

## บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ยุทธศาสตร์การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) กับ ลักษณะเฉพาะขององค์กร (ได้แก่ ขนาดขององค์กรหรือจำนวนพนักงาน กิจกรรมส่งเสริมการประยุกต์ใช้ TQM และ วัฒนธรรมขององค์กร) สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยในงานวิจัยนี้ มีจุดประสงค์เพื่อระบุถึงลักษณะและโครงสร้างที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมไปประยุกต์ใช้ โดยมีขอบเขตการศึกษาที่ครอบคลุม 7 กิจกรรมหลัก ได้แก่ ภาวะผู้นำ กระบวนการวางแผน การมุ่งเน้นลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการบุคลากร การจัดการกระบวนการ และการบริหารผู้ส่งมอบ และครอบคลุมภาพรวมของลักษณะวัฒนธรรมองค์กรตามแบบจำลอง the competing values framework (CVF) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสำรวจจำนวน 231 ชุด (คิดเป็นร้อยละ 39.90) ด้วยเทคนิคทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของปัจจัย การวิเคราะห์เพื่อยืนยันการจัดกลุ่มปัจจัย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร (t-test) แสดงให้เห็นว่าขนาดขององค์กรไม่มีผลต่อระดับการประยุกต์ใช้กิจกรรมทั้ง 7 กิจกรรมของการบริหารคุณภาพโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.05$ ) ในขณะที่องค์กรซึ่งมีการส่งเสริมกิจกรรม TQM อย่างเป็นทางการ จะมีระดับของการประยุกต์ใช้กิจกรรมดังกล่าว รวมทั้งประสิทธิภาพเฉพาะด้านการสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ สูงกว่าองค์กรที่ไม่ได้มีกิจกรรมการประยุกต์ใช้ TQM (อย่างเป็นทางการ) อย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.05$ ) นอกจากนี้ยังไม่มีโครงสร้าง และ/หรือ วัฒนธรรมองค์กรที่ตายตัวสำหรับการดำเนินยุทธศาสตร์การบริหารคุณภาพโดยรวม แต่อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมแต่ละแบบมีแนวโน้มจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในแต่ละด้านขององค์กรแตกต่างกันไป เช่น วัฒนธรรมแบบปรับตัวและแบบลำดับขั้นในส่วนที่ 1 มีแนวโน้มจะส่งผลในเชิงบวกต่อนวัตกรรมของกระบวนการอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.01$ ) นอกจากนี้ผลการวิจัยที่ได้ยังชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันคุณภาพได้กลายเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรจำเป็นต้องมีเป็นพื้นฐาน ในขณะเดียวกัน การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จะต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลยืนยันได้ว่า กิจกรรมการบริหารคุณภาพโดยรวม จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการ และกำหนดเป็นหนึ่งในนโยบายหลักขององค์กร เพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพดำเนินงาน ทั้งการสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ

### Abstract

This empirical study explores the relationship between total quality management (TQM) strategy and organizational characteristic (size of organization, TQM program implementation, and organizational culture) with the purpose of identifying the particular structures that determine the successful implementation of TQM program. Specifically, it tests two competing views on the relationship; the unitarist and pluralist views. The empirical data was drawn from 231 (with 39.90% response rate) manufacturing companies in Thailand. Seven quality management practices including leadership, strategic planning, customer focus, information and analysis, people management, process management, and supplier management were used to explain TQM implementation and the competing values model was used to frame organizational culture. The data was analyzed using *reliability analysis*, *confirmatory factor analysis*, *independent t-test analysis*, and *multi co-relation analysis*. The results indicated that firm size have not influences the degree of TQM implementation significantly ( $p < 0.05$ ). Firms that implemented official TQM implementation program exhibited the higher degree of TQM practices implementation leading to increase product and process innovation. In addition, the findings support the pluralist view, wherein different types of cultures can implement TQM practices in own style, and the results show that all cultures may likely impact on difference organizational performances. Interestingly, developmental and hierarchical 1 culture were likely to have a significant positive relationship with process innovation. Additionally, the findings indicate that although the cultural factors underpinning different elements of performance are dissimilar, even antagonistic, organizations can implement them in harmony. Finally, the result shows that product quality is must be for all firms in the present. However, firms should concern with product innovation to meet the customer expected which will create wealth to firms.