

หลักสูตร “การสร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพ” (Quality Awareness)

หลักการและเหตุผล การควบคุมดูแลและรักษาให้สินค้าและบริการให้ได้คุณภาพมาตรฐานนั้น ก็ยังเป็นเรื่องสำคัญค่ะ เพราะเรื่องของคุณภาพ จะเป็นสิ่งที่กำหนดอนาคตว่าลูกค้าเก่าจะกลับมาหาเราอีกหรือไม่ นั่นเป็นสิ่งที่ผู้ผลิต ต้องกลับมาทบทวนกระบวนการควบคุมดูแลคุณภาพภายในองค์กร เรื่องของคุณภาพไม่ใช่เรื่องที่คนเพียงคนเดียวจะสามารถจัดการและควบคุมมันได้ ที่สำคัญคือ ในทุกๆที่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการนั้นต้องมีคุณภาพ ในใจของทุกคนต้องสร้างความตระหนักด้านคุณภาพ (Quality Awareness)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีจิตสำนึกคุณภาพให้เกิดขึ้นกับพนักงานในบริษัท
- 2) เพื่อวิเคราะห์ หาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจิตสำนึกคุณภาพของพนักงานในบริษัท
- 3) เพื่อวิเคราะห์ปัญหา หรืออุปสรรคการสร้างจิตสำนึกคุณภาพในบริษัท
- 4) เพื่อปรับปรุง และพัฒนาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจิตสำนึกคุณภาพ
- 5) เพื่อกระตุ้นเตือนให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างสินค้าที่มีคุณภาพ

รูปแบบการฝึกอบรม



การฝึกอบรมนี้จะใช้ 3 วิธีการหลักได้แก่ การเรียนรู้แบบกลุ่ม การเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ และการเรียนรู้โดยการปฏิบัติ

1. การเรียนรู้แบบกลุ่ม (group learning) การแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างกัน ฝึกการทำงานเป็นทีมและการรับฟังความเห็นของเพื่อนร่วมงาน
2. การเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (adult learning) เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (interactive mode) ระหว่างวิทยากรกับผู้เข้ารับการอบรม และระหว่างผู้อบรมด้วยกันเอง

- การสรุปทบทวนแนวคิดสำคัญและคำสำคัญต่าง ๆ (Key thoughts and key words)
- การตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นการคิดของผู้เข้าอบรม (questioning) - การแลกเปลี่ยนระหว่างผู้เรียนด้วยตนเอง

3. การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (action learning) เน้นการทำกิจกรรมภาคปฏิบัติ กระตุ้นการฝึกความคิดและการทำ workshop โดยมีประเด็นสำคัญที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติและการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมาย :	พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและคุณภาพงาน
จำนวนวันที่อบรม :	1 วัน
จำนวนผู้เข้าอบรม :	30 คน/รุ่น
วิทยากร :	ผู้ทรงคุณวุฒิ

หลักสูตร “การสร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพ” (Quality Awareness)

เนื้อหาการบรรยาย

- 1) ความหมายและวิวัฒนาการของคุณภาพ
- 2) คุณภาพกับความอยู่รอดขององค์กร
- 3) ลูกค้าคือใคร, การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- 4) Workshop สิ่งที่คุณลูกค้าต้องการ
- 5) ความท้าทายที่จำเป็นต้องมุ่งเน้นที่ “คุณภาพ”
- 6) ขอบเขตคำว่า “คุณภาพ” ครอบคลุมถึงอะไรบ้าง
- 7) ความเข้าใจตลาดเคลื่อนและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ “คุณภาพ”
- 8) แนวความคิดหลักเกี่ยวกับคุณภาพ
- 9) เส้นทางและขั้นตอนสู่การสร้างจิตสำนึกด้าน คุณภาพ
- 10) จิตสำนึกและจิตสำนึกคุณภาพคืออะไร
- 11) ผลกระทบจากการขาด จิตสำนึกคุณภาพ
- 12) การสร้างการตระหนักรู้ให้เกิดจิตสำนึกคุณภาพ
- 13) พฤติกรรมของผู้มีจิตสำนึกคุณภาพ
- 14) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาคุณภาพ
- 15) สรุปการเพิ่มผลผลิตเพื่อความยั่งยืนขององค์กร