

ภาคผนวก

ผนวก ก.

ค่านิยมหลักและแนวคิดที่สอดคล้องเกณฑ์หมวด 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

ค่านิยมหลักและแนวคิดที่สอดคล้องเกณฑ์หมวด 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

ค่านิยม (Value) หมายถึง หลักการชี้นำ (Guiding Principles) หรือ พฤติกรรมที่องค์กรหรือพนักงานในองค์กรคาดหวังว่าจะปฏิบัติ ค่านิยมจะเป็นตัวสะท้อนหรือมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรที่คาดหวัง และค่านิยมจะเป็นตัวสนับสนุนหรือชี้นำการตัดสินใจของสมาชิกทุกคนในองค์กร และเป็นตัวช่วยให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กรได้อีกด้วย จากค่านิยมและแนวคิดหรือหลักการในการทำงานของเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ พบว่าค่านิยมหลักที่องค์กรจำเป็นต้องนำมาพิจารณามีด้วยกันทั้งหมด 11 องค์ประกอบ ดังนี้

- การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์
- ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า
- การเรียนรู้ขององค์กรและของแต่ละบุคคล
- การให้ความสำคัญกับพนักงานและคู่ค้า
- ความคล่องตัว
- การมุ่งเน้นอนาคต
- การจัดการเพื่อนวัตกรรม
- การจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง
- ความรับผิดชอบต่อสังคม
- การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์และการสร้างคุณค่า
- มุมมองในเชิงระบบ

ค่านิยมหลัก ข้างต้น เป็นปรัชญาหรือความเชื่อของผู้คนในองค์กร ซึ่งแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมในการทำงานหรือ “หลักคิดในการทำงาน” และถูกนำมาใช้เป็นหลักในการสร้างข้อกำหนดต่างๆ ทำให้ข้อกำหนดเหล่านี้สอดคล้องประสานซึ่งกันและกันอย่างบูรณาการภายในกรอบการจัดการที่เน้นผลลัพธ์ เพื่อสร้างพื้นฐานสำหรับการปฏิบัติและการใช้ข้อมูลป้อนกลับ

● การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์

การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ในที่นี้จะหมายถึง ผู้นำระดับสูงขององค์กร ที่ควรจะต้องมีการกำหนดทิศทางและสร้างองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้า ค่านิยมที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อให้บรรลุผลการดำเนินการที่เป็นเลิศ กระตุ้นให้มีความนวัตกรรม สร้างความรู้และความสามารถ และการนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์โดยเฉพาะผู้นำระดับสูงจะต้องมีส่วนร่วมในการวางแผน ในส่วนนี้จะสอดคล้องกับเกณฑ์ในหมวดที่ 3 ข้อที่ 3.1 ก1 การจำแนกลูกค้าและตลาด ซึ่งผู้บริหารต้องมองเห็นถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถจำแนกลูกค้าเป็นกลุ่มๆ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน รวมถึงการรับฟังและเรียนรู้จากลูกค้า เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม ทำความเข้าใจ ความต้องการและความคาดหวังใหม่ๆ ของลูกค้าตรงกับข้อที่ 3.1 ก2 การรับฟังและเรียนรู้ ซึ่งผู้บริหารควรจัดทำกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อประเมินกระบวนการที่องค์กรใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในข้อที่ 3.2 ก1 ความสัมพันธ์กับลูกค้า และมีระบบและวิธีต่างๆ ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ในข้อที่ 3.2 ข1 การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ผู้นำองค์กรต้องมีการทบทวนผลการดำเนินงานขององค์กร และการยกย่องชมเชยพนักงาน และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กร

● ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า

ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า ประกอบด้วยส่วนที่เป็นปัจจุบันและอนาคต คือ การเข้าใจความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน และการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคต คุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้าอาจได้อิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การซื้อผลิตภัณฑ์ การครอบครอง และประสบการณ์จากการได้รับบริการสอดคล้องกับข้อที่ 3.1 ก1 การจำแนกลูกค้าและตลาด เพื่อประเมินกระบวนการสำคัญที่องค์กรใช้ในการได้รับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และตลาดในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับ ข้อที่ 3.2 ก1 การสร้างความสัมพันธ์ ดังนั้นความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า องค์กรต้องมีความไวต่อความต้องการของลูกค้า และตลาดที่เปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นใหม่ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า องค์กรต้องรับฟังเสียงของลูกค้าตรงกับเกณฑ์ข้อที่ 3.1 ก2 การรับฟังและเรียนรู้ องค์กรต้องคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงในตลาด ทำให้องค์กรต้องตระหนักถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและสิ่งใหม่ๆ แข่งขันนำเสนอลูกค้า รวมทั้งการตอบสนองอย่างรวดเร็วและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและตลาด สอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.1 ก3 การทำให้การรับฟังและเรียนรู้

ทันสมัย และรวมถึงการพัฒนากระบวนการซื้อโรงเรียนเพื่อจัดการกับซื้อโรงเรียนลูกค้าและลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า ตรงกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ก3 กระบวนการจัดการซื้อโรงเรียน และมีการดำเนินการประเมินความพึงพอใจเพื่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ตรงกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ข1 การประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้า

● การเรียนรู้ขององค์กรและของแต่ละบุคคล

การเรียนรู้ขององค์กรและของแต่ละกลุ่ม องค์กรต้องมีแนวทางที่ปฏิบัติได้เป็นอย่างดี รวมถึงการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โอกาสในการเรียนรู้และการได้ใช้ทักษะใหม่ ๆ มีผลมากขึ้นเรื่อย ๆ ต่อระดับความสำเร็จของพนักงาน องค์กรลงทุนด้านการเรียนรู้ของพนักงานโดยการศึกษา การฝึกอบรม และโอกาสต่าง ๆ ในการก้าวหน้าและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาจรวมถึงการหมุนเวียนภาระงานและการได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นตามความรู้ทักษะที่แสดงให้เห็น แหล่งการเรียนรู้ในองค์กร รวมถึงความคิดของพนักงาน การวิจัยและพัฒนา การแบ่งปันวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ การจัดระดับเทียบเคียง และข้อมูลจากลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.1 ก1 การจำแนกลูกค้าและตลาด ซึ่งการที่องค์กรได้รับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และตลาดในปัจจุบันและอนาคต ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่จะทำให้เกิดการตอบสนองต่อลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน รวมถึงการรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าเพื่อให้เกิดการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่หรือที่ปรับปรุงใหม่ที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น และทำความเข้าใจ ความต้องการและความคาดหวังใหม่ๆ ของลูกค้า ตรงกับเกณฑ์ข้อที่ 3.1 ก2 การรับฟังและเรียนรู้ นอกจากนี้ยังช่วยลดความผิดพลาดในซื้อโรงเรียนลูกค้าและลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า ตรงกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ก3 กระบวนการจัดการซื้อโรงเรียน

● การให้ความสำคัญกับพนักงานและลูกค้า

การให้ความสำคัญกับพนักงาน หมายถึง การมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ มีการพัฒนา และมีความสุข ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิธีปฏิบัติงานที่มีความยืดหยุ่นและมีผลการดำเนินการที่ดีที่ปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของพนักงานที่มีความแตกต่างกันในด้านสถานที่ทำงานและชีวิตครอบครัว การให้ความสำคัญกับพนักงาน มีดังนี้

1. การแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของผู้นำองค์กรที่มีต่อความสำเร็จของพนักงาน
2. การยกย่องชมเชยพนักงานที่มากกว่าการให้ค่าตอบแทนตามปกติ
3. การสนับสนุนการพัฒนาและความก้าวหน้าของพนักงาน
4. การแบ่งปันความรู้ขององค์กรเพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น และสนับสนุนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์
5. การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิดกล้าทำและมีนวัตกรรม

6. การสร้างสภาพแวดล้อมสนับสนุนเพื่อพนักงานที่หลากหลาย

การให้ความสำคัญกับพนักงานและคู่ค้าดังกล่าว สอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ก2 กลไกในการเข้าถึงที่สำคัญ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและติดต่อได้โดยบุคลากรสามารถเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่การติดต่อกับลูกค้า รวมถึงเพื่อติดตามลูกค้าในเรื่องคุณภาพและข้อมูลป้อนกลับซึ่งสอดคล้องกับ ข้อที่ 3.2 ข2 การติดตามลูกค้า ความร่วมมือภายนอกองค์กร อาจเป็นการร่วมมือกับลูกค้า ผู้ส่งมอบ และสถาบันการศึกษาต่างๆ ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์หรือการเป็นพันธมิตร เป็นความร่วมมือภายนอกที่มีความสำคัญมาก ซึ่งจะช่วยเหลือต่อการเข้าสู่ตลาดใหม่หรือเป็นพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

● ความคล่องตัว

ความคล่องตัว หมายถึง ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และมีความยืดหยุ่น การจะประสบความสำเร็จในสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว การแข่งขันสูง ต้องใช้ความคล่องตัว การปรับปรุงที่สำคัญในการตอบสนองได้อย่างรวดเร็วคือการลดความซ้ำซ้อนของหน่วยงานและกระบวนการ หรือสามารถปรับเปลี่ยนจากกระบวนการหนึ่งไปสู่อีกกระบวนการหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น เพื่อให้แนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทันกับความต้องการและทิศทางธุรกิจสอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ก4 การทำให้ความสัมพันธ์ทันสมัย และกระบวนการประเมินที่ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้แนวทางในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทันกับความต้องการและทิศทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว ตรงกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ข4 การทำให้การประเมินความพึงพอใจทันสมัย

● การมุ่งเน้นอนาคต

การมุ่งเน้นอนาคต ในสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันในปัจจุบัน การสร้างองค์กรที่มีความยั่งยืนต้องอาศัยความเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่มีผลกระทบต่อธุรกิจและตลาด การมุ่งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนและการเป็นผู้นำในตลาด องค์กรต้องมีแนวคิดการมุ่งเน้นอนาคตอย่างจริงจังและมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างพันธะระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ส่งมอบและคู่ค้า ผู้ถือหุ้น สาธารณชน รวมทั้งชุมชนองค์กรที่ตั้งอยู่สอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.1 ก ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด ข้อ ก1 การจำแนกลูกค้าและตลาด เริ่มจากการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน แล้วจึงทำการวางแผนงานขององค์กรถึงความคาดการณ์ปัจจัยต่างๆ เช่น ความคาดหวังของลูกค้า โดยการรับฟังและเรียนรู้จากลูกค้าเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม ทำความเข้าใจ ความต้องการและความคาดหวังใหม่ๆ ของลูกค้าซึ่งตรงกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.1 ก2 การรับฟังและเรียนรู้ ตลอดจนโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ และความร่วมมือทาง

ธุรกิจ การขยายตัวของตลาดโลก การพัฒนาเทคโนโลยี วิวัฒนาการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ลูกค้านี้อาจมีส่วนตลาดใหม่ๆ เพื่อติดตามให้ทันความเปลี่ยนแปลงของตลาดและวิธีการดำเนินธุรกิจ ซึ่งตรงกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.1 ก3 การทำให้การรับฟังและเรียนรู้ทันสมัย

● การจัดการเพื่อนวัตกรรม

นวัตกรรม หมายถึง การสร้างการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมาย นวัตกรรมมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานในทุกด้านขององค์กร และนำพาองค์กรไปสู่มิติใหม่ของการปฏิบัติงาน องค์กรต้องชี้นำและบริหารจัดการเพื่อให้การสร้างนวัตกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการเรียนรู้และฝังอยู่ในงานประจำที่ทำ สอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ข1 การประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการประเมินความพึงพอใจจะทำให้เกิดข้อมูลซึ่งนำไปตอบสนองให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า อันจะนำมาซึ่งธุรกิจใหม่ๆ ในอนาคต และได้ปรับปรุงพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

● การจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง

การวัดและวิเคราะห์ผลการดำเนินการมีความสำคัญต่อองค์กร การวัดผลนั้นควรมาจากความต้องการ และกลยุทธ์ทางธุรกิจ และควรให้ข้อมูลและสารสนเทศที่สำคัญเกี่ยวกับกระบวนการหลัก ผลผลิต และผลลัพธ์ที่ได้ การจัดการดำเนินการขององค์กรต้องใช้ข้อมูลและสารสนเทศหลายประเภทประกอบกัน การวัดผลการดำเนินการนี้ควรรวมผลทางด้านลูกค้า ผลลัพธ์และการให้บริการ การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงาน การตลาดและการแข่งขัน รวมทั้งผลของผู้ส่งมอบ พนักงานขององค์กรและผลด้านต้นทุนและการเงิน และองค์กรควรจำแนกข้อมูลเพื่อสะดวกต่อการวิเคราะห์ สอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.1 ก1 การจำแนกลูกค้าและตลาด ซึ่งเริ่มจากการแบ่งลูกค้าเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อให้การวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างได้อย่างชัดเจน รวมถึงการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ถูกต้อง สอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.1 ก2 การรับฟังและเรียนรู้จากลูกค้า แล้วจึงรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ในการเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่มตรงกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ก2 กลไกในการเข้าถึงที่สำคัญ และมีการสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความภักดี และเกิดความประทับใจสอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ก1 การสร้างความสัมพันธ์ หลังจากนั้นควรมีการติดตามลูกค้าในเรื่องคุณภาพของสินค้าและการบริการแล้วนำข้อมูลนี้ไปปรับปรุงพัฒนาต่อไปสอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ข2 การติดตามลูกค้า

การวิเคราะห์ หมายถึง การกลั่นกรองใจความสำคัญของข้อมูลและสารสนเทศเพื่อใช้สนับสนุนการประเมินผลงานการตัดสินใจปรับปรุงการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์นั้นต้องใช้ข้อมูลเพื่อหาแนวโน้มการคาดการณ์ รวมถึงการดูความเป็นเหตุเป็นผลที่โดยปกติแล้วอาจไม่เห็นเด่นชัด อาจวิเคราะห์สนับสนุนงานหลาย ๆ อย่างเช่น การวางแผนงานการทบทวนผลการดำเนินการโดยรวม การปรับปรุงการปฏิบัติงาน การจัดการความเปลี่ยนแปลง และการเปรียบเทียบผลการดำเนินการกับคู่แข่งหรือกับการปฏิบัติที่เป็นเลิศสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ข3 ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กร เปรียบเทียบกับความพึงพอใจต่อคู่แข่งและเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมนั้น

● ความรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้นำองค์กรควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแบบอย่างที่ดีในการมุ่งเน้นจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การคุ้มครองป้องกันสุขอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ยังรวมไปถึงการปฏิบัติงานขององค์กรและวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ การปฏิบัติทางด้านจริยธรรมอย่างจริงจังควรเป็นข้อกำหนดและต้องมีการตรวจติดตามโดยคณะกรรมการธรรมาภิบาลขององค์กร การบำเพ็ญตนเป็นพลเมืองที่ดี อาจรวมถึงการปรับปรุงด้านการศึกษาและสุขอนามัยของชุมชนของพนักงานในองค์กร สอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.1 ก3 การทำให้การรับฟังและเรียนรู้ทันสมัย เพื่อติดตามให้ทันความเปลี่ยนแปลงของตลาดและวิธีการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการทำให้ความสัมพันธ์กับลูกค้าทันกับความต้องการและทิศทางธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ก4 การทำให้ความสัมพันธ์ทันสมัย และเพื่อให้แนวทางในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทันกับความต้องการและเกิดการปรับปรุงในเรื่องปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ข4 การทำให้การประเมินความพึงพอใจทันสมัย ซึ่งหลักปฏิบัติทางด้านจรรยาบรรณควรเป็นข้อกำหนดที่ต้องมีการติดตามโดยระบบธรรมาภิบาลขององค์กร

● การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์และการสร้างคุณค่า

การวัดผลการดำเนินการขององค์กรควรมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่สำคัญ ๆ ซึ่งนำไปสร้างคุณค่าและรักษาสมดุลของคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เช่น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ส่งมอบและคู่ค้า สาธารณะ และชุมชนด้วยการสร้างคุณค่าให้ แก่กลุ่มเหล่านี้ ทำให้องค์กรสามารถสร้างความภักดีต่อองค์กร และความเติบโตของเศรษฐกิจด้วย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างสมดุลของคุณค่าซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงและขัดแย้งกันได้ กลยุทธ์ขององค์กรจึงควรระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ชัดเจน เพื่อช่วยให้มั่นใจว่าแผนงานและกิจกรรมต่าง ๆ สนองตอบต่อ

ความต้องการที่หลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และไม่ให้เกิดผลกระทบในทางลบแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใด ๆ ได้ สอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ก3 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อจัดการกับข้อร้องเรียนลูกค้าและลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กร เปรียบเทียบกับความพึงพอใจต่อคู่แข่งและเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้มาทำให้เกิดการสร้างคุณค่าและรักษาสมดุลของคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อที่ 3.2 ข3 ความพึงพอใจเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และในเกณฑ์หมวดที่ 7 ข้อ 7.2 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า เพื่อแสดงถึงตัววัดหรือดัชนีชี้วัดให้เห็นว่าองค์กรทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้อย่างไรตรงกับเกณฑ์ข้อ 7.2 ก1 ความพึงพอใจลูกค้า รวมทั้งการสร้าง ความภักดี ทำให้กลับมาซื้อซ้ำและใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการซ้ำ และทำให้ลูกค้ากล่าวถึงในทางที่ดีสอดคล้องกับเกณฑ์ข้อ 7.2 ก2 คุณค่าในมุมมองของลูกค้า

● มุมมองในเชิงระบบ

มาตรฐาน MBNQA นั้นเป็น การมองเชิงระบบในการบริหารองค์กร และบริหารกระบวนการหลักเพื่อที่จะให้บรรลุผลลัพธ์ ไปสู่องค์กรที่เป็นเลิศ ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์ทั้ง 7 หมวด และ ค่านิยมหลัก 11 ข้อ เพื่อเป็นเครื่องมือในการบูรณาการระบบ อย่างไรก็ตาม การบริหารเพื่อให้ได้ผลต้องมีการสังเคราะห์ (Synthesis) การปรับทิศทางไปในทางเดียวกัน (Alignment) และการบูรณาการ (Integration) การสังเคราะห์ คือ การมององค์กรในภาพรวมและหาข้อกำหนดหลักขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ การปรับทิศทางไปในทางเดียวกัน คือ การเชื่อมโยงข้อกำหนดต่างๆ ใน MBNQA เพื่อให้สอดคล้องกับ แผนงาน กระบวนการ หรือมาตรการต่างๆ ให้มีทิศทางไปในทางเดียวกัน การบูรณาการ คือ การต่อยอดจากความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้องค์ประกอบแต่ละส่วนของระบบการจัดการผลการดำเนินการขององค์กรมีการปฏิบัติการอย่างเชื่อมโยงกันและกันอย่างสมบูรณ์

ความสอดคล้องกับเกณฑ์ในส่วนนี้จะอยู่ในเกณฑ์ ข้อที่ 3.2 ก4 การทำให้ความสัมพันธ์ทันสมัย และ ข้อที่ 3.2 ข4 การทำให้การประเมินความพึงพอใจทันสมัย ซึ่งผู้นำระดับสูงและทุกคนในองค์กรมีการหาแนวทางหรือการปรับทิศทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงหรือสามารถติดต่อกับองค์กร และการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้ทันต่อความต้องการและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน และจะครอบคลุมถึงการชี้ตัววัด ดัชนีชี้วัด (หมวด 7) และความรู้ขององค์กร (หมวด 4) เพื่อให้ผู้นำองค์กร (หมวด 1) สร้างกลยุทธ์ (หมวด 2) ที่สำคัญ แล้ว

มุ่งสู่การปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน (หมวด5) ตามกระบวนการทำงาน(หมวด 6) ที่กำหนดไว้ โดยมีเป้าหมายคือมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดเป็นสำคัญ เป็นต้น