

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัจจัยพื้นฐานสู่ความสำเร็จในด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดจากองค์การระดับโลกที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ A Study of Customer and Market Key Success Factor from National Quality Award Recipient (Malcolm Baldrige National Quality Award and Thailand Quality Award)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวจันทนา เลหากุลเวทิต Juntana Laohakulvathit
แผนกวิชา/คณะ	สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร. อธิศานต์ วายูภาพ
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยพื้นฐานสู่ความสำเร็จในด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดจากองค์การระดับโลกที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ” เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการปฏิบัติงานขององค์กรต่างๆ ที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา (The Malcolm Baldrige National Quality Award -MBNQA) โดยใช้เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ ปี 2549 และแนวคิดทฤษฎีทางด้านลูกค้าและตลาดที่องค์กรที่ได้รับรางวัลนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพองค์กร ตลอดจนการวิเคราะห์หาปัจจัยพื้นฐาน (Key Common Success Factors)และสรุปวิธีการที่เป็นเลิศในการปฏิบัติงาน

การค้นคว้าอิสระนี้ได้นำข้อมูลค่านิยมหลักและแนวคิดของเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติจากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และได้นำข้อมูลขององค์กรที่ได้รับรางวัลจาก MBNQA มาเป็นกรณีศึกษาซึ่งมีทั้งภาคธุรกิจขนาดเล็ก ภาคองค์กรการศึกษาและภาคธุรกิจการผลิต ในการวิเคราะห์หาปัจจัยพื้นฐานโดยการเริ่มต้นศึกษากรณีศึกษาทั้ง 3 องค์กร คือศึกษาโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมของแต่ละองค์กร และพิจารณาถึงการตอบเกณฑ์หมวดการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดในแต่ละข้อโดยใช้เครื่องมือ A-D-L-I ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ หลังจากนั้นได้ทำการประชุม

ร่วมกันเพื่อสรุปคะแนนในหมวดอย่างเป็นเอกฉันท์ (Consensus) และสรุปการประเมินในรายงานสรุปคะแนน (Scorebook) แล้วจึงนำผลสรุปมาสังเคราะห์หาปัจจัยพื้นฐานสู่ความสำเร็จเพื่อสรุปแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าและตลาด

ผลการศึกษาพบว่าองค์กรที่ได้รับรางวัลหรือองค์กรที่เป็นเลิศสามารถแสดงให้เห็นแนวทางอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิผลในการตอบข้อกำหนดพื้นฐานและมีแนวทางการถ่ายทอดไปปฏิบัติ มีการปรับปรุงที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร และเป็นไปตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานสู่ความสำเร็จในด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด คือ ผู้บริหารระดับสูงมีวิสัยทัศน์ พันธกิจและค่านิยมหลักที่ชัดเจน, การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ, การมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการพัฒนาองค์กรที่ชัดเจน, การรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้า, การใช้แนวคิด Deming Cycle หรือ Plan-Do-Check-Action (PDCA), การมีดัชนีชี้วัดผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า, การนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการ และการเชื่อมโยงอย่างมีบูรณาการ และจากการศึกษาถึงองค์กรที่เป็นเลิศมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรจนเกิดเป็นค่านิยมองค์กรซึ่งเป็นแบบแผนในการปฏิบัติที่ปลูกฝังกันมาจนทำให้เป็นพื้นฐานขององค์กรที่เป็นเลิศ