

บทสรุปสำหรับคณะกรรมการ (One Page)

ชื่อโครงการ... Dent-VOC management system: Connect and Care... หน่วยงาน... Powerteam of DentPSU...

ที่มาของโครงการและสถานการณ์ก่อนเริ่มโครงการ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า “ลูกค้าและผู้รับบริการ” เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร การสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า จึงเป็นประเด็นที่สำคัญ คณะฯ จึงมุ่งสร้างความเป็นเลิศที่ลูกค้าด้วยกลยุทธ์ Dent-VOC process เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังตลอดช่วงวงจรชีวิตของการเป็นลูกค้า เสียงของลูกค้าที่ได้จะนำมาวิเคราะห์เป็นความรู้เกี่ยวกับลูกค้าในการนำไปใช้ในการจัดการเพื่อให้เกิดระบบที่มุ่งเน้นลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์และผลที่คาดว่าจะได้รับ

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาระบบการจัดการเสียงของลูกค้าของคณะทันตแพทยศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพ
- 2) เพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของคณะทันตแพทยศาสตร์
- 3) เพื่อปรับปรุงกระบวนการวางแผนหลักสูตรและบริการของคณะทันตแพทยศาสตร์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) มีฐานข้อมูลเสียงของลูกค้า
- 2) เกิดการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและทันท่วงที
- 3) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 4) เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้า

งบประมาณ : ไม่มี

รูปแบบการดำเนินงาน

ใช้วงจรรูปภาพ PDCA เพื่อให้การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนี้
ระยะที่ 1 พ.ศ. 2561 – 2563

Plan: คณะฯ มีกระบวนการรับฟังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ด้วยช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้าเบื้องต้น

Do: เก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ

Check: มีเก็บข้อมูลเสียงลูกค้า แต่ไม่ได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์

Action: วางแผนปรับปรุงระบบ เพิ่มช่องทางรับฟังเสียง

ระยะที่ 2 พ.ศ. 2564 – 2566

Plan: ออกแบบวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้าตามวงจรชีวิตลูกค้า วิธีการเชิงรับ/เชิงรุก และมีการรับฟังลูกค้าในอนาคต

Do: มีการวิเคราะห์เสียงของลูกค้าด้วยวิธีต่าง ๆ

Check: ทบทวนช่องทางการรับฟังเสียงในการสัมมนาคณะที่บริหารงานคณะฯ ทุก 6 เดือน

Action: กำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดโดยสารสนเทศ

ระยะที่ 3 พ.ศ. 2567 – ปัจจุบัน

Plan: จัดตั้งคณะทำงาน CRM-Subcom

Do: มีการประชุมเพื่อทบทวนการจัดการศึกษา วิจัย และบริการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

Check: เกิดหลักสูตรและบริการตรงความต้องการลูกค้า

Action: คณะฯ มีวิธีการในการกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับเสียงของลูกค้า

กลุ่มเป้าหมาย/ผู้ได้รับผลประโยชน์

1. บุคลากรคณะทันตแพทยศาสตร์ทุกท่าน
2. กลุ่มผู้เรียน/ลูกค้ากลุ่มอื่น/ผู้ส่งมอบ/คู่ความร่วมมือ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผลการดำเนินงาน (ย้อนหลัง 3 ปี)

1. ยกระดับผลการประเมินหมวด 3 อยู่ในระดับ Band 3
2. Dent VOC process รับฟังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ตามวงจรชีวิตของลูกค้า ด้วยวิธีการเชิงรับและเชิงรุก ผ่านช่องทาง Offline/Online ในรูปแบบ One-way/two-way และมีการรับฟังลูกค้าในอนาคตและลูกค้าของคู่แข่งด้วยวิธีการแตกต่างกันแต่ละพันธุกิจ เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์
3. คณะฯ จำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดตามหลักสูตรและบริการโดยใช้เกณฑ์จำแนกตามพันธุกิจหลัก และมีการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดย่อย โดยใช้สารสนเทศ
4. คณะฯ มีการทบทวนการจัดการศึกษา วิจัย และบริการ ฯ ทุกปี เพื่อปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดหลักสูตรและบริการที่ทันต่อทิศทางและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

ประเด็นและจุดเด่นที่เสนอเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ

การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งมอบคุณค่าแก่ผู้เรียน/ลูกค้ากลุ่มอื่น/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ส่งมอบ

แผนดำเนินการต่อไป

- 1) การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างเป็นระบบ
- 2) การส่งเสริมการนำ VOC ไปใช้ประโยชน์

แบบฟอร์มการนำเสนอแนวปฏิบัติที่ดี

1. แนวปฏิบัติที่ดีเรื่อง Dent-VOC management system: Connect and Care

2. โครงการ/กิจกรรมด้าน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ด้านการเรียนการสอนและคุณภาพบัณฑิต | <input checked="" type="checkbox"/> ด้านการประกันคุณภาพ |
| <input type="checkbox"/> ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม | <input type="checkbox"/> ด้านบริหารจัดการ และการดำเนินงานที่ใช้เครื่องมือ Lean & Kaizen |
| <input type="checkbox"/> ด้านงานวิจัย | |
| <input type="checkbox"/> ด้านบริการวิชาการและพันธกิจเพื่อสังคม | <input type="checkbox"/> ด้านเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs |
| <input type="checkbox"/> ด้านนวัตกรรม และสิ่งประดิษฐ์ | |

3. หน่วยงาน Powerteam of DentPSU

4. ประเภทของโครงการ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 4.1 สายวิชาการ | <input checked="" type="checkbox"/> 4.2 สายอำนวยการและวิชาชีพ |
|---|---|

5. ผู้ร่วมโครงการ:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| 5.1 นางทศวรรณ บิลยะแม | สำนักงานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ |
| 5.2 นางสาวกนกวรรณ สุวรรณรัตน์ | หน่วยยุทธศาสตร์และพัฒนางาน |
| 5.3 นายอัฟฟาน ยิ่งอ | หน่วยยุทธศาสตร์และพัฒนางาน |
| 5.4 นางสาวพลอยชมพู ญ ปานแก้ว | หน่วยยุทธศาสตร์และพัฒนางาน |
| 5.5 นายกันตินันท์ แก้วหนู | หน่วยบริหารทรัพยากรบุคคล |

6. ที่มาของโครงการ : การประเมินปัญหา/ความเสี่ยง

เส้นทางสู่ความเป็นเลิศขององค์กร คือ การกำหนดกระบวนการพัฒนางานองค์กรเป็นไปอย่างยั่งยืนด้วยแนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดการบูรณาการกับเป้าหมายขององค์กร ซึ่งลูกค้า ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องได้รับคุณค่าที่คาดหวัง ผลการดำเนินการต่าง ๆ มีแนวโน้มดีขึ้น รวมถึงมีการจัดการความรู้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และมุ่งสร้างนวัตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มุ่งพัฒนางานองค์กรให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการบริหารจัดการตามกรอบแนวทางเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence: EdPEX) และเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) เพื่อยกระดับสมรรถนะเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่ส่งมอบคุณค่าต่อลูกค้า ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า “ลูกค้าและผู้รับบริการ” เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร การสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า จึงเป็นประเด็นที่องค์กรต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างแท้จริง จำเป็นต้องมีการจัดการข้อมูลและเสียงของลูกค้าที่เป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสามารถเชื่อมโยงกับการบริหารจัดการขององค์กร

คณะทันตแพทยศาสตร์จึงมุ่งสร้างความเป็นเลิศด้านลูกค้าด้วยกลยุทธ์การจัดการเสียงของลูกค้าด้วย Dent-VOC process เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังตลอดช่วงวงจรชีวิตของการเป็นลูกค้าเสียงของลูกค้าที่ได้จะนำมาวิเคราะห์เป็นความรู้เกี่ยวกับลูกค้าในการนำไปใช้ในการจัดการเรื่องต่าง ๆ เช่น การวางแผนยุทธศาสตร์และถ่ายทอดไปสู่แผนปฏิบัติการโครงการหรือกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และการสนับสนุนลูกค้า รวมถึงการออกแบบระบบงานและกระบวนการทำงาน กระบวนการจำแนกลูกค้าและกำหนดกลุ่มลูกค้า และกระบวนการวางแผนด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้เกิดระบบที่มุ่งเน้นลูกค้าต่อไป

7. เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 7.1 เพื่อพัฒนาระบบการจัดการเสียงของลูกค้าของคณะทันตแพทยศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพ
- 7.2 เพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของคณะทันตแพทยศาสตร์
- 7.3 เพื่อปรับปรุงกระบวนการวางแผนหลักสูตรและบริการของคณะทันตแพทยศาสตร์

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 มีฐานข้อมูลเสียงของลูกค้าที่เชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศขององค์กร

8.2 เกิดการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและทันเวลาที่ โดยมีกลไกการจัดการข้อเสนอนแนะและข้อร้องเรียนที่เป็นระบบ สามารถสะท้อนเสียงลูกค้ากลับสู่การพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

8.3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผ่านการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ การสื่อสาร และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าในทุกช่วงวงจรชีวิตของการเป็นลูกค้า

8.4 เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Centric Culture) โดยบุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าผ่านการรับฟังเสียงลูกค้า และการนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง

8.5 คณะทันตแพทยศาสตร์มีความพร้อมในการขับเคลื่อนสู่ความเป็นองค์กรสมรรถนะสูงตาม EdPEX และ TQA

9. การออกแบบกระบวนการ

9.1. วิธีการ/แนวทางการปฏิบัติจริง (PDCA) ในอดีต และที่ได้ปรับปรุงใหม่ในปัจจุบัน

นำวงจรคุณภาพ PDCA มาใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้
ระยะที่ 1 พ.ศ. 2561 – 2563

Plan: คณะฯ มีกระบวนการรับฟังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ด้วยช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้าเบื้องต้น ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจของแต่ละหน่วยงาน กล้องรับฟังความคิดเห็น และสายตรงคนปกติ

Do: เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ

Check: คณะฯ มีเก็บข้อมูลการรับฟังเสียงลูกค้า แต่ไม่ได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์

Action: คณะฯ วางแผนปรับปรุงระบบ โดยเพิ่มช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้าและกำหนดผู้รับผิดชอบการติดตามผลอย่างชัดเจน

ระยะที่ 2 พ.ศ. 2564 – 2566

Plan: คณะฯ ออกแบบวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้าตามวงจรชีวิตของลูกค้า ด้วยวิธีการเชิงรับและเชิงรุก และมีการรับฟังลูกค้าในอนาคตและลูกค้าของคู่แข่ง

Do: คณะฯ มีการวิเคราะห์เสียงของลูกค้าด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

Check: คณะฯ มีการทบทวนช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าในการสัมมนาคณะที่มบริหารงานคณะทันตแพทยศาสตร์ ทุก 6 เดือน

Action: คณะฯ มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดโดยการใช้สารสนเทศ

ระยะที่ 3 พ.ศ. 2567 – ปัจจุบัน

Plan: คณะฯ จัดตั้งคณะทำงานด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

Do: คณะฯ มีการประชุมเพื่อทบทวนการจัดการศึกษา วิจัย และบริการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดหลักสูตรและบริการที่ทันต่อทิศทางและความต้องการของลูกค้า

Check: คณะฯ ทำงานด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าทบทวนช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้า ทุก 6 เดือน เพื่อปรับกลยุทธ์และวิธีการในการรับฟังให้ทันต่อทิศทางและความต้องการของลูกค้า

Action: คณะฯ มีวิธีการในการกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับเสียงของลูกค้า

9.2. งบประมาณที่ใช้ในการจัดโครงการ-กิจกรรม (ถ้ามี): -ไม่มี-

10. การวัดผลและผลลัพธ์ (Measures) แสดงระดับแนวโน้มข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ (3 ปี) และ/หรือเปรียบเทียบกับหน่วยงานภายใน/ภายนอก

10.1 การยกระดับผลการประเมิน

หมวด 3 ลูกค้า	ระดับคะแนน (Band)		
	EdPEX 200	TQC	EdPEX 300
Dent PSU	2 (พ.ศ.2562)	2 (พ.ศ.2566)	3 (พ.ศ.2567)

คู่เทียบ/ระดับผ่านการรับรอง	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
Dent PSU	200				• ยื่น TQC • ยื่น 300		ยื่น 300
Dent KKU	300		TQC+				
Dent CMU	200				300		
Dent CU				200			
Dent MU		151TQC	272TQC				

10.2 ผลการทบทวนการรับฟังเสียงของลูกค้า ทำให้คณะฯ ออกแบบ Dent VOC process เพื่อรับฟังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ตามวงจรชีวิตของลูกค้า ทั้งช่วงก่อนรับบริการ (Phase 1) ระหว่างเข้ารับบริการ (Phase 2) และหลังเข้ารับบริการ (Phase 3) ด้วยวิธีการเชิงรับและเชิงรุก ผ่านช่องทาง Offline/Online ในรูปแบบ One-way/two-way และมีการรับฟังลูกค้าในอนาคตและลูกค้าของคู่แข่งด้วยวิธีการแตกต่างกันแต่ละพันธกิจ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ เช่น การสนับสนุนลูกค้า การวางแผนสร้างความสัมพันธ์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ รวมถึงการสร้างนวัตกรรม/วางแผนกลยุทธ์ ทำให้ในปี 2565 คณะฯ ได้ปรับปรุงช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าแบบ One-stop service โดยรับข้อเสนอ ร้องเรียน หรือชื่นชมผ่าน Dent-opinion center ข้อมูลส่งตรงถึงผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อดำเนินการแก้ไขทุกประเด็นและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า

10.3 คณะฯ จำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดตามหลักสูตรและบริการ โดยใช้เกณฑ์จำแนกตามพันธกิจหลัก และมีการพิจารณาส่วนตลาดจากการเป็นคณะทันตแพทยศาสตร์หลักของภาคใต้ และความต้องการบริการที่แตกต่างกันของผู้เรียน ผู้ป่วย ผู้ให้ทุนวิจัย และทันตบุคลากร อีกทั้ง คณะฯ จำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดย่อย โดยใช้สารสนเทศ เช่น 1. EDU พิจารณาโดยระดับการศึกษา ความคาดหวังของผู้เรียนและกลไกการส่งมอบ 2. RES พิจารณาโดยลักษณะของแหล่งทุนวิจัย (Non-profit/Profit) ความต้องการใช้ผลงานวิจัย 3. HOS พิจารณาโดยความซับซ้อนของโรค เงื่อนไขของการรักษา 4. ACA พิจารณาโดยอาชีพ ความสามารถในการจ่ายค่าลงทะเบียน ได้แก่ ทันตแพทย์ ทันตภิบาล ผู้ช่วยทันตแพทย์ ช่างทันตกรรม

10.4 คณะฯ มีการทบทวนการจัดการศึกษา วิจัย และบริการฯ ทุกปี เพื่อปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดหลักสูตรและบริการที่ทันต่อทิศทางและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ปี 2566 หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพช่องปาก พ.ศ. 2566 (นานาชาติ) Center of excellence โครงการจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศทางทันตกรรม และโรงเรียนผู้ช่วยทันตแพทย์หลักสูตร 2 ปี 2567 Module สถาบันสมทบ การขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์กับ อ.ย. Fast track การเข้ารับบริการทันตกรรมของบุคลากร ม.อ. และ Online Course ของนักเรียนผู้ช่วยทันตแพทย์

11. การเรียนรู้ (Study/Learning)

11.1. แผนหรือแนวทางการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องในอนาคต

- 1) การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างเป็นระบบ
- 2) การส่งเสริมการนำ VOC ไปใช้ประโยชน์
- 3) เกิด Customer Knowledge

11.2. จุดแข็ง (Strength) หรือ สิ่งที่ได้ดีในประเด็นที่นำเสนอ

- 1) การวางแผนปรับปรุงระบบเพื่อเพิ่มช่องทางรับฟังเสียงของลูกค้า
- 2) การกำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดโดยการใช้สารสนเทศ
- 3) วิธีการในการกำหนดผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับเสียงของลูกค้า

11.3. กลยุทธ์ หรือ ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ

- 1) นโยบายของมหาวิทยาลัยที่ชัดเจนในการใช้แนวทางของเกณฑ์ EdPEX/TQA เป็นกรอบแนวคิด/เครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพ
- 2) ผู้นำระดับสูง มีความมุ่งมั่น สนับสนุน ผลักดัน การพัฒนาคุณภาพ มีมุมมองเชิงระบบในการบริหารจัดการ และการส่งมอบคุณค่าแก่ผู้เรียน/ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ส่งมอบ
- 3) บุคลากรตระหนักถึงการพัฒนาคุณภาพองค์กร มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่าแก่ผู้เรียน/ลูกค้ากลุ่มอื่น/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ส่งมอบ และการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำอย่างต่อเนื่อง

11.4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

- 1) ปัญหา: มองงานคุณภาพแบบแยกส่วน
แนวทางแก้ไข: จัดตั้งคณะทำงานด้านการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า มีวาระการประชุมที่ชัดเจน และกำหนดช่วงเวลาการทบทวนกระบวนการและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน

12. ประเด็น (จุดเด่น) ที่เสนอเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ และการเผยแพร่แนวปฏิบัติสู่ภายในหรือภายนอกมหาวิทยาลัย

การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการรับฟังเสียงของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งมอบคุณค่าแก่ผู้เรียน/ลูกค้ากลุ่มอื่น/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้ส่งมอบ

13. เอกสารอ้างอิง

- 1) เกณฑ์คุณภาพการศึกษาแห่งการดำเนินการที่เป็นเลิศ ฉบับปี 2567-2570
- 2) เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ ปี 2567 – 2568