มีผู้รับบริการ	571
มิ.ย.	259	159	682	81	10	1,191
ก.ค.	233	157	422	65	4	881
ส.ค.	696	356	1,021	114	10	2,197
ก.ย.	315	220	1,126	138	29	1,828
รวม	2,839	1,434	5,276	1,137	108	10,794

ส่วนที่ 4 — จำแนกตามประเภทการให้บริการ

ตารางแสดงจำนวนและสัดส่วนจำนวนครั้งในการบริการ จำแนกตามประเภทของการบริการที่ร้องขอ (Facebook Messenger LINE Official Account Email และ Instagram Direct) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย

ลำดับ	ประเภทบริการ	จำนวน (ครั้ง)	สัดส่วน (%)
1	การสอบถามข้อมูลหลักสูตร ลงทะเบียนเรียน (Courses)	5,026	53.70%
2	การลงทะเบียน การเข้าใช้งาน และการลืมหืมผ่าน (Account & Login Issue)	1,754	18.74%
3	สอบถามข้อมูลทั่วไป หรือข้อมูลองค์กรเบื้องต้น	1,510	16.13%
4	อื่น ๆ	1,040	11.11%
5	การชำระเงิน/ธุรกรรมทางการเงิน	30	0.32%
รวม		9,360	100.00%

วิเคราะห์ประเภทการให้บริการ

การสอบถามข้อมูลหลักสูตรเป็นบริการที่ได้รับการร้องขอมากที่สุด 5,026 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.70 บ่งชี้ว่าผู้สนใจมีความต้องการข้อมูลด้านหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง ตามมาด้วยการลงทะเบียนเรียน การเข้าใช้งานระบบ 1,754 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.74 การสอบถามข้อมูลทั่วไป ข้อมูลองค์กรและการติดต่อขอใบเสนอราคา 1,510 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16 สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตด้านรูปแบบการทำธุรกิจที่เน้นการบริการระหว่างองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ (B2B) การสอบถามด้านการชำระเงินหรือธุรกรรมทางการเงิน เป็นประเภทบริการที่มีการติดต่อน้อยที่สุด เพียง 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.32 โดยวิทยาลัยฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการด้านธุรกรรม เนื่องจากเป็นบริการที่มีความละเอียดอ่อน และมีความสำคัญในแง่ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ลงชื่อ

(นางสาวเจนจิรา ตาเจริญเมือง)
นักจัดการงานทั่วไป
วันที่ 5 พฤษภาคม 2569

ผู้รายงาน

ลงชื่อ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิ สุริย์)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการศึกษาดลลิตชีวิต
วันที่ 5 พฤษภาคม 2569

ผู้รับรองรายงาน