

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

จุดกำเนิดของร้านค้าสะดวกซื้อชื่อดังต้องย้อนกลับไป เมื่อปีพ.ศ.2470 บริษัทเซาท์แลนด์ ไอซ์ ซึ่งก่อตั้งโดยนายจอห์น เจฟเฟอร์ สัน ได้เปิดร้านให้บริการน้ำแข็งตอบสนองความต้องการลูกค้าแทบจะตลอดวัน (ประมาณ 16 ชั่วโมง/วัน) ในช่วงฤดูร้อนและไม่มีวันหยุดเลย สร้างความพอใจให้กับลูกค้าและสร้างชื่อเสียงให้กับร้านมาก

ต่อมาเริ่มมีการขยายสินค้าไปสู่สินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ กลายเป็นลักษณะ ของร้านชำหรือร้านสะดวกซื้อ ใช้ชื่อร้านว่า โทเทม สโตร์ Tote"m Store และ แนวคิดนี้กลายเป็นปรัชญาสำคัญของร้านเซเว่น อีเลฟเว่นในปัจจุบัน

จุดหักเหของธุรกิจจากร้านค้าปลีกเล็กๆ จนกลายเป็นธุรกิจใหญ่โตมีนายโจ ทอมป์สัน เป็นผู้คิดพัฒนารูปแบบร้านค้าสะดวกซื้อให้กลายเป็นธุรกิจคอนวี เนียนสโตร์เต็มรูปแบบ เพียง 12 ปีหลังการก่อตั้ง ขยายร้านได้ถึง 60 สาขา ทั่วดัลลัส รายได้และกำไรหลักๆ มาจากยอดขายสินค้าอื่นๆ และจำนวนร้านที่ขยาย เพิ่มมากขึ้น

ปี พ.ศ.2488 บริษัทเปลี่ยนชื่อเป็น เซาท์แลนด์ คอร์ปอเรชั่น มาจนถึง ปัจจุบัน ถัดมาอีกปี ได้เปลี่ยนชื่อร้านค้าปลีกเป็น Seven-Eleven เซเว่น-อี เลฟเว่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-11 เพื่อรองรับการขยายกิจการนี้ เนื่อง จากต้องการสื่อถึงเวลาที่เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่ 07.00-23.00 น. ซึ่งก็ คือ 07.00 am.-11.00 pm. นั่นเอง

ธุรกิจ 7-11 ขยายใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ จนราวปี 2493-2503 ได้รับความนิยมสูง สุดจากการสำรวจทางโทรทัศน์ กระทั่งปี 2517 เริ่มขยายกิจการสู่ประเทศ ญี่ปุ่น และประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน จากนั้นก็แพร่หลายไปทั่วโลก

สำหรับประเทศไทยเริ่มเข้ามาในสมัยที่สภาพสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่เศรษฐกิจแบบ สังคมเมือง ชีวิตประจำวันเต็มไปด้วยความเร่งรีบแข่งกับเวลา ทางเครือเจริญโภคภัณฑ์หรือซีพี เห็นว่าธุรกิจนี้สอดคล้องกับสังคมที่กำลังจะเปลี่ยนไปจึง ได้เซ็นสัญญาซื้อสิทธิประกอบกิจการค้าปลีก (License) ภายใต้ ชื่อ 7-Eleven มาจากบริษัทเซาท์แลนด์ คอร์ปอเรชั่น ในวันที่ 7 พฤศจิกายน พ. ศ.2531 หลังจากใช้เวลาศึกษาธุรกิจมาเป็นเวลา 1 ปีเต็ม โดยเปิดร้านสาขาแรกใน

เมืองไทยตรงหัวมูนถนนพัฒนพงษ์ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2532 จากนั้นก็เพิ่มสาขาเรื่อยมาจนปรากฏให้เห็นทั่วประเทศ

จนถึงปัจจุบันนี้ เซเว่นอีเลฟเว่นเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทได้ขยายเครือข่ายร้านสาขากระจายอยู่ ในทุกภูมิภาคทั่วไทย โดยคำนึงถึงลูกค้าที่เป็นชุมชนซึ่งอยู่ใกล้ๆ ร้านสาขาคครอบคลุมกลามลูกค้าทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้บริษัทยังขยายความสะดวกสู่ผู้ใช้ รถและคนเดินทางที่เข้าไปใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. อีกด้วย ทำให้เราสามารถบริการความสะดวกแก่ลูกค้าได้มากกว่า 4 ล้านคนต่อวัน ร้านสาขาของเรายังขยายต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสนองตอบความต้องการความ สะดวกของลูกค้า โดยทีมงานและทีมบริหารที่มากด้วยประสบการณ์และเชี่ยวชาญ ส่งผลให้กิจการของเซเว่นฯ ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าภาคภูมิใจและมีเครือข่ายมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย

เสียงทักทายต้อนรับ “สวัสดีค่ะ สวัสดีครับ” ที่ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นไม่เคยว่างเว้นตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อคุณแวะเข้ามาเยี่ยมเยียนเราในฐานะเพื่อนบ้านหลังหนึ่ง สถานที่ที่คุณสัมผัสได้ถึงความเป็นกันเองในบรรยากาศสบายๆ สะอาด ปลอดภัย และอบอุ่น ทำให้คุณสามารถเลือกซื้อสินค้า อาหาร และเครื่องดื่มมากกว่า 2,000 รายการ ได้อย่างสบายใจ นอกจากนี้เรายังมีบริการอื่นๆ ที่พร้อมสนองความต้องการความสะดวกของลูกค้าตลอดเวลา

ลูกค้าสามารถไว้วางใจได้ว่า สินค้าทุกชิ้นล้วนได้รับการเลือกสรรอย่างพิถีพิถันว่ามีคุณภาพตามมาตรฐานและ ตรงตามความต้องการในราคาที่เหมาะสม ติดป้ายราคาชัดเจน จัดวางไว้ตามหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อความสะดวกในการเลือกหา ในส่วนของอาหารและเครื่องดื่มนั้น เราคำนึงถึงความสด ใหม่ สะอาด โดยมีบริการอุ่นให้พร้อมรับประทานเสมือนกับเป็นครัวภายในบ้าน นอกจากนี้ยังมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการตอบแทนแต่ผู้มีอุปการคุณทุกท่าน

นอกจากข้าวของเครื่องใช้และอาหารหลากหลายแล้ว เพื่อนบ้านหลังนี้ยังเตรียมสินค้า IT และ สื่อความบันเทิงรูปแบบต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเทปเพลง ซีดี หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตรายชั่วโมง หรือบัตรเติมเงินโทรศัพท์ให้คุณเลือกตามความพึงพอใจตลอดจนบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ผ่าน “เคาน์เตอร์เซอร์วิส” ซึ่งเป็นวิวัฒนาการของร้านค้าปลีกในอนาคตที่สามารถให้บริการได้อย่างไร้ขีด จำกัด รวมทั้งบริการขายตัวภาพยนตร์ ตัวรถไฟ ตัวเครื่องบิน และอื่นๆ ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

แม้เซเว่นอีเลฟเว่น จะเน้นการบริการที่สะดวกสบาย ทันสมัย ปลอดภัย แต่เซเว่นอีเลฟเว่นไม่เคยละเลยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรายกเลิกการใช้โฟมบรรจุสินค้า และเปลี่ยนมา

ใช้กระดาษแทน เราสนับสนุนการลดปริมาณขยะ ด้วยการพิมพ์ข้อความบนถุงพลาสติก แนะนำให้ลูกค้านำกลับมาใช้อีกครั้ง เราเปลี่ยนหลอดไฟฟ้าภายในร้านทั้งหมดเป็นหลอดประหยัดไฟ เปิดไฟอย่างประหยัด เปลี่ยนระบบปรับอากาศใหม่ให้ประหยัดพลังงานมากยิ่งขึ้น ทั้งหมดนี้ก็ช่วยประหยัดพลังงานของประเทศและของโลก

เซเว่นอีเลฟเว่น คือ ร้านสะดวกซื้อที่เปรียบเสมือนบ้านใกล้เรือนเคียงหลังหนึ่งของชุมชน ซึ่งคอยอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้คุณปู่ย่าตายาย พ่อแม่พี่น้อง ลูกป้าน้าอา และลูกหลาน ด้วยมิตรภาพและไมตรีจิตที่มุ่งมั่นในงานบริการมานานกว่า 17 ปี เรายืนหยัดที่จะเป็นเพื่อนบ้านที่ดีของคุณตลอดไป

เซเว่นอีเลฟเว่น ได้พัฒนาการบริหารองค์กรอย่างต่อเนื่อง คือ

ปี 2538 ลงนามความร่วมมือกับกรมอาชีวศึกษา เปิดการศึกษาระบบทวิภาคี เพื่อพัฒนาการศึกษาของชาติ

ปี 2541 นำระบบบริหารงานคุณภาพ ISO มาปรับใช้ในองค์กร

ปี 2548 นำระบบบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (TQM) มาใช้ในองค์กรรวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ในเครือ

ตั้งแต่วันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป บริษัทจะเปลี่ยนชื่อบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อ “เซเว่นอีเลฟเว่น” เป็นบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พร้อมโลโก้ใหม่ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นการรวมตัวที่สมบูรณ์แบบของธุรกิจเครือที่มีอยู่ 10 บริษัท อาทิ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด, บริษัท รีเทลลิงค์ (ไทยแลนด์) จำกัด, บริษัท ซี.พี.ค้าปลีกและการตลาด จำกัด, บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด, บริษัท ปัญญาธรา จำกัด, บริษัท ศึกษาวิวัฒน์ จำกัด, บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด และบริษัท ไดนามิค แมนเนจเม้นท์ จำกัด เพื่อรองรับการขยายตัวและการเติบโตในอนาคต และถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เข้มแข็ง

บริษัท ปัญญาธรา จำกัด เป็นบริษัทในกลุ่มบริษัท CP ALL เป็นบริษัทที่จัดการฝึกอบรม ทั้งภายในและภายนอกกลุ่มบริษัท CP ALL สำหรับด้านการบริหารงาน บริษัท ปัญญาธรา จำกัด รับนโยบายด้านการบริหารงานจาก CPALL จึงได้นำการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (TQM) มาใช้เป็นแนวทางหลักในการบริหารงาน

การบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (TQM) หมายถึง แนวทางในการบริหารขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ โดยสมาชิกทุกคนขององค์กรมีส่วนร่วมและมุ่งหมายผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ารวมทั้งการสร้างผลประโยชน์ตอบแทนแก่หมู่สมาชิก

TQM มี หลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การมุ่งเน้นที่คุณภาพ
2. การปรับปรุงกระบวนการ
3. ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม

แนวความคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพ

1. ความต้องการและความหวังของลูกค้า
2. กระบวนการและผลลัพธ์
3. ทีมงาน
4. ภาวะผู้นำ
5. การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

เห็นได้ว่าพัฒนาการทางการบริหารงานขององค์กร ตั้งแต่ ปี 2541 เป็นต้นมาองค์กรได้เน้นถึงแนวคิดในการบริหารที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์กร ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรด้วยทั้งสิ้น ทำให้ผู้ศึกษาวิจัย ต้องค้นคว้า ในเชิงลึกถึงหลักการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (TQM) เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำมาใช้ให้บรรลุตามจุดมุ่งหวังขององค์กร

ในปัจจุบันบริษัท ปัญญธรา จำกัด ได้มีหลักสูตรที่จัดฝึกอบรมหลายหลักสูตรตามความต้องการของลูกค้าทั้งหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานสายสำนักงาน และหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานสายปฏิบัติการ เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวทางธุรกิจของลูกค้า (บริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์) ทางผู้ศึกษาวิจัยจึงเห็นความสำคัญของกระบวนการการจัดฝึกอบรม ให้มีประสิทธิภาพโดยนำแนวคิด การนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ให้เกิดประสิทธิผลในองค์กร และเป็นแนวทางในการบริหารธุรกิจ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกระดับในองค์กร มีส่วนร่วมในกระบวนการทำงาน และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพของหลักสูตร และคุณภาพของกระบวนการฝึกอบรม ตลอดจนผู้ผ่านการฝึกอบรมแต่ละหลักสูตรได้รับความรู้ ทักษะ และสามารถกลับไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ ความเข้าใจของพนักงานบริษัท ปัญญาธา จำกัด เกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพ (TQM) โดยรวม
2. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของพนักงาน เกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาธา จำกัด
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาธา จำกัด

1.3 สมมติฐานการศึกษา

ในการวิจัยเรื่องการสำรวจระดับความรู้ความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้มาใช้ในบริษัท ปัญญาธา จำกัด ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. พนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบคุณภาพ (TQM) แตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาธา จำกัด ในด้านการนำองค์กร ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ด้านการจัดการกระบวนการ ด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน
3. พนักงานที่สังกัดในหน่วยงานต่างกันมีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบคุณภาพ (TQM) โดยรวม ไม่แตกต่างกัน
4. พนักงานที่สังกัดในหน่วยงานต่างกันมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาธา จำกัด ในด้านการนำองค์กร ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ด้านการจัดการกระบวนการ ด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกัน
5. พนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบคุณภาพ (TQM) โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

6. พนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาฯ จำกัด ในด้านการนำองค์กร ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ด้านการจัดการกระบวนการ ด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน

7. การเข้ารับการอบรมเรื่อง TQM มีผลต่อระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบคุณภาพ (TQM) โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

8. การเข้ารับการอบรมเรื่อง TQM มีผลต่อมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาฯ จำกัด ในด้านการนำองค์กร ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ด้านการจัดการกระบวนการ ด้านผลลัพธ์ แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงาน บริษัท ปัญญาฯ จำกัด ทั้งหมดจำนวน 105 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 83 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การศึกษาค้างนี้มุ่งศึกษาความคิดเห็นของพนักงาน เกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ และการประเมินคุณภาพ ตลอดจนปัญหา อุปสรรคเกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาฯ จำกัด

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการดำเนินการศึกษาระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ - สิงหาคม พ.ศ. 2552 รวมระยะเวลา 7 เดือน

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- 1) ตำแหน่งงาน
- 2) หน่วยงานที่สังกัด
- 3) ประสบการณ์การทำงาน
- 4) การได้รับการฝึกอบรม

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การนำระบบบริหารคุณภาพมาใช้
ในการดำเนินงานของบริษัท ปัญญาธรา จำกัด ประกอบด้วย

- 1) ระดับความรู้ ความเข้าใจของพนักงานบริษัท ปัญญาธรา จำกัด
เกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพ (TQM) โดยรวม
- 2) ระดับความเข้าใจของพนักงานในกิจกรรมเกี่ยวกับการนำระบบบริหาร
คุณภาพ (TQM) มาใช้ในบริษัท ปัญญาธรา จำกัด แบ่งเป็น 7 ด้านต่อไปนี้
 1. ด้านการนำองค์กร
 2. ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์
 3. ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด
 4. ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้
 5. ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร
 6. ด้านการจัดการกระบวนการ
 7. ด้านผลลัพธ์

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ระบบบริหารคุณภาพ (TQM)** หมายถึง การบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ เป็นแนวทางในการบริหารขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ โดยสมาชิกทุกคนขององค์กรมีส่วนร่วมและ มุ่งหมายผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ารวมทั้งการสร้างผลประโยชน์ ตอบแทนแก่หมู่สมาชิก

2. ความเข้าใจในกิจกรรมเกี่ยวกับการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM)

ในบริษัทปัญญาธารา จำกัด หมายถึง

2.1 ด้านการนำองค์กร หมายถึง สัมพันธภาพในเรื่องของการใช้สิทธิพลที่มีต่อกันและกัน ระหว่างผู้นำกับผู้ตามที่มีมุ่งหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยสะท้อนถึงวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกัน ผู้นำองค์กรทุกระดับจะต้องมีบทบาทและรับผิดชอบคือ มีความเข้าใจในความต้องการและความหวังของผู้ให้บริการ

2.2 ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง องค์กรมีการจัดทำวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการขององค์กร รวมทั้งมีการถ่ายทอดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่เลือกไว้เพื่อนำไปปฏิบัติ การปรับเปลี่ยนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไป ตลอดจนวิธีการวัดผลความก้าวหน้า

2.3 ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด หมายถึง การที่องค์กรกำหนดความต้องการของลูกค้า ความจำเป็น ความคาดหวัง และความชอบของลูกค้าและตลาด รวมถึงวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการกำหนดปัจจัยสำคัญในการได้มาซึ่งลูกค้า สร้างความพึงพอใจ ความภักดี และการดูแลรักษาลูกค้าไว้ ตลอดจนปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การขยายตัวของธุรกิจและความยั่งยืนขององค์กร

2.4 ด้านการวัด วิเคราะห์ และการจัดการความรู้ หมายถึง องค์กรเลือกรวบรวมวิเคราะห์จัดการและปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศ และสินทรัพย์ทางความรู้ และองค์กรมีการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มีวิธีการทบทวนและใช้ผลการทบทวนเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการ

2.5 ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร หมายถึง การสร้างความผูกพันจัดการและพัฒนาบุคลากร เพื่อนำศักยภาพของบุคลากรมาใช้อย่างเต็มที่ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับพันธกิจ กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการโดยรวมขององค์กร โดยพิจารณาความสามารถและอัตรากำลังของบุคลากร และความสามารถในการสร้างสภาพแวดล้อมของบุคลากรที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี

2.6 ด้านการจัดการกระบวนการ หมายถึง การกำหนดความสามารถพิเศษและระบบงานรวมทั้งวิธีการออกแบบ จัดการ และปรับปรุงกระบวนการที่สำคัญเพื่อนำไปใช้ในระบบงานในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและยั่งยืน รวมถึงการเตรียมพร้อมสำหรับภาวะฉุกเฉิน

2.7 ด้านผลลัพธ์ หมายถึง ผลการดำเนินงาน และการปรับปรุงในด้านที่สำคัญทุกด้าน ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลของกระบวนการ และผลลัพธ์ด้านการนำองค์กร ผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และองค์กรอื่นที่เสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกัน

3. บริษัท ปัญญาธรา จำกัด หมายถึง บริษัทในกลุ่มบริษัท CP ALL เป็นบริษัทที่จัดการฝึกอบรม ทั้งภายในและภายนอกกลุ่มบริษัท CP ALL สำหรับด้านการบริหารงาน บริษัทปัญญาธรา จำกัด รับนโยบายด้านการบริหารงานจาก CP ALL จึงได้ดำเนินการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (TQM) มาใช้เป็นแนวทางหลักในการบริหารงาน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

2. ทำให้ทราบความระดับของความรู้ความเข้าใจของพนักงานในบริษัท ปัญญาธรา จำกัด เกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพ (TQM)

3. ได้ทราบผลกระทบของการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในองค์กร

4. ทำให้ทราบระดับความรู้ความเข้าใจของพนักงาน ที่มีต่อการนำระบบบริหารคุณภาพ (TQM) มาใช้ในองค์กร

5. ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบบริหารคุณภาพ (TQM) ที่นำมาใช้ในกระบวนการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดประสิทธิผลและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า