****

**รายงานการประเมินตนเอง**

**ตามเกณฑ์เพื่อผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ**

**ประจำปีการศึกษา 2559**

***.......ชื่อหน่วยงาน.......***

***มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ***

***................วันที่/เดือน/พ.ศ. ................***

**สารบัญ**

**หน้า**

**โครงร่างองค์กร (Organizational Profile)**

**หมวด 3 ลูกค้า (Customer)**

**หมวด 6 การปฏิบัติการ (Operations)**

**หมวด 7 ผลลัพธ์ (Results)**

**โครงร่างองค์กร**

**(Organizational Profile)**

1. **ลักษณะองค์กร (Organizational Description)**
2. **สภาพแวดล้อมขององค์กร (Organizational Environment)**
3. **ผลิตภัณฑ์ (Product Offerings)**

1. **พันธกิจ วิสัยทัศน์ และค่านิยม (MISSION, VISION and VALUES) และสมรรถนะหลักขององค์กร (CORE COMPETENCIES)**

1. **ลักษณะโดยรวมของบุคลากร (WORKFORCE Profile)**

1. **สินทรัพย์ (Assets)**

1. **กฎระเบียบข้อบังคับ (Regulatory Requirements)**

1. **ความสัมพันธ์ระดับองค์กร (Organizational Relationship)**
2. **โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure)**

1. **ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (CUSTOMERS and STAKEHOLDERS)**

1. **ผู้ส่งมอบและพันธมิตร (Suppliers and PARTNERS)**

1. **สถานการณ์ขององค์กร (Organizational Situation)**
2. **สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน (Competitive Environment)**
3. **ลำดับในการแข่งขัน (Competitive Position)**

1. **การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Changes)**

1. **แหล่งข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Data)**

1. **บริบทเชิงกลยุทธ์ (Strategic Context)**

1. **ระบบการปรับปรุงผลการดำเนินการ (Performance Improvement System)**

**หมวด 3 ลูกค้า**

**(Customer)**

**3.1 เสียงของลูกค้า (Voice of the Customer)**

**ก. การรับฟังลูกค้า (CUSTOMER Listening)**

1. **ลูกค้าในปัจจุบัน (Current CUSTOMERS)**

1. **ลูกค้าในอนาคต (Potential CUSTOMERS)**

**ข. การประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า
(Determination of CUSTOMER Satisfaction and ENGAGEMENT)**

1. **ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน (Satisfaction, Dissatisfaction and ENGAGEMENT)**

1. **ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Satisfaction Relative to Competitors)**

**3.2 ความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement**

**ก. ผลิตภัณฑ์ และการสนับสนุนลูกค้า (Product Offering and CUSTOMER Support)**

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product Offerings)**

1. **การสนับสนุนลูกค้า (CUSTOME Support)**

1. **การจำแนกลูกค้า (CUSTOMER Segmentation)**

**ข. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUSTOMER Relationships)**

1. **การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)**

1. **การจัดการกับข้อร้องเรียน (Complaint Management)**

**หมวด 6 การปฏิบัติการ**

**(Operations)**

**6.1 กระบวนการทำงาน (Work Processes)**

1. **การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Product and PROCESS Design)**
2. **ข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Product and PROCESS Requirements)**

1. **แนวคิดในการออกแบบ (Design Concepts)**

1. **การจัดการกระบวนการ (PROCESS Management)**
2. **การนำกระบวนการไปปฏิบัติ (PROCESS Implementation)**

1. **กระบวนการสนับสนุน (Support PROCESSES)**

1. การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Product and PROCESS Improvement)

1. **การจัดการนวัตกรรม (INNOVATION Management)**

**6.2 ประสิทธิผลของการปฏิบัติการ (Operational Effectiveness**

1. **ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการ (PROCESS Efficiency and EFFECTIVENESS)**

1. **การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply-Chain Management)**

1. **การเตรียมความพร้อมด้านความปลอดภัยและภาวะฉุกเฉิน (Safety and Emergency Preparedness)**
2. **ความปลอดภัย (Safety)**

1. **การเตรียมพร้อมต่อภาวะฉุกเฉิน (Emergency Preparedness)**

**หมวด 7 ผลลัพธ์**

**(Results)**

| **หัวข้อ** | **ชื่อตัววัด** | **ข้อมูลปี 2558****(ปีการศึกษา/ปีปฏิทิน)** | **หน่วยวัด** |
| --- | --- | --- | --- |
| **7.1 ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Product and Process Results)** |
| **ก. ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focused Product and Service Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **ข. ผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลของกระบวนการทำงาน (Work Process Effectiveness Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **ค. ผลลัพธ์ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply-Chain Management Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **7.2 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Focused Results)**  |
| ก. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า **(Customer-Focused Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **7.3 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร (Workforce-Focused Results)** |
| **ก. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร (Workforce Focused Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

| **หัวข้อ** | **ชื่อตัววัด** | **ข้อมูลปี 2558****(ปีการศึกษา/ปีปฏิทิน)** | **หน่วยวัด** |
| --- | --- | --- | --- |
| **7.4 ผลลัพธ์ด้านการนำองค์การและการกำกับดูแลองค์กร (Leadership and Governance Results)** |
| **ก. ผลลัพธ์ด้านการนำองค์การ การกำกับดูแลองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership, Governance and Societal Responsibility Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| ข. ผลลัพธ์ด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ **(Strategy Implementation Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **7.5 ผลลัพธ์ด้านการเงินและตลาด (Financial and Market Results)** |
| **ก. ผลลัพธ์ด้านการเงินและตลาด (Financial and Market Results)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |