

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดบูรณาการในองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร กรณีศึกษาบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เรสคิว คอมมิตตีโอเวอร์ซีส์โปรเซสซิง เอ็นทิตี
ชื่อผู้ศึกษา	นางสาวศิริรัตน์ ขุนทวุฒิ
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สุทธาวรรณ จีระพันธุ์
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดบูรณาการในองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรกรณีศึกษาบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เรสคิว คอมมิตตี โอเวอร์ซีส์โปรเซสซิง เอ็นทิตี

โดยมีวัตถุประสงค์

- เพื่อกำหนดกลยุทธ์ ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ เพื่อการสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ และกระตุ้นความสนใจจากพนักงาน
- เพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการตลาดแบบองค์รวม เพื่อกระบวนการภายใน การคัดเลือกผู้ขายให้มีประสิทธิภาพ
- เพื่อกำหนดกลยุทธ์สื่อสารการตลาดบูรณาการ ในการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร

ระเบียบวิธีการศึกษา คือ เป็นการศึกษาเพื่อ นำกรอบแนวความคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ 7P's กลยุทธ์ตลาดแบบองค์รวม และกลยุทธ์การสื่อสารตลาดบูรณาการในการเพิ่มศักยภาพภายในองค์กรและการให้บริการแก่ผู้เกี่ยวข้อง การสื่อสารภายในและภายนอกที่มีประสิทธิภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง

จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ระดับองค์กรที่เหมาะสมสำหรับบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล เรสคิว คอมมิตตี โอเวอร์ซีส์โปรเซสซิง เอ็นทิตี คือกลยุทธ์การเจริญเติบโต จึงได้มีการดำเนินการ

เพื่อรองรับการขยายตัวด้วยการใช้กลยุทธ์รวมตัวในระดับเดียวกัน (Horizontal intergration strategy) เพื่อขยายการดำเนินงานขององค์กรในหลายพื้นที่เพื่อสร้างเครือข่ายและคุณค่าของอุตสาหกรรม ในด้านกลยุทธ์ระดับธุรกิจการใช้กลยุทธ์มุ่งเฉพาะส่วน (Focus Strategy) มุ่งเน้นเฉพาะการให้บริการโยกย้ายถิ่นฐานแก่ผู้ลี้ภัยที่มีความประสงค์ที่จะโยกย้ายถิ่นฐานไปยังประเทศสหรัฐ สร้างให้เกิดความเชี่ยวชาญทางด้านบริการและสร้างรายได้เปรียบในคู่แข่งรายอื่น กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ Operational Strategy เน้นการอบรมเพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญในการทำงานในทุกแผนก ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ศึกษานำมาใช้คือ กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการทำการส่งเสริมการตลาด การสื่อสารที่ใช้ภายใน และภายนอก เน้นการใช้เครื่องมือ เช่น แผ่นพับมีใจความที่สั้นกระชับ และแนวทางการประชาสัมพันธ์ต่อผู้ลี้ภัยคือการสกรีนขั้นตอนการคัดเลือกผู้อพยพลบงบนพัด และเสื่อ และให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาตรวจสอบกันหลายๆคน เพื่อความถูกต้อง ทางด้านบุคคล เน้นการคัดเลือกพนักงานที่มีความสามารถทางด้านภาษา และทัศนคติที่มีต่อผู้ลี้ภัย และทางด้านกระบวนการเน้นการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของผู้ให้บริการอย่างเคร่งครัด การจัดการตลาดแบบองค์กรรวม โดยให้ความสำคัญทางด้าน การสื่อสารข้ามแผนก (Cross Functional Training) เพื่อความร่วมมือที่เป็นเอกภาพ และรับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึกในองค์กร ร่วมกัน เน้นการอบรมเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในทุกแผนก และมีเทคนิคในการสอนงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็วโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่สัมภาษณ์ผู้ลี้ภัย เพื่อลดปัญหาการได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องจากการสรุปใจความเอาเอง กลยุทธ์การสื่อสารตลาดบูรณาการผู้ศึกษาได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสารภายนอกเพื่อสร้างการรู้จัก องค์กร และค้นหาผู้ให้บริการเพิ่มเติม นอกเหนือจากนี้ยังมีการสร้างความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริการด้วยการ การจัดงานเลี้ยงต้อนรับ และพาไปเยี่ยมชมพื้นที่ดำเนินงาน รายงานผลการปฏิบัติงานและปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการทำงานตามความเป็นจริง เพื่อให้ผู้บริการได้เข้ามาดำเนินการแก้ไขตามแนวทางและพันธกิจ