ใบสมัครเพื่อเสนอบทความในงานการประชุม

THAILAND QUALITY CONFERENCE & The 23rd Symposium on TQM-Best Practices in Thailand

ประเภทการสมัคร [ ] TQM-Best Practices (ต้องจัดทำ Abstract, Presentation Slide, Full Paper (ถ้ามี*) และการทดลองนำเสนอผลงาน)

[✓] TQM-Progressive Learners (ต้องจัดทำ Abstract, Presentation Slide และการทดลองนำเสนอผลงาน)

ประเภทองค์กร [ ] หน่วยงานธุรกิจเอกชน [ ] หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ [ ] หน่วยงานด้านการศึกษา

[✓] หน่วยงานราชการและองค์กรของรัฐ [ ] หน่วยงานทางด้านสาธารณสุข

ชื่อเรื่องนำเสนอ "Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน"

เป็น "วิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยม" ของกระบวนการ ในหมวด (โปรดเลือก 1 หมวดเท่านั้น)

[ ] 1. การนำองค์กร [ ] 2. การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการจัดการนโยบาย

[✓] 3. การเอาใจใส่ลูกค้าและตลาด [ ] 4. การวัด การวิเคราะห์ และ การจัดการความรู้

[ ] 5. การเอาใจใส่ทรัพยากรบุคคล [ ] 6. การจัดการกระบวนการ

[ ] 7. การประยุกต์ระบบมาตรฐานต่างๆเข้ากับการบริหารจัดการ

ชื่อหน่วยงาน ...คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ที่อยู่ .....99 หมู่ 18 คลองหนึ่ง คลองหลวง ปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ ..... 0 2986 9213 ต่อ 4504 โทรสาร ...02-5165381

เว็บไซต์ ...http://researchcenter.nurse.tu.ac.th/main/th/mainth/.....

ชื่อผู้เขียน (ผู้นำเสนอ) นางสาวรัตน์ติกร วรรธโนทัย ตำแหน่ง ...นักวิชาการศึกษา

โทรศัพท์ ...โทร. 0 2986 9213 **ต่อ** 4503, 4504 หรือ 099 058 0084 .....

โทรสาร .....-.....

มือถือ 061-6184947 อีเมล ....wantanotai@gmail.com

สรุปจุดที่เป็น "วิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยม" (อย่างน้อย 1 ข้อ)

กระบวนงาน "Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน"

① การพัฒนาการบริการสู่ความเป็นเลิศเพื่ออำนวยความสะดวก ตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ลดการรอคอยแก้ไขปัญหาความล่าช้าในการติดต่อประสานงาน และการเข้าถึงการบริการ สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการสูงสุด

② การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่น่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ ปรับระบบการประชาสัมพันธ์ จากช่องทางเดิมใช้เพียง การส่งเอกสาร E-mail และ LINE สร้างช่องทางใหม่ ผ่านช่องทางแอปพลิเคชันที่หลากหลายมากขึ้น ประกอบด้วย Line Open Chat; Line official Account; Website และ Chat Bot

③ การพัฒนารูปแบบการทำงานมีลักษณะแบบยืดหยุ่น (Flexible working) แม้ว่าถูกจำกัดเรื่องการแพร่ของโรคระบาด การดำเนินงานยังคงตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้โดยไม่หยุดชะงัก แม้ว่าในขณะที่สำนักงานถูกปิด

ประสิทธิผล (ต้องวัดค่าได้อย่างน้อย 1 ข้อ)

1) ผู้รับบริการรายใหม่รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อแอพลิเคชันหรือสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ59.8 ของผู้รับบริการรายใหม่ทั้งหมด

2) การลดระยะเวลาการส่งข้อมูลประชาสัมพันธ์โดยเอกสารไปยังหน่วยงานต่าง ๆ เมื่อปรับใช้สื่อออนไลน์ทำให้มีความสะดวกและรวดเร็ว สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค่าที่มีความหลากหลาย

3) การลดต้นทุนการดำเนินงานด้านเอกสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 50

การอนุญาตให้มูลนิธิฯ จัดให้ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชม “Best-Practices” ขององค์กรผู้สมัครนี้ได้

[/] อนุญาต [ ] ไม่อนุญาต

การอนุญาตให้มูลนิธิฯ บันทึกวีดีโอผลงานระหว่างที่นำเสนอในวันการจัดงานขององค์กรผู้สมัครนี้ได้

[/] อนุญาต [ ] ไม่อนุญาต

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน

ประวัติและความเป็นมาโดยย่อ :

คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานกลางของคณะที่ทำหน้าที่บริหารจัดการงานวิจัยอย่างเป็นระบบ ช่วยเหลือส่งเสริมให้คำปรึกษา และสนับสนุนการสร้างงานวิจัยอย่างมีคุณภาพ พัฒนาองค์ความรู้ อีกทั้งอำนวยความสะดวกในการวิจัย การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย การส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือการทำวิจัยทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ และเพื่อให้การดำเนินงานของศูนย์วิจัยฯ บรรลุตามเป้าประสงค์ที่ตั้งนั้น จึงทำให้หน่วยงานมีการวางแนวทางในการพัฒนาคุณภาพงานและการปรับปรุงกระบวนงานตามภารกิจการของศูนย์วิจัยทางการพยาบาลและนวัตกรรม มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนำไปสู่การตอบวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของคณะพยาบาลศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างสรรค์งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงพัฒนาต่อสังคมไทยและสังคมโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 4: มุ่งเน้นการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อประชาชนที่ให้บริการวิชาการและบริการสุขภาพที่ได้มาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 5: มุ่งสู่ความมั่นคงและยั่งยืนด้วยการบริหารจัดการที่ทันสมัย (5.2 ความสามารถในการพึ่งพอตนเองทางการเงิน)

จากผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 ภายใต้กระบวนงาน “การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและการหารายได้แบบวิถีใหม่” ศูนย์วิจัยทางการพยาบาลและนวัตกรรม เป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้มีการผลิตผลงานวิชาการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ (SCOPUS) การร่วมดำเนินโครงการวิจัยที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก และมีบุคคลทั้งภายในและภายนอกมาเข้ารับคำปรึกษา และเข้ารับบริการด้านงานวิจัยและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราส่วนของผู้รับบริการรายเก่า : ผู้รับบริการรายใหม่เป็น ประมาณ 2 : 1

ปีงบประมาณ 2565 ศูนย์วิจัยฯ มีการพัฒนาต่อยอดกระบวนงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยการตั้งเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนผู้รับบริการรายใหม่ และสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการเดิมกลับมารับบริการซ้ำ และได้ปรับรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบปกติวิถีใหม่ ดังนั้น ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ จึงเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาต่อยอดการดำเนินงาน คือ กระบวนงาน “**Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน**”

การออกแบบกระบวนงานดังกล่าวได้กำหนดเป้าหมาย และแผนปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีรูปแบบดิจิทัลตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ตามสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และสร้างความประทับใจให้บริการที่เป็นเลิศ รวดเร็ว และได้รับงานตามความต้องการ รวมทั้ง การปรับรูปแบบการสื่อสารสร้างความ

ไว้วางใจและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างด้านของช่วงอายุ ความแตกต่างของพื้นที่โดยการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสื่อสาร

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม:

- **วิสัยทัศน์ (VISION)**

สถาบันการศึกษาพยาบาลที่มุ่งสร้างพยาบาลเพื่ออนาคตที่ดีของสังคมและประเทศชาติ ยกระดับสุขภาวะของประชาชนด้วยองค์ความรู้ นวัตกรรม และคุณภาพการบริการสุขภาพในมาตรฐานระดับสากล

- **พันธกิจหลักขององค์กร (MISSION STATEMENT)**

บริหารงานด้วยการวางเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว

Short Term : Transformation of fundamental toward stronger foundation

การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง จัดการบริหารในรูปแบบใหม่หรือเหมาะสมยิ่งขึ้น การจัดเปลี่ยนลำดับความสำคัญและปัญหาระดับพื้นฐาน (prioritize and focus) เพื่อให้องค์กรเดินหน้าไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น

Medium Term : Transition with efficiency, competency and integrated knowledge and innovation toward global quality and recognition

การพัฒนาหลังการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพื่อก้าวไปสู่จุดมุ่งหมาย หรือบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้สำเร็จ โดยใช้ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือ และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีเป้าหมายร่วมกัน

Long Term : Transcend through new opportunities, research, innovation and collaborations

การก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ ความมั่นคง เหนือกว่าความคาดหมาย จากโอกาสใหม่ทางธุรกิจ การวิจัย ความรู้และทักษะด้านวิชาการ ด้านการบริการสุขภาพ และการบริหารเครือข่ายความร่วมมือ

- **ค่านิยม (VALUE)**

เติบโตอย่างแตกต่าง พร้อมปรับและกลับคืน หยัดยืนด้วยระบบ ครบถ้วนคุณธรรม สัมพันธ์เป็นทีม มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน

N- Nurturing: การกำกับดูแลให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

U- Uniqueness: องค์ความรู้ ความคิดริเริ่มและนวัตกรรมที่แตกต่าง โดดเด่นและชัดเจน

R- Resilience: การปรับเปลี่ยนและพร้อมในการกลับคืนสภาพอย่างรวดเร็ว

S- Systematic perspective: มุมมองเชิงระบบในการพัฒนางานและส่งมอบคุณค่าให้ผู้รับบริการ

E- Ethics: ยึดหลักคุณธรรมและความโปร่งใส

T- Teamwork: ทำงานเป็นทีม บริหารจัดการและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ นำไปสู่โอกาสทั้งในด้านวิชาการ การวิจัย และการบริการสุขภาพ

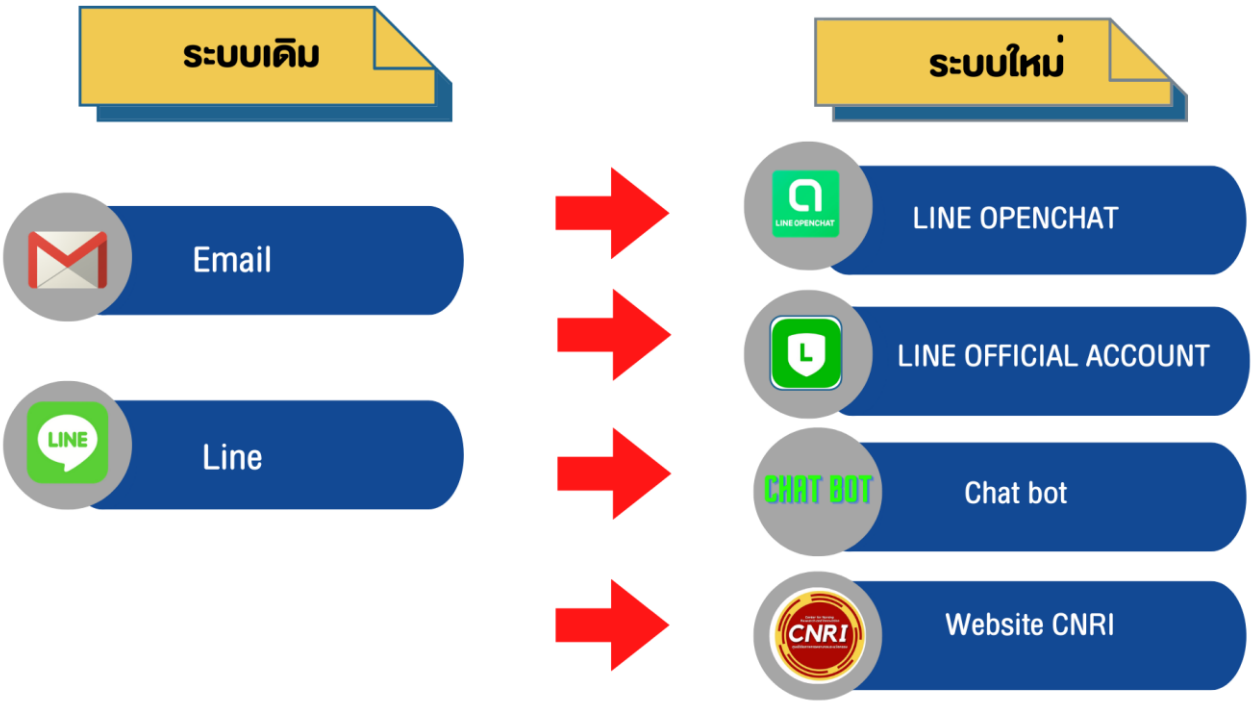
U- Ultimate goal: มีเป้าหมายที่ชัดเจน และความเป็นหนึ่งเดียวกัน

ขั้นตอนที่สำคัญและวิธีปฏิบัติในขั้นตอนที่สำคัญเหล่านั้น ที่ได้ออกแบบ-พัฒนา-นำไปปฏิบัติ แล้วนำไปสู่การป้องกันไม่ให้ปัญหาเกิดซ้ำ ยกระดับคุณค่าของผลการทำงานที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า หรือ สามารถสนองตอบความคาดหวังของลูกค้าได้ดีขึ้น

การพัฒนาคุณภาพและการปรับปรุงกระบวนงานของศูนย์วิจัยทางการพยาบาลและนวัตกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดของศูนย์วิจัยฯ ระหว่างปีงบประมาณ 2563-2565 มีการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงการรับบริการได้สะดวก และมีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยนำหลักของ PDCA เข้ามาปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาและเกิดการพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน Plan-Do-Check-Act

- **การวางแผนในการดำเนินงาน (หลัก/ย่อย)** - มีการวางแผนระยะยาว (Action Plan) จำนวน 12 เดือน เพื่อเป็นการวางแผการดำเนินงานแต่ละเดือน
- **ดำเนินการ** - การดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ในแต่ละเดือน
- **ประเมินผล** - มีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินผลการรับบริการประจำเดือน โดยมีการรายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในการประชุมประจำเดือนของศูนย์วิจัยฯ
- **การแก้ไข/ปรับปรุง** - การเข้าร่วมประชุมศูนย์วิจัยฯ ประจำเดือนจะมีการนำผลการดำเนินงานมารายงานและตรวจสอบผลการดำเนินงานร่วมกัน หากข้อมูลส่วนใดไม่เป็นไปตามแผนจะมีการดำเนินการหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาร่วมกันเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดซ้ำ และใช้ในแผนการดำเนินงานเดือนต่อไป

จากกานำ PDCA เข้ามาวิเคราะห์และพัฒนากระบวนงานทำให้เกิดการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานแต่ละด้านอย่างต่อเนื่อง และด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดพบว่าจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นของศูนย์วิจัยฯ เกิดจากการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย และขยายฐานลูกค้ารายใหม่มากขึ้น ด้วยการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่าน **Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน ดังนี้**



กระบวนการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานร่วมกันในหน่วยงานโดยการดำเนินงานในรูปแบบเดิมเป็นการส่งข้อมูลการบริการและการประชาสัมพันธ์ต่างๆผ่าน E-mail และ Application Line เป็นหลัก แต่เพื่อการบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเพื่อให้เข้าถึงการบริการหลากหลายช่องทางจึงมีการพัฒนาสื่อแอปพลิเคชันประกอบด้วย Line Open Chat; Line official Account; Chat bot; Web site CNRI เพิ่มช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการและการติดต่อสื่อสาร โดยการคำนึงถึงความต้องการของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งในมุมของผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ หลังจากมีการปรับปรุงกระบวนงานทำให้ลดระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายและกว้างขวาง และพบว่าจำนวนลูกค้ารายใหม่รับทราบข้อมูลการบริการผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ของศูนย์วิจัยฯ ในมุมมองของการขยายกลุ่มลูกค้าผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ เพราะเชื่อว่าการที่ทำให้ลูกค้าเกิดการพบเห็นการประชาสัมพันธ์การบริการบ่อยๆ หรือเป็นประจำจะช่วยให้การบริการของเราถูกให้ความสนใจ หรือเป็นที่จดจำมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการตามความสะดวก และพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก นอกจากนั้นการกระจายข่าวสาร หรือเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าได้เข้าถึงการบริการผ่านแอพลิเคชันจะทำให้ศูนย์วิจัยฯ สามารถสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ไม่ยาก ดังนั้นการพัฒนากระบวนงาน **Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน** จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้การบริการของ ศูนย์วิจัยฯ บรรลุเป้าหมายได้

รายละเอียดเพิ่มเติมของวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยมที่สอดคล้องกับค่าประสิทธิผล : (1-2 หน้า)

กระบวนงาน **Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน** มีการกำหนดเป้าหมาย แนวทางการดำเนินงานและแผนปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานผ่าน Multichannel Marketing โดยการใช้แอพลิเคชันต่างๆ เพื่อการบริการและการประชาสัมพันธ์ และให้บริการที่สะดวก ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีรูปแบบดิจิทัล สร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการ การพัฒนาทักษะของบุคลากรให้สามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคดิจิทัล การปรับรูปแบบการสื่อสารสร้างความประทับใจและน่าเชื่อถือในเชิงวิชาการ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่หลากหลายทั้งในด้านของช่วงอายุและด้านของพื้นที่โดยการใช้เทคโนโลยีทันสมัย เกิดจากการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย และขยายฐานลูกค้ารายใหม่มากขึ้น โดยผลการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ารับบริการเปรียบเทียบ ระหว่าง ปี 2563-2565 ทำให้ทราบช่องทางที่ลูกค้าได้รับข้อมูลการบริการของศูนย์ที่มีการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มมากขึ้นในทุกปี ดังตารางต่อไปนี้

ตัวชีวัด (KPT)	**ปีงบประมาณ**	**ช่องทางการรับทราบข้อมูลการบริการ** (CNRI) **ของลูกค้า**			**รวม**
		แนะนำจากบุคคล	**สื่อออนไลน์**	**ป้ายประชาสัมพันธ์**	
จำนวนลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปีงบประมาณ	2563	68	40	30	138
	2564	72	70	13	155
	2565 (ต.ค. 64 - มิ.ย. 65)	34	61	7	102

หมายเหตุ: ข้อมูลการรายงานผลจำนวนผู้รับบริการปีงบประมาณ 2565 ณ เดือน มิถุนายน 2565 อยู่ระหว่างดำเนินการโดยสิ้นสุดปีงบประมาณ เดือน ตุลาคม 2565

จากตารางพบว่า แนวโน้มการเข้ารับบริการของจำนวนลูกค้าส่วนใหญ่ใน ปี 2563 มาจากการแนะนำบอกต่อของคนรู้จักสูงสุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 49 จำนวนลูกค้าส่วนใหญ่ใน ปีงบประมาณ 2564 มาจากการแนะนำบอกต่อของคนรู้จักสูงสุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ปีงบประมาณ 2565 (ระหว่างเดือน ต.ค. 64 – มิ.ย. 65) มาจากสื่อออนไลน์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 60 จากผลการสำรวจการเข้าถึงข้อมูลการรับบริการ 2 ปี 9 เดือนที่ผ่านมาทำให้มองเห็นถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าที่รับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เพิ่มมากขึ้นจึงทำให้มองเห็นถึงช่องทางการขยายกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นผ่านช่องทางดังกล่าว จึงเกิดการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่าน **Digital Marketing ด้วยการใช้สื่อแอพลิเคชัน** เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางการบริการที่หลากหลายด้วย (Multichannel Marketing) เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้สะดวกและสามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชั่น เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานสูงสุด และนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างไม่หยุดนิ่งโดยมีหัวใจหลักของการให้บริการอยู่ 2 ส่วนสำคัญ คือ

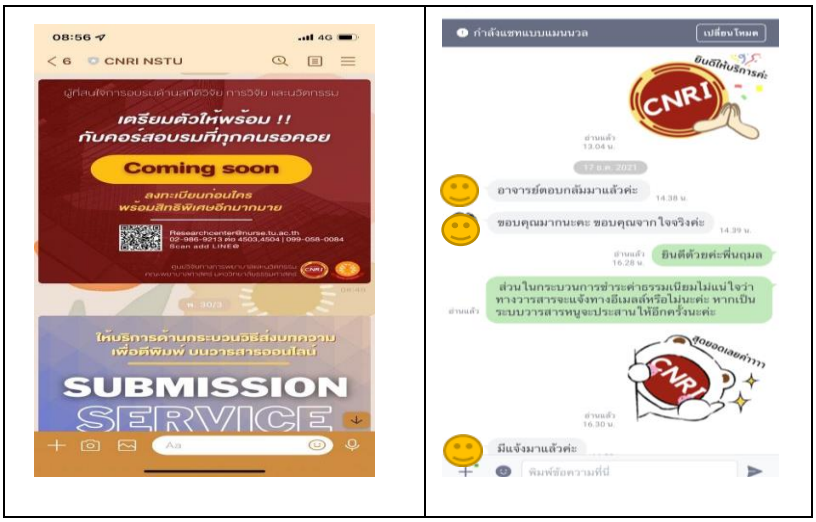
1) รวดเร็ว (Quick) คือ เมื่อลูกค้าต้องการรับบริการจากศูนย์วิจัยฯ ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงการบริการได้อย่างรวดเร็วเพียงติดต่อผ่านช่องทางแอพลิเคชันต่างๆ ของศูนย์วิจัยฯ ก็จะมีเจ้าหน้าที่และการระบบอัตโนมัติที่คอยสนับสนุนและให้บริการแก้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และไม่เกิดข้อผิดพลาด ดังนี้

- **Line Open Chat**

Line Open Chat กลุ่มไลน์ที่สามารถไม่แสดงตัวตนได้ โดยการประชาสัมพันธ์ในทุกวันทำการ เวลา 08.30 น. รวมทั้งสามารถแลกเปลี่ยน ตอบคำถามข้อสงสัยในการให้บริการของศูนย์วิจัยทางการพยาบาลและนวัตกรรม ระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ

- **Line Official Account**

Line Official Account หรือไลน์ทางการ โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านการบรอดแคสข้อความ หรือการส่งข้อความผ่านผู้คนจำนวนมาก ที่เป็นเพื่อนทางไลน์กับศูนย์วิจัยทางการพยาบาลและนวัตกรรม และการทำริสแมสเสซที่สามารถมองเห็นข้อความประชาสัมพันธ์/รูปภาพ ผ่านชิ้นงานใน 1 ชิ้นอย่างชัดเจน เพื่อดึงดูดผู้รับบริการที่เป็นเพื่อนกับไลน์ทางการ ทั้งการย้ำเตือนการมองเห็นให้กับผู้รับบริการรายเก่า และการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้รับบริการรายใหม่

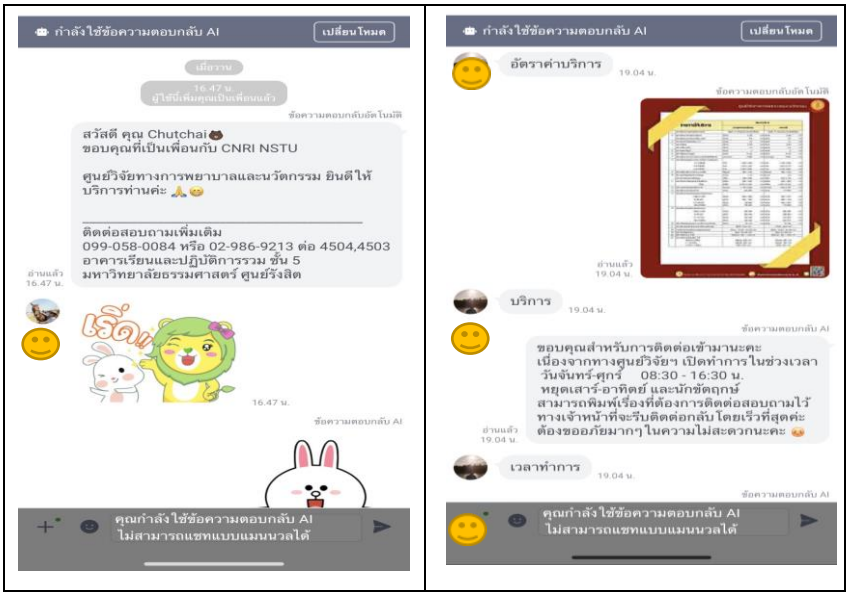


2) ง่าย (Simple) คือ ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการของศูนย์วิจัยฯ อย่างง่ายดายเพียงลูกค้าคลิกลงทะเบียนการรับบริการผ่านลิงค์หน้า Web site CNRI เพื่อแจ้งความประสงค์การรับบริการศูนย์วิจัยฯ โดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อที่ศูนย์วิจัยฯด้วยตนเอง ในกรณีที่มีข้อสงสัยหรือข้อคำถามอื่นๆ เพิ่มเติมจะมีระบบรองรับที่ให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการผ่านระบบ Chat bot ที่มีการตอบกลับผ่านข้อความอัตโนมัติและสามารถฝากข้อคำถามเพิ่มเติมผ่านระบบได้

โดยลูกค้าจะได้รับข้อมูลการบริการหรือข้อมูลที่ท่านต้องการทราบเพิ่มเติมผ่านช่องทางที่มีความง่าย สะดวก รวดเร็ว ผ่านช่องทางดังนี้

- **Web site CNRI**

เป็นช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือและสร้างความเชื่อมั่น โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลเป็น 2 ภาษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รองรับข้อมูลด้านการบริการของศูนย์วิจัยฯ งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ ผลงานที่ได้รับการจดลิขสิทธิ์ อนุสิทธิบัตร/สิทธิบัตร ของคณาจารย์ นักวิจัย คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้เป็นแหล่งข้อมูลและช่องทางการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับลูกค้าและผู้ที่มีความสนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งภายในและภายนอกคณะฯ

- **Chat bot**

ช่องทางรูปแบบใหม่สำหรับการโต้ตอบที่ใช้ลักษณะของการตอบคำถามด้วย bot เพื่อให้ผู้สนใจสอบถามข้อมูลได้ข้อมูลเบื้องต้น ลดเวลาการรอคอย และลดเวลาการรับบริการ เนื่องจากระบบช่วยตอบคำถามอัตโนมัติให้กับผู้สนทนา หรือลูกค้าให้เข้าถึงการบริการได้ทันที