



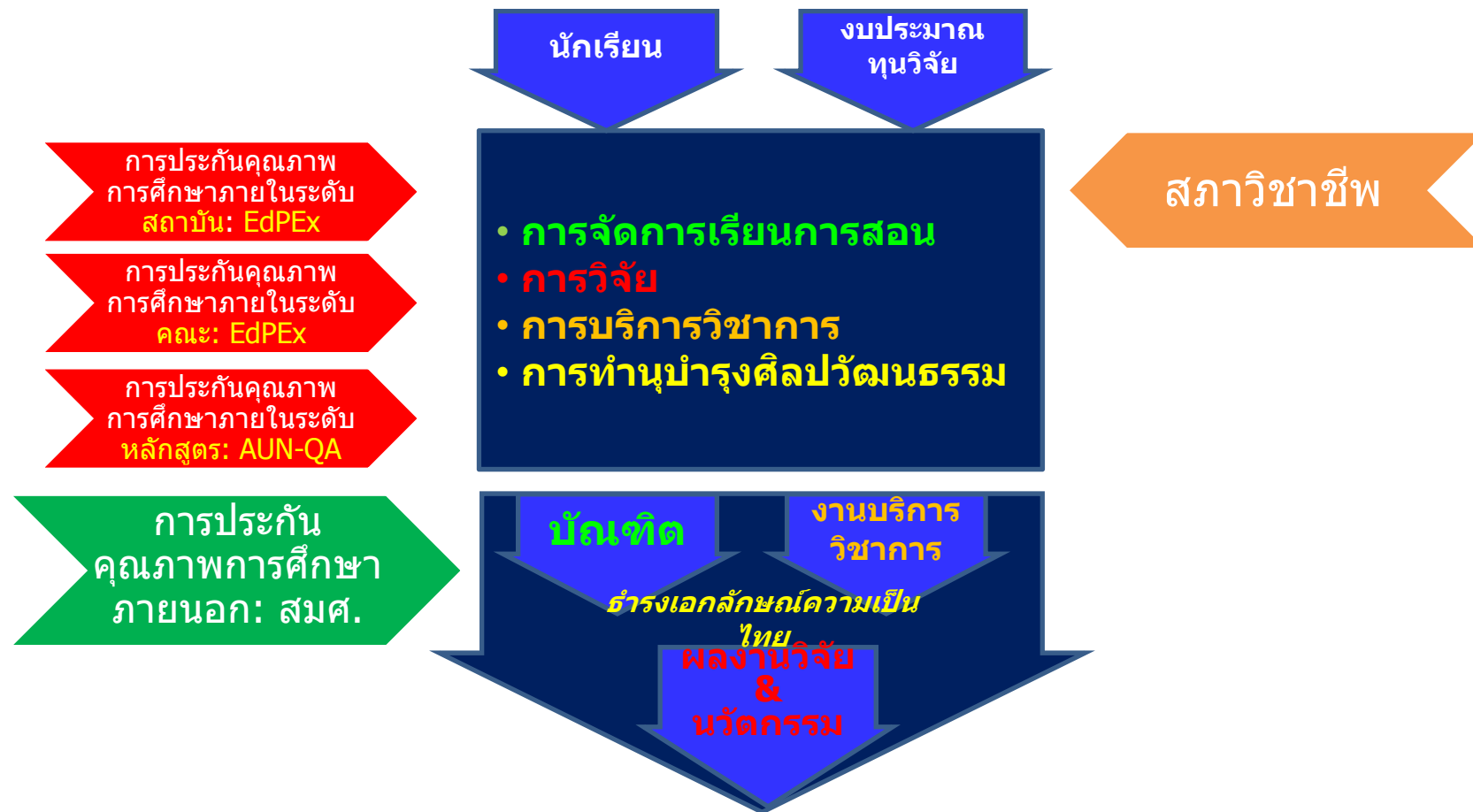
เกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx)

12.5.2015 @ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ ประธานธรรักษ์

รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาคุณภาพ มหาวิทยาลัยมหิดล

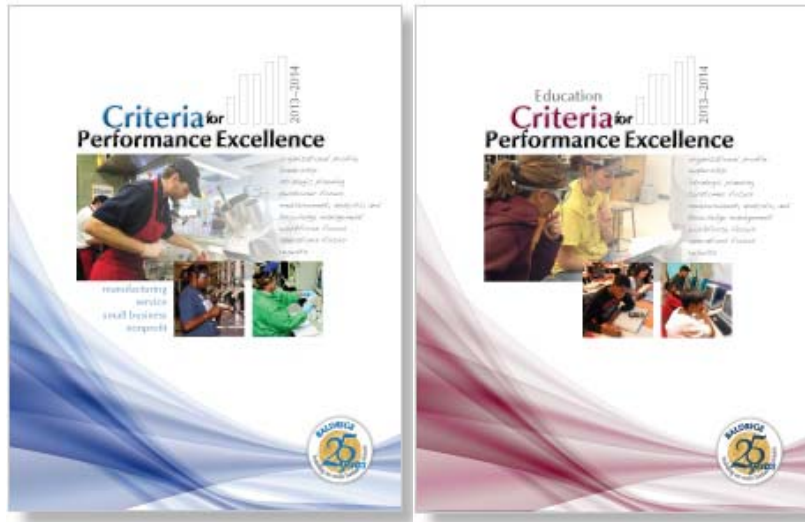
MU Quality Development



เกณฑ์ สกอ./สมศ. vs. เกณฑ์เพื่อความเป็นเลิศ



รางวัลคุณภาพแห่งชาติของนานาชาติ



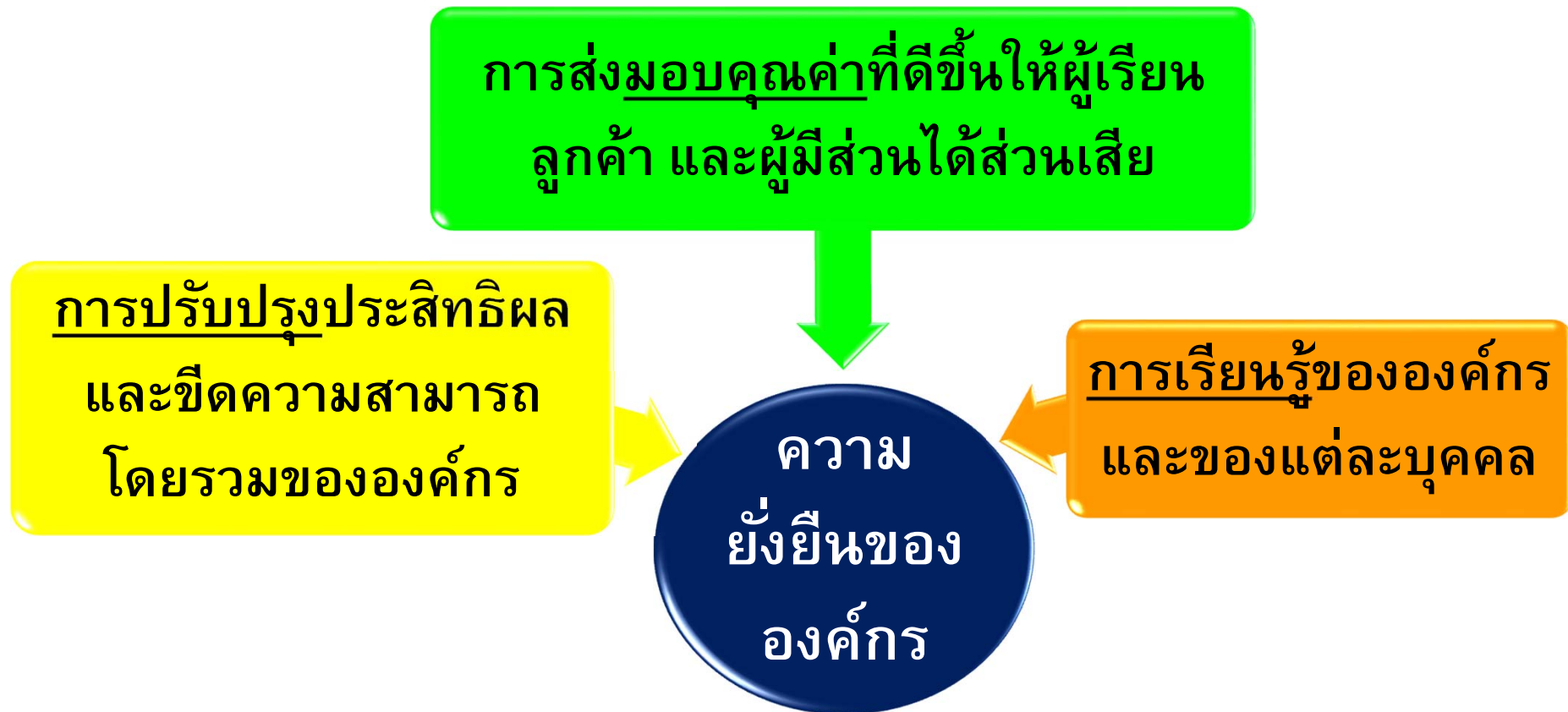
ประเทศ	ชื่อรางวัล	ปีที่เริ่มต้น
สหรัฐอเมริกา	Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA)	1987
ออสเตรเลีย	Australian Business Excellence Award (ABEA)	1988
สหภาพยุโรป	European Quality Award (EQA)	1989
ญี่ปุ่น	Japan Quality Award (JQA)	1994
สิงคโปร์	Singapore Quality Award (SQA)	1995
ไทย	Thailand Quality Award	2002



THAILAND
QUALITY
AWARD



คณะฯใช้เกณฑ์ EdPEX เพื่อ...



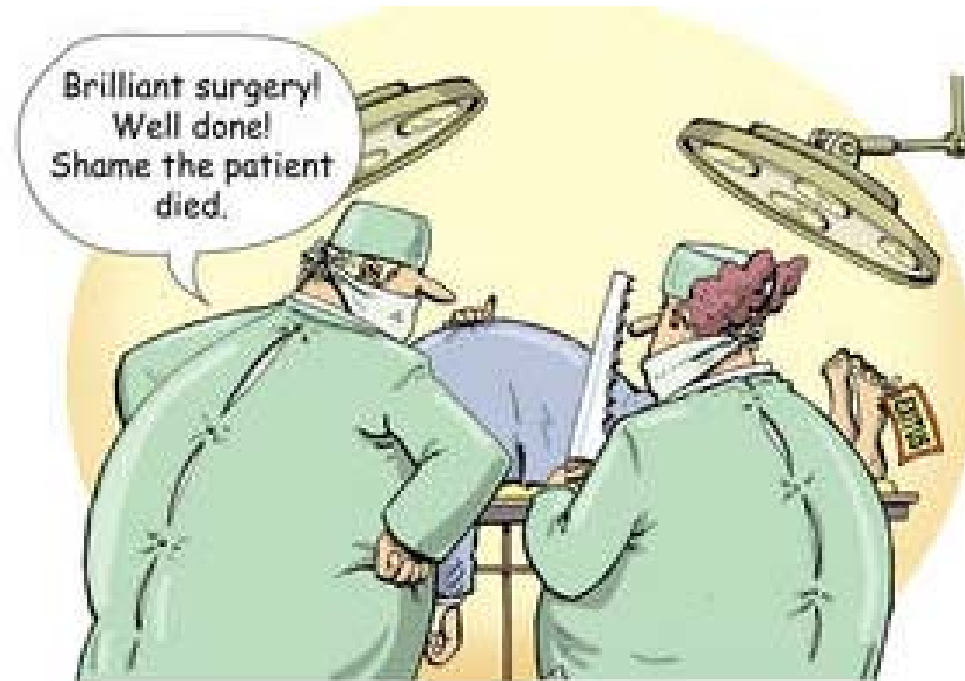


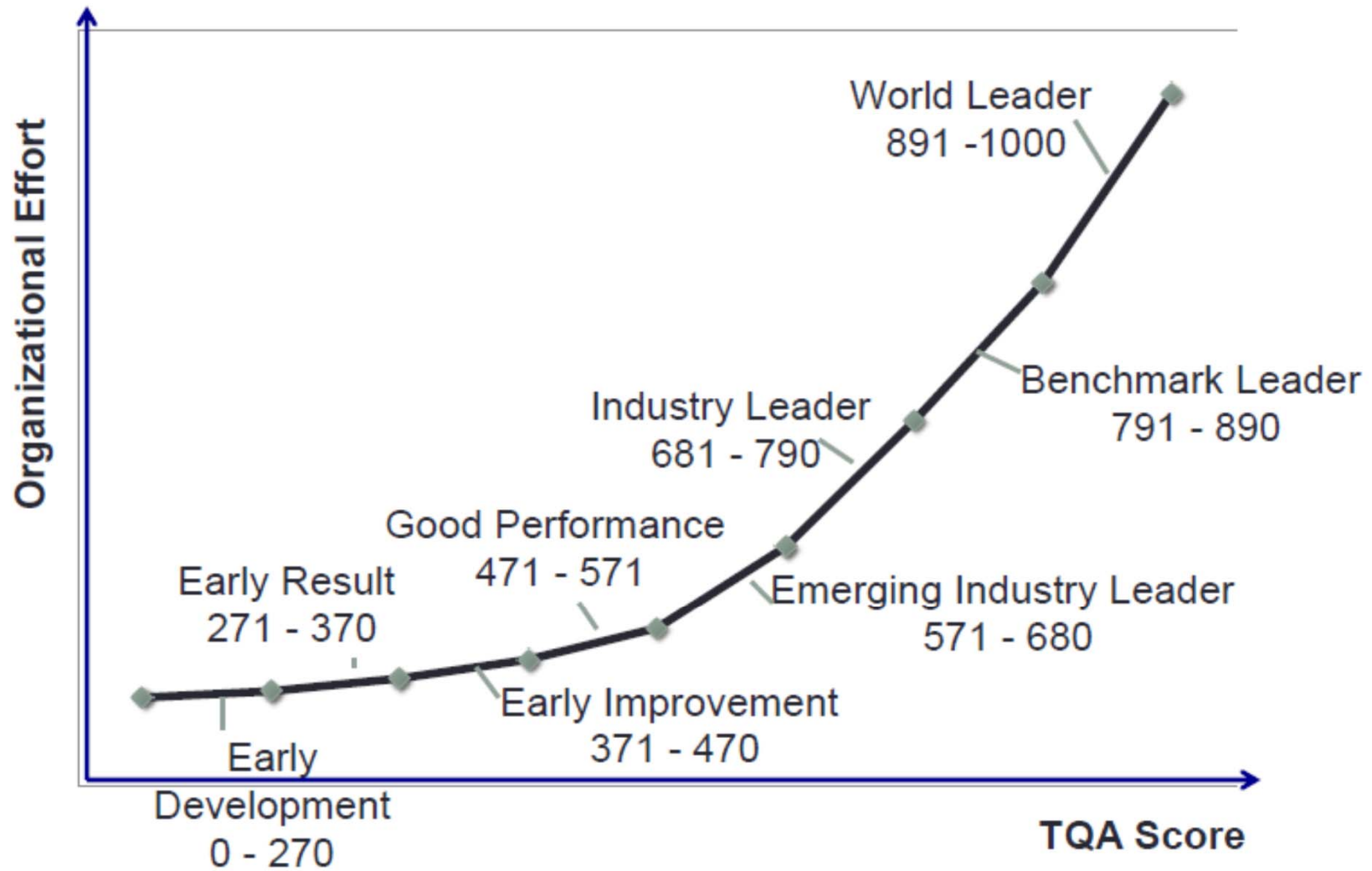
From Baldrige Performance Excellence Program, 2013, *2013–2014 Education Criteria for Performance Excellence* (Gaithersburg, MD: U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, http://www.nist.gov/baldrige/publications/education_criteria.cfm).

การประเมิน: คะแนน

1. การนำองค์กร	120	550
2. การวางแผนเชิงกลยุทธ์	85	
3. การมุ่งเน้นลูกค้า	85	
4. การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้	90	
5. การมุ่งเน้นบุคลากร	85	
6. การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ	85	
7.1 ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ	120	450
7.2 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	85	
7.3 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร	85	
7.4 ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กร และธรรมาภิบาล	80	
7.5 ผลลัพธ์ด้านการเงินและตลาด	80	

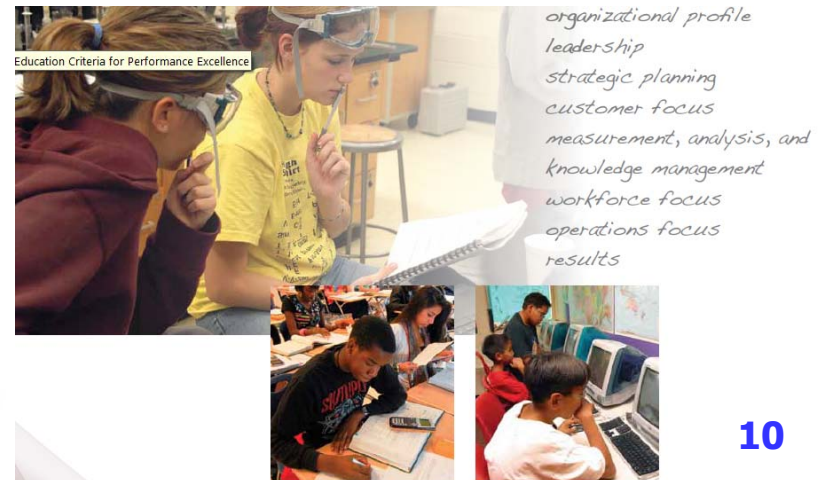
Do outcomes matter?





- เกณฑ์เป็นการบูรณาการระหว่างกระบวนการและผลลัพธ์
- เกณฑ์ไม่กำหนดวิธีการ ให้สถาบันเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับลักษณะของสถาบัน
- เกณฑ์ไม่กำหนดตัววัด ให้สถาบันเลือกตัววัดที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารสถาบัน
- วิธีการประเมินและให้คะแนนมีความแตกต่างกันมาก

Education
Criteria for
Performance Excellence 2013-2014



เกณฑ์มุ่งเน้นผลลัพธ์

เกณฑ์ให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานระดับองค์กรที่สำคัญได้แก่

1. ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ของผู้เรียนและด้านกระบวนการ
2. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า
3. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร
4. ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กร และธรรมาภิบาล
5. ผลลัพธ์ด้านงบประมาณ การเงิน และตลาด



เกณฑ์ไม่ได้กำหนดวิธีการและสามารถปรับได้

เกณฑ์ไม่ได้กำหนดว่า

- องค์กรควรมีโครงสร้างอย่างไร
- องค์กรควรมีหรือไม่มีหน่วยงานด้านวางแผนด้านคุณภาพ หรือหน้าที่อื่น ๆ
- องค์กรควรบริหารหน่วยงานต่าง ๆ ด้วยวิธีการเดียวกันหรือแตกต่างกัน



การเลือกใช้เครื่องมือ เทคนิค ระบบ และโครงสร้าง
องค์กร ขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น

- ประเภทและขนาดของหน่วยงาน
- ความสัมพันธ์ระดับองค์กร
- ระดับการพัฒนาองค์กร
- รวมทั้งความสามารถและอัตรากำลังของบุคลากร



เกณฑ์สนับสนุนมุมมองเชิงระบบเพื่อให้
เป้าประสงค์สอดคล้องไปในทางเดียวกัน
ทั่วทั้งองค์กร



3. การมุ่งเน้นลูกค้า (85 คะแนน)

ในหมวดของการมุ่งเน้นลูกค้านี้ถ้ามองถึงวิธีการที่สถาบันสร้างความผูกพันกับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น เพื่อความสำเร็จด้านตลาดในระยะยาว รวมทั้งวิธีการที่สถาบันรับฟังเสียงของลูกค้าสร้างความสัมพันธ์กับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และใช้สารสนเทศดังกล่าวเพื่อปรับปรุงและค้นหาโอกาสในการสร้างนวัตกรรม

3.1 เสียงของลูกค้า : **องค์การวิธีการอย่างไรในการรวบรวมสารสนเทศจากผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น** (40 คะแนน) [กระบวนการ]

ให้อธิบายถึงวิธีการที่สถาบันรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และการได้มาซึ่งสารสนเทศเกี่ยวกับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ และความผูกพันเหล่านั้น



Basic requirements: ข้อกำหนดพื้นฐาน



Overall requirements: ข้อกำหนดโดยรวม



Multiple requirements: ข้อกำหนดต่าง ๆ

ก. การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น

(1) การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น

สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการรับฟัง ปฏิสัมพันธ์ และสังเกตผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ วิธีการรับฟังดังกล่าวมีความแตกต่างกันอย่างไรระหว่างกลุ่มผู้เรียน กลุ่มลูกค้ำอื่นๆ และ ส่วนตลาด และใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้งานบนเว็บ (Web-based technologies) ในการรับฟังอย่างไร (*) รวมถึงวิธีการที่แตกต่างออกไปในแต่ละช่วงเวลาของการสานสัมพันธ์ กับสถาบัน สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการติดตามคุณภาพของหลักสูตรและบริการ รวมถึงคุณภาพของการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น และการให้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับที่ทันท่วงทีและสามารถนำไปปฏิบัติได้

(2) การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นในอนาคต

สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการรับฟังผู้เรียน และลูกค้ำกลุ่มอื่นในอดีต อนาคตและของคู่แข่ง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่นำไปปฏิบัติได้และเป็นข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับหลักสูตรและบริการ การสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น และการให้บริการ (*)

ข. การประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น

(1) ความพึงพอใจและความผูกพัน

สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นวิธีการเหล่านี้มีความแตกต่างกันอย่างไรสำหรับแต่ละกลุ่มผู้เรียนกลุ่มลูกค้ำอื่นและส่วนตลาด สถาบันมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้มั่นใจได้ว่าการวัดผลดังกล่าวให้สารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ได้ เพื่อตอบสนองให้เกิดความคาดหวังของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่นและเพื่อรักษาความผูกพันกับกลุ่มดังกล่าวในระยะยาว

(2) ความพึงพอใจเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการรวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สถาบันการศึกษาอื่นๆซึ่งให้บริการในลักษณะที่คล้ายคลึงกันหรือเปรียบเทียบกับค่าเทียบเคียงในภาคการศึกษา (*)

(3) ความไม่พึงพอใจ

สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น และมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้มั่นใจได้ว่าการวัดผลดังกล่าวให้สารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและทำได้ดีกว่าความคาดหวังในอนาคตของผู้เรียนและลูกค้ำกลุ่มอื่น

หมายเหตุ

3.1 คำว่า “เสียงของลูกค้า” หมายถึง กระบวนการรวบรวมสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น กระบวนการเหล่านี้ควรจะเป็นเชิงรุกและมีนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ความต้องการ ความคาดหวัง และความปรารถนา (ทั้งที่ระบุอย่างชัดเจน ไม่ได้ระบุและที่คาดการณ์ไว้) ของผู้เรียนและลูกค้าอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ได้ความผูกพันของลูกค้า การรับฟัง “เสียงของลูกค้า” อาจรวมถึงการรวบรวมและบูรณาการข้อมูลชนิดต่างๆ ของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น เช่น ข้อมูลจากการสำรวจ ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม ข้อคิดเห็นจากบล็อกและข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลด้านการตลาด และข้อร้องเรียน ที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเข้าศึกษา และสร้างความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นกับสถาบัน

3.1ก(1) สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีที่ใช้งานบนเว็บ (Web-based technologies) เป็นช่องทางที่นิยมใช้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับมุมมองของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีต่อทุกๆ เรื่องที่สถาบันเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย การใช้สื่อสังคมออนไลน์อาจรวมถึงการติดตามข้อคิดเห็นต่างๆ บนบล็อกของสถาบัน และสื่อสังคมออนไลน์สาธารณะต่างๆ เช่น วิกิพีเดีย เวทีแลกเปลี่ยนออนไลน์ และ บล็อกอื่น ๆ

3.1ก(1) วิธีการรับฟังควรครอบคลุมทุกช่วงเวลา ที่สถาบันเกี่ยวข้องกับ ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวอาจรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ การรักษาความสัมพันธ์ และกลยุทธ์ในการติดตามผล (*)

การประเมินกระบวนการ: ADLI

Approach (แนวทาง) :

เป็นระบบ : Definable + Repeatable + Measurable + Predictable

มีประสิทธิภาพ : ของกระบวนการที่ใช้

Deployment (การนำไปปฏิบัติ) :

การนำแนวทางไปปฏิบัติอย่างทั่วถึงและจริงจัง

Learning (การเรียนรู้) :

การประเมินกระบวนการอย่างเป็นระบบ

การปรับปรุง และนวัตกรรมกระบวนการ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้

Integration(การบูรณาการ):

ความสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

ความสอดคล้องและกลมกลืนกับแผนงาน กระบวนการ และผลลัพธ์

ตัวอย่างการประเมินกระบวนการหมวด 3

Factor	0-5%	10-25%	30-45%	50-65%	70-85%	90-100%
Approach	No Systematic Approach to item requirements is evident; information is anecdotal.	The beginning of a systematic approach to the basic requirements of the item is evident.	An effective, systematic approach, responsive to the basic requirements of the item, is evident.	An effective, systematic approach, responsive to the overall requirements of the item, is evident.	An effective, systematic approach, responsive to the multiple requirements of the item, is evident.	An effective, systematic approach, fully responsive to the multiple requirements of the item, is evident.
Criteria	องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการรวบรวมสารสนเทศจากผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น			ให้อธิบายถึงวิธีการที่สถาบันรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นและการได้มาซึ่งสารสนเทศเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันเหล่านั้น	<p>ก. การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น</p> <p>(1) การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น</p> <p>(2) การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นในขนาด</p> <p>ข. การประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและการรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น</p> <p>(1) ความพึงพอใจและความผูกพัน</p> <p>(2) ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับคู่แข่ง</p> <p>(3) ความไม่พึงพอใจ</p>	

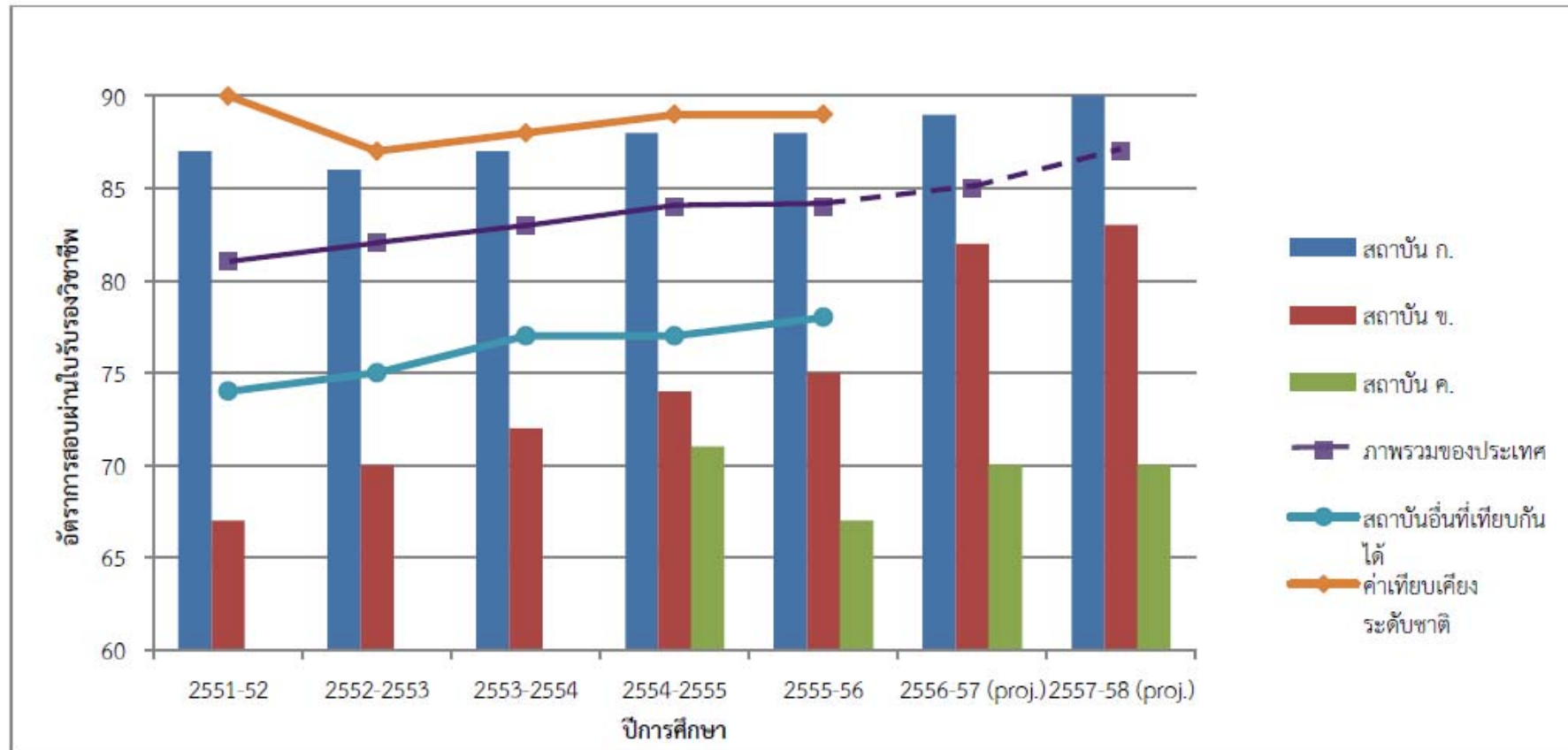
การประเมินผลลัพธ์: LeTCI

Level : ระดับของผลการดำเนินการปัจจุบันเทียบกับเป้าหมาย

Trend : แนวโน้มของข้อมูลที่ดีขึ้น

Comparison : ผลการดำเนินการขององค์กรเปรียบเทียบกับตัวเปรียบเทียบ
และ/หรือ ระดับเทียบเคียงที่เหมาะสม

Integration : การเชื่อมโยงของตัววัดผลต่าง ๆ (แสดงผลตามกลุ่มที่จำแนกไว้)
กับผลการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้า ตลาด
กระบวนการและแผนปฏิบัติการที่สำคัญ ๆ ที่ได้ระบุไว้ในโครงสร้าง
องค์กรและในหัวข้อกระบวนการต่าง ๆ (ในหมวด 1-6)



กราฟแสดงอัตราการศึกษาผ่านใบรับรองวิชาชีพ



รู้เรา รู้เขา รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง

- วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม
- สมรรถนะหลักขององค์กร
- บุคลากร
- สิทธิประโยชน์สำคัญ
- กฎระเบียบที่สำคัญ
- โครงสร้างองค์กรและการกำกับดูแล
- ระบบการปรับปรุงผลการดำเนินงาน

รู้เรา

- การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่กระทบสถานะการแข่งขัน
- ลำดับการแข่งขันและคู่แข่งหลัก
- ความท้าทายเชิงกลยุทธ์
- ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์

รู้เขา

- ผลิตภัณฑ์และบริการหลัก
- ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก
- ผู้ส่งมอบและพันธมิตรหลัก

Vision
Mission
& Values

วิสัยทัศน์:

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ ทางด้าน
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชั้นเลิศ และเป็นทีพั้งของสังคม

พันธกิจ:

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นมหาวิทยาลัยเฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลงานวิจัย ปรับแปลง ถ่ายทอดและพัฒนา
เทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคม ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีความรู้
และมีคุณธรรม นำปัญญา ให้บริการวิชาการ และทะนุบำรุงศิลปปะและ
วัฒนธรรม โดยยึดหลักความเป็นอิสระทางวิชาการ และใช้ธรรมาภิบาลในการ
บริหารจัดการ

- ผลิตภัณฑ์และบริการ

- หลักสูตร
- งานวิจัย
- การบริการทางวิชาการ

- ลูกค้า

- นักศึกษา
- ผู้ใช้ผลงานวิจัย
- ผู้รับบริการทางวิชาการ



- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ผู้ใช้บัณฑิต
- หน่วยงานที่ให้ทุนวิจัย



- ผู้ส่งมอบ
- พันธมิตร

