

การฟังเสียงของลูกค้า เพื่อการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา
ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในอนาคต: หลักการ แนวคิดและแนวปฏิบัติ*
LISTENING TO VOICES OF CUSTOMERS FOR INTERNAL QUALITY ASSURANCE
DEVELOPMENT IN FUTURE BASIC EDUCATION: PRINCIPLES, CONCEPTS,
AND PRACTICES

วิสูตร บกสกุล* และเอกรินทร์ สังข์ทอง

Visut Bocskull and Ekkarin Sungtong

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปัตตานี ประเทศไทย

Faculty of Education, Prince of Songkla University, Pattani Campus, Pattani, Thailand

*Corresponding author E-mail: visutssss@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการฟังเสียงของลูกค้า เพื่อการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในอนาคต โดยเป็นการนำหลักการและแนวคิดการรับฟังลูกค้า (Customer Listening) ของเกนธ์รางวัล Malcolm Baldrige และแนวดำเนินการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ตามกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 มาเป็นเกณฑ์สำคัญในการพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพสถานศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งสามารถดำเนินการตามแนวปฏิบัติเป็นขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer needs) คือ คำอธิบายในคำพูดของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องนำมากำหนดมาตรฐานการศึกษา เป้าหมายหลักสูตรสถานศึกษา การบริหารและการจัดการหรือบริการ การจัดการเรียนการสอนของครู การพัฒนาด้านคุณภาพเด็ก 2) โครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) คือ การวิเคราะห์ความต้องการและการนำความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง มาจัดหมวดหมู่โครงสร้างตามลำดับความสำคัญ นำมาวางแผนเพื่อการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ (Strategic Needs) 3) การจัดลำดับความสำคัญ (Priorities) เป็นขั้นที่ต้องพิจารณาถึงลำดับความสำคัญ ความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องแต่ละกลุ่ม มีลำดับความสำคัญและความต้องการแตกต่างกัน 4) การรับรู้ถึงประสิทธิภาพของลูกค้า (Customer Perceptions of Performance) เป็นการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน ตอบสนองความต้องการได้ดีเพียงใดหรือเป็นไปตามมาตรฐานและค่าเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ และเป็นข้อมูลที่ใช้ในการทำรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา และเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์การตลาดและพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อไป ดังนั้น การนำเสียงของลูกค้ามาปรับใช้ ผู้เขียนเชื่อว่าจะสามารถเป็นแนวทางใหม่ของการพัฒนาการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาของไทยสู่ความเป็นเลิศในอนาคตได้

คำสำคัญ: การรับฟังเสียงของลูกค้า, การประกันภายใน, มัลคอม บัลดริจ, การจัดการคุณภาพ

* Received December 5, 2023; Revised December 19, 2023; Accepted December 23, 2023

Abstract

This academic article aims to present a framework for customer listening to improve the quality assurance system within basic education institutions in the future. The study integrates principles and concepts of customer Listening from the Malcolm Baldrige Award criteria and the internal quality assurance procedures outlined in the Ministry of Education's regulations in 2018. These criteria serve as crucial benchmarks for developing the educational institution's quality management system. The suggested approach includes the following key steps 1) Customer Needs Analysis: Identify and standardize the educational requirements, main goals of the curriculum, management and services, teacher's instructional management, and child quality development based on the spoken words of customers, parents, and stakeholders. 2) Hierarchical Structure: Implement a hierarchical structure by categorizing and prioritizing customer, parent, and stakeholder requirements according to their significance. Develop a strategic plan based on these strategic needs. 3) Prioritization: Consider the prioritization of each group's needs and requirements, recognizing that priorities may differ among customers, parents, and stakeholders. 4) Customer Perceptions of Performance: Evaluate the efficiency of customer perceptions of educational performance within the institution. This includes assessing the outcomes, tracking operational performance, and determining whether the institution meets established standards and objectives. This information is crucial for self-assessment reports, strategic marketing decisions, and continuous quality development of the institution. By adapting customer feedback, the author believes it can pave the way for a novel approach to internal quality development within Thai educational institutions, steering them towards excellence in the future.

Keywords: Voice Of the Customer, Internal Quality Assurance, Malcolm Baldrige, Quality Management

บทนำ

ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ เทคโนโลยี การแข่งขัน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เศรษฐกิจ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้องค์กรต่าง ๆ ได้รับความกระทบอย่างเลี่ยงไม่ได้ (Rimita, K. N., 2019) นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวกในการจัดทากลยุทธ์สำหรับความยั่งยืนขององค์กร ความพร้อมทางธุรกิจ ซึ่งการที่เราอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในลักษณะที่มีความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) แสดงถึงอันตรายจาก VUCA ในบริบทที่ผู้นำและองค์กรจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องมองสภาพปัจจุบันและคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต (Pearse, N. j., 2017)

เสียงของลูกค้า (Voice of Customer) เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการวางแผนพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพ เพื่อให้องค์กรเติบโตปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ และประสบผลสำเร็จในอนาคต ซึ่งเรื่องนี้ฟิลลิป คอตเลอร์ บิดาแห่งการตลาดยุคใหม่ได้กล่าวในงาน World Marketing Summit Asia 2019 ว่า “ความท้าทายของธุรกิจในปัจจุบัน กลยุทธ์ในการจัดการการตลาดต้องเปลี่ยนไป หัวใจสำคัญ คือ ต้องทำให้ลูกค้ามีความสุข เกิดความพึงพอใจที่จะบอกต่อให้กับคนอื่น ๆ” (The Standard, 2019) ทั้งยังมีความสำคัญกับการกำหนดทิศทางและวางแผนการรับมือกับเหตุการณ์อย่างตรงจุด ซึ่งที่ผ่านมา แนวทางการใช้ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Focused Excellence) นี้ ได้ถูกนำมาใช้งานประสบผลสำเร็จทั่วโลก โดยมีหลักคิดที่ว่า “คุณภาพขึ้นอยู่กับ



กับลูกค้า” เพราะเสียงของลูกค้าเป็นกระบวนการสำคัญต่อผลผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและสร้างผลกำไรได้ (Gaskin, S.P. et al., 2010)

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยนำเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) มาเป็นเกณฑ์สำคัญในการจัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร (Total Quality Management : TQM) นี้ เป็นแนวคิดหลักของเกณฑ์รางวัล Malcolm Baldrige (Nist, 2023) ซึ่งการรับฟังเสียงของลูกค้า เป็นการพัฒนารูปแบบการนำเสียงของลูกค้า มาจัดลำดับชั้นของความต้องการ และกำหนดลำดับความสำคัญ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสาะหาสารสนเทศที่มีคุณค่าจากลูกค้าและนำไปใช้ในการดำเนินการพัฒนาแผนกลยุทธ์ กำหนดเป้าประสงค์เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความผูกพันและตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ รวมไปถึงการให้บริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า เพื่อองค์กรจะเติบโตอย่างได้เปรียบและมีเสถียรภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต (สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ, 2566) จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนจึงนำเสนอ หลักการ แนวคิด และแนวปฏิบัติ ของการฟังเสียงลูกค้ามาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ที่สามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวทางสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพที่สามารถรับมือกับสภาพการณ์ปัจจุบันและในอนาคตได้

เสียงของลูกค้า (Voice of Customer)

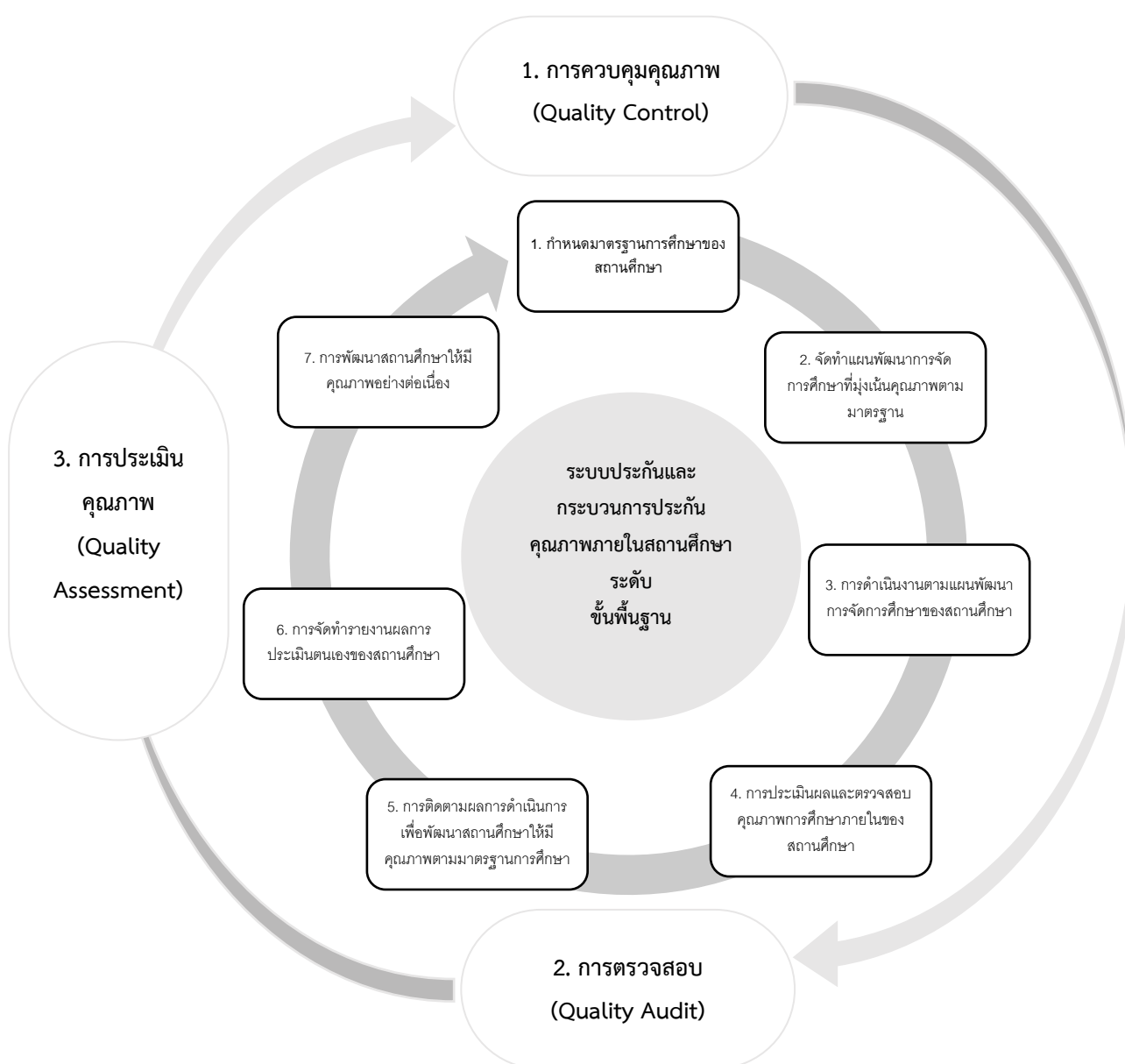
นิยามของ The Voice of the Customer (VOC) เป็นคำที่ใช้ในธุรกิจเพื่ออธิบายกระบวนการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้า และเป็นเทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่จัดกลุ่มความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า โดยละเอียด ซึ่งจัดเป็นโครงสร้างตามลำดับชั้น จากนั้นจัดลำดับความสำคัญในแง่ของความสัมพันธ์และความพึงพอใจกับทางเลือกที่ดีในปัจจุบัน (Gaskin, S.P. et al., 2010) Akella et al. ให้ความหมายว่า เสียงของลูกค้า คือ เสียงที่จะถูกบันทึกผ่านจุดเชื่อมต่อในหลายวิธีการ เช่น แบบสำรวจ, การร้องเรียนการรับประกัน, โซเชียลมีเดีย, และอื่น ๆ คำพูดของลูกค้าจะถูกรวบรวมผ่านจุดเชื่อมต่อเหล่านี้เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี ดังนั้นเสียงของลูกค้า (VOC) สามารถนิยามสั้น ๆ ว่า “ความพยายามใด ๆ ในส่วนของลูกค้าเพื่อสื่อสารกับผู้ให้บริการในระหว่างกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน” ดังนั้น การรับฟังเสียงของลูกค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการบริหารงานตลาดและสร้างความผูกพันของลูกค้ากับองค์กรในยุคปัจจุบัน (Akella, K., et al., 2017)

ความสำคัญของเสียงของลูกค้าและการรับฟังเสียงของลูกค้า

การนำเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญและไม่สามารถมองข้ามได้ องค์กรควรรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง และลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเข้าใจความต้องการและสร้างมูลค่าและประสบการณ์การบริการที่ดีขึ้น การรับฟังความคิดเห็นและเสียงของลูกค้าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาระบบคุณภาพและทำให้องค์กรเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพในสภาวะการแข่งขันสูงเช่นนี้ อย่างไรก็ตาม องค์กรควรปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (The story Thailand, 2020) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การใช้เสียงของลูกค้า (Voice of Customer) มาปรับใช้กับระบบการบริหารจัดการต่าง ๆ เพื่อเกิดความผูกพันและความร่วมมือที่มีคุณค่าและเป็นไปอย่างยั่งยืน ดังนั้นความสำคัญของการรับฟังความคิดเห็นและเสียงของลูกค้า คือ หนึ่งในศูนย์กลางในการปรับรูปแบบเปลี่ยนแปลงขององค์กรในปัจจุบัน เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2560)

ความเชื่อมโยงของการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาและการรับฟังเสียงของลูกค้า

การประกันคุณภาพการศึกษาเป็นกระบวนการประเมินและติดตามคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา มี 3 กระบวนการ คือ ควบคุมคุณภาพ เพื่อกำหนดมาตรฐานการศึกษา และสร้างแผนพัฒนาคุณภาพ ตรวจสอบ เพื่อยืนยันเป้าหมายและประเมินคุณภาพทำให้สอดคล้องกับมาตรฐาน และประเมินคุณภาพเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการจัดการศึกษา (สำนักทดสอบทางการศึกษา, 2563) ซึ่งการพัฒนาคุณภาพภายในสถานศึกษาจำเป็นต้องกำหนดมาตรฐานและเป้าหมายความสำเร็จที่ต้องการให้เกิดขึ้นในสถานศึกษาและมีการจัดทำแผนพัฒนาการศึกษา กำหนดระยะเวลาการดำเนินการ การจัดทำรายงานการประเมินตนเอง (SAR) การประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาจึงเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปเป็นระบบและกระบวนการประกันคุณภาพการศึกษาภายในชั้นพื้นฐานดังภาพที่ 1 (สำนักทดสอบทางการศึกษา, 2563)



ภาพที่ 1 ระบบและกระบวนการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐาน



หากวิเคราะห์แนวโน้มผลการจัดการการศึกษาของไทยที่ถดถอยลง ไม่อาจปฏิเสธไม่ได้ว่าส่วนหนึ่งมาจากแนวทางและกระบวนการการประกันคุณภาพในสถานศึกษาในปัจจุบัน ซึ่งมีสิ่งที่ควรพิจารณาปรับปรุงในหลาย ๆ ด้าน ยกตัวอย่างเช่น ความไวต่อสถานการณ์กับการต่อกรกับกระแสโลกที่ผันผวน รวมถึงการได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผู้ปกครอง นำมารวบรวมและวิเคราะห์เพื่อการจัดการสู่ความเป็นเลิศตรงกับความต้องการอย่างแท้จริงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับชุมชน ผู้เขียนคิดว่าการใช้กระบวนการการฟังเสียงลูกค้า มาปรับปรุงพัฒนาให้เกิดภายในองค์กร จะเป็นแนวทางใหม่ที่จะมาเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายไป เพราะกระบวนการการฟังเสียงลูกค้า เป็นวิธีการที่เน้นการมีผลลัพธ์สำคัญซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับการจัดการคุณภาพการศึกษา อีกทั้งการฟังเสียงลูกค้ายังเป็นสิ่งที่ง่ายต่อสร้างความเข้าใจให้ทีมงานขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายหรือวิสัยทัศน์ที่วางไว้ และตอบโต้โดยตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้อง ส่งผลให้การดำเนินการจัดการศึกษาในสถานศึกษาปรับตัวได้เท่าทันกับความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่มีประโยชน์อย่างมากสำหรับการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาในอนาคต (Gaskin, S.P. et al., 2010)

แนวทางการนำเสียงของลูกค้า (Voice Of Customers) มาพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐานในอนาคต

“การฟังเสียงลูกค้า” (Voice of Customer) เป็นแนวคิดที่สำคัญในการบริหารคุณภาพในองค์กรตามรางวัล MBNQA ที่ได้นำมาประยุกต์ใช้ในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในไทย เป็นการรับฟังและเข้าใจความต้องการของลูกค้า ช่วยปรับแผนการดำเนินงานในอนาคต สร้างกลยุทธ์ที่เข้ากันได้ สร้างสื่อสารระหว่างผู้บริหาร ครู ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง และสร้างเครื่องมือที่ชัดเจนเพื่อวางแผนและเรียนรู้ นำสู่การพัฒนาองค์กรให้เป็นเลิศ การฟังเสียงลูกค้าช่วยสร้างความเข้าใจร่วมและความพึงพอใจให้กับลูกค้า ผู้ปกครอง และผู้เกี่ยวข้อง (Gaskin, S.P. et al., 2010) ทั้งนี้การนำเสียงลูกค้ามาใช้ต้องคำนึงองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง (Customer Needs) 2) โครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) 3) ลำดับความสำคัญ (Priorities) 4) การรับรู้ถึงประสิทธิภาพของลูกค้า (Customer Perceptions of Performance) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความต้องการของลูกค้า (Customer needs) คือ คำอธิบายในคำพูดของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องเอง จะเป็นประโยชน์ที่จะเติมเต็มในมาตรฐานการศึกษา เป้าหมาย หลักสูตรสถานศึกษา การบริหาร และการจัดการหรือบริการ การจัดการเรียนการสอนของครู และมีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ การจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษาหลักสูตรและการตลาด แผนปฏิบัติการประจำปี การพัฒนาด้านคุณภาพเด็ก สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ เป็นต้น (สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ, 2562)

2. โครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) เป็นขั้นที่เมื่อเราทราบความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องกลุ่มตัวอย่างแล้ว ขึ้นต่อไปที่ต้องดำเนินการ คือ การจัดโครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) คือ เป็นการวิเคราะห์ความต้องการและการนำความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มาจัดหมวดหมู่โครงสร้างตามลำดับความสำคัญ หรือจะเรียกให้เข้าใจง่าย ๆ คือ “การจัดกลุ่มความต้องการของลูกค้า” ซึ่งข้อมูลที่ได้ต้องเป็นความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ และความต้องการย่อย ๆ สามารถมาจัดกลุ่มความต้องการที่คล้าย ๆ กัน (Set of Tactical Needs) เมื่อได้จัดกลุ่มความต้องการของลูกค้าแล้ว ต่อจากนั้นนำมาวางแผนเพื่อการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ (Strategic Needs) ในด้านการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาหมายถึงการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ปกครองและชุมชน โดยนำมาใช้วางแผนกลยุทธ์ แผนพัฒนาการศึกษาของสถานศึกษา การจัดโครงการหรือกิจกรรมพร้อมทั้งระบุความผิดชอบโครงสร้างการบริหารงาน 4 ฝ่ายในสถานศึกษาและสามารถมาดำเนินการวางแผนปฏิบัติรายปีได้ต่อไป

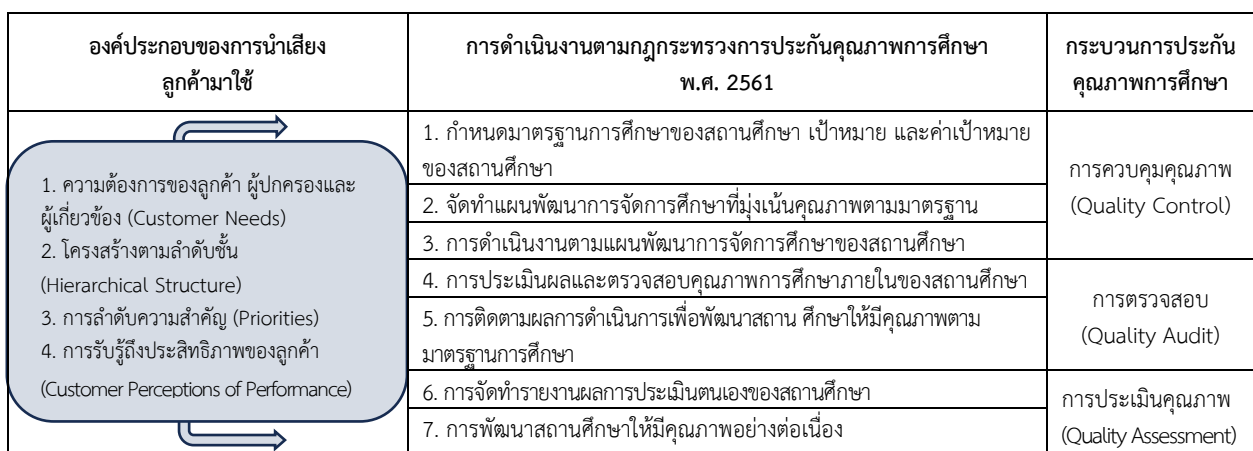
3. การจัดลำดับความสำคัญ (Priorities) เป็นขั้นที่ต้องพิจารณาถึงลำดับความสำคัญ ความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องกลุ่มตัวอย่างบางรายมีลำดับความสำคัญของลูกค้าสูงกว่าความต้องการอื่น ๆ การตัดสินใจการจัดลำดับความสำคัญเหล่านี้ต้องผสมผสานเรื่องต้นทุน งบประมาณและความเป็นไปได้ในการตอบสนองความต้องการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งในแผนปฏิบัติการสถานศึกษาจะต้องจัดลำดับให้ชัดเจนว่า ความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นดำเนินการเมื่อไร อย่างไร และให้คำนึงถึงความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของสถานศึกษาด้านใด โดยทั่วไปในงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาจะแบ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพผู้เรียน ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยเช่นกัน

4. การรับรู้ถึงประสิทธิภาพของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง (Customer Perceptions of Performance) เมื่อสถานศึกษาได้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี ขั้นตอนนี้เป็นการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน เป็นขั้นที่ต้องการรับรู้ถึงเสียงของลูกค้าได้ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดีที่สุด ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ดีเพียงใดเป็นไปตามมาตรฐานและค่าเป้าหมายที่สถานศึกษาวางไว้หรือไม่ และเมื่อเทียบเคียง (Benchmarks) กับคู่แข่งผลการดำเนินงานมีช่องว่างระหว่างมาตรฐานด้านคุณภาพของสถานศึกษาของเรา มากน้อยแค่ไหน ข้อมูลเหล่านี้มักได้มาจากแบบสอบถามซึ่งผู้ตอบแต่ละคนให้คะแนนค่าเป้าหมายแต่ละตัวที่ต่างกันออกไปและเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการทำรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา และเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์การตลาด และเพื่อการพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น เพื่อให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพในอนาคต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดให้สอดคล้องกับเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) เป็นเสมือนเข็มทิศที่ช่วยนำทางให้สถานศึกษา เกิดการปรับปรุงวิธีการดำเนินการในแผนกลยุทธ์ในอนาคต 3-5 ปีได้ และผลการดำเนินการในแผนปฏิบัติการสถานศึกษาประจำปีให้เป็นที่ยอมรับและตรงกับความต้องการของผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง

กระบวนการพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐานโดยเสียงของลูกค้า

กระบวนการเพื่อพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา โดยใช้เสียงของลูกค้า (Voice of Customer) มีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและตอบสนองความต้องการ (Needs) ความคาดหวัง (Expectations) รวมทั้งทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเหนือกว่าความคาดหวัง (Beyond Expectations) ต่อผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถแบ่งขั้นตอนกระบวนการพัฒนาไว้ดังภาพที่ 2

องค์ประกอบของการนำเสียงลูกค้ามาใช้	การดำเนินงานตามกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561	กระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา
 1. ความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้อง (Customer Needs) 2. โครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) 3. การลำดับความสำคัญ (Priorities) 4. การรับรู้ถึงประสิทธิภาพของลูกค้า (Customer Perceptions of Performance)	1. กำหนดมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา เป้าหมาย และค่าเป้าหมายของสถานศึกษา	การควบคุมคุณภาพ (Quality Control)
	2. จัดทำแผนพัฒนาการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นคุณภาพตามมาตรฐาน	
	3. การดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา	
	4. การประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในของสถานศึกษา	การตรวจสอบ (Quality Audit)
	5. การติดตามผลการดำเนินการเพื่อพัฒนาสถาน ศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา	
	6. การจัดทำรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา	การประเมินคุณภาพ (Quality Assessment)
	7. การพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	

ภาพที่ 2 กรอบแนวทางการใช้ข้อมูลเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) เพื่อการพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐานตามกรอบแนวคิด มัลคอล์ม บัลดริจ (Malcolm Baldrige)



กระบวนการเพื่อพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา โดยใช้เสียงของลูกค้า (Voice of Customer) มีแนวปฏิบัติโดยเริ่มดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer needs) ครู ผู้ปกครอง นักเรียน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้เป็นแนวทางการรวบรวม การเสาะหาสารสนเทศที่มีคุณค่าที่สามารถนำไปใช้ดำเนินการในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยวิธีการในการรับฟังเสียงของลูกค้าสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญ (Focus group) การสัมภาษณ์ผู้ปกครองและกลุ่มตัวอย่างผู้เกี่ยวข้องทั้งในอดีต ปัจจุบันและในอนาคต การทำแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้า ข้อมูลการตอบคำถาม ขอร้องเรียน ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่องทาง รวมทั้งทิศทางนโยบายวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา และกรรมการสถานศึกษารวบรวม วิเคราะห์และสรุปผลเพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ โดยสถานศึกษาจำเป็นต้องสร้างทีมที่รับผิดชอบและสนับสนุนด้านลูกค้า (VOC Team) โดยตรง 2) โครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) คือ “การจัดกลุ่มความต้องการของลูกค้า” เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่และข้อมูลความต้องการย่อย ๆ นำมาเป็นแนวทางการพัฒนาการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา โดยระบุตามขั้นตอน ดังนี้ 2.1) กำหนดมาตรฐานการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับความต้องการหรือความคาดหวังที่เป็นเสียงส่วนใหญ่ จากนั้นกำหนดเป็นค่าเป้าหมายความสำเร็จ รวมทั้งการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา ครู บุคลากร กรรมการบริหารโรงเรียน และผู้เกี่ยวข้อง 2.2) การจัดลำดับความสำคัญ (Priorities) เป็นขั้นที่ต้องพิจารณาถึงลำดับความสำคัญความต้องการของลูกค้า ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องซึ่งกระบวนการการตัดสินใจการจัดลำดับความสำคัญเหล่านี้ต้องผสมผสานเรื่องต้นทุน งบประมาณและความเป็นไปได้ในการตอบสนองความต้องการเชิงกลยุทธ์ 2.3) จัดทำแผนพัฒนาการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นคุณภาพตามมาตรฐาน มีการแต่งตั้งคณะทำงาน ซึ่งควรประกอบด้วยคณะบุคคลหลายฝ่ายทั้งในและนอกสถานศึกษา เช่น ผู้บริหาร คณะครู ผู้แทนผู้ปกครอง ชุมชน เป็นต้น โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ หรือ Focus Group และสรุปโครงสร้างตามลำดับชั้น (Hierarchical Structure) นำมากำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ กิจกรรมโครงการ กำหนดแผนการดำเนินงาน และแผนการกำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน 3) การดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา เป็นการนำแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษาโดยใช้เสียงของลูกค้าที่กำหนดไว้สู่การปฏิบัติ สามารถแบ่งได้เป็น 2 หัวข้อ คือ 3.1) การจัดทำแผนปฏิบัติประจำปี และ 3.2) การประเมินจัดเก็บและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี ในขั้นการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์แผนพัฒนาการศึกษาของสถานศึกษาโดยใช้เสียงลูกค้า และต้องมีความสอดคล้องกันกับเป้าหมายประจำปีการศึกษา สิ่งที่สำคัญ คือ การนำเอากลยุทธ์ มาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา และเป้าหมายที่เป็นเสียงของลูกค้า ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ สรุปประเด็นข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ มาใช้ในการดำเนินการโครงการ กิจกรรมในแผนปฏิบัติการประจำปี 4) การประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา เป็นการประเมินผลและตรวจสอบการดำเนินงานตามมาตรฐานการศึกษาและเป้าหมายที่เป็นเสียงของลูกค้าที่ประกาศไว้ ซึ่งเป็นกลไกควบคุม ตรวจสอบ มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยวิธีการประเมินแนวใหม่ ได้แก่ การประเมินแบบองค์รวม (Holistic Assessment) ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Judgment) หลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence Based) และคณะกรรมการในระดับเดียวกัน (Peer Review) โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้ 4.1) การเตรียมความพร้อมของบุคลากร 4.2) แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในของสถานศึกษาเพื่อให้ผลมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ ควรเชิญบุคคลภายนอก เช่น ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการบริหารโรงเรียนมาร่วมเป็นคณะกรรมการประเมิน 4.3) ขั้นการดำเนินงาน มีขั้นตอนเป็นข้อย่อย ๆ เช่น กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายการประเมิน วิธีการประเมิน จัดทำเครื่องมือ วางแผนและดำเนินการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปและรายงานผล ประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพภายใน วิเคราะห์ผลการประเมินเพื่อนำข้อมูลไปใช้

วางแผนพัฒนาต่อไป 5) การติดตามผลการดำเนินการเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา เป็นกลไกติดตามผลลัพธ์ซึ่งสามารถแบ่งการติดตามผลได้ 2 ส่วน ดังนี้ 5.1) ผลจากการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาตามมาตรฐานการศึกษาและเป้าหมายที่เป็นเสียงของลูกค้าที่ประกาศไว้ และ 5.2) ผลการประเมินตามการดำเนินงาน โครงการ กิจกรรม โดยในการติดตามผลจากการประเมินดังกล่าวนี้ ควรดำเนินการเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา โดยแนวทางการติดตามควรดำเนินการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบและคณะกรรมการติดตามผล มีการกำหนดปฏิทินการปฏิบัติงานและแผนการติดตาม การสร้างเครื่องมือ การวางแผนแก้ไขอุปสรรคเพื่อบรรลุตามมาตรฐานการศึกษา และการจัดทำรายงานการติดตามผล และในขั้นตอนสุดท้าย การรับรู้ถึงประสิทธิภาพของลูกค้า (Customer Perceptions of Performance) ขั้นตอนนี้ เป็นการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน เป็นขั้นที่ต้องการรับรู้ถึงเสียงของลูกค้าโดยตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดีที่สุด ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ดีเพียงใดเป็นไปตามมาตรฐานและค่าเป้าหมายที่สถานศึกษาวางไว้หรือไม่ 6) การจัดทำรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา (Self-Assessment Report: SAR) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากผลการดำเนินงานตลอดปีการศึกษา ทั้งการดำเนินงานตามมาตรฐานและการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติรายปีที่สถานศึกษาจัดทำขึ้นโดยผ่านกระบวนการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษาให้มีคุณภาพสูงขึ้น 7) การพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เป็นการนำผลการประเมินจากการรายงานคุณภาพภายในที่สะท้อนถึงคุณภาพผู้เรียน การบริหารและการจัดการด้านประสิทธิภาพของครูผู้สอน และผลของการดำเนินการที่ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังและเสียงของลูกค้าได้ดีเพียงใดเป็นไปตามมาตรฐานและค่าเป้าหมายที่สถานศึกษาวางไว้หรือไม่ สภาพความสำเร็จเหล่านี้เป็นข้อมูลสำคัญที่นำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาให้เกิดวงจรพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

สรุป

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและการเป็นโลกยุคดิจิทัลนี้ ส่งผลกระทบต่อสถานศึกษาต้องเผชิญกับโลกแห่ง VUCA World (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) ซึ่งในสภาวะการณ์เช่นนี้ สถานศึกษาจำเป็นต้องมีการพัฒนาแผนกลยุทธ์ การกำหนดเป้าประสงค์ โดยการนำเสียงลูกค้าเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการจัดการคุณภาพ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการและการให้บริการที่เหนือความคาดหวังแก่ผู้เกี่ยวข้อง ผู้ปกครอง ชุมชน ได้ทันทั่วถึง ดังนั้น การนำเสียงลูกค้า (Voice of Customer) มาใช้เพื่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะนำพาสถานศึกษาให้เติบโตอย่างได้เปรียบและมีเสถียรภาพที่ยั่งยืนทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผู้เขียนคาดหวังว่าการนำเสนอ หลักการ แนวคิดและแนวปฏิบัติการฟังเสียงของลูกค้าเพื่อพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในอนาคตนี้ จะสามารถใช้เป็นแนวทางและเป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินการของสถานศึกษา ให้เป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ ตามหลักคิดที่ว่า “คุณภาพขึ้นอยู่กับลูกค้า” (Customer-Focused Excellence) เพราะเสียงของลูกค้าเป็นสิ่งที่ตัดสินผลการดำเนินการและคุณภาพของสถานศึกษาและบริการ



เอกสารอ้างอิง

- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2560). Voice of Customer- VOC Customer Insight (วิธีการรับฟังเสียงลูกค้าเพื่อค้นหา Customer Insight). เรียกใช้เมื่อ 30 มีนาคม 2566 จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/2625254>
- สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ. (2562). เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน).
- สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ. (2566). เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน).
- สำนักทดสอบทางการศึกษา. (2563). แนวทางการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาตามกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดเอ็น.เอ.รัตนะเทรตตั้ง.
- Akella, K., et al. (2017). Gain Customer Insights Using NLP Techniques. SAE International Journal of Materials and Manufacturing, 10(3), 333–337.
- Gaskin, S.P. et al. (2010). Voice of the Customer. Wiley International Encyclopedia. Retrieved March 7, 2023, from <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem05020>
- Nist. (2023). Core Values and Concepts Baldrige performance excellence program. Retrieved March 7, 2023, from <https://www.nist.gov/baldrige/core-values-and-concepts>
- Pearse, N. j. (2017). Visionary Leadership in a Turbulent World : Thriving in the New VUCA Context. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Rimita, K. N. (2019). Leader Readiness in a Volatile, Uncertain, Complex, and Ambiguous (VUCA) Business. Walden University USA: ProQuest LLC.
- The Standard. (2019). Philip Kotler, the father of modern marketing, points out A business must have the potential to create Society is not just "profit". Retrieved March 7, 2023, from <https://thestandard.co/world-marketing-summit-asia-2019/>
- The story Thailand. (2020). Revealing the idea of 3 organizations using strategies to listen to the voices of employees and customers With Qualtrics solutions. เรียกใช้เมื่อ 4 August 2023 จาก <https://www.thestorythailand.com/24/08/2020/5030/>