

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

**ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด**

**KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF STAFF TOWARD SUGGESTION
SYSTEM OF INDUSTRIAL PRODUCTION OF AUTO PARTS AND
ELECTRONIC N H K SPRING (THAILAND) CO.,LTD.**



T119765

สิทธิโชค สังทอง

SITTICHOK SUNGTHONG

b. 12/12/77
i.

เลขหมู่..... 2554
เลขทะเบียน..... 119765
วัน,เดือน,ปี..... 12 ส.ค. 2555

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2554

KMITL-2011-AMC-M-251-040

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF STAFF TOWARD SUGGESTION
SYSTEM OF INDUSTRIAL PRODUCTION OF AUTO PARTS AND
ELECTRONIC N H K SPRING (THAILAND) CO.,LTD.**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
ADMINISTATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2011

KMITL-2011-AMC-M-251-040

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2011

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

นักศึกษา

นายสิทธิโชค สังทอง

รหัสประจำตัว

52631310

ปริญญา

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชา

วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

พ.ศ.

2554

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณารถ แสงมณี

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุติกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1)ศึกษาระดับความรู้และระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ (2)เปรียบเทียบความรู้และระดับเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ (4)ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน โดยใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิธีทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการหาสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพนักงานที่มี อายุ อายุงาน การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน และประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

2. พนักงานมีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ อยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพนักงานที่มี อายุ อายุงาน การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะและลักษณะงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้และเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = 0.346$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา **II** และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis	Knowledge and Attitude of Staff toward Suggestion System of Industrial Production of Auto Parts and Electronic N H K Spring (Thailand) Co.,Ltd.
Student	Mr.Sittichok Sungthong
Student ID	52631309
Degree	Master of Science
Program	Industrial Management
Year	2011
Thesis Advisor	Associate Professor Dr.Woranat Sangmanee
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr.Nuttawut Rojniruttikul

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the level of knowledge and attitude of staff toward suggestion system. (2) to compare the knowledge and attitude of staff toward suggestion system classified by personal factor and motivation factor. (3) to study the relationship between knowledge and attitude of staff about the suggestion system. The samples were 365 staffs in industrial production of auto parts and electronic NHK Spring (Thailand) Co., Ltd. The research instrument was questionnaire. Data were analyzed by using SPSS for windows program. The statistics used were frequency, percentage, arithmetic means ($\bar{X}$), and Standard Deviation (S.D.), t-test, One-way Analysis of Variance (ANOVA), and Pearson product moment correlation. The results were as follows:

1. The level of staff's knowledge about the suggestion system was at moderate level. Staff's who had difference in age, duration of work, suggestion system training, job characteristics, work position and type of employment showed difference in knowledge level about the suggestion system.
2. The level of staff's attitude about the suggestion system was quite good. Staff's who had difference in age, duration of work, suggestion system training and job characteristics. Hypotheses were tested by using showed difference in attitude level about the suggestion system.
3. The relationship between the level of knowledge and attitude about suggestion system was quite low with statistically significant correlation at the level of 0.01 with r equal 0.346.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความเมตตากรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณารด แสงมณี อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจน์นิตติกุล อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาตลอดจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ รวมทั้งได้รับความอนุเคราะห์และคำแนะนำอื่นๆ จาก คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์อันมี รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลักษณ์ อัครีรวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มนต์ ไพฑูรย์เจริญฤทธา และ ดร.ธีระ ชินภัทร รามเดชะ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิอันมี ดร. ชัยสิทธิ์ ทองบริสุทธิ์ คุณศักดา ขลุ่ยประเสริฐ คุณชัยยุทธ เมทเมรุรัตน์ คุณชาติรี ชำนาญธรรม และคุณปรีดา แก้วไข่ ที่ได้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม และให้ความช่วยเหลือในส่วนอื่นๆ ของการวิจัยอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เทค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สาขาศิลปศาสตร์ประยุกต์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ คุณอำนวยการ สังกทอง (มารดา) ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอด สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบอบแด่ บิดา-มารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง และขอบอบให้กับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และบุคคลอื่นที่วิทยานิพนธ์เล่มนี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ตลอดจนอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัยตลอดมา

สิทธิโชค สังกทอง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	XVI
สารบัญภาพ.....	XXI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	7
1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา.....	7
1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย.....	7
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	10
2.1.1 ความหมายของความรู้.....	10
2.1.2 ประเภทของความรู้.....	12
2.1.3 ระดับความรู้.....	13
2.1.4 โครงสร้างของความรู้.....	13
2.1.5 แหล่งเก็บความรู้ในองค์กร.....	15
2.1.6 การวัดความรู้.....	16
2.1.7 วิธีการวัดความรู้.....	16
2.1.8 เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้.....	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ.....	20
2.2.1 ความหมายของเจตคติ.....	20
2.2.2 องค์ประกอบของเจตคติ.....	21
2.2.3 การเกิดเจตคติ.....	22
2.2.4 การก่อตัวของเจตคติ.....	23
2.2.5 ประเภทของเจตคติ.....	24
2.2.6 หน้าที่หรือกลไกของเจตคติ.....	24
2.2.7 การเปลี่ยนแปลงเจตคติ.....	25
2.2.8 การเปลี่ยนเจตคติ.....	26
2.2.9 ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติ กับ พฤติกรรม.....	27
2.2.10 แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเจตคติ.....	28
2.2.11 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติ.....	29
2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	32
2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ.....	32
2.3.2 ความสำคัญของการจูงใจ.....	33
2.3.3 ลักษณะของแรงจูงใจ.....	34
2.3.4 ธรรมชาติของแรงจูงใจ.....	34
2.3.5 รูปแบบของแรงจูงใจ.....	37
2.3.6 การจำแนกแรงจูงใจ.....	39
2.3.7 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์.....	41
2.3.8 ทฤษฎี ERG.....	45
2.3.9 แนวทางในการสร้างแรงจูงใจ.....	48
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง.....	50
2.4.1 ความหมายการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง.....	50
2.4.2 วัตถุประสงค์ของการทำ KAIZEN.....	51
2.4.3 คุณลักษณะเด่นของ KAIZEN.....	52
2.4.4 วิธีการดำเนินกิจกรรม KAIZEN.....	53
2.4.5 กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ ในการทำ KAIZEN.....	53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4.6 บทบาทของผู้บริหารต่อ KAIZEN	54
2.4.7 ข้อควรคำนึงถึงในการนำ KAIZEN มาใช้ในองค์กร	54
2.4.8 ประโยชน์ที่สถานประกอบการจะได้รับ	54
2.4.9 สิ่งทีแต่ละคนในองค์กรจะได้รับ	55
2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ	55
2.5.1 ความหมายของกิจกรรมข้อเสนอแนะ	55
2.5.2 ความเป็นมาของกิจกรรมข้อเสนอแนะ	57
2.5.3 กิจกรรมข้อเสนอแนะกับแรงจูงใจ	59
2.5.4 กิจกรรมข้อเสนอแนะกับการทำงานเป็นทีม	60
2.5.5 กิจกรรมข้อเสนอแนะกับการให้รางวัล	61
2.5.6 วัตถุประสงค์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ	61
2.5.7 ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะ	62
2.5.8 การเขียนข้อเสนอแนะ	65
2.5.9 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร	66
2.5.10 หลักสำคัญในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะให้มีประสิทธิผล	66
2.5.11 ประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ	69
2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	70
2.6.1 โรงงาน ที่อยู่ในเครือบริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย) จำกัด	71
2.6.2 ความหมายของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	74
2.6.3 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	75
2.6.4 สำหรับมูลค่าการส่งออกของกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วน รถยนต์ไทย	76
2.6.5 สถานการณ์สินค้าอุปโภคบริโภคส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2553	77
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	79
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	83
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	83
3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	83
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	84
3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ.....	84
3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	85
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	87
3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	87
3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	87
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	88
3.4.1 ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมด.....	88
3.4.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์.....	88
3.4.3 การทดสอบสมมติฐาน.....	91
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	94
3.5.1 ค่าร้อยละ.....	94
3.5.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต.....	94
3.5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	94
3.5.4 การวิเคราะห์โดยวิธี t-test.....	95
3.5.5 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	97
3.5.6 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD).....	98
3.5.7 สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน.....	99
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	100
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์.....	101
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์.....	105
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์.....	106

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.4 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัย
แรงจูงใจ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ 119

4.4.1 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบพนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกััด ที่มี เพศ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำ
กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 119

4.4.2 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกััด ที่มี อายุ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำ
กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 120

4.4.3 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกััด ที่มี อายุงาน ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำ
กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 121

4.4.4 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกััด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับ
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 123

4.4.5 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกััด ที่ได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับ
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 124

4.4.6 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกััด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการ
นำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 125

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.4.7 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับ
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 127

4.4.8 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับ
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 129

4.4.9 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรม
ข้อเสนอแนะต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ
มาใช้ แตกต่างกัน 130

4.5 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัย
แรงจูงใจ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
ที่มีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ 131

4.5.1 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรม
ข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 131

4.5.2 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบพนักงานอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด ที่มี อายุ ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรม
ข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน 132

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.5.3	วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี อายุงาน ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำ กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน.....	133
4.5.4	วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับ การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน.....	135
4.5.5	วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี การได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยว กับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน.....	136
4.5.6	วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี ลักษณะงาน ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับ การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน.....	137
4.5.7	วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี ตำแหน่งงาน ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับ การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน.....	139
4.5.8	วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับ การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน.....	140

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.5.9 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรม ข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อ เสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน	141
4.6 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบ ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	142
4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการ ทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ	143
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	146
5.1 สรุปผลการวิจัย	146
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	146
5.1.2 ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	147
5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	148
5.1.4 ข้อมูลเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อระดับ ความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ใน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	148
5.1.5 ข้อมูลเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อ ระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	150
5.1.6 ข้อมูลทดสอบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อ เสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	152

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2 อภิปรายผล.....	152
5.2.1 ข้อมูลทั่วไปด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยแรงจูงใจ.....	153
5.2.2 ด้านความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้.....	153
5.2.3 ด้านเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้.....	153
5.2.4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความรู้.....	154
5.2.5 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อเจตคติ.....	158
5.2.6 ความสัมพันธ์ของความรู้กับเจตคติ.....	162
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	162
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้.....	162
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	164
บรรณานุกรม.....	166
ภาคผนวก.....	172
ภาคผนวก ก เอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	173
ภาคผนวก ข แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	181
ประวัติผู้เขียน.....	188

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 กิจกรรมที่จัดเพื่อสนองความต้องการตามลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์.....	44
2.2 เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างไคเซ็น กับ นวัตกรรม.....	52
2.3 เปรียบเทียบระบบข้อเสนอแนะแบบอเมริกากับแบบญี่ปุ่น.....	58
2.4 มูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 – 2010.....	77
2.5 มูลค่าการส่งออกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย ช่วง ม.ค.– เม.ย. 2553.....	78
3.1 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	86
3.2 แสดงคะแนนในแต่ละระดับความคิดเห็นของแบบสอบถามวัดเจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์.....	89
3.3 แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	91
3.4 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	97
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์.....	101
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยเสริมสร้าง ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด.....	104
4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยรวม ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด.....	105
4.4 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร.....	106
4.5 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร.....	108
4.6 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร.....	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.7 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านบรรยากาศ องค์การภายหลังนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้.....	112
4.8 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการสนับสนุนผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ	113
4.9 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ของระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิผลจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ.....	115
4.10 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ของระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ.....	118
4.11 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง โดยวิธี t-test.....	119
4.12 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามช่วงอายุ โดยวิธี One-way ANOVA.....	120
4.13 ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะระหว่างกลุ่มของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน โดยวิธี LSD.....	121
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุงาน โดยวิธี One-way ANOVA.....	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ระหว่างกลุ่มของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกันโดยวิธี LSD.....	123
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One-way ANOVA.....	124
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับการฝึกอบรมโดยวิธี t-test.....	125
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงาน โดยวิธี One-way ANOVA.....	126
4.19 ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ระหว่างกลุ่มของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกันโดยวิธี LSD.....	127
4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงาน โดยวิธี One-way ANOVA.....	128
4.21 ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ระหว่างกลุ่มของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกันโดยวิธี LSD.....	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการจ้างงาน โดยวิธี t-test.....	129
4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยวิธี t-test.....	130
4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test.....	131
4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-way ANOVA.....	132
4.26 ผลการเปรียบเทียบเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ใน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวม ของพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกันโดยวิธี LSD.....	133
4.27 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุงาน โดยวิธี One-way ANOVA.....	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ผลการเปรียบเทียบเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ใน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ของพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน โดยวิธี LSD	135
4.29 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามระดับการศึกษา โดยวิธี One-way ANOVA	136
4.30 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามการได้รับการฝึกอบรม โดยวิธี t-test	137
4.31 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะงานโดยวิธี One-way ANOVA	138
4.32 ผลการเปรียบเทียบเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ใน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมของพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงาน ต่างกันโดยวิธี LSD	139
4.33 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน โดยวิธี One-way ANOVA	140
4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการจ้างงานโดยวิธี t-test	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

- 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ
ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น
เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกแรงจูงใจ
ที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยวิธี t-test.....142
- 4.36 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่า p-value ของการทดสอบความสัมพันธ์
ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะมีความสัมพันธ์กับเจตคติ
ของพนักงานเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้น
ส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยวิธี Pearson Correlation.....143



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2.1 ลำดับของข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) และความรู้ (Knowledge)	12
2.2 ลำดับขั้นของความรู้ด้านพุทธิพิสัยตามแนวคิดของ Bloom, et. al. (1971)	14
2.3 แหล่งเก็บความรู้ในองค์กร	15
2.4 การวัดระดับการเรียนรู้ด้านความรู้ ความคิด ตามแนวคิดของ Bloom, et. al.	18
2.5 องค์ประกอบของเจตคติ	21
2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 1	31
2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 2	31
2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 3	32
2.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 4	32
2.10 การจัดลำดับขั้นของความต้องการในทัศนะของ Maslow	44
2.11 แสดงความสัมพันธ์ของข้อเสนอแนะกับการทำงานเป็นทีม	60
2.12 ขั้นตอนของระบบข้อเสนอแนะ และช่องทางของข้อเสนอแนะ	65
2.13 แสดงผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์	75
2.14 แสดงผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	76

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โครงสร้างทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก จากภาคเกษตรกรรม ไปสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเติบโตของภาคอุตสาหกรรม เป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นอีกประเทศที่กำลังเข้าสู่สภาวะการแข่งขันกับต่างชาติที่มีสภาพตลาดแข่งขันรุนแรง การแข่งขันประกอบธุรกิจขององค์กรต่างๆ ในปัจจุบันต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนไม่ว่าจะเป็น การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีมีการเติบโต และพัฒนาก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการสื่อสารที่ถูกต้องและแม่นยำรวดเร็ว ผู้บริโภคมีความรู้ในข่าวสารที่ถูกต้อง และมีทางเลือกเพื่อสนองให้ตรงกับความต้องการของคนมากที่สุด ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ตลาดการค้าที่ขยายกว้างมากขึ้น ทำให้ทุกองค์การธุรกิจต้องมีการแข่งขัน โดยการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อมุ่งเน้นการผลิต และการให้บริการให้มีคุณภาพและปริมาณ ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเอง ให้เติบโตอยู่ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงนี้ได้ จะเห็นได้ว่า ปัจจุบันการเติบโตและกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมในประเภทต่างๆ สูงขึ้นตามกำลังการซื้อและความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (Thai Industries sentiment Index : TISI) อย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 7 ปี (ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2553)

การบริหารงาน มีจุดประสงค์สำคัญคือ ต้องการให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อย่างประหยัด มีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล และพัฒนาอยู่เสมอโดยอาศัยปัจจัยทรัพยากรพื้นฐานของการบริหารงาน 4 อย่างคือ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Materials) และการจัดการ (Management) ที่รู้จักกันในนาม 4 M's อย่างไรก็ตามคนที่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการบริหาร ทั้งนี้เพราะคนเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่น ๆ องค์กรใดก็ตามถ้าเริ่มต้นด้วยการมีคนที่มีความสามารถ มีความเก่งแล้ว ปัจจัยด้านอื่น ๆ ก็จะติดตามมา

กิจกรรมด้านการบริหารระบบงานคุณภาพ(Quality Management) ที่องค์กรนิยมนำมาใช้ QCC (Quality Cycle Control), JIT (Just In Time), TQM (Total Quality Management), การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Kaizen) , 5ส (5S), และกิจกรรมข้อเสนอแนะ (Suggestion System)

รูปแบบของการบริหารต่างๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรต่างสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรให้ ความสำคัญต่อการทำงานของพนักงาน โดยให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน แสดงความคิดเห็นในการปรับปรุง พัฒนางค์การ ในทุกๆด้านอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพนักงานจะได้รับรางวัล

ตอบแทนต่อทุกข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและพนักงานส่วนรวม โดยผ่านรูปแบบกิจกรรมที่เรียกว่า “กิจกรรมข้อเสนอแนะ(Suggestion System: SS)” มีแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญมาจากไคเซ็น (Kaizen) ซึ่งเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากที่สุดในการบริหารแบบญี่ปุ่น (ไคเซ็น หมายถึง การปรับปรุงให้ดีขึ้น หลักการของไคเซ็นนั้น คือ การปรับปรุงและความพยายามที่จะทำงานให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ตลอดเวลา) (รวิรวณ สุขเทศ. 2546 : 2)

กิจกรรมข้อเสนอแนะ (Suggestion System : SS) เปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมทำให้มีความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ ลดการต่อต้านในการบังคับบัญชา ดึงศักยภาพของบุคคลออกมาได้อย่างเต็มที่ มีความคิดสร้างสรรค์ องค์กรได้รับผลประโยชน์ (ประสิทธิภาพ, คุณภาพ, ความปลอดภัย, พลังงาน, สิ่งแวดล้อม. 5๙) เกิดขึ้นครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษ ค.ศ. 1880 สหรัฐอเมริกาเริ่มนำมาใช้ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศไทยเริ่มนำมาใช้ ค.ศ. 1974 (36 ปีก่อน) ในภาค อุตสาหกรรมนำมาใช้ 17 องค์กรจาก 65 องค์กร (ที่มีการทำกิจกรรมคุณภาพ) ในภาค ธุรกิจบริการนำมาใช้ 2 องค์กรจาก 27 องค์กร (ที่มีการทำกิจกรรมคุณภาพ) ในระบบราชการและ รัฐวิสาหกิจ ยังไม่ปรากฏว่ามีการนำมาใช้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจแห่งประเทศไทย : 2533, 34-32)

การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานและสมาชิกขององค์กรในด้านปรับปรุงการพัฒนางานของตนเอง ซึ่งพนักงานจะเป็นผู้ค้นพบปัญหาต่างๆในการทำงาน และข้อเสนอแนะถึงแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้นจะนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากความสำคัญหรือเหตุผลที่กล่าวข้างต้นในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นเจ้าหน้าที่ในตำแหน่งวางแผนและควบคุมการผลิตซึ่งอยู่ในส่วนรับผิดชอบส่งเสริมการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะในบริษัท มีความสนใจที่จะศึกษาถึงการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะและการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาผลที่ได้รับจากกิจกรรมข้อเสนอแนะ อันจะนำไปเป็นข้อมูลการเผยแพร่กิจกรรมข้อเสนอแนะและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงเพื่อประโยชน์ในการทำงานต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้และระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงานและประเภทของแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงานและประเภทของแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 พนักงานที่มี การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 พนักงานที่มี ลักษณะงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 พนักงานที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.8 พนักงานที่มี ประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.9 พนักงานที่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 พนักงานที่มี อายุ แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 พนักงานที่มี การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 พนักงานที่มี ลักษณะงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 พนักงานที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 พนักงานที่มี ประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 พนักงานที่มี แรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

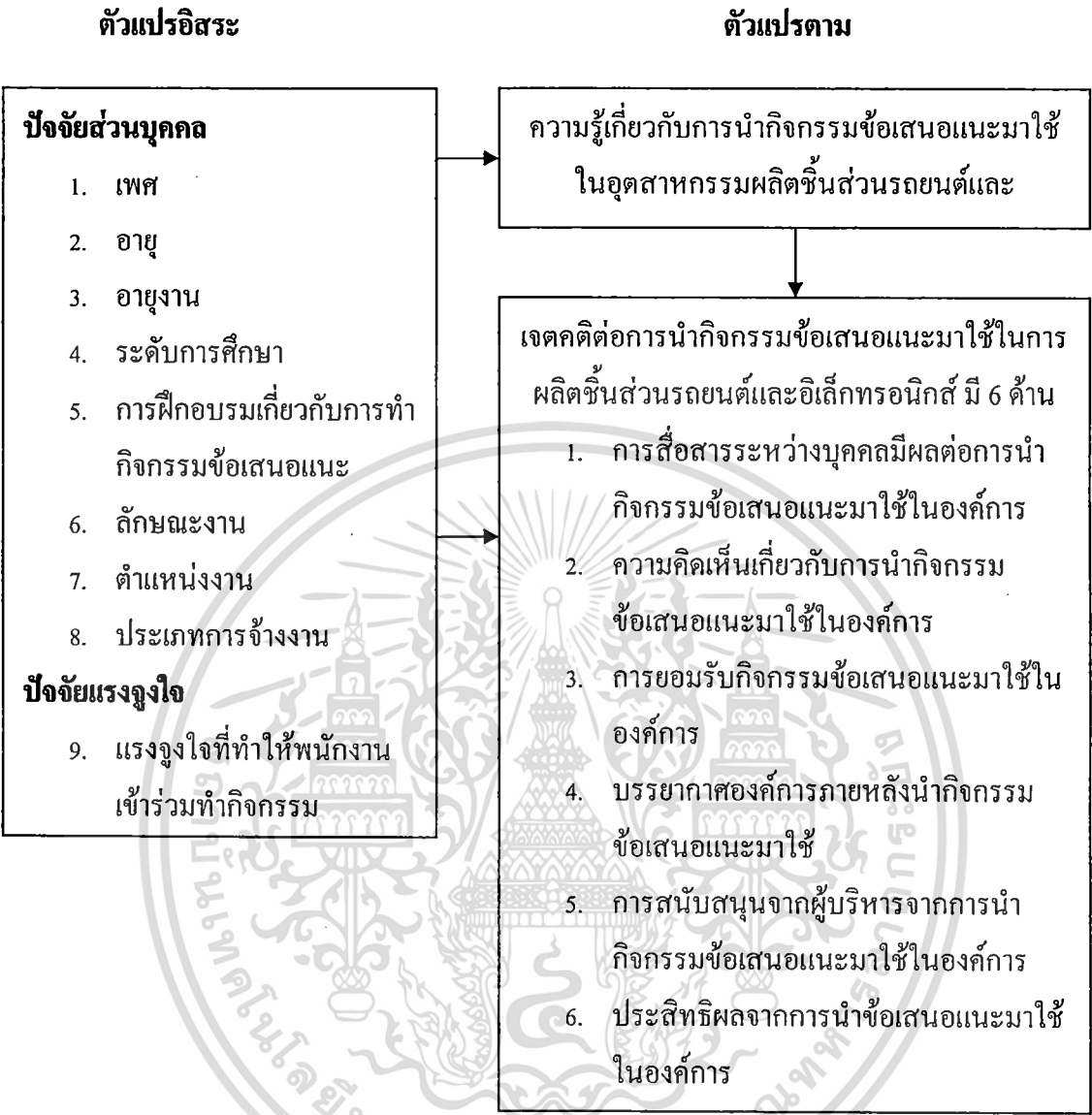
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง และได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยพิจารณาจากงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายกับงานวิจัยฉบับนี้ โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ จาก วีรวรรณ สุขเทศ (2546) เรื่อง การนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม และจาก พัทธิธีรา ภูวพัฒน์วีรกุล (2551) เรื่อง ความรู้ และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด และแบ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเจตคติต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้โรงงานรวม 6 ด้าน ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
3. การยอมรับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
4. บรรยากาศองค์การภายหลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
5. การสนับสนุนผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
6. ประสิทธิภาพจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 7,114 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย)จำกัด ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2553)

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

งานวิจัยนี้มีตัวแปรที่ใช้ศึกษา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล : เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงาน
- 2) ปัจจัยแรงจูงใจ : แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ

1.5.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- 1) ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
- 2) เจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2553 ถึง มกราคม 2554

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

1.6.1 พนักงาน หมายถึง พนักงานทุกระดับที่ปฏิบัติงานอยู่ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

1.6.2 เพศ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของบุคคล แบ่งเป็น เพศชายและเพศหญิง

1.6.3 อายุ หมายถึง ระยะเวลา นับตั้งแต่วันที่พนักงานเกิดมาตามบัตรประจำตัวประชาชน จนถึงวันที่ตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.6.4 อายุงาน หมายถึง ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละงาน โดยนับเริ่มตั้งแต่เข้างานเป็นพนักงานขององค์การจนถึงปัจจุบัน

1.6.5 ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.6 การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ หมายถึง การฝึกอบรมพนักงานในเรื่อง การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ทั้งในด้านความรู้ ทฤษฎีและในด้านการปฏิบัติ โดยวิทยากรภายในและภายนอกบริษัท

1.6.7 ลักษณะงาน หมายถึง รูปแบบของงานที่ปฏิบัติ ณ วันที่ตอบแบบสอบถาม

1.6.8 ตำแหน่งงาน หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานในระดับต่างๆ ในแต่ละบริษัท

1.6.9 ประเภทการจ้างงาน หมายถึง การจำแนกประเภทของพนักงานที่มีลักษณะการว่าจ้างแตกต่างกัน โดยจำแนกดังนี้

- ลูกจ้างประจำ หมายถึง พนักงานของหน่วยงานที่ได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือน โดยได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำ มีสิทธิและสวัสดิการต่างๆตามกฎหมายได้บัญญัติไว้
- ลูกจ้างชั่วคราว หมายถึง พนักงานของหน่วยงานที่ได้ระบุอายุสัญญาว่าจ้างอย่างชัดเจน ไม่มีสวัสดิการต่างๆ เหมือนพนักงานประจำ

1.6.10 กิจกรรมข้อเสนอแนะ (Suggestion System) หมายถึง กิจกรรมที่กระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมโดยการเสนอความคิดที่เป็นประโยชน์ กล่าวคือ พนักงานเป็นผู้ค้นหาปัญหาต่างๆในการทำงานพร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะถึงวิธีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาเหล่านั้นด้วยตนเอง เพื่อเสนอให้ฝ่ายบริหารได้รับพิจารณาพิจารณาความเหมาะสมว่าสมควรจะดำเนินการหรือไม่ สำหรับผลประโยชน์ที่ได้นั้นจะได้ทั้งหน่วยงานและตัวพนักงานเอง หากความคิดของพนักงานได้รับการยอมรับจากหน่วยงาน พนักงานผู้นั้นจะได้รับการยกย่องชมเชย หรือได้รับรางวัลตอบแทนซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปแบบของผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ว่าตัวเงิน

1.6.11 ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แบ่งเป็น ความรู้ หมายถึง ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง และรายละเอียดต่างๆ เช่น เหตุการณ์ บุคคล กฎเกณฑ์ พฤติกรรม ที่บุคคลได้รับรู้จากการสังเกต เรียนรู้ ประสบการณ์ ทั้งในสิ่งที่เฉพาะเจาะจงและทั่วไป โดยเก็บรวบรวมและสะสมในรูปแบบของความจำสามารถระลึกได้และสามารถเป็นองค์ประกอบ เพื่อการตัดสินใจในพฤติกรรมต่างๆซึ่งความรู้สามารถสะสมและสืบทอดต่อกันได้ โดยเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ

1.6.12 เจตคติต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะ หมายถึง ความคิดความรู้สึกทางด้านจิตใจ ทำที่ความรู้สึกรู้สึกคิด และความโน้มเอียงต่อบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบทัศนคติ ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม ที่ต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

1.7.13 ปัจจัยเสริมสร้างแรงจูงใจ หมายถึง การสร้างปัจจัยที่ทำให้พนักงานของสถานประกอบการเกิดความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรม ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยเสริมสร้างแรงจูงใจได้ 2 ประเภท ได้แก่

- สิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงิน หมายถึง เป็นผลตอบแทนจากการทำงานทำงานโดยอาศัยเงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนกับปัจจัยอื่นๆ ที่จำเป็นในสังคม ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส และเงินรางวัล

- สิ่งจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงิน หมายถึง ปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากเงินตราที่จูงใจให้บุคคลทำงานได้แก่ การแข่งขัน ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ความรู้สึกก้าวหน้า การรู้ผลของงานฐานะของสังคม การให้รางวัล การลงโทษ การให้งานที่เหมาะสม การทำให้มีความรู้ที่กว้างขวางมีความสำคัญ ตลอดจนการลดความซ้ำซากจำเจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมเนื้อหาของทฤษฎีและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้
- 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ
- 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- 2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด
- 2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้

2.1.1 ความหมายของความรู้

เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) เป็นแนวความคิดที่สนับสนุนว่า ความรู้มีผลทำให้เจตคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

Bloom (1971 : 271) กล่าวถึงความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่วไป ระลึกถึงวิธีการ กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ

Good (1973 : 325) ให้ความหมายของ ความรู้ ว่าเป็นข้อเท็จจริง (fact) ความจริง (truth) กฎเกณฑ์ และข้อมูลต่างๆ ที่บุคคลได้รับ โดยเก็บรวบรวมและสะสมไว้ และความรู้เป็นข้อเท็จจริง ความจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากรายงาน การรับรู้ และนำความรู้เก็บสะสมไว้

Wikstrom and Norman (1994 : 9) ได้ให้คำจำกัดความของ ความรู้ (Knowledge) ที่แตกต่างกัน 3 ลักษณะดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความรู้ คือ ความคุ้นเคยกับ ข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truths) หรือหลักการ โดยทั่วไป (Principles)

2. ความรู้ คือ รู้ (Known) หรืออาจจะรู้ (May be known)

3. ความรู้ คือ จิตสำนึก ความสนใจ (Awareness)

ประกาศเณร สุวรรณ (2526 : 16) ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการฝึกหรือโดยการมองเห็น ได้ยินได้จำ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น

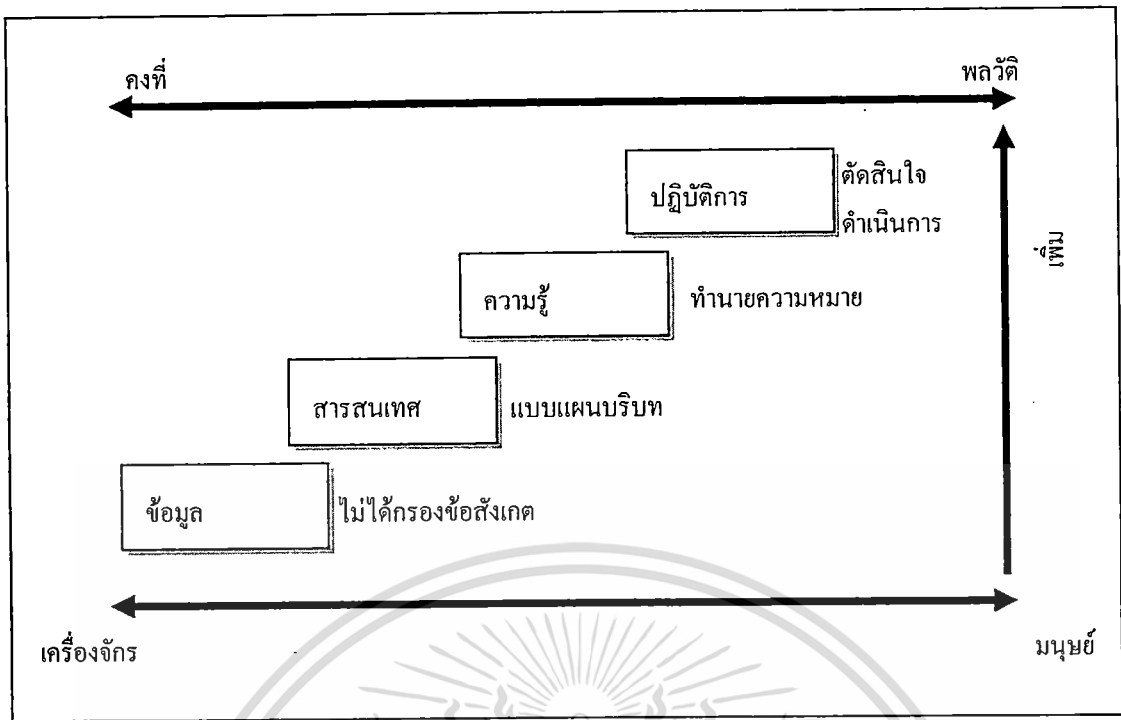
พริดา วิเชียรปัญญา (2547: 20) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้หมายถึง ส่วนผสมของ กรอบประสบการณ์ คุณค่า สารสนเทศ ที่เป็นสภาพแวดล้อมและกรอบการทำงานสำหรับการ ประเมิน และรวมกันของประสบการณ์และสารสนเทศใหม่

วิจารณ์ พานิช (2548 : 5-6) ได้กล่าวว่า ความรู้ นั้น มีหลายนัยและหลายมิติคือ

1. ความรู้ คือสิ่งที่นำไปใช้จะไม่หมด หรือสึกหรอ แต่จะยิ่งออกงอกหรือออกงามขึ้น
2. ความรู้คือสารสนเทศที่นำไปสู่การปฏิบัติ
3. ความรู้เกิดขึ้น ณ จุดที่ต้องการใช้ความรู้
4. ความรู้เป็นสิ่งที่ขึ้นกับบริบทและกระตุ้นให้เกิดขึ้นโดยความต้องการ

ซึ่งในยุคแรกๆ ของการพัฒนาศาสตร์ด้านการจัดการความรู้มองว่าความรู้มาจากการ จัดระบบและตีความสารสนเทศ (Information) ตามบริบท ซึ่งสารสนเทศก็ได้มาจากการ ประมวลข้อมูล (data) ดังนั้นความรู้จะไม่มีประโยชน์เลย ถ้าไม่นำไปสู่การกระทำหรือการ ตัดสินใจ ดังภาพที่ 2.1

จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง และ รายละเอียดต่างๆ เช่น เหตุการณ์ บุคคล กฎเกณฑ์ พฤติกรรม ที่บุคคลได้รับรู้จากการสังเกต เรียนรู้ ประสบการณ์ ทั้งในสิ่งที่เฉพาะเจาะจงและทั่วไป โดยเก็บรวบรวมและสะสมในรูปของ ความจำสามารถระลึกได้และสามารถเป็นองค์ประกอบ เพื่อการตัดสินใจในพฤติกรรมต่างๆ ซึ่ง ความรู้สามารถสะสมและถ่ายทอดสืบต่อกันได้



ภาพที่ 2.1 ลำดับของข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) และความรู้ (Knowledge)

ที่มา : วิจารย์ พานิช (2548 : 5)

2.1.2 ประเภทของความรู้

ปณิศา พันภัย (2544: 14) กล่าวว่า ประเภทของความรู้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. ความรู้ที่อยู่ในตัวคน/ความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์พรสวรรค์ หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูด หรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์

2. ความรู้ที่อยู่ในรูปแบบสื่อหรือเอกสาร/ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่างๆ และบางครั้งจะเรียกว่าความรู้แบบรูปธรรม

วีระพงษ์ กิมคม (2546 : 3) กล่าวว่า ความรู้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นความรู้ที่อยู่ในรูปแบบของเอกสาร ตำรา ทฤษฎี คู่มือ บางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบ “รูปธรรม”

2. ความรู้ซ่อนเร้น (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่แฝงอยู่ในตัวคน เป็นประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนาน เป็นภูมิปัญญา พรสวรรค์ หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสิ่งต่างๆ เป็น ความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูด หรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะการทำงานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบ “นามธรรม”

2.1.3 ระดับความรู้ (Levels of Knowledge)

สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548: 16) มีแนวคิด การแบ่งระดับความรู้เป็น 4 ระดับ ได้แก่

ระดับที่ 1 : Know -what (รู้ว่าคืออะไร) เป็นความรู้เชิงรับรู้ หรือ ความรู้ที่ได้รับมาจากการเรียน เห็นหรือจดจำ มีลักษณะเป็นความรู้ในภาคทฤษฎีว่า สิ่งนั้นคืออะไร

ระดับที่ 2: Know-how (รู้ว่าเป็นอย่างไร /รู้วิธีการ) เป็นความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติให้เข้ากับสภาพแวดล้อม

ระดับที่ 3 : Know-why (รู้ว่าคำทำไม /รู้เหตุผล) เป็นความเข้าใจที่ลึกซึ้งเชิงเหตุผลที่สลับซับซ้อนขึ้น ภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ต่างๆ ความรู้ในระดับนี้สามารถพัฒนาได้บนพื้นฐานของประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาและการอภิปรายร่วมกับผู้อื่น

ระดับที่ 4 : Care -why (ใส่ใจกับเหตุผล) เป็นความรู้ในลักษณะการสร้างสรรค์ที่มาจากตัวเอง บุคคลที่มีความรู้ในระดับนี้จะมีเจตจำนง แรงจูงใจ และการปรับตัวเพื่อความสำเร็จ

ดังนั้นในการจัดการความรู้ องค์การต้องคำนึงถึงระดับของความรู้เพื่อก่อให้เกิดการบรรลุผลด้วย

2.1.4 โครงสร้างของความรู้ (representations of knowledge)

Piaget (1970 : 112) เสนอว่าความเติบโตทางสติปัญญาเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนจัดจำแนกจำพวกทางด้านความคิด หรือโครงสร้างความรู้ ซึ่งประกอบไปด้วยมโนคติเกี่ยวกับสิ่งของและเหตุการณ์ที่มีคุณลักษณะทั่วไปหรือคุณลักษณะเฉพาะบางประการร่วมกัน เมื่อคนเรามีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งใหม่หรือสิ่งที่เราไม่คุ้นเคย จะเกิดการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้จัดจำพวกไว้แล้ว ถ้ามีลักษณะผสมกลมกลืนกัน ก็จะเพิ่มความรู้ใหม่เข้ากับ โครงสร้างที่มีอยู่เดิม (Assimilation) แต่ถ้าข้อมูลใหม่นั้นไม่อยู่ในลักษณะความรู้ที่มีอยู่แล้ว ก็จะเกิดการปรับความรู้ด้วยการสร้างโครงสร้างความรู้ขึ้นใหม่ หรือเปลี่ยนโครงสร้างความรู้เก่าด้วยความรู้ใหม่ (Accommodation) โดยวิธีการนี้โครงสร้างความรู้ที่จัดตั้งขึ้นจะมีลักษณะซับซ้อนมากขึ้น

Graves (1998 : 238) ระบุว่า ทฤษฎีโครงสร้างความรู้ เป็นมโนคติหนึ่งที่สำคัญของจิตวิทยาพุทธิปัญญานิยม โดยที่ทฤษฎีนี้ให้ความสนใจทางด้านความรู้ที่มีอยู่ในสมองของคนเรา และความสำคัญของความรู้เหล่านี้ที่มีต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ โดยเชื่อว่าความรู้จะถูกรวบรวมในโครงสร้างที่จัดไว้อย่างเป็นระเบียบ เรียกว่า โครงสร้างความรู้ (Schemata)

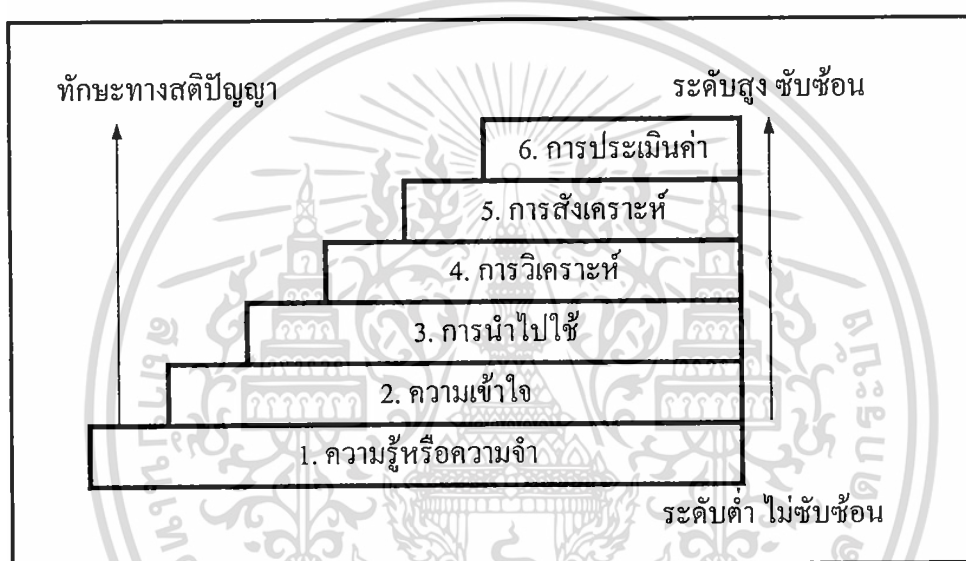
ชนเศ จำเกิด (วารสารเทคโนโลยี : 2548) หมายถึง ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ที่เกิดจากการเรียนรู้ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้ลอกเลียนมาจากองค์ความรู้ แต่ผู้เรียนต้องสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Construct) ขึ้นมาด้วยตนเอง เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ เมื่อพัฒนาโครงสร้างความรู้ต่อไปก็สามารถสร้างผลงานเป็นองค์ความรู้ให้คนอื่นกันคว่าได้

สุเทียบ ละอองทอง (2545 : 11) ได้เสนอทฤษฎีโครงสร้างความรู้ (Schema theory) ว่ามีความเชื่อว่า ความรู้ของคนเราจะได้รับการรวบรวมเป็นหน่วยๆ เรียกว่า โครงสร้างความรู้ (Schemata) ซึ่งเป็นหน่วยความรู้ที่ได้รับการเรียบเรียงขึ้นจากความรู้ที่เรามีเกี่ยวกับผู้คน สิ่งของ สถานที่ เหตุการณ์ กระบวนการ มโนคติ และสิ่งต่างๆ ที่เป็นพื้นฐานให้เกิดการเรียนรู้

อัศรชาติ ตินสุตานนท์ (2546: 16) ได้เสนอแนวความคิดว่า ความรู้ของคนด้านความจำและความคิด หรือด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) นั้น ประกอบด้วยความรู้ตามขั้นต่างๆ 6 ขั้น คือ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ลำดับขั้นของความรู้ด้านพุทธิพิสัยตามแนวคิดของ Bloom (1971)

ที่มา : อัศรชาติ ตินสุตานนท์ (2546: 17)

1. ความรู้หรือความจำ หมายถึง ความสามารถในการจำหรือรู้สึกได้ แต่ไม่ใช่การใช้ความเข้าใจไปตีความหมายในเรื่อ้นั้นๆ แบ่งเป็น ความรู้เกี่ยวกับเนื้อเรื่องซึ่งเป็นข้อเท็จจริงวิธีดำเนินงาน แนวคิด ทฤษฎี โครงสร้างและหลักการ

2. ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ ได้ทั้งในด้านภาษา รหัส สัญลักษณ์ทั้งรูปธรรมและนามธรรม แบ่งเป็น การแปลความหมาย การตีความหมาย

3. การนำไปใช้ หมายถึง ความสามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสมมา เช่น แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ไปใช้ให้เป็นประโยชน์หรือนำไปใช้แก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ ได้

4. การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวออกเป็นส่วนประกอบย่อยเพื่อความสัมพันธ์และหลักการหรือทฤษฎีเพื่อให้เข้าใจเรื่องราวต่างๆ

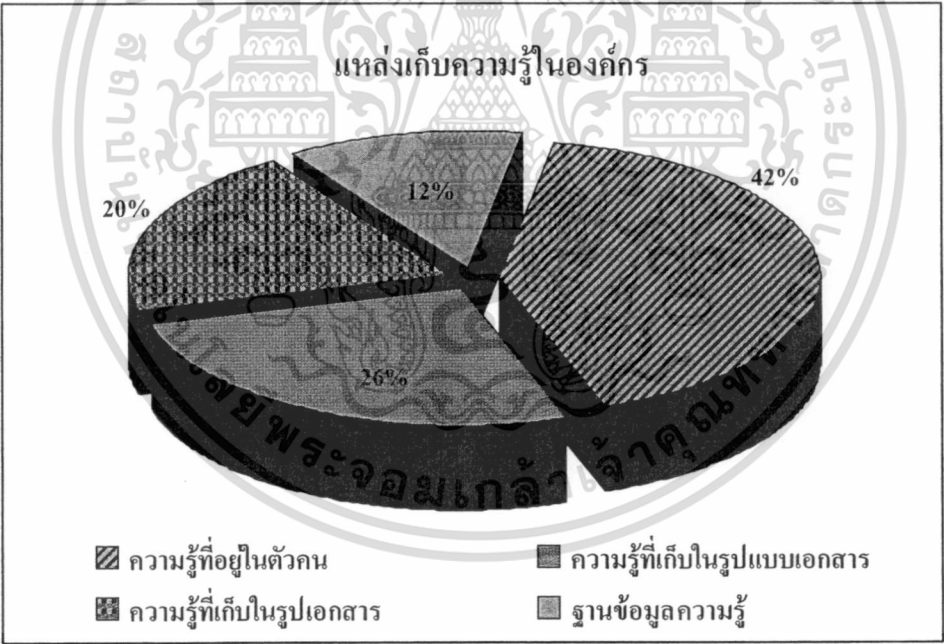
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการนำเอาเรื่องราวหรือส่วนประกอบย่อยมาเป็นเรื่องราวเดียวกัน โดยมีการดัดแปลงริเริ่มสร้างสรรค์ปรับปรุงของเก่าให้มีคุณค่าขึ้น
6. การประเมินค่า หมายถึง การวินิจฉัยหรือตีราคาอย่างมีหลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจอะไรดี ไม่ดีอย่างไร ใช้หลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้โดยอาศัยข้อเท็จจริงภายในและภายนอก

2.1.5 แหล่งเก็บความรู้ในองค์กร

ตามที่ Delphi ได้สำรวจจากหน่วยงานที่เป็นเลิศ จำนวน 400 บริษัท พบข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับแหล่งเก็บความรู้ในองค์กร (คลังความรู้) รายละเอียดดังนี้ (สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 2548 : 9)

1. ความรู้ที่อยู่ในตัวคน (สมอง) 42 %
2. ความรู้ที่เก็บในรูปแบบเอกสาร (กระดาษ) 26%
3. ความรู้ที่เก็บในรูปแบบเอกสาร (Electronic) 20%
4. ฐานข้อมูลความรู้ (Knowledge Base, IT) 12%



ภาพที่ 2.3 แหล่งเก็บความรู้ในองค์กร

ที่มา : สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548 : 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6 การวัดความรู้

ชวาล แพรัตกุล (2526 : 11) ได้ให้ความหมายของการวัดความรู้ว่า วิธีการวัดว่าใครมีความรู้ในเรื่องนั้นหรือไม่ สามารถทำได้ตั้งคำถามที่เกี่ยวกับเนื้อเรื่อง วิธีการ และความรู้รวบยอดของเรื่องรานั้นๆ ให้ตอบ โดยถามแต่เพียงอย่างเดียวหรือครบทั้งสามอย่างก็ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า คนที่มีความรู้คือ ผู้ที่จำเนื้อเรื่องนั้นได้กับสามารถระลึกทั้งสามสิ่งนั้นออกมาได้นั่นเอง

ไพศาล หวังพานิช (2526 : 69-104) ได้ให้ความหมายของการวัดความรู้ว่า การวัดความรู้ การวัดความสามารถในการระลึกเรื่องราวข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ต่างๆ หรือเป็นการวัดการระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับคำสอน การบอกกล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งจากตำราจากสิ่งแวดลอมต่างๆ ด้วยคำถามวัดความรู้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. ถามความรู้ในเนื้อเรื่อง เป็นการถามรายละเอียดของเนื้อหา ข้อเท็จจริงต่างๆ ของเรื่องราวทั้งหลายประกอบด้วยคำถามประเภทต่างๆ เช่น ศัพท์ นิยาม กฎ และความจริงหรือรายละเอียดของเนื้อหาต่างๆ

2. ถามความรู้ในวิธีดำเนินการ เป็นการถามวิธีปฏิบัติต่างๆ แบบแผนประเพณี ขั้นตอนของการปฏิบัติทั้งหลาย เช่น ถามระเบียบแบบแผน ลำดับขั้น และแนวโน้ม การจัดประเภท และหลักเกณฑ์ต่างๆ

3. ถามความรู้รวบยอด เป็นการถามความสามารถในการจดจำข้อสรุป หรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหลักขณะร่วม เพื่อรวบรวมและย่อลงมาเป็นหลักหรือหัวใจของเนื้อหา

ศุภนิศัย พลไพรินทร์ (2540 : 18) ได้ให้ความหมายของการวัดความรู้ ว่าเป็นการวัดระดับความจำเป็นความสามารถในการคิด เข้าใจกับข้อเท็จจริงที่ได้รับจากการศึกษาและประสบการณ์เดิมโดยผ่านการรวบรวมและสะสมไว้ ซึ่งสามารถทดสอบได้ด้วยแบบทดสอบที่ดีผ่านการทดสอบคุณภาพแล้ว จะแยกคนมีความรู้กับไม่มีความรู้ออกจากได้ในระดับหนึ่ง

2.1.7 วิธีการวัดความรู้

อัศรชาติ ดิณสุตานนท์ (2546 : 18) ได้รวบรวมแนวความคิดโครงสร้างของความรู้ 6 ชั้น จากขั้นตอนที่ง่ายที่สุดไปยังขั้นตอนที่ซับซ้อนมากขึ้น ของ Bloom และคณะ (1956) สามารถสร้างแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในแต่ละขั้น ดังนี้

1. วิธีการวัดระดับของความรู้หรือความจำเป็น การวัดความสามารถขั้นต่ำสุดการถามเพื่อวัดสิ่งเกี่ยวกับการให้ระลึกถึง (Recall) ทั้งในสิ่งที่เฉพาะเจาะจงและทั่วไป คำถามที่ใช้วัดในระดับนี้ ได้แก่

- 1) ข้อคำถามวัดความจำเนื้อเรื่อง
- 2) ข้อคำถามวัดความจำวิธีดำเนินการ
- 3) ข้อคำถามวัดความจำความรู้รวบยอด

2. วิธีวัดระดับความเข้าใจ เป็นการวัดความสามารถที่สูงกว่าความรู้ความจำแต่ผู้ตอบยังคงมีความรู้ความจำ เป็นพื้นฐานมาก่อนจึงจะมีความเข้าใจ คำถามจะไม่ถามตรงจากตำราหรือสิ่งที่สอนไว้ แต่โยงความรู้ที่เรียนมาสัมพันธ์กับคำถามแล้วเปลี่ยนคำตอบใหม่ ภาษาหรือสำนวนใหม่ รูปแบบใหม่ๆ คำถามที่ใช้วัดในระดับนี้ ได้แก่

- 1) ข้อคำถามวัดความสามารถในการแปลความ
- 2) ข้อคำถามวัดความสามารถในการตีความ
- 3) ข้อคำถามวัดความสามารถในการขยายความ

3. วิธีการวัดระดับการนำไปใช้ เป็นการวัดความสามารถในการนำเอาความรู้มาประยุกต์ใช้หรือแก้ปัญหาในเหตุการณ์หรือสถานการณ์ใหม่ได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้วัดในระดับนี้ ได้แก่ ข้อคำถามวัดการนำไปใช้

4. วิธีการวัดระดับวิเคราะห์ เป็นการวัดความสามารถในการแยกแยะหรือแจกแจงรายละเอียดของเรื่องราว ความคิด การปฏิบัติออกเป็นระดับย่อยๆ โดยอาศัยหลักการหรือกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อค้นพบข้อเท็จจริง และคุณสมบัติบางประการ คำถามที่ใช้วัดในระดับนี้ ได้แก่

- 1) ข้อคำถามวัดการวิเคราะห์ความสำคัญ
- 2) ข้อคำถามวัดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์
- 3) ข้อคำถามวัดการวิเคราะห์หลักการ

5. วิธีการวัดระดับสังเคราะห์ เป็นการวัดความสามารถในการรวบรวมและผสมผสานรายละเอียดปลีกย่อยของข้อมูล สร้างเป็นสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม ความสามารถดังกล่าวเป็นพื้นฐานของการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คำถามที่ใช้ได้แก่

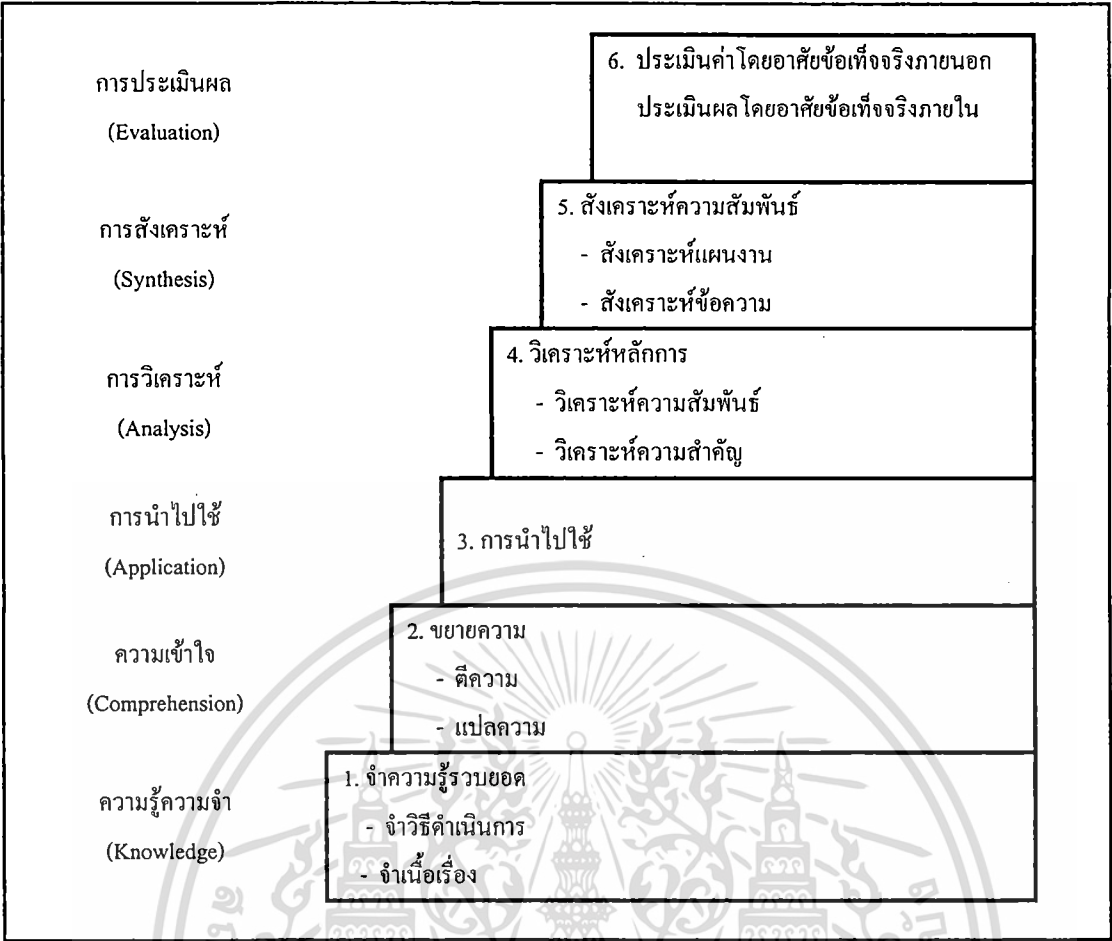
- 1) ข้อคำถามวัดการสังเคราะห์ข้อความ
- 2) ข้อคำถามวัดการสังเคราะห์แผนงาน
- 3) ข้อคำถามวัดการสังเคราะห์ความสัมพันธ์

6. วิธีการวัดระดับประเมินค่า เป็นการวัดความสามารถในการสรุปคุณค่าหรือดีราคาเกี่ยวกับ เรื่องราว ความคิด พฤติกรรม ว่าดี-เลว เหมาะ-ไม่เหมาะ เพื่อจุดประสงค์บางประการ คำถามที่ใช้ในการวัดระดับนี้ ได้แก่

- 1) ข้อคำถามวัดการประเมินโดยเกณฑ์ภายใน
- 2) ข้อคำถามวัดการประเมินโดยเกณฑ์ภายนอก

การวัดความรู้ทั้ง 6 ขั้นนี้ สามารถเขียนขั้นตอนการวัดจากระดับความรู้ระดับต่ำขึ้นมาหา ระดับสูงจะได้ดังภาพที่ 2.4

119765



ภาพที่ 2.4 การวัดระดับการเรียนรู้ด้านความรู้ ความคิด ตามแนวคิดของ Bloom

ที่มา : อัครชาติ ตินสุตานนท์ (2546 : 20)

2.1.8 เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้

ไพศาล หวังพานิช (2526 : 35-36) ได้กล่าวว่า เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้มีหลายชนิด แต่ละชนิดก็มีความเหมาะสมกับการวัดความรู้จากคุณลักษณะซึ่งแตกต่างกันออกไป ในที่นี้จะกล่าวถึงเครื่องมือที่ใช้วัดความรู้ที่นิยมกันมาก คือ การทดสอบ ซึ่งถือเป็นสิ่งเร้าเพื่อนำไปให้ผู้ถูกสอบให้แสดงอาการตอบสนองออกมาด้วยพฤติกรรมบางอย่าง เช่น การพูด การเขียน ทำทาง ฯลฯ เพื่อให้สามารถสังเกตเห็น หรือสามารถนับจำนวนปริมาณได้ เพื่อนำไปแทนอันดับหรือคุณลักษณะของบุคคลนั้น รูปแบบของข้อสอบหรือแบบทดสอบ มี 3 ลักษณะ ดังนี้

- 1. ข้อสอบปากเปล่า เป็นการสอบโดยใช้การโต้ตอบด้วยวาจาหรือคำพูดระหว่างผู้ทำการสอบ กับผู้ถูกสอบโดยตรง หรือบางครั้งเรียกว่า การสัมภาษณ์
- 2. ข้อสอบข้อเขียน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ
 - 1) แบบความเรียง เป็นแบบที่ต้องการให้ผู้ตอบอธิบายเรื่อง บรรยาย เรื่องราว ประพันธ์ หรือวิจารณ์เรื่องราวเกี่ยวกับความรู้นั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) แบบจำกัดความ เป็นข้อสอบที่ผู้ตอบพิจารณาเปรียบเทียบตัดสินข้อความหรือรายละเอียดต่างๆ มี 4 แบบ คือ

- (1) แบบถูกผิด
- (2) แบบเติมคำ
- (3) แบบจับคู่
- (4) แบบให้เลือกตอบ

3. ข้อสอบภาคปฏิบัติ เป็นข้อสอบที่ไม่ต้องการให้ผู้ถูกสอบตอบสนองออกมาด้วยคำพูดหรือการเขียนเครื่องหมายใดๆ แต่มุ่งให้แสดงพฤติกรรมด้วยการกระทำจริงมักเป็นข้อสอบในเนื้อหาวิชาที่ต้องการให้ปฏิบัติจริง

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540 : 21) ได้กล่าวว่า รูปแบบของการทดสอบความรู้ที่นิยมใช้มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. แบบปากเปล่า (Oral Test) เป็นการทดสอบที่อาศัยการซักถามเป็นรายบุคคล ใช้ได้ผลดีถ้าผู้สอบถามมีจำนวนน้อย เพราะต้องใช้เวลาถามได้ละเอียด เพราะสามารถโต้ตอบกันได้

2. แบบเขียนตอบ (Paper Pencil Test) เป็นการทดสอบที่เปลี่ยนแปลงมาจากการสอบแบบปากเปล่า เนื่องจากจำนวนผู้เข้าสอบมากและมีจำนวนจำกัดแบ่งได้ 2 แบบ คือ

1) แบบความเรียง (Essay Type) เป็นการสอบที่ให้ผู้ตอบได้รวบรวมเรียบเรียงคำพูดของตนเอง แสดงเจตคติ และความรู้สึก ความคิดได้อย่างอิสระภายใต้หัวข้อที่กำหนดให้เป็นข้อสอบที่สามารถวัดพฤติกรรมด้านการสังเคราะห์ได้อย่างดี แต่มีข้อเสียที่การให้คะแนนทำให้มีความเป็นปรนัยได้ยาก

2) แบบจำกัดคำตอบ (Fix-Response Type) เป็นข้อสอบที่มีคำตอบถูกภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดให้อย่างจำกัด ข้อเสนอแบบนี้แบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ

- แบบถูกผิด
- แบบเติมคำ
- แบบจับคู่
- แบบเลือกตอบ

3) แบบปฏิบัติ (Performance Test) เป็นการทดสอบที่ผู้สอบได้แสดงพฤติกรรมออกมาโดยการกระทำหรือลงมือปฏิบัติจริงๆ

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยวัดระดับความรู้ในขั้นที่ 1 คือ ขั้นความจำเป็นการวัดความสามารถขั้นต่ำสุด ถามเพื่อวัดสิ่งเกี่ยวข้องกับการให้ระลึกถึง (Recall) ทั้งในสิ่งที่เฉพาะเจาะจงและทั่วไปเกี่ยวกับเรื่อง กิจกรรมข้อเสนอ แบบถูกผิด ซึ่งมีความเหมาะสมกับการวัดความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากสามารถวัดผลการเรียนรู้ได้หลายอย่าง

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ

2.2.1 ความหมายของเจตคติ

เจตคติ (Attitude) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า เจตคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Alport (1953 : 810) กล่าวว่า เจตคติ เป็นภาวะความพร้อมทางประสาทและสมองจัดไว้อย่างเป็นระเบียบ โดยอาศัยประสบการณ์เข้าช่วย ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวทางและความแปรเปลี่ยนในเรื่องการตอบสนอง (Response) ของบุคคลต่อสถานการณ์ (Situation) และสิ่งต่างๆ (Object) ทั้งหมดที่เข้าไปเกี่ยวข้อง

Good (1959 : 48) ให้คำจำกัดไว้ว่าเจตคติคือความพร้อมที่จะ แสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่างบุคคลหรือสิ่งใดๆ

Kendler (1963 : 572) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึงสภาวะความพร้อม ของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

เดโช สนวนานนท์ (2512 : 28) กล่าวถึง เจตคติ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคล ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ศักดิ์ สุทรเสณี (2531 : 2) กล่าวถึง เจตคติ ที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า เจตคติ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึกร หรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะ สร้างความพร้อม ที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้น ที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียง ที่จะปฏิบัติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือ ต่อต้าน สิ่งแวดล้อม ที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้าน พฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนอง จากคำจำกัดความต่างๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ

1. ความรู้สึกภายใน
2. ความพร้อม หรือ แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 : 122) ได้กล่าวถึง เจตคติว่า เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดย เจตคติ นั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ เจตคติจึงเป็นเพียง ความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจาก การรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

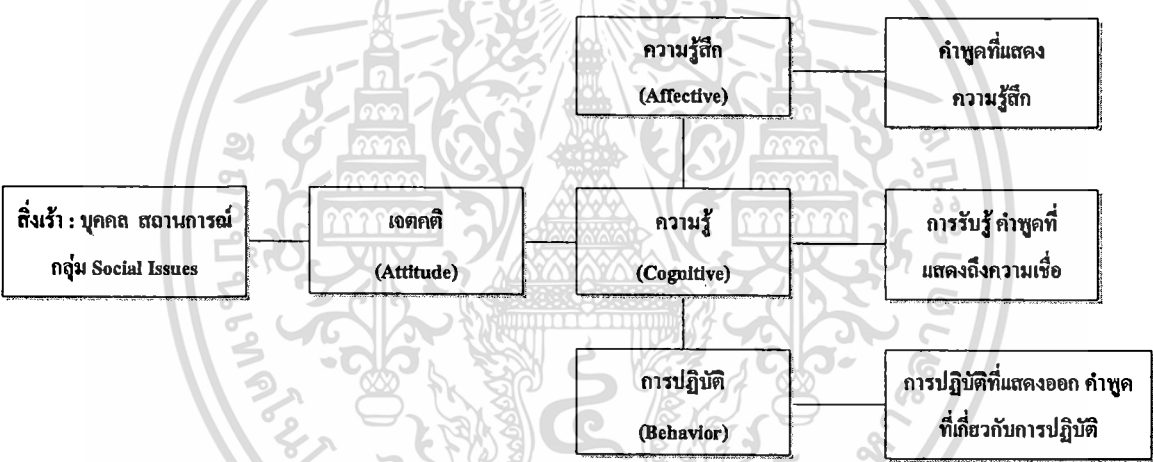
พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 106) กล่าวถึง เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งต่างๆ ในทิศทางหนึ่ง หรืออาจเป็นในทิศทางสนับสนุนหรือต่อต้านก็ได้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เจตคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมี พฤติกรรมโต้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของเจตคติ นั้น

โดยสรุป เจตคติ ในที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ทำให้ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับรายการการรณรงค์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบเจตคติ มีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมาจะเห็นได้ว่า เจตคติ ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

2.2.2 องค์ประกอบของเจตคติ

ทิตยา สุวรรณชฎ (2527 : 18) ได้แสดงภาพองค์ประกอบของเจตคติไว้ดังนี้



ภาพที่ 2.5 องค์ประกอบของเจตคติ

ที่มา : ทิตยา สุวรรณชฎ (2527 : 18)

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2549) สามารถแยกองค์ประกอบของ เจตคติ ได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมี เจตคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมี เจตคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตาม บุคลิกภาพ ของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคล ต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมี เจตคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจาก บุคคลมีความ เข้าใจ มีความรู้สึก หรือมี แนวความคิด แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทาง ด้านความคิด หรือ ความรู้ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบ ขั้นพื้นฐาน ของ เจตคติ และส่วนประกอบนี้ จะเกี่ยวข้อง สัมพันธ์ กับ ความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวก และทางลบ ซึ่ง ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้

2.2.3 การเกิดเจตคติ

Krech and Crutchfield (1948 : 257) ได้ให้ความเห็นว่า เจตคติ อาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็มี เจตคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมี เจตคติ ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่าน หรือ จากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้น บางคนจึงอาจเกิด เจตคติ ไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอา เจตคติ ของกลุ่มมาเป็นของตน หาก เจตคติ นั้น ไม่ขัดแย้งกับ เจตคติ ของตนเกินไป

4. เจตคติ ส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมอง ผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมี เจตคติ ในทางตรงข้าม คือ มักมองว่า มีคนคอยอิจฉาริษยา หรือ คิดร้ายต่างๆ ต่อตน

Allport (1975 : 817) ได้ให้ความเห็นเรื่อง เจตคติ ว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรม และ ประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่ แล้ว รับมาปฏิบัติตามต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่ กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมี เจตคติ ไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคน มี เจตคติ ที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้น เพราะเคยชมเชยตน เสมอ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอา เจตคติ ของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับ เจตคติ ของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็น เจตคติ ของตนได้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 64 - 65) กล่าวถึงการเกิด เจตคติ ว่า เจตคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่ง เจตคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิด เจตคติ ที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิด เจตคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิด เจตคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิด เจตคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่น ได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิด เจตคติ ต่อการกระทำต่างๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิด เจตคติ ขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) เจตคติ หลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

2.2.4 การก่อตัวของ เจตคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 166) กล่าวว่า เจตคติ ก่อตัวเกิดขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัย หลายประการ ด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) เจตคติ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้าง เจตคติ ที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) เจตคติ จะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสาร ด้วย กลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่างๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็น เจตคติ ขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) เจตคติ บางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่างๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องอยู่ทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่างๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ แต่ยังมีการ ถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้าง เจตคติ ขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้าง เจตคติ ให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่างๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มี ประสบการณ์มาจนกลายเป็น เจตคติ ได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง เจตคติ ให้กับตัวบุคคล

ปัจจัยต่างๆ ของการก่อตัวของ เจตคติ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริง จะมีได้มี การเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ เจตคติ มากหรือน้อย ย่อมสุดแล้ว แต่ว่า การพิจารณาสร้าง เจตคติ ต่อ สิ่งดังกล่าว จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

2.2.5 ประเภทของ เจตคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 167) บุคคลสามารถแสดง เจตคติ ออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. เจตคติ ทางเชิงบวก เป็น เจตคติ ที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรือ อารมณ์ จากสภาพจิตใจได้ตอบ ในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือ เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนิน กิจกรรมของ องค์การ อื่นๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมี เจตคติ ทางบวก หรือ มีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การเข้าเป็น สมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ เป็นต้น

2. เจตคติทางลบ หรือ ไม่ดี คือ เจตคติ ที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือ ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคล หนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจกรรมของ องค์การ และอื่นๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมี เจตคติ เชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้น ใน จิตใจของเขา จนพยายาม ประพุดติ และปฏิบัติต่อต้าน กฎระเบียบของบริษัท อยู่เสมอ

3. ประเภทที่สาม ซึ่งเป็นประเภทสุดท้าย คือ เจตคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นใน เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์การ และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมี เจตคติ นิ่งเฉยอย่าง ไม่มีความคิดเห็น ต่อปัญหาใดสิ่งหนึ่ง เรื่องกฎระเบียบ ว่า ด้วยระเบียบของนักศึกษา

เจตคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับ ความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือ สถานการณ์

2.2.6 หน้าที่หรือกลไกของเจตคติ

Katz (1960 : 163 - 191) ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของ เจตคติ ที่สำคัญไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัย เจตคติ เป็นเครื่องยึดถือ สำหรับการปรับ พฤติกรรม ของ ตนให้เป็นไปใน ทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ ตนสูงที่สุด และให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนี้ เจตคติ จึงสามารถเป็นกลไก ที่จะสะท้อน ให้เห็น ถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของเขา และด้วยสิ่งเหล่านี้เอง ที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไป ในทางที่ ต้องการ มากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego - Defensive) โดยปกติในทุกขณะ คนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริง ในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้ง กับ ความนึกคิดของตน (Self - Image) ดังนั้น เจตคติ จึงสามารถสะท้อนออกมาเป็น กลไกที่ป้องกันตัว โดย การแสดงออก เป็นความรู้สึก ถูกเหยียดหยาม หรือติฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกัน ก็จะยกตนเองให้สูงกว่า ด้วยการมี เจตคติ ที่ถือว่า ตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น การก่อตัว ที่เกิดขึ้นมาของ เจตคติ ในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมี เจตคติ เป็นเครื่องมือ ในการปรับตัว ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ เจตคติ จะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจาก การมี ประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆ โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้หนึ่งเอง และสิ่งที่เป็เป้าหมายของการแสดงออกมา ซึ่งเจตคติ นั้น ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้น หวังใช้เพียงเพื่อการ ระบายความรู้สึก เท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) เจตคติ นั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วย เจตคติ นี้เอง ที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้น เจตคติ จึงสามารถใช้สำหรับ อรรถาธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) เจตคติ จะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมิน และทำความเข้าใจ กับ สภาพแวดล้อม ที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เอง ที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้ และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในรอบตัวเขาได้

2.2.7 การเปลี่ยนแปลงเจตคติ

Herbert (1967 : 469) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลง เจตคติ โดยมีความเชื่อว่า เจตคติอย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้ เฮอริเบิร์ต ได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลง เจตคติ ออกเป็น 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) การยินยอม จะเกิดได้เมื่อ บุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับ ความพอใจ จากบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมกระทำตามสิ่งที่อยากให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่า จะได้รับรางวัล หรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วย และกระทำตาม ดังนั้น ความพอใจ ที่ได้รับจาก การยอมกระทำตาม นั้น เป็นผลมาจาก อิทธิพลทางสังคม หรือ อิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิด การยอมรับนั้น กล่าวได้ว่า การยอมกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง เจตคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดัน ให้บุคคลยอมกระทำตามมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือ ความรุนแรงของรางวัลและ การลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification) การเลียนแบบ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจาก การที่บุคคล ต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ เจตคติ ของบุคคลจะเปลี่ยน ไป มาก

หรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบ เป็นกระบวนการ การเปลี่ยนแปลง เจตคติ ซึ่งพลังผลักดัน ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ความน่า น่าไว้วางใจ ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคล จะรับเอาบทบาท ทั้งหมด ของคนอื่น มาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเอง เลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบ เจตคติ ของบุคคล จะเปลี่ยนไปมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับ สิ่งเร้าที่ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลง

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการ ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคล ยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับ ความต้องการภายใน ค่านิยม ของเขา พฤติกรรมที่ เปลี่ยนไป ในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับ ค่านิยม ที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจ ที่ได้จะขึ้นอยู่กับ เนื้อหารายละเอียด ของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลง ดังกล่าว ถ้าความคิด ความรู้สึกและ พฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่า จะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยน เจตคติ ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ องค์ประกอบต่างๆ ใน กระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและ ผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจน ช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่ มีผลกระทบต่อการ เปลี่ยนแปลง เจตคติ ได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ เจตคติ ของบุคคล เมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทน แต่ก็ จะสามารถ เปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการ ยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมี ความสัมพันธ์ กับค่านิยม ของบุคคลนั้น นอกจากนี้ อาจเกิดจาก การ ยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

2.2.8 การเปลี่ยนเจตคติ

การเปลี่ยน เจตคติ มี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง เจตคติ ของบุคคลที่เป็นไป ในทางบวก ก็ จะเพิ่มมากขึ้น ในทางบวก ด้วย และ เจตคติ ที่เป็นไป ในทางลบ ก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยน เจตคติ เดิมของบุคคลที่เป็นไป ใน ทางบวก ก็จะลดลงไป ในทางลบ และถ้าเป็นไป ในทางลบ ก็จะกลับเป็นไปในทางบวก เมื่อพิจารณา แหล่งที่มาของ เจตคติ แล้ว จะเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญ ที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิด เจตคติ ต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่า เจตคติ จะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การสื่อสารกับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมี การสื่อสาร แทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่า การ สื่อสาร เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมาก ที่มีผลทำให้บุคคลเกิด เจตคติ ต่อสิ่งต่างๆ

เจตคติ เกี่ยวข้องกับ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เจตคติ ของผู้รับสาร
3. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแสดงผลพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสาร ได้รับข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะก่อให้เกิด ความรู้ เกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้นี้ มีผลทำให้เกิด เจตคติ ต่อเรื่องนั้น และสุดท้าย ก็จะก่อให้เกิด พฤติกรรม ที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา

2.2.9 ความสัมพันธ์ระหว่าง เจตคติ กับ พฤติกรรม

เจตคติ กับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ มีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ เจตคติ มีผลต่อการแสดง พฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกัน การแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อ เจตคติ ของบุคคลด้วย

อย่างไรก็ตาม เจตคติ เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะ พฤติกรรมของบุคคล เป็นผลมาจาก เจตคติ บรรทัดฐานของสังคม นิสัย และผลที่คาดหวังการเปลี่ยนแปลง เจตคติโดยการสื่อสาร (Attitude Change: Communication)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 5) กล่าวว่า เจตคติ ของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลง ได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูล ข่าวสารจากผู้อื่น หรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบของ เจตคติ ในส่วนของ การรับรู้ เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบ ส่วนอื่น จะมี แนวโน้ม ที่จะ เปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของ เจตคติ ในส่วนของการรับรู้ เชิง แนวคิดเปลี่ยนแปลง จะทำให้องค์ประกอบ ในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และ องค์ประกอบในส่วน of พฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

การเปลี่ยนแปลง เจตคติ โดย การสื่อสาร พิจารณาจากแบบจำลองการสื่อสาร ซึ่งได้ วิเคราะห์ กระบวนการสื่อสาร ในรูปของ ใคร พูดอะไร กับใคร อย่างไร และได้ผลอย่างไร ซึ่ง สามารถแบ่งออกเป็นตัวแปรต้น และตัวแปรตาม กล่าวคือ ใคร (ผู้ส่งสาร) พูดอะไร (สาร) กับใคร (ผู้รับสาร) อย่างไร (สื่อ) ก็คือตัวแปรต้น ส่วนได้ผลอย่างไร (ผลของการสื่อสาร) ก็คือ ตัวแปรตาม ตัวแปรต้นทั้ง 4 ประการ ซึ่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง เจตคติ มีลักษณะดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Source) ผลของสารที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง เจตคติ ของบุคคลขึ้นอยู่กับ ผู้ส่ง สาร ลักษณะของผู้ส่งสารบางอย่าง จะสามารถ มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นมากกว่าลักษณะอื่นๆ เช่น ความ น่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่า ไว้วางใจ (Trustworthiness) ผู้ส่งสารที่ความน่าเชื่อถือสูง จะสามารถชักจูงใจได้ดีกว่า ผู้ส่งสารที่มี ความน่าเชื่อถือต่ำ นอกจากนี้บุคลิกภาพ (Personality) ของผู้ส่งสารก็มีความสำคัญต่อการยอมรับ

2. สาร (Message) ลักษณะของสารจะมีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับของบุคคล ถ้า เตรียมเนื้อหาสารมาเป็นอย่างดีผู้รับสารก็อยากฟัง ดังนั้นการเรียงลำดับของเนื้อหาความชัดเจนของ เนื้อหาสาร ความกระชับ เป็นต้น จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญ ต่อการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ

3. สื่อ (Channel) หรือช่องทางการสื่อสาร เป็นเรื่องของประเภทและชนิดของสื่อที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ผู้รับสาร (Receiver) องค์ประกอบของผู้รับสารที่จะทำให้เกิดการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ สถิติปัญญา เจตคติ ความเชื่อ ความเชื่อมั่นในตนเอง การมีส่วนร่วม การผูกมัด เป็นต้น

อรรถวรณ ปิณฑน์โอวาท (2537: 67) กล่าวว่า ตัวแปรทั้ง 4 ประการข้างต้นนี้ ก่อให้เกิดตัวแปรตาม คือผลของการสื่อสารเป็นไปตามลำดับขั้น 5 ขั้นหลัก คือ

1. ความตั้งใจ/ความสนใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับต่อสาร (Yielding)
4. การเก็บจำสารไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

โดยผู้รับสารต้องผ่านไปที่ละขั้น เพื่อที่ การสื่อสาร จะสามารถเปลี่ยนแปลง เจตคติ ได้ครบถ้วนตาม กระบวนการ ซึ่งในสภาพการณ์ปกติ ขั้นตอนแรกๆ จะต้องเกิดขึ้นก่อน เพื่อที่ขั้นตอนที่ต่อไปจะเกิดขึ้นได้ การเปลี่ยนแปลง เจตคติ โดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change: Social Influence) อิทธิพลทางสังคม มีผลอย่างมาก ต่อ การเปลี่ยนแปลง เจตคติ และการตัดสินใจ เพราะในขณะที่ตัดสินใจ ย่อมมีกลุ่มบุคคล ที่มีความสำคัญ ต่อผู้ปวยเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง เป็นต้น

2.2.10 แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง เจตคติ

McGuire and Millman (1965) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง เจตคติ โดยใช้อิทธิพล ทางสังคม เกิดจากความเชื่อที่ว่า บุคคลจะพัฒนา เจตคติ ของตนเองในลักษณะใด นั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม สิ่งที่มี อิทธิพลทางสังคม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานสำหรับประเมิน เจตคติ ความสามารถของเรา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปบุคคลจะใช้กลุ่มอ้างอิงเพื่อประเมิน เจตคติของตน และตัดสินใจว่า เจตคติของตนถูกต้องเพราะคิดว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มมีเจตคติเช่นเดียวกับตน อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ มีดังนี้ (Watson and Johnson, 1972)

(1) เจตคติ ของบุคคลจะมีผลอย่างมากจากกลุ่มที่เขามีส่วนร่วม และกลุ่มที่เขาต้องการจะร่วมด้วย

(2) ถ้าเจตคติ ของบุคคลสอดคล้องกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่มจะเป็นการเสริมแรง (Reinforcement) ให้กับเจตคตินั้นมากขึ้นในทางตรงข้ามจะเป็นการลงโทษ (Penalty) ถ้าบุคคลนั้นมี เจตคติ ไม่ตรงกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่ม

(3) บุคคลที่ขึ้นอยู่กับกลุ่ม หรือติดอยู่กับกลุ่มมากจะเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงเจตคติได้ยากที่สุดถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นความพยายามของบุคคลภายนอก

(4) การสนับสนุน หรือเห็นด้วยกับ เจตคติบางอย่างของสมาชิกในกลุ่มแม้เพียง 1 คนเท่านั้น ก็สามารถลดอิทธิพลของกลุ่มใหญ่ ที่มีต่อเจตคติของสมาชิกในกลุ่มได้

(5) แม้เป็นเพียงสมาชิก 2 คนในกลุ่มเท่านั้นที่ยึดมั่นในความคิดหรือ เจตคติบางอย่างก็จะมีอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มได้

(6) การมีส่วนร่วมในการอภิปรายกลุ่มและการตัดสินใจกลุ่มจะช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง เจตคติ ถ้ากลุ่มตัดสินใจยอมรับเจตคติใหม่สมาชิกในกลุ่มก็จะยอมรับ เจตคติด้วย

(7) ถ้าบุคคลเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิงของตนเจตคติของบุคคลก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย

2. บุคคลอ้างอิง (Reference Individuals) หมายถึง บุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานเพื่อประเมิน เจตคติ ความสามารถของเรา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อิทธิพลของผู้อื่นที่มีต่อเจตคติ ของบุคคล ตรงกับ กระบวนการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เรียกว่า การเลียนแบบ (Identification) ซึ่งเป็นกระบวนการ ที่บุคคลรับเอา คุณสมบัติ ของผู้อื่น เช่น ความคิด เจตคติ พฤติกรรม เป็นต้นมาเป็นของตนข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของ เจตคติ ในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะ เปลี่ยนแปลงด้วยบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ต้องมี ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) จะทำให้มีความน่าเชื่อถือสูง สามารถชักจูงใจได้คืออีกทั้งมี บุคลิกภาพ (Personality) ดีก็จะมี ความสำคัญต่อการยอมรับ นอกจากนี้หากข้อมูลข่าวสาร มีการเตรียมมาเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา การเรียงลำดับ ความชัดเจนตลอดจนมีความกระชับและมีช่องทางในการส่งที่เหมาะสม ผู้ใช้บริการซึ่งเป็น ผู้รับสารก็อยากฟัง และมีแนวโน้มที่จะ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตามคำแนะนำหรือชักจูง

2.2.11 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติ

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ (Knowledge Attitude Practice :KAP) ความรู้ (Knowledge) เจตคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภนี้จะเกิดขึ้น ในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดเจตคติและขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือ สื่อมวลชน ว่า เป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 118)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดย การเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับ สภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเองความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจ ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการ สื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความ สับสนให้ สมาชิกในสังคม ผู้รับสาร จึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบข้อสงสัย และความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ ต่อ การปลูกฝังทัศนคติ นั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้าง เจตคติ ให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรม นั้นๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลัง ของ ปึงเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมัก กระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ ผู้รับสาร รับทราบ ระบบความเชื่อถือ หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ใน ความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ ประชาชน ผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

ความรู้มีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้าใจเพิ่มแรงจูงใจและก่อให้เกิดความสามารถ ปฏิบัติตามบทบาท การมีความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมที่จะทำให้ทราบว่าต้องปฏิบัติอย่างและ ต้องสามารถปฏิบัติได้จริง (พรพรรณ ชัยมงคล, 2543 : 35) ดังนั้นความรู้และการปฏิบัติมี ความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและต้องพึ่งพาอาศัยกัน การสร้างความรู้ช่วยสร้างพฤติกรรม การ ปฏิบัติด้วยเสมอ แต่อย่างไรก็ตามความรู้อย่างเดียวไม่ได้เป็นสิ่งที่ยืนยันได้ว่าบุคคลจะปฏิบัติตาม สิ่งที่ตนรู้เสมอไป เจตคติจะเป็นตัวเชื่อมระหว่างความรู้ที่ได้รับการกระทำหรือการปฏิบัติ ถ้ามีเจต คติที่ดีรวมกับองค์ประกอบอื่นๆ ที่จะกระตุ้นให้ปฏิบัติแล้วบุคคลมีแนวโน้มที่จะกระทำหรือปฏิบัติ มากกว่าบุคคลที่มีเจตคติไม่ดี ทั้งนี้เพราะเจตคติส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมของบุคคล และขณะเดียวกันพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลก็มีผลต่อเจตคติของบุคคลด้วย ทั้งการปฏิบัติ และเจตคติมีความสัมพันธ์และมีผลซึ่งกันและกัน เป็นที่เชื่อกันว่าเจตคติมีผลต่อการแสดง พฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526 : 89) สอดคล้องกับซิมบาร์โดและคณะ

(Zimbardo et al. , 1977 : 49 – 53) ได้กล่าวถึงความรู้ เจตคติและการปฏิบัติ ว่ามีความเกี่ยวข้องกันในหลายๆ แบบ เจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด จะเป็นเช่นนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลนั้น กล่าวคือถ้าบุคคลนั้นมีความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งดี เจตคติต่อสิ่งนั้นจะดีตามไปด้วย ซึ่งการมีเจตคติและการปฏิบัติต่างมีความเกี่ยวพันกันทั้งทางตรงและทางอ้อม

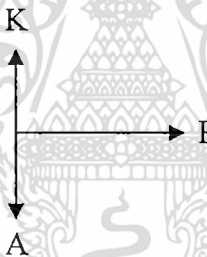
Schwartz (1975 : 112) ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติและการปฏิบัติมี ความสัมพันธ์ใน 4 ลักษณะคือ

1. การปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกมาเป็นไปตามเจตคติและความรู้ที่บุคคลนั้นมีอยู่ โดยเจตคติเป็นตัวกลาง เจตคติจะเกิดจากความรู้ที่มีอยู่และการปฏิบัติที่แสดงออกไปตามเจตคตินั้น และเจตคติเกิดจากการปฏิบัติและเกิดความรู้ตามมาได้ดังภาพที่ 2.6



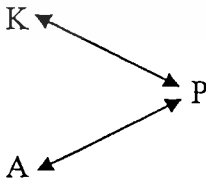
ภาพที่ 2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 1

2. การปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่เกิดจากความรู้และเจตคติมีความสัมพันธ์กันหรือความรู้กับเจตคติมีผลร่วมกัน เกี่ยวข้องกันก่อให้เกิดการปฏิบัติตามมาได้และการปฏิบัติส่งผลให้เกิดความรู้และเจตคติได้ดังภาพที่ 2.7



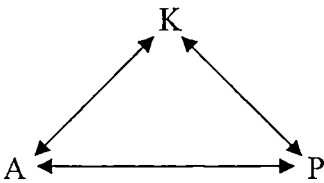
ภาพที่ 2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 2

3. ความรู้ เจตคติต่างก่อให้เกิดการปฏิบัติได้และการปฏิบัติได้ก่อให้เกิดความรู้และเจตคติ โดยที่ความรู้และเจตคติไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กันดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 3

4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม บุคคลมีความรู้และปฏิบัติตามความรู้นั้นหรือความรู้มีผลต่อเจตคติก่อนแล้วการปฏิบัติที่เกิดขึ้นเป็นไปตามเจตคตินั้นและการปฏิบัตินั้นก็มิมีผลต่อความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีเจตคติเป็นตัวกลางก่อให้เกิดการปฏิบัติตามมา ดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติลักษณะที่ 4

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ

แรงจูงใจ คือพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูง จะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำ จะไม่แสดงพฤติกรรม หรือไม่ก็ล้มเลิก การกระทำ ก่อนบรรลุเป้าหมาย

แรงจูงใจ (Motive) เป็นคำที่ได้ความหมายมาจากคำภาษาละตินที่ว่า Movere ซึ่งหมายถึง "เคลื่อนไหวก้าว (Move)" ดังนั้น คำว่าแรงจูงใจจึงมีการให้ความหมายไว้อย่างกว้างๆ กันดังนี้ (คารณิพานทอง และคณะ, 2542 :128)

1. แรงจูงใจ หมายถึง "บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหวก้าว หรือมี พฤติกรรม ในลักษณะที่มีเป้าหมาย" กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

2. แรงจูงใจ หมายถึง "สถานะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลัง ทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวก้าวไปในทิศทางที่มีเป้าหมาย ที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ ณ สถานะสิ่งแวดล้อม"

จากความหมายนี้เห็นได้ว่า แรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

- 1. เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ และ
- 2. เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

ส่วนการจูงใจ (Motivation) เป็นเงื่อนไขของการได้รับการกระตุ้นโดยมีการให้ความหมายไว้ดังนี้

- 1. การจูงใจ หมายถึง "แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำ"

2. การจูงใจ เป็นภาวะภายใน ของบุคคล ที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง และต่อเนื่อง

3. การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคล จูงใจ กระทำพฤติกรรม นั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ ต้องการ

จากคำอธิบายและความหมายดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า การจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูก กระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจ ให้กระทำหรือคิดนรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดจาก การจูงใจ เป็น พฤติกรรม ที่มีไว้เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่ ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทางจริงจัง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด และ พฤติกรรมที่เกิดขึ้น เป็นผลสืบเนื่องมาจาก แรงผลักดัน หรือ แรงกระตุ้น ที่เรียกว่า แรงจูงใจ ด้วย

2.3.2 ความสำคัญของการจูงใจ

การจูงใจมีอิทธิพลต่อผลผลิต ผลิตผลของงานจะมีคุณภาพดี มีปริมาณมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับ การจูงใจในการทำงาน ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานจึงจำเป็นต้องเข้าใจว่าอะไร คือแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานทำงานอย่างเต็มที่ และไม่ใช่เรื่องง่ายในการจูงใจพนักงาน เพราะ พนักงานตอบสนองต่องานและวิธีทำงานขององค์กรแตกต่างกัน การจูงใจพนักงานจึงมี ความสำคัญ สามารถสรุปความสำคัญของการจูงใจในการทำงานได้ดังนี้ (อำนาจ แสงสว่าง, 2536: 108)

1. พลัง (Energy) เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำ หรือ พฤติกรรมของมนุษย์ ใน การทำงานใดๆ ถ้าบุคคลมี แรงจูงใจ ในการทำงานสูง ย่อมทำให้ขยันขันแข็ง กระตือรือร้น กระทำให้ สำเร็จ ซึ่งตรงกันข้ามกับ บุคคลที่ทำงานประเภท “เช้าขาม เย็นขาม” ที่ทำงานเพียงเพื่อให้ผ่าน ไปวันๆ

2. ความพยายาม (Persistence) ทำให้บุคคลมีความมานะ อดทน บากบั่น คิดหาวิธีการนำ ความรู้ความสามารถ และ ประสบการณ์ของตนมาใช้ให้เป็น ประโยชน์ต่องานให้มากที่สุดไม่ ท้อถอยหรือละความพยายามง่ายๆ แม้งาน จะมีอุปสรรคขัดขวางและเมื่องานได้รับผลสำเร็จ ด้วยดีก็ มักคิดหา วิธีการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อยๆ

3. การเปลี่ยนแปลง (Variability) รูปแบบการทำงานหรือวิธีทำงานในบางครั้ง ก่อให้เกิด การค้นพบช่องทาง ดำเนินงานที่ดีกว่าหรือประสบ ผลสำเร็จมากกว่านักจิตวิทยาบางคนเชื่อว่าการ เปลี่ยนแปลง เป็นเครื่องหมายของความเจริญก้าวหน้าของบุคคลแสดงให้เห็นว่าบุคคลกำลัง แสวงหาการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ให้ชีวิตบุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูงเมื่อคิดนรนเพื่อจะบรรลุ วัตถุประสงค์ใดๆ หากไม่สำเร็จบุคคล ก็มักพยายามค้นหา สิ่งผิดพลาด และพยายามแก้ไข ให้ดีขึ้น ในทุก วิธีทาง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การทำงานจน ในที่สุดทำให้ค้นพบแนวทาง ที่ เหมาะสมซึ่ง อาจจะต่างไป จากแนวเดิม

4. บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงาน จะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทำงานให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและการมุ่งมั่นทำงานที่ตนรับผิดชอบให้เจริญก้าวหน้าจัดว่าบุคคลผู้นั้นมีจรรยาบรรณในการทำงาน (Work ethics) ผู้มีจรรยาบรรณในการทำงานจะเป็นบุคคล ที่มีความรับผิดชอบ มั่นคงในหน้าที่ มีวินัยในการทำงาน ซึ่งลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ ผู้มีลักษณะ ดังกล่าวนี้นักไม่มีเวลาเหลือพอที่จะคิดและทำในสิ่งที่ไม่ดี

2.3.3 ลักษณะของแรงจูงใจ

แรงจูงใจของมนุษย์มีมากมายหลายอย่าง เราถูกจูงใจให้มีการกระทำหรือพฤติกรรม หลายรูปแบบ เพื่อหาน้ำและ อาหารมาดื่มกิน สนองความต้องการทางกาย แต่ยังมีความต้องการมากกว่านั้น เช่น ต้องการความสำเร็จ ต้องการเงิน ค่าชมเชย อำนาจ และในฐานะที่เป็นสัตว์สังคม คนยังต้องการมีอารมณ์ผูกพันและอยู่รวมกลุ่มกับผู้อื่น แรงจูงใจ จึงเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (สุชา จันทน์เอม, 2542 : 201)

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งที่ผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นคุณค่าของงานมองว่าองค์กรคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัว เขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์กร กระทำ การต่างๆ ให้องค์กรเจริญก้าวหน้า หรือในกรณีที่บ้านเมืองประสบปัญหาเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาของเศรษฐกิจขาลง องค์กรจำนวนมากอยู่ในภาวะขาดทุนไม่มีเงินจ่ายค่าตอบแทนแต่ด้วยความผูกพัน เห็นใจกันและกัน

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งที่ผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง ค่าชม การได้รับการยอมรับยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะ แสดงพฤติกรรม เพื่อ ตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าว เฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง ค่าชม การยกย่อง การได้รับ การยอมรับ ฯลฯ ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

2.3.4 ธรรมชาติของแรงจูงใจ

1. ความต้องการ (Needs) เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุล เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น คนที่รู้สึกเหนื่อยล้าโดยการนอน หรือนั่งพัก หรือเปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอิริยาบถ ดูหนังฟังเพลง คนที่ถูกทิ้ง ให้อยู่คนเดียว เกิดความต้องการความรัก ความสนใจจากผู้อื่น เป็นแรงผลักดันให้คนๆ นั้น กระทำการบางอย่าง เพื่อให้ได้รับความรักความสนใจ ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม กล่าวได้ว่าสิ่งที่กระตุ้น ให้บุคคล แสดงพฤติกรรม เพื่อบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการนั้น ส่วนใหญ่เกิดเนื่องมาจากความต้องการของบุคคล ความ

ต้องการในคนเรามีหลายประเภท นักจิตวิทยาแต่ละท่าน จะอธิบายเรื่อง ความต้องการในรูปแบบต่างๆ กัน แต่โดยทั่วไปแล้ว เราอาจแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) ความต้องการทางกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากธรรมชาติของร่างกาย เช่น ต้องการกินอาหาร หายใจ ขับถ่ายของเสีย การเคลื่อนไหว พักผ่อน และต้องการทางเพศ ความต้องการทางกายทำให้เกิดแรงจูงใจ ใ้บุคคลกระทำการ เพื่อสนองความต้องการดังกล่าว เรียกแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางกายนี้ว่า แรงจูงใจทางชีวภาพ หรือทางสรีระ (Biological motives)

(2) ความต้องการทางสังคม หรือ ความต้องการทางจิตใจ (Social or Psychological Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจาก การเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความรัก ความมั่นคงปลอดภัย การเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องการอิสรภาพ ความสำเร็จ ในชีวิต และตำแหน่งทางสังคม ความต้องการทางสังคมหรือทางจิตใจดังกล่าวนี้ เป็นเหตุใ้มนุษย์แสดง พฤติกรรม เพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าวคือ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่เรียกว่า แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives)

2. แรงขับ (Drives) เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกาย และสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการ และแรงขับมักเกิด ควบคู่กัน คือ เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นๆ ไป ผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เราเรียกว่า เป็นแรงขับนอก จากนั้นแรงขับ ยังหมายถึง สภาพทางจิตวิทยาที่เป็นผล เนื่องมาจากความต้องการทางกาย เช่น ความหิว ทำให้เกิดสภาพทางจิตวิทยา คือ ใจสั่น ตาลอย หงุดหงิด อารมณ์เสีย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในหน่วยงาน เช่น การเร่งร้อน หาข้อสรุปจากการประชุม ในบรรยากาศที่ผู้เข้าประชุมทั้งหิว ทั้งเหนื่อย แทนที่จะได้ข้อสรุปที่ดี บางครั้งกลับ ก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้ง ไม่ได้รับผลสำเร็จตามที่ต้องการ หรือเพราะด้วยความหิว ความเหนื่อย ทำให้รีบสรุปและตกลง เรื่องงานโดยขาดการไตร่ตรอง เพื่อจะได้รับประทานอาหาร และพักผ่อน ซึ่งอาจก่อให้เกิด ผลเสียต่องานได้ แต่ในบางกรณี บุคคลบางคนก็อาจฉวยโอกาสของ การที่คน ในที่ประชุมอยู่ในภาวะมีแรงขับด้านความหิว ความเหนื่อย มาเป็น ประโยชน์ ให้งานบางเรื่องโดยง่ายและรวดเร็ว เพื่อประโยชน์ต่องาน

3. สิ่งล่อใจ (Incentives) เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จัดเป็น แรงจูงใจภายนอก เช่น การชักจูงให้คนงานมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ โดยยกย่องพนักงาน ที่ไม่ขาดงานให้เป็นที่ยกย่อง การประกาศเกียรติคุณ หรือการ จัดสรรรางวัล ในการคัดเลือกพนักงาน หรือบุคคลดีเด่นประจำปี การจัดทำเนียบ “Top Ten” หรือสัปดาห์ดีเด่นขององค์กร การมอบโล่รางวัลแก่ฝ่ายงาน ที่มีผลงานยอดเยี่ยมในรอบปี ฯลฯ ตัวอย่างที่ยกมาเหล่านี้ จัดเป็นการใช้สิ่งล่อใจ มาสร้างแรงจูงใจ ในการทำงาน ให้เกิดแก่พนักงานขององค์กรทั้งสิ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่า สิ่งล่อใจนั้น อาจเป็น วัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นคำพูด ที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

4. การตื่นตัว (Arousal) เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมที่จะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา พนักงานต้อนรับที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า ฯลฯ ลักษณะดังกล่าวนี้เปรียบเหมือนเครื่องยนต์ที่ติดเครื่องพร้อมจะทำงาน บุคลากรในองค์กรถ้ามีการตื่นตัวในการทำงาน ย่อมส่งผลให้ทำงานได้ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาธรรมชาติ พฤติกรรมของมนุษย์พบว่า การตื่นตัวมี 3 ระดับ คือ การตื่นตัวระดับสูง การตื่นตัวระดับกลาง และการตื่นตัวระดับต่ำ ระดับที่นักจิตวิทยาค้นพบว่าดีที่สุดได้แก่ การตื่นตัวระดับกลาง ถ้าเป็นการตื่นตัวระดับสูง จะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจ หรือตื่นเต้น ขาดสมาธิในการทำงาน ถ้าตื่นตัวระดับต่ำก็มักทำงานทำงานเฉื่อยชา ผลงานเสร็จช้า และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัว มีทั้งสิ่งเร้าภายนอก และสิ่งเร้าภายในตัวได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคล แต่ละคนที่มีต่างๆ กัน ทั้งในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และระบบสรีระภายในของผู้นั้น

นักจิตวิทยาที่ทำการศึกษารื่องการตื่นตัวในเชิงสรีระที่มีชื่อเสียงได้แก่ เฮบบ์ (Donald O. Hebb) ซึ่งได้ทำการศึกษาไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ.1955 และค้นคว้าเพิ่มเติมติดต่อกันเรื่อยมา ผลงานล่าสุดเท่าที่ค้นคว้าได้มีถึง ค.ศ.1972 เขากล่าวว่า การตื่นตัวกับอารมณ์ของมนุษย์มีความสัมพันธ์กัน และในขณะที่ตื่นตัวการทำงาน ทางสรีระของมนุษย์ มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การเต้นของหัวใจจะแรงขึ้น กล้ามเนื้อจะเกร็ง ระบบประสาทอัตโนมัติ อยู่ในภาวะพร้อม จะทำงานเต็มที่ ซึ่งนักจิตวิทยามักเรียกภาวะพร้อมของคนดังกล่าวนี้ว่า “ปฏิกิริยาพร้อมสู้และพร้อมหนี” ซึ่งคำกล่าวนี้ เป็นการเปรียบเทียบอาการตื่นตัวของหมีป่า ถ้ามันจมนมมันก็พร้อมสู้กับศัตรู ดังคำกล่าวที่ว่า “สุนัขจนตรอก” แต่ถ้ามันมองเห็น ช่องทางหนี มันก็จะหลบหนีออกจากการต่อสู้ นั่นคือพร้อมที่จะทำได้ทุกรูปแบบ

5. การคาดหวัง (Expectancy) เป็นการตั้งความปรารถนา หรือการพยากรณ์ล่วงหน้าของบุคคล ในสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไป ตัวอย่างเช่น การที่คนงานคาดหวังว่า พวกเขาจะได้รับโบนัสประจำปีสัก 4-5 เท่าของเงินเดือน การคาดหวังดังกล่าวนี้ ส่งผลให้พนักงาน ดังกล่าว กระปรี้กระเปร่า มีชีวิตชีวา ซึ่งบางคนก็อาจจะสมหวัง และมีอีกหลายคนที่ไม่สมหวัง ในชีวิตจริงของคนเราโดยทั่วไป สิ่งที่เราคาดหวัง กับ สิ่งที่เกิดขึ้น มักไม่ตรงกันเสมอไป ช่วงห่างระหว่างสิ่งที่คาดหวัง กับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ถ้าห่างกันมาก ก็อาจทำให้คนงานคับข้องใจ และ เกิดปัญหา ขัดแย้งอื่นๆ ตามมา เจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารงาน จึงควรระวังในเรื่องดังกล่าว ที่จะต้องมีการสื่อสาร สร้างความเข้าใจ ที่ถูกต้องในกันและกัน การสร้างความหวัง หรือ การปล่อยให้พนักงาน คาดหวังลมๆ แล้งๆ โดยที่สภาพความเป็นจริง ทำไม่ได้ อาจจะก่อให้เกิดปัญหายุ่งยากที่คาดไม่ถึง ในเวลาต่อไป ดังตัวอย่างที่เห็นได้จาก การที่กลุ่มคนงานของบริษัทใหญ่บางแห่ง รวมตัวกัน ต่อต้าน ผู้บริหาร และ เผาโรงงาน เนื่องจาก ไม่พอใจที่ไม่ได้โบนัสประจำปีตามที่คาดหวังไว้ว่าควรจะได้

การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดัน หรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมอีกส่วนหนึ่งในองค์กร ถ้าได้มีการกระตุ้น ให้พนักงาน ทำงานโดยวางแผนและเป้าหมาย ตั้งระดับของผลงานตามที่ควรจะเป็น อาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยยกระดับ มาตรฐานของผลงาน ของพนักงาน ซึ่งเมื่อได้ผลงานดีขึ้น ผู้บริหารก็พิจารณาผลตอบแทน ที่ใกล้เคียงกับ สิ่งที่พนักงาน คาดว่า ควรจะได้ เช่นนี้นับว่า ได้รับประโยชน์พร้อมกัน ทั้งฝ่ายเจ้าของกิจการและผู้ปฏิบัติงาน

6. การตั้งเป้าหมาย (Goal settings) เป็นการกำหนดทิศทางและ จุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่งของบุคคล จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้น ในการทำงานธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพ ถ้าพนักงานหรือนักธุรกิจมีการตั้งเป้าหมายในการทำงาน จะส่งผลให้ทำงานอย่างมีแผน และดำเนินไปสู่เป้าหมาย ดังกล่าวเสมือนเรือที่มีหางเสือ ซึ่งในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นจะเห็นว่า มีคนบางคนที่ทำอะไร ก็มักประสบความสำเร็จ หรือไม่สำเร็จดังกล่าว อาจจะมีหลายประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลมากต่อความสำเร็จในการทำงาน คือการตั้งเป้าหมายในการทำงานแต่ละงานไว้อย่างชัดเจน ซึ่งเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารงาน ควรสนับสนุน ให้พนักงาน ทำงานอย่างมีเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร และตัวของพนักงานเอง

ที่กล่าวมาทั้งหมดในเรื่องที่มาของแรงจูงใจ ซึ่งได้แก่ ความต้องการ แรงขับ สิ่งล่อใจ การตื่นตัว การคาดหวัง และการตั้งเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าค่อนข้างยากที่จะกล่าวอธิบายแต่ละเรื่องแยกจากกันโดยเอกเทศ ทั้งนี้เนื่องจาก แต่ละเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน ตัวอย่างเช่น ความต้องการ ทำให้เกิด ภาวะขาดสมดุล ภายในร่างกาย หรือ จิตใจ มนุษย์อยู่ใน ภาวะขาดสมดุลไม่ได้ ต้องหาทางสนอง ความต้องการ เพื่อให้เข้าสู่ภาวะสมดุล ส่งผลให้เกิดแรงขับหรือแรงผลักดัน พฤติกรรม ทำให้มนุษย์แสดง พฤติกรรม อย่างมีทิศทาง มุ่งไปสู่เป้าหมาย เมื่อบรรลุเป้าหมายแล้ว แรงผลักดันพฤติกรรมก็ลดลง ภาวะสมดุลก็กลับคืนมา อีกครั้งหนึ่ง จากคำอธิบายดังนี้ จะเห็นได้ว่า ที่มาของแรงจูงใจหลายเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

2.3.5 รูปแบบของแรงจูงใจ

บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบ แรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรม ที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ จะไม่ทำงานเพราะ หวังรางวัล แต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- (1) มุ่งหาความสำเร็จ และกลัวความล้มเหลว
- (2) มีความทะเยอทะยานสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (3) ตั้งเป้าหมายสูง
- (4) มีความรับผิดชอบในการทำงาน
- (5) มีความอดทนในการทำงาน
- (6) รู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง
- (7) เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน
- (8) เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affinitive Motive) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ มักจะเป็นผู้ที่โอปอ อ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธมักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจาก การแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะข่มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- (1) เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม
- (2) ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก
- (3) ตั้งเป้าหมายต่ำ
- (4) หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

3. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจแบบนี้ส่วนมาก มักจะพัฒนามาจาก ความรู้สึกที่ว่า ตนเอง "ขาด" ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น "ปมด้วย" เมื่อมีปมด้วย จึงพยายามสร้าง "ปมเด่น" ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- (1) ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาในลักษณะการก้าวร้าว
- (2) มักจะต่อต้านสังคม
- (3) แสวงหาชื่อเสียง
- (4) ชอบเสียง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรคต่างๆ
- (5) ชอบเป็นผู้นำ

4. แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive) ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบ บุคคลหรือจากสื่อต่างๆ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

- (1) ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่
- (2) ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

5. แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive) สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- (1) ไม่มั่นใจในตนเอง
- (2) ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล
- (3) ไม่กล้าเสี่ยง
- (4) ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

2.3.6 การจำแนกแรงจูงใจ

แรงจูงใจมีมากมายหลายอย่าง แต่พอจะแบ่งออกได้เป็นสองประเภทดังนี้ (คารณิ พานทอง และคณะ, 2542 : 159)

1. แรงขับปฐมภูมิ (Primary drives) เป็นแรงขับที่มีกำเนิดมาจากความต้องการทางร่างกาย และไม่ต้องอาศัยการเรียนรู้ (unlearned) เช่น ความหิวและความกระหาย มักจะเรียกว่าแรงขับทางสรีรวิทยา (Physiological drives) นอกจากนั้นอาจมีแรงจูงใจบางอย่างที่มีได้เกิดจากการเรียนรู้เช่นกัน แต่มีได้เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา เช่น ความรัก ความอยากรู้อยากเห็น การกระตุ้นความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensory stimulation) เป็นต้น

(1) ความหิว (Hunger) ร่างกายต้องการอาหารเพื่อการเจริญเติบโต อาหารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของชีวิต ความรู้สึกหิวจะแตกต่างกันไปในแต่ละคนและแต่ละเวลา สมอบางส่วนเกี่ยวข้องกับการควบคุมของความหิวและการกินอาหาร ส่วนที่สำคัญที่สุดคือ Hypothalamus

(2) ความกระหาย (Thirst) น้ำเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งสำหรับร่างกาย น้ำจะสูญเสียไปจากร่างกายในลักษณะต่างๆ กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางปอด คอเมือกและไต เมื่อมีการสูญเสียน้ำเกิดขึ้นร่างกายจำเป็นต้องรักษาความสมดุลของน้ำและอิเล็กโทรไลต์ให้คงอยู่ ความต้องการในลักษณะเช่นนี้จึงก่อให้เกิดแรงขับของความกระหาย ศูนย์ควบคุมความกระหายอยู่ที่ hypothalamus ซึ่งประกอบด้วยเซลล์ประสาทที่ไวต่อการสูญเสียน้ำมาก

(3) แรงขับทางเพศและความเป็นมารดา (Sex and maternal drives) เราเชื่อว่าแรงขับทางเพศและความเป็นมารดา (Maternal behavior) เป็นแรงขับทางสรีรวิทยา เพราะในสัตว์ที่ต่ำกว่าคน สิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับฮอร์โมนในเลือด Androgens ซึ่งหลั่งออกมาจากอัณฑะ (Testes) ของผู้ชาย ก่อให้เกิดความรู้สึกทางเพศแบบผู้ชาย Estrogens ซึ่งหลั่งออกมาจากรังไข่ (Ovaries) ของผู้หญิง ก่อให้เกิดความรู้สึกทางเพศแบบผู้หญิง โดยปรกติความรู้สึกทางเพศในผู้หญิงจะมีมากเมื่อตอนไข่สุกและพร้อมที่จะเคลื่อนหรือเคลื่อนลงมาแล้วในมดลูก เมื่อมีกิจกรรมทางเพศในระยะนี้อาจมีการตั้งครรภ์เกิดขึ้นในช่วงสุดท้ายของการตั้งครรภ์จะมีฮอร์โมนตัวอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องการมีตัวเด็ก (Fetus) ในมดลูกกระตุ้นให้มี Prolactin จากต่อมพิติวิตารี Prolactin ดังกล่าวจะกระตุ้นต่อมนม

ทำให้มีนมหลั่งออกมาสำหรับเลี้ยงทารก Percolation ยังมีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมของความเป็นมารดาในแม่อีกด้วย

(4) อุณหภูมิ (Temperature) ร่างกายต้องการความอบอุ่นและความหนาวเย็นที่พอเหมาะ กล่าวคือไม่ร้อนและหนาวจนเกินไป อากาศร้อนจัดหรือหนาวจัดจะก่อให้เกิดการปรับตัวทางร่างกาย เพื่อให้อุณหภูมิคงที่และเกิดแรงจูงใจในการแสวงหาเครื่องนุ่งห่ม ตัวรับ (Receptors) สำหรับอุณหภูมิอยู่ที่ผิวหนัง ส่วนศูนย์ควบคุมอุณหภูมิที่ไฮโปทาลามัส

(5) การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด (Avoidance of pain) ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงอันตรายต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงอยู่ของมนุษย์และสัตว์ทั้งหลาย

(6) ความอยากรู้อยากเห็นและการกระตุ้นความรู้สึกจากการสัมผัส (Curiosity and sensory stimulation) ถ้าเรามองดูพฤติกรรมในแต่ละวันทั้งของคนและสัตว์จะเห็นว่าสิ่งเหล่านี้มาจากแรงขับทางสรีรวิทยาที่เกี่ยวกับความอยากรู้อยากเห็นและการกระตุ้นความรู้สึกจากการสัมผัส ตัวอย่าง คนเราต้องใช้ตามองหลายสิ่งหลายอย่างจนนับไม่ถ้วน : หนังสือ รูปภาพ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ทีวีทัศน์ ภูเขา การแข่งขันกีฬา รอยน้ด เสื้อผ้า และจุดสนใจอื่นๆ บางครั้งเราต้องใช้พลังงานในกิจกรรมบางอย่าง เช่น การออกกำลังกาย การเล่นเกม การยกของ การเย็บเสื้อผ้า การเดินทาง และอื่นๆ การจูงใจมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง มิฉะนั้นคนเราจะไม่ทำสิ่งเหล่านี้ แต่แรงจูงใจในกรณีเหล่านี้มิได้เป็นเรื่องทางสรีรวิทยาโดยตรง

(7) กิจกรรมและการจัดแจง (Activity and manipulation) แรงจูงใจบางอย่างมีกิจกรรมทางร่างกายและการจัดแจงเป็นเป้าประสงค์ ทั้งสัตว์และมนุษย์ต้องเสียเวลามากทีเดียว ในการเดินไปเดินมาโดยไม่มีเหตุผลชัดเจน สัตว์บางอย่างเช่นหนูถีบจักร จะต้องถีบจักรให้มนุษย์อยู่เรื่อย สัตว์ชั้นสูงหรือคนชอบร่นวายุหรือจัดแจงสิ่งของบางอย่าง เช่น เด็กเล่นง่วนอยู่กับของเล่น บางคนก็ชอบจับฉวย หยิบโน่นจับนี่

(8) แรงจูงใจเกี่ยวกับความสามารถ (Competence motive) ถ้าเราแสวงหาหลักการในการศึกษาเรื่องของความอยากรู้อยากเห็นและกิจกรรมต่างๆ เราอาจสรุปได้ว่ามีแรงจูงใจทั่วไปอย่างหนึ่งแฝงอยู่เบื้องหลัง สิ่งนี้คือแรงจูงใจสำหรับความสามารถ (Motive for competence) ทั้งคนและสัตว์จะถูกจูงใจโดยแรงขับอันนี้ให้รู้จักศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่และการกระทำดังกล่าวก็ก่อให้เกิดความพอใจด้วย

2. แรงขับทุติยภูมิ (Secondary drives) เป็นแรงขับที่สลับซับซ้อนมากกว่าแรงขับปฐมภูมิ ส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ แต่บางทีก็ไม่ใช่ แรงขับทุกอย่างถูกเปลี่ยนแปลงได้ (Modified) โดยการเรียนรู้ทำนองเดียวกับแรงขับประเภทแรก บางทีเรียกว่าแรงจูงใจทางสังคม (Social motives) หรือแรงขับทางจิตใจ (Psychological drives) โดยแบ่งแรงจูงใจทางสังคมออกเป็น

(1) ความรักและความเกี่ยวเนื่อง (Affection and affiliation) แรงจูงใจทั้งสองอย่างนี้มีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างใกล้ชิด แต่ก็พอจะแยกออกจากกันได้ อันแรกคือความปรารถนาที่จะรักคนอื่น โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เริ่มต้นกับแม่ของตนเอง อันหลังเป็นแรงจูงใจที่จะอยู่กับคนอื่น เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ความรักและความเกี่ยวเนื่องผูกพันกับคนอื่นจึงเป็นสิ่งจำเป็น แรงจูงใจเช่นนี้จะต้องมีต่อผู้อื่นด้วย นอกเหนือจากพ่อแม่และพี่น้องของตน มีการตอบสนองความต้องการซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ

(2) การยอมรับและการยกย่องทางสังคม (Social approval and esteem) เมื่อคนเราเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมก็จะต้องมีความรู้สึกว่าคุณได้รับการยกย่องทางสังคม สิ่งนี้ยังรวมไปถึงแรงจูงใจเกี่ยวกับสถานภาพ (Status) ตำแหน่ง (Rank) ชื่อเสียง (Prestige) และอำนาจ (Power)

(3) ความสัมฤทธิ์ (Achievement) แม้นักจิตวิทยาจะยอมรับว่าการยกย่องตนเอง (Self-esteem) เป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่ง แต่แรงจูงใจที่มีการศึกษากันอย่างกว้างขวางที่สุดกลับเป็นความต้องการของความสัมฤทธิ์ (Need for achievement)

(4) ความก้าวร้าว (Aggression) บางคนคิดว่าความก้าวร้าวจัดอยู่ในพวกแรงจูงใจทางสังคม เนื่องจากความรุนแรง ความก้าวร้าว และสงคราม เป็นเรื่องที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณจนกระทั่งทุกวันนี้ คนส่วนมากจึงมักคิดว่าความก้าวร้าวเป็นเรื่องของสัญชาตญาณมากกว่า อย่างไรก็ตามจากการศึกษาเป็นจำนวนมาก พอจะสรุปได้ว่าความก้าวร้าวเป็นการตอบสนองต่อสถานการณ์บางอย่าง ตัวอย่างเช่น เมื่อเราแย่งของเล่นมาจากเด็กที่หันที่หันใด เด็กจะแสดงความโกรธออกมา จากการศึกษาของ Dollard และคณะ (1939) ตอนแรกพบว่า “ความคับข้องใจจะนำไปสู่ความก้าวร้าวเสมอ” แต่ตอนหลังพบว่าปรากฏการณ์เช่นนี้ไม่เป็นความจริงเสมอไป ความคับข้องใจทำให้เกิดผลที่ตามมาเป็นอย่างอื่นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์ นอกจากนั้นสาเหตุของความก้าวร้าวยังมีผลตามมาเป็นอย่างอื่นได้ขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์

2.3.7 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์ เป็นนักจิตวิทยาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแบรนดิส์ ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่งขึ้นมา มาสโลว์ระบุว่าบุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานมากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐานรากฐาน 3 ข้อ คือ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2530 : 51-52)

1. บุคคลคือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการของบุคคลสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาได้ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้นสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการที่ถูกตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจ

2. ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับขั้นจากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ)

3. บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับต่อไปเมื่อความต้องการระดับต่ำลงมาได้ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น นั่นคือ คนงานจะมุ่งการตอบสนองความต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยก่อน ก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการทางสังคม

(1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกายจะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดยมาสโลว์ ความต้องการเหล่านี้จะหมายถึงแรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ และที่อยู่อาศัย เพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ในทำนองเดียวกันเวลาพักจะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานด้วยที่เปิดโอกาสให้บุคคลตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขาได้ บริษัทมากขึ้นทุกทีกำลังมีโครงการออกกำลังกายนี้จะช่วยให้พนักงานมีสุขภาพดีด้วยการตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขา บุคคลที่หิวจนเกินไปหรือเจ็บป่วยจนเกินไปยากที่จะมีส่วนช่วยต่อบริษัทของพวกเขาได้อย่างเต็มที่ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอและสภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพอ อุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี

(2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัยความต้องการลำดับที่สองของมาสโลว์ จะถูกกระตุ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจะหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ บริษัทสามารถทำได้หลายสิ่งหลายอย่างเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น บริษัทอาจจะให้การประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรมและสมควร และการยอมให้มีสภาพแรงงาน

(3) ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ความต้องการทางสังคมคือ ความต้องการระดับสามที่ระบุโดยมาสโลว์ ความต้องการทางสังคมจะหมายถึงความต้องการที่จะเกี่ยวพันการมีเพื่อนและการถูกยอมรับโดยบุคคลอื่น เพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคม บริษัทอาจจะกระตุ้นการมีส่วนร่วมภายในกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยงของสำนักงาน ทีมฟุตบอลหรือโบว์ลิ่งของบริษัทจะให้โอกาสของการตอบสนองความต้องการทางสังคมด้วย การเป็นสมาชิกสโมสรของบริษัทจะให้โอกาสที่ดีแก่ผู้บริหารเพื่อ “การสร้างเครือข่าย” กับผู้บริหารคนอื่น ในขณะที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมของพวกเขาได้ด้วย ก่อนหน้านี้เราได้กล่าวถึงโครงการสุขภาพจะช่วยตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้ โครงการสุขภาพนี้สามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคมได้ด้วย ความจริงแล้วการทำงานหรือการเล่นกีฬากับเพื่อนร่วมงานจะให้โอกาสที่ดีเยี่ยมต่อการมีเพื่อน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าความต้องการทางสังคมจะถูกกระตุ้นภายใต้สภาวะที่ “ความไม่แน่นอนทางองค์กร” มีอยู่ เช่น เมื่อความเป็นไปได้ของการรวมบริษัทได้คุกคามความมั่นคงของงาน ภายใต้สภาวะเช่นนี้บุคคลจะแสวงหาความเป็นมิตรจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นไปอยู่

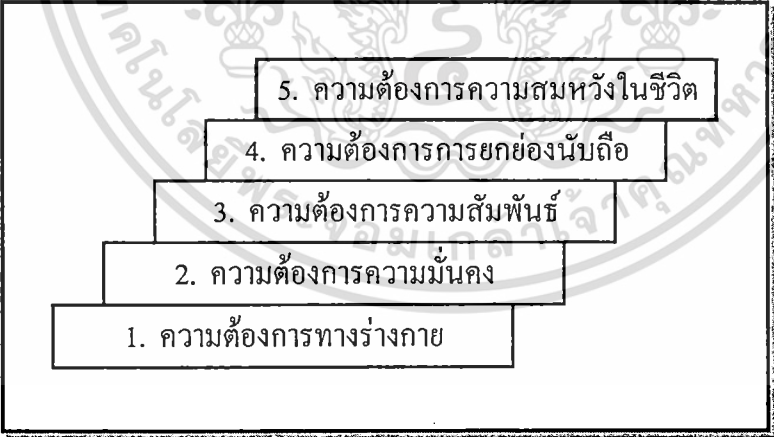
(4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงคือความต้องการระดับที่สี่ ความต้องการเหล่านี้หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพ

ตนเองและการชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากบุคคลอื่นจะเป็นความต้องการประเภทนี้ ตัวอย่างเช่น พวกเขาอาจจะได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้นเพื่อที่จะยกย่องความสำเร็จที่ดีเด่น การพิมพ์เรื่องราวภายในจดหมายข่าวของบริษัท เพื่อที่จะพรรณนาความสำเร็จของบุคคล การให้กุญแจห้องน้ำแก่ผู้บริการ การให้ที่จอดรถยนต์ส่วนบุคคล และการประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ล้วนแต่เป็นตัวอย่างของสิ่งที่สามารถกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การให้รางวัลเป็นนาฬิกาและเพชรแก่การบริการที่ดีและรางวัลตราถูก เช่น ที-เช็ต และเหยือกเบียร์จะมีประโยชน์ต่อการยกย่องด้วย

(5) ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการระดับสูงสุด บุคคลมักจะต้องการ โอกาสที่จะคิดสร้างสรรค์ภายในงาน หรือพวกเขาอาจจะต้องการความเป็นอิสระและความรับผิดชอบ บริษัทได้พยายามจูงใจบุคคลเหล่านี้ด้วยการเสนอตำแหน่งที่ท้าทายแก่พวกเขา

ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการที่จะบรรลุความสมหวังของตนเอง ด้วยการใช้ความสามารถ ทักษะ และศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วยความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถของพวกเขา การเปิดโอกาสให้พวกเขาใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่

มาสโลว์เชื่อว่าความต้องการเหล่านี้จะถูกเรียงลำดับจาก “ต่ำสุด” ไปยัง “สูงสุด” มาสโลว์กล่าวว่า เมื่อต้องการ ณ ระดับ “ต่ำสุด” ร่างกายได้ถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการ ณ ระดับ “สูงขึ้น” ต่อไป ความปลอดภัย จะมีความสำคัญมากที่สุดและต่อไปตามลำดับ ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 การจัดลำดับขั้นของความต้องการในทัศนะของ Maslow
ที่มา : สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2530 : 54)

ทฤษฎีของมาสโลว์จะถูกสร้างขึ้นมานบนพื้นฐานที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองจะเป็นปัจจัยที่ปลุกเร้าพฤติกรรมของบุคคล เมื่อความต้องการได้ถูกตอบสนองตามสมควรแล้วความต้องการเหล่านั้นจะกลายเป็นสิ่งจูงใจทางพฤติกรรม

ในการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในหน่วยงาน ผู้บริหารต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ ความต้องการในระดับต่ำอาจได้รับการตอบสนองเพียงบางส่วนและในส่วนที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดแรงจูงใจทางพฤติกรรมอีกต่อไป เช่น ในหน่วยงานที่จัดให้มีรายได้พอสมควรแล้วและสภาพแวดล้อมของงานดีแล้ว การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ให้ดีขึ้นจะไม่เพิ่มแรงจูงใจเลยเนื่องจากบุคคลส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับนี้เป็นอย่างดีแล้ว ดังที่ผู้วิจัยได้อธิบายตัวอย่างในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 กิจกรรมที่จัดเพื่อสนองความต้องการตามลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

ลำดับขั้นแห่งความต้องการ	กิจกรรมที่จัดเพื่อสนองความต้องการ
1) ความต้องการทางร่างกาย	1) ให้มีรายได้เพื่อขึ้น โดยให้ค่ากะ ค่าล่วงเวลา 2) จัดบ้านพัก สถานรักษาพยาบาล 3) จัดสหกรณ์ให้ในที่ทำงาน บริการอาหารกลางวันราคาถูก
2) ความต้องการความมั่นคง	4) ให้บำเหน็จบำนาญ ออกกฎระเบียบเพื่อความมั่นคง 5) ตั้งกองทุนสมาคม
3) ความต้องการการติดต่อสัมพันธ์	6) จัดงานพบปะสังสรรค์ งานชุมนุมต่าง ๆ 7) การแข่งขันกีฬาต่าง ๆ
4) ความต้องการการยกย่องนับถือ	8) มอบความรับผิดชอบให้มากขึ้น ให้ตำแหน่งสูงขึ้น 9) เน้นความสำคัญของงาน ให้บำเหน็จ ยกย่องเมื่อมีโอกา 10) ให้โอกาสแสดงผลงานและความสามารถ
5) ความต้องการความสมหวังในชีวิต	11) สนับสนุนความคิดริเริ่ม 12) มอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถพิเศษ 13) ส่งเสริมให้บุคลากรศึกษาเพิ่มเติมตามความต้องการ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับขั้นแห่งความต้องการ	กิจกรรมที่จัดเพื่อสนองความต้องการ
6) ความต้องการการติดต่อสัมพันธ์	14) จัดงานพบปะสังสรรค์ งานชุมนุมต่าง ๆ 15) การแข่งขันกีฬาต่าง ๆ
7) ความต้องการการยกย่องนับถือ	16) มอบความรับผิดชอบให้มากขึ้น ให้ตำแหน่งสูงขึ้น 17) เน้นความสำคัญของงาน ให้บำเหน็จ ยกย่องเมื่อมี โอกาส 18) ให้โอกาสแสดงผลงานและความสามารถ
8) ความต้องการความสมหวังในชีวิต	19) สนับสนุนความคิดริเริ่ม 20) มอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถพิเศษ 21) ส่งเสริมให้บุคลากรศึกษาเพิ่มเติมตามความต้องการ

2.3.8 ทฤษฎี ERG (Existence Relatedness Growth Theory)

Alderfer ได้พัฒนาทฤษฎี ERG โดยยึดถือพื้นฐานความรู้จากทฤษฎีของ Maslow โดยตรง แต่มีการสร้างรูปแบบที่เป็นจุดเด่นที่ต่างไปจากทฤษฎีของ Maslow คือ Alderfer เห็นว่าความต้องการของมนุษย์ทั้ง 3 ประการ ได้แก่ (สุนทร อนนต์ศิริพร , 2532 : 13-16)

- 1. ความต้องการในการดำรงชีวิต (Existence Needs : E)
- 2. ความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ (Relatedness Needs : R)
- 3. ความต้องการด้านความเจริญเติบโตก้าวหน้า (Growth Needs :G)

ตามทฤษฎีความต้องการของ Maslow นั้น ความต้องการจะได้รับการตอบสนองเป็นขั้นๆ และก้าวหน้าขึ้นไปเรื่อย ๆ กล่าวคือ เมื่อใดที่ความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการที่อยู่ในระดับที่สูงขึ้นก็จะมีผลในการจูงใจ ซึ่งทฤษฎีความต้องการของ Alderfer ก็มีสภาพเหมือนกันแต่จะมีการเคลื่อนตัวถอยหลังถ้าความต้องการที่อยู่ต่ำกว่า และจากความจริงข้อนี้ทำให้ผู้บริหารสามารถทราบถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความต้องการก้าวหน้า หรือความต้องการความสัมพันธ์ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ Alderfer จึงให้ทราบว่าประเภทของความต้องการที่อยู่ต่ำลงไปจะมีความสำคัญในการจูงใจทันที ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น และมีความรู้สึกว่าตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมมีความต้องการเพื่อน เช่น การเข้าเป็นสมาชิกขององค์กรหรือสมาคมต่าง ๆ

4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem of status needs) เป็นความต้องการมีเกียรติยศ มีฐานะดีในสังคม ได้รับการยกย่องนับถือจากบุคคลทั่วไป

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จดังที่คาดหวังไว้ (Self actualization or Self realization needs) ความต้องการนี้นับเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการให้บรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่ใฝ่ฝันไว้

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีอีกทฤษฎีหนึ่งซึ่งขยายความทฤษฎีของมาสโลว์ ทฤษฎีนี้ได้แก่ ทฤษฎีแรงจูงใจทางสังคม ของเฮิร์ซเบิร์ก ทฤษฎีนี้ได้ศึกษาถึงจิตวิทยาของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่จูงใจให้บุคคลที่ประกอบอาชีพต่างๆ มักจะประกอบด้วยปัจจัยที่เรียกว่า ปัจจัยในการกระตุ้น (Motivation factors) 6 ประการ ได้แก่

1. ความสำเร็จของงาน
2. การได้รับการยอมรับ
3. ความก้าวหน้า
4. ลักษณะของงาน
5. โอกาสที่จะก้าวหน้า
6. ความรับผิดชอบ

ซึ่งเป็นสิ่งที่จูงใจให้ผู้ปฏิบัติงาน หรือปัจจัยในการกระตุ้นนี้จะจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานนั้นอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

Herzberg ได้เสนอทฤษฎีองค์ประกอบของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two Factor Theory) ซึ่งสรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ที่สัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบในงานของแต่ละบุคคล กล่าวคือ

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน โดยตรงเพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานปฏิบัติ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กร ให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปัจจัยที่สามารถสนองตอบความต้องการภายในบุคคลได้ด้วยกัน ได้แก่

(1) ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลื้มปิติในผลสำเร็จของงานนั้นๆ

(2) การได้รับการยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา การยอมรับนี้อาจจะอยู่ในการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่สื่อให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใด บรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

(3) ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ท้าทายให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ดีตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างดี ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

(5) ความก้าวหน้า หมายถึง ได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นของบุคคลในองค์การ การมีโอกาสดำเนินการเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

2. ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor)

หรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การ บุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น และปัจจัยที่มาจากภายนอกบุคคล ได้แก่

(1) เงินเดือน หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรในการทำงาน

(2) โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต นอกจากจะหมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพด้วย

(3) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หมายถึง การติดต่อไปไม่ว่าเป็นกิริยา หรือวาทะที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

(4) สถานะของอาชีพ อาชีพหมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี

(5) นโยบายและการบริหารงาน หมายถึง การจัดการและการบริหารองค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

(6) สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ อีกด้วย

(7) ความเป็นอยู่ส่วนตัว หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ของเขาไม่มีความสุข และพอใจกับการทำงานในแห่งใหม่

(8) ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

(9) วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร

Herzberg ได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า องค์ประกอบทางด้านจูงใจจะต้องมีค่าเป็นบวกเท่านั้น จึงจะทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในงานขึ้นมาได้ แต่ถ้าเป็นลบก็จะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจในงานอย่างใด ส่วนองค์ประกอบทางด้านค้ำจุนหรือสุขอนามัยถ้ามีค่าเป็นลบ บุคคลจะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจในงานแต่อย่างใด เนื่องจากองค์ประกอบทางด้านปัจจัยค้ำจุนหรือสุขอนามัยนี้มีหน้าที่ค้ำจุน

หรือบำรุงรักษาบุคคลให้มีความพึงพอใจในงานอยู่แล้ว สรุปได้ว่าทั้งสองปัจจัยต้องมีในเชิงบวกเท่านั้น จึงจะทำให้ความพึงพอใจในงานของบุคคลเพิ่มมากขึ้น

2.3.9 แนวทางในการสร้างแรงจูงใจ

ในการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานจะต้องเลือกวิธีการจูงใจ ให้เหมาะสมกับสภาพงาน และตัวบุคคลผู้ปฏิบัติงาน เพราะองค์การแต่ละแห่ง ย่อมมีวิธีการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ได้มีการจำแนกแนวทางใน การจูงใจในการปฏิบัติงานไว้หลายวิธี ดังนี้ (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2547)

1. การดำเนินการอย่างเด็ดขาด (Be strong) การจูงใจโดยวิธีนี้มุ่งบังคับให้บุคคลปฏิบัติงานและหากไม่ปฏิบัติตาม ก็ให้ไล่ออกไป วิธีการนี้ มีแนวคิดที่มุ่งยึดถือบุคคลเสมือนวัตถุ คนที่เข้ามาปฏิบัติงานเป็นเสมือน ผู้ขายแรงงาน ซึ่งองค์การ จำต้องใช้แรงงานให้คุ้มค่า และองค์การ มีความนึกคิดว่า การที่บุคคลเข้ามาปฏิบัติงานและได้ค่าจ้างตอบแทนแล้วนั้น เป็นการ สนองความต้องการของคนงานแล้ว ดังนั้น บุคคลเหล่านั้นอาจ ไม่ปฏิบัติงาน โดยเต็มกำลังความสามารถ เหตุว่า ความต้องการ ของเขา ได้รับการสนองตอบแล้ว ดังนั้น องค์การจึงต้องเข้มงวดกวดขัน การปฏิบัติงาน การขู่เชิญ และการลงโทษ อย่างรุนแรง เป็นเครื่องมือจูงใจอันสำคัญตามวิธีการนี้

2. การดำเนินการอย่างละมุนละม่อม (Be good) การจูงใจโดยวิธีนี้มุ่งที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างองค์การกับผู้ปฏิบัติงานหรือระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิด ความร่วมมือร่วมใจกัน องค์การพยายามสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ปฏิบัติงาน และองค์ประกอบ ในการปฏิบัติงานอื่นๆ เท่าที่ควรจะจัดให้ได้ เช่น การจัดสภาพการปฏิบัติงานที่ดี การจัดสวัสดิการ และประโยชน์เกื้อกูลต่างๆ ให้แก่คนงาน เพื่อจะได้มีกำลังใจ และกำลังขวัญในการปฏิบัติงานดีขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานขององค์การ

3. การดำเนินการแบบต่อรอง (Implicit bargaining motivation) การจูงใจโดยวิธีนี้ มุ่งที่จะสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์การกับผู้ปฏิบัติงาน หรือระหว่างผู้บังคับบัญชา เช่น การจัดหา อุปกรณ์การปฏิบัติงาน การจัดสภาพการปฏิบัติงานที่ดี การกำหนดอัตราค่าจ้าง และชั่วโมง การทำงานร่วมกัน โดยการต่อรองบนพื้นฐานแห่งความเป็นจริง และความสามารถที่ พึงปฏิบัติได้ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจและจูงใจ ให้ผู้ปฏิบัติได้อุทิศแรงกายและแรงใจ ให้แก่งานอย่างเต็มที่ ลักษณะการจูงใจ แบบต่อรองนี้ ยังรวมถึงการควบคุมการปฏิบัติงานของคนงานด้วย เช่น องค์การ อาจกำหนดมาตรฐาน และชั่วโมงการ ปฏิบัติงานไว้ หากคนงานปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย ถูกต้องตามมาตรฐาน ก็จะผ่อนคลายการควบคุม หรือให้ควบคุม กันเองก็ได้

4. การดำเนินการโดยการแข่งขัน (Competition motivation) การจูงใจโดยวิธีนี้มี ลักษณะเป็นแบบปฏิฐาน (Positive motivation) องค์การหรือหัวหน้างานจะต้องกำหนดวิธีการ วัตถุประสงค์ และแจ้งให้ผู้ร่วมงานทราบถึงวิธี การวัดและผล ที่จะมอบ ให้เมื่อปฏิบัติงานได้ผลดี เช่น การจูงใจ

ด้วยการให้เลื่อนเงินเดือนเป็นกรณีพิเศษ การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ฯลฯ เป็นต้น การจูงใจ ในลักษณะนี้ นอกจากจะสามารถทำได้เป็นรายบุคคลแล้ว ยังอาจนำไปใช้ในการจูงใจเป็น กลุ่มได้อีกด้วย เช่น จัดให้มีการแข่งขันการปฏิบัติงานเป็นกลุ่ม ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้เกิดสามัคคี ธรรมในกลุ่ม และเกิดการ แข่งขัน ในการปฏิบัติงานระหว่างกลุ่ม อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี นักบริหารจะต้อง ระมัดระวัง เกี่ยวกับ ข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น ระหว่างกลุ่ม และหาทางป้องกันไว้ด้วย

5. การดำเนินการแบบให้จูงใจตนเอง (Internalized motivation) การจูงใจโดยวิธีนี้มี จุดมุ่งหมาย ที่จะสร้างความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานให้แก่บรรดาพนักงานเอง โดยจูงใจให้เกิดความรู้สึกเป็น เจ้าของและมีส่วนร่วมรับผิดชอบร่วมกัน พยายามสร้างสรรค์ให้เกิดความร่วมมือจิต (Collective mind) และร่วมมือ (Cooperation) ในบรรดาผู้ปฏิบัติงาน สร้างท่าที ในการเป็นพวก พ้องเดียวกัน (Sense of belonging) ขึ้นในกลุ่มของคนงาน การนำวิธีให้บรรดา ผู้ร่วมงานได้มี ส่วน ร่วม (Participation) ในการปฏิบัติงาน การกำหนดวัตถุประสงค์ เกณฑ์ควบคุมงาน ตลอดจนการ มี สิทธิมีเสียงต่างๆ จะช่วยให้เกิดความรัก และห่วงใยในงาน และองค์การของตนขึ้น อันจะเป็นผล ทำให้คนงานมีสัมพันธ์อันดีต่อองค์การ และหน่วยงาน การจูงใจโดยวิธีนี้ หากสร้างสรรค์ให้มีขึ้น ได้ จะให้ความก้าวหน้า อันจริงแก่องค์การเป็นอันมาก

นอกจากนี้ ในการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานควรที่จะ รู้จัก Motive Profile ของพนักงานด้วย ซึ่ง Motive Profile ของพนักงานแต่ละคนนี้ จะต้องผ่าน การ วิเคราะห์โดยนักจิตวิทยา โดยใช้วิธีการและเครื่องมือเกี่ยวกับ การวิเคราะห์พฤติกรรมของคน แต่ สำหรับผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน ที่ได้รับการฝึกฝนและมีประสบการณ์สูง ก็จะสามารถ วิเคราะห์ Motive Profile ของพนักงานได้โดยการใช้การสังเกตอย่างใกล้ชิด Motive Profile สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. Achievement Motive คือความสุขที่เกิดจากการได้ทำในสิ่งที่ดีกว่าที่คนอื่นได้เคยทำ มาแล้วหรือดีกว่ามาตรฐาน ของความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) หรือได้เติบโตไปในสาย อาชีพได้เร็วกว่าคนอื่น เป็นต้น สำหรับคนที่มี Achievement Motive สูงๆ ต้องกระตุ้นด้วยการให้ งานที่ท้าทายขึ้นอยู่เสมอ และพยายามสนับสนุน ให้มีโอกาสดำเนินงาน ผลงานที่ดียิ่งๆ ขึ้นไป

2. Affiliation Motive คือ ความสุขอันเนื่องมาจากการได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม หรือการ พยายามที่จะสร้างสัมพันธภาพ ระยะยาว กับคนและให้ความสำคัญกับความเป็นเพื่อนอย่างมาก สามารถสร้างแรงจูงใจ ได้โดยการให้งานที่เปิดโอกาส ให้ได้สัมพันธภาพหรือมีการปฏิสัมพันธ์กับ ผู้คน ในลักษณะที่เป็นพันธมิตรในระยะยาว หรือให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคน โดยไม่ได้ถูกให้ ทอดทิ้งให้ทำงานคนเดียว

3. Power Motive คือความสุขที่เกิดจากการให้ผู้คนชื่นชมในตัวเอง รวมถึงการมีโอกาสดำ เนินนำจูงใจ ผู้อื่นให้ทำใน สิ่งที่เขาต้องการให้ทำ และมีโอกาสได้ช่วยเหลือสังคมด้วยความสมัคร

ใจ สามารถจูงใจพนักงานที่มีลักษณะนี้ ด้วยการให้งาน ที่มีอำนาจสั่งการในตำแหน่งที่ได้รับการยอมรับ เป็นที่นับหน้าถือตาของคนทั่วไป

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2.4.1 ความหมายการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

อนุชิต โอสถานนท์ (2536) ได้ให้ความหมายว่า ไคเซ็น เป็นศัพท์ภาษาญี่ปุ่น แปลว่า "การปรับปรุง" ซึ่งเป็นแนวคิดที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ หัวใจสำคัญของหลักการทำไคเซ็น คือการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด โดยการใช้ความรู้ความสามารถของพนักงานมาคิดปรับปรุงงาน ด้วยการลงทุนเพียงเล็กน้อย และก่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทีละน้อยๆ แต่ค่อยๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากตัวเองจากนั้นจึงค่อยเปลี่ยนแปลงสิ่งอื่น เพื่อให้การทำงานง่ายขึ้น

ปราโมช วิเศษโวหาร (2548 : 1) ได้ให้ความหมายว่า ไคเซ็น ซึ่ง ตามความหมายคือ "การปรับปรุงที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Continues Improvement)" การเริ่มต้นปรับปรุงนั้นต้องสามารถปฏิบัติด้วยตัวเองเพื่อตัวเองก่อน การปรับปรุงนี้ยังหมายถึงการกำหนดมาตรฐานที่สูงกว่าเดิมโดยเริ่มจากมาตรฐานที่มีการคงสภาพไว้แล้วถือปฏิบัติเป็นพื้นฐานนำไปสู่มาตรฐานใหม่ จุดเริ่มแรกของการปรับปรุงนั้นจะต้องรู้ถึงความจำเป็นในจุดที่จะปรับปรุงซึ่งความจำเป็นนี้จะมาจากการรับรู้ว่ามีปัญหาเกิดขึ้นการเฉยเมยต่อปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ศัตรูที่สำคัญของการดำเนินกิจกรรมไคเซ็น ฉะนั้น ไคเซ็นจึงได้ให้ความสำคัญในการตระหนักถึงปัญหาที่มีอยู่และการสรรหาเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัญหาหากมีการนำเสนอการแก้ไขปัญหาก็บ่อยครั้งแล้ว ทักษะการแก้ปัญหายังเพิ่มพูนเป็นเงาตามตัว อีกทั้งยังได้รู้จักกิจกรรม ได้รู้จักการได้มีส่วนร่วมในการทำงาน นำไปสู่การค้นพบนวัตกรรมได้ต่อไป

สุรศักดิ์ สุทองวัน (2548 : 2) ได้ให้ความหมายว่า KAI คือ Continuous และ ZEN คือ Improvement ดังนั้น KAIZEN เท่ากับ Continuous Improvement คือ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กระบวนการ Plan-Do-Check-Act คือ การดูปัญหา วางแผนหาวิธีแก้ปัญหาคัดลอก แล้วตรวจสอบว่าแก้ปัญหได้แล้วหรือไม่ ถ้าเป็นวิธีที่ดีก็นำไปใช้ ดังนั้น ไคเซ็น (KAIZEN) คือ การปรับปรุงการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและผลักดันนวัตกรรมใหม่ และวิวัฒนาการอยู่ตลอดเวลา ประกอบด้วย

1. Effort improvement คือ การมีจิตสำนึกในการไคเซ็น และมีความคิดในเชิงนวัตกรรม

2. Cost reduction, Eliminate MURI-MURA-MUDA, JIT (Just in Time), CS (Customer Service) in next process, Jidoka, PPS (Practical Problem Solving) คือ การสร้างระบบงานและโครงสร้างที่เกื้อกูลกัน มีการลดต้นทุนและการสูญเสียต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Share idea, Learning from mistake, Standardized , Yokoten (ถ่ายโอนความรู้) คือ การส่งเสริมให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2550) ได้ให้ความหมายว่า ไคเซ็น มาจากภาษาญี่ปุ่น แปลว่า การเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ดีขึ้น หรือปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยความหมายทั่วไปแล้วจะหมายความว่า สภาพสิ่งที่ไม่ดีปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ใช้ในวงการอุตสาหกรรมการผลิตไคเซ็นที่ใช้ในโรงงานผู้ปฏิบัติงานจะเป็นแกนกลางในการปฏิบัติในกิจกรรมนี้

2.4.2 วัตถุประสงค์ของการทำไคเซ็น

ทรัพยากรมนุษย์ เป็นสมบัติล้ำค่าของวิสาหกิจ ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของการมีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอด และความเจริญรุ่งเรืองของวิสาหกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ระหว่างวิสาหกิจที่เข้มแข็ง กับวิสาหกิจที่อ่อนแอ ก็คือการมีหรือไม่มีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลที่มุ่งมั่น ในการพัฒนาความสามารถของผู้คนทุกระดับชั้น เพื่อให้มีความสามารถในการปรับปรุงงานในหน้าที่รับผิดชอบของตนเองอย่างต่อเนื่อง ขึ้นต่อไปก็คือ การประสานข้อโซ่แห่งการบริหารจัดการตามระดับชั้น ให้มีความเหนียวแน่น-แม่นยำ อย่างแท้จริง ขึ้นประยุกต์ ก็คือการบริหารการเรียนรู้ (Knowledge Management) คือนำสิ่งที่ได้เป็นผลจากการปรับปรุงงาน ในด้านบริหารจัดการ คือวิธีการทำงานที่ดีกว่าเดิม ไปเผยแพร่กระจายให้ทั่วทุกหน่วยงาน ทุกระดับชั้น และในด้านความรู้เฉพาะทาง (Intrinsic Technology) มาเผยแพร่ให้เกิดการเรียนรู้ (Learning) ทั้งทั้งองค์กร และขั้นสูงคือ การบริหารจัดการผู้คน ให้สามารถผนึกพลัง (Total Power) รวมความรู้ความสามารถที่สร้างไว้แล้วดังกล่าว เพื่อที่จะขับเคลื่อนวิสาหกิจนั้นๆ ไปสู่เป้าหมายได้

ภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่บีบรัดวิสาหกิจต่างๆ อย่างเข้มงวดทุกวันนี้ การที่จะฝ่าฟันย่นหยัดอยู่ให้ได้นั้น ขึ้นอยู่กับว่าพวกเราแต่ละคนจะสามารถแสดงพลังความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการปรับปรุงออกมาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้นในสถานที่ทำงานต่างๆ จึงต้องดำเนินกิจกรรมการปรับปรุงอยู่เสมอมิได้หยุดหย่อน และทุกคนในบริษัทจะต้องตระหนักไว้เสมอว่า วิธีการทำงานในวันนี้ยังมีใช้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด ยังมีวิธีการทำงานที่ดีกว่านี้ ซึ่งเราจะต้องแสวงหาอย่างต่อเนื่อง จะหยุดแสวงหาไม่ได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องหาทางระดมสมองเพื่อค้นหาวิธีการทำงานและวิธีการแก้ไขปัญหาคือดีกว่าวิธีในปัจจุบัน

ไคเซ็น เป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับไม่เฉพาะแต่ในญี่ปุ่นเท่านั้น หากแต่ทุกประเทศทั่วโลกต่างยอมรับว่า วิธีการทำงานแบบไคเซ็นนั้นผู้บริหารจำเป็นจะต้องเรียนรู้ และฝึกทักษะให้สามารถนำไปใช้ได้คล่องตัวมากยิ่งขึ้น

เพื่อการเพิ่มผลผลิต และเสริมสร้างศักยภาพขององค์กร ในการแข่งขันเนื่องจากปรัชญาของกิจกรรมไคเซ็นโดยสรุป ก็คือ จงทำงานให้น้อยลง ด้วยการปรับปรุงงานด้วยตนเอง เพื่อตนเอง

เพื่อให้งานนั้น บรรลุเป้าหมายได้ดีกว่าเดิม จึงมุ่งเป้าไปที่การเสริมสร้างศักยภาพส่วนบุคคล ของ พนักงานทุกระดับชั้น ทุกหน่วยงาน ในการรู้จักบริหารจัดการกับความแปรปรวนรายวัน ที่เกิดขึ้นใน กระบวนการทำงานที่อุปฏัติงาน ซึ่งเป็นความจำเป็นพื้นฐาน ที่จะนำไปใช้สำหรับรับมือกับภาระ งานที่ได้รับมอบหมายมาให้สำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพเช่น ฉะนั้น ไคเซ็นจึงได้ให้ความสำคัญ ในการตระหนักถึงปัญหาที่มีอยู่และการสรรหาเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัญหาหากมีการนำเสนอการ แก้ไขปัญหาที่บ่อยครั้งแล้ว ทักษะการแก้ปัญหายิ่งเพิ่มพูนเป็นเงาตามตัว อีกทั้งยังได้รู้จักกิจกรรม ได้ รู้จักการได้มีส่วนร่วมในการทำงาน นำไปสู่การค้นพบ นวัตกรรมได้ต่อไป ดังตารางที่ 2.2

การได้มาซึ่งนวัตกรรมแบบชาวตะวันตกถือเป็นเรื่องที่ดีถ้าเกิดความคุ้มค่าของแต่ละความ คาดหวัง หากเปรียบเทียบระหว่าง ไคเซ็นกับนวัตกรรม ผลตอบแทนจากนวัตกรรมนั้นคงดึงดูด ผู้บริหารที่ปรารถนาผลลัพธ์ปลายทาง มากกว่าการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานของคนงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะของผู้บริหารแต่ละท่านว่าความคุ้มค่าที่ท่านต้องการนั้นอยู่ที่ระดับใด

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างไคเซ็น กับ นวัตกรรม

	ไคเซ็น	นวัตกรรม
1. ผลที่ได้	ระยะยาวอยู่ได้นาน ไม่เร็วใจ	ระยะสั้น เร็วใจ
2. กรอบเวลาการทำ	ช่วงสั้น	ช่วงยาว
3. การเปลี่ยนแปลง	ค่อยเป็นค่อยไปสม่ำเสมอ	ฉับพลัน จบเร็ว
4. การมีส่วนร่วม	ทุกคน	เฉพาะผู้มีความสามารถสูง
5. รูปแบบ	บำรุงรักษาและปรับปรุงได้	ใช้แล้วทิ้ง แล้วสร้างใหม่
6. จุดเริ่มต้น	ต้องอาศัยความรู้และศิลปะการ ทำงานที่มีอยู่เดิม	อาศัยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์และทฤษฎีใหม่
7. เกณฑ์การประเมิน	กระบวนการและความพยายามเพื่อ ผลที่ดีขึ้น	กำไร
8. การใช้ทรัพยากร	คน	เทคโนโลยี
9. สิ่งที่ต้องใช้ในทาง ปฏิบัติ	ต้องการการลงทุนเพียงเล็กน้อย แต่ ออกแรงพยายามมากเพื่อรักษาไว้มาก	ต้องการการลงทุนมากออกแรง พยายามมากเพื่อรักษาไว้น้อย

ที่มา : วัฒนา พัฒนพงศ์ (2543 : 24)

2.4.3 คุณลักษณะเด่นของการทำไคเซ็น

เหมาะสำหรับทุกขนาดของทุกวิสาหกิจ สามารถนำไปเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ กับทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากมีความง่าย ไม่ว่าใครๆก็สัมผัสได้ ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นฐานความรู้ ใดๆ ทำได้รวดเร็ว รู้และวัดผลได้ทันทีไม่ต้องรอ ไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ เป็นกิจกรรม ล่างง่อบนที่

แล้วต่างก็ชนะด้วยกันทุกฝ่าย (Win-Win) และที่สำคัญคือ เป็นกิจกรรมพื้นฐานที่จำเป็นที่จะต้องสร้างสมสำหรับจะก้าวไปสู่เครื่องมือบริหารจัดการที่สูงขึ้นไป เช่น 5 ส QCC, TPM, TQM ได้ง่ายและเร็วขึ้น

2.4.4 วิธีการดำเนินกิจกรรมไคเซ็น

เนื่องจากกิจกรรมไคเซ็นเป็นเทคนิคของการปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเอง เพื่อให้งานนั้นบรรลุเป้าหมายได้สบายกว่าเดิม ดังนั้น จึงต้องเริ่มจากการสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงาน ให้เอื้ออำนวยต่อผู้ปฏิบัติงาน ให้ตระหนักในความยากลำบากในการทำงานที่มีความสูญเปล่าเป็นส่วนเกินที่ไม่พึงปรารถนา ที่ตนเองสัมผัสได้ จึงสมควรใจที่จะค้นหา และจัดกระบวนการทำงานส่วนเกิน ที่ไม่ตอบสนองต่อเป้าหมายของงานนั้นๆ พร้อมกันนั้น ก็สร้างกลไกในการบริหารจัดการ ที่ทำให้ทุกๆ คนต้องเข้าร่วมอย่างเป็นระบบ โดย เริ่มที่ตนเองก่อน ภายใต้การสนับสนุนอย่างเอื้ออาทร จากผู้บังคับบัญชาโดยตรง

2.4.5 กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการทำไคเซ็น

ต่อคำถามที่ว่าทำไมกิจกรรมการปรับปรุงจึงไม่ก้าวหน้าขึ้น อาจเนื่องจากวิสาหกิจใดๆ ก็ตาม ต่างก็มีพันธกิจที่จะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และด้วยความเคยชิน หรือจากประสบการณ์ที่มีอยู่ แต่ละคน ก็มักจะทำงานภายใต้สภาวะการถูกกำหนดให้คิดภายใต้กรอบเดิมๆ ทำด้วยแนวทางเดิมๆ ทั้งๆ ที่สภาวะการณ์รอบด้านนั้นมีการเปลี่ยนแปลงและแปรปรวนตลอดเวลา บางเรื่องเราอาจพบว่า กระบวนการทำงานบางอย่าง ในอดีต อาจเหมาะสมดี แต่ปัจจุบัน กลับกลายเป็นความสูญเปล่าไปแล้ว แต่ผู้คนก็ยังทำเหมือนเดิมอยู่ และเพราะว่าแต่ละวิสาหกิจนั้น ย่อมประกอบขึ้นด้วยหลากหลายกระบวนการ หลากหลายผู้คน หากจะรวมเอาความสูญเปล่าย่อยๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กรเป็นรายวันแล้ว ก็น่าจะนึกภาพออกว่า จะมากมายมหาศาลเพียงใด

ดังนั้น ผู้บริหารที่เห็นจุดเหล่านี้ ก็คงจะไม่ยอมเสียเวลาให้เหตุการณ์ดำเนินไปแบบเดิมได้อีกต่อไป นั่นคือจุดพลิกผันจากความอ่อนแอ มาสู่ความแข็งแกร่งที่เริ่มได้ในวันนี้ เพื่อจะได้มีวันหน้าที่ยั่งยืน

กุญแจแห่งความสำเร็จของการทำไคเซ็น จะประกอบด้วย

1. หลัก 5 ส ได้แก่ สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ และสร้างนิสัย ถือเป็นพื้นฐานของไคเซ็น
2. 5 Why คือ การถามคำถาม 5 ครั้ง จนกว่าจะเข้าใจและสามารถตอบคำถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริง นั่นคือ ถ้าเราถามว่า “ทำไม” ครบ 5 ครั้ง จะรู้ว่าปัญหาที่แท้จริงคืออะไร
3. หลัก Visualization คือ ทุกอย่างต้องมองเห็น เช่น การมีสัญญาณแสดงความก้าวหน้าของการผลิต หรือการทำงานในแต่ละวัน เพื่อช่วยเตือนสติและควบคุมการทำงานให้เสร็จภายในกำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำไคเซ็น เกิดขึ้นอยู่ในชีวิตประจำวันของเราอยู่แล้ว เช่น การตัดสินใจเลือกเส้นทางในการเดินทางไปทำงาน จะมีการลองผิดลองถูกและปรับเปลี่ยนเส้นทางไปเรื่อยๆ จนพบเส้นทางที่ดีที่สุด ใช้เวลาน้อยที่สุด และใช้เส้นทางนั้นตลอดไป

2.4.6 บทบาทของผู้บริหารต่อการทำไคเซ็น

ในการนำหลักการไคเซ็นมาใช้ในองค์กรให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้บริหารจะต้องมีบทบาท ดังนี้

1. เป็นผู้นำและริเริ่มการเปลี่ยนแปลงด้วยไคเซ็น
2. เป็นประธานในการนำเสนอผลงานความคิดของพนักงานในองค์กร โดยต้องมีเวทีให้นำเสนอผลงาน เช่น การจัดประกวดความคิด (Idea Contest)
3. นำเสนอรางวัลและให้คำรับรอง เพื่อให้เกิดการยอมรับ (Recognition)
4. มีการติดตามการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอโดยใช้หลัก Visualization Board เช่น Visual Board ต่างๆ

2.4.7 ข้อควรคำนึงถึงในการนำกิจกรรมไคเซ็นมาใช้ในองค์กร

1. กิจกรรมไคเซ็น ถือเป็นวัฒนธรรมองค์กรอย่างหนึ่งจะต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลง
2. กิจกรรมไคเซ็น เป็นสิ่งที่เราทุกคนทำอยู่ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว จึงสามารถนำสิ่งที่เคยปฏิบัติมาดำเนินการให้จริงจังและมีหลักการมากขึ้น
3. กิจกรรมไคเซ็น จะต้องทำให้การทำงานง่ายขึ้นและลดต้นทุน แต่ถ้าทำแล้ว ยิ่งก่อความยุ่งยาก จะไม่ถือว่าเป็นไคเซ็น

2.4.8 ประโยชน์ที่สถานประกอบการจะได้รับ

1. พนักงานทุกระดับจะแสดงศักยภาพในการปรับปรุงงานออกมาด้วยตัวของเขาเอง ประจุการค้นพบเพชรในตมออกมาเรื่อยๆ
2. สายการบังคับบัญชาจะมีความเหนียวแน่น-แม่นยำ มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ทำให้การทำงานลื่นไหลไม่ติดขัด
3. มีความง่ายที่ใครๆ ก็สามารถนำไปปฏิบัติได้ในสถานประกอบการของตนเองโดยไม่จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มมากมายแต่อย่างใด
4. เป็นการลดการทำงานในกระบวนการที่สูญเปล่าของแต่ละคนดังนั้น จึงตรงตามความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน
5. เป็นเรื่องที่ทำง่าย สามารถทำได้ทันที และวัดผลได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.9 สิ่งทีแต่ละคนในองค์กรจะได้รับ

1. ผู้บริหารระดับสูงสามารถบริหารจัดการองค์การให้บรรลุเป้าหมายได้ด้วยการประสานประโยชน์ที่ผู้คนต้องการ ให้ไปในทิศทางเดียวกันกับที่องค์การต้องการด้วยพลังรวม
2. ผู้บริหารระดับกลางสามารถเป็นผู้นำที่พัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เพราะกลไกในการทำงานที่ต้องเป็นห่วงโซ่ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยผ่านกระบวนการทำงานที่มีการปรับปรุงอยู่เสมอ
3. พนักงานจะได้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้วยการทำงานให้น้อยลง จากความสูญเปล่า ความคลาดเคลื่อน และความล่าช้าในกระบวนการทำงานที่ตนเองค้นพบ และขจัดออกอย่างต่อเนื่อง

2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ

2.5.1 ความหมายของกิจกรรมข้อเสนอแนะ

Hull (1933) กล่าวว่า กิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นระบบที่สนับสนุนไคลเซ็นของกลุ่ม และไคลเซ็นของบุคคล โดยเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงวิธีการทำงานให้ดีขึ้นอันจะนำไปสู่มาตรฐานใหม่ที่คนงานตั้งเองหลังจากการปฏิบัติ

สุรศักดิ์ นานานุกูล และคณะ (2535: 88) กล่าวถึงกิจกรรมข้อเสนอแนะว่าเป็นระบบหนึ่งในการปรับปรุงระบบและวิธีการทำงานโดยพนักงานระดับต้น เป็นระบบการรณรงค์ให้พนักงานและผู้บริหารทุกคนมองไปรอบๆ ตัว และเสนอแนวทางปรับปรุงอะไรก็ได้ให้ดีขึ้น ระบบนี้คาดหวังว่าพนักงานที่ทำงานอยู่ทุกวันนี้จะรู้ดีกว่าใครๆ ว่างานที่ทำอยู่มีปัญหาอะไรบ้าง และเขาเป็นคนแรกที่จะรู้วิธีการแก้ไขด้วย ขณะเดียวกันก็คาดหวังว่าเมื่อพนักงานและผู้บริหารได้ฝึกตนเองให้ปรับปรุงสิ่งรอบตัวอยู่ตลอดเวลาจะทำให้เกิดพลังสมอง ทำให้เกิดความคิดริเริ่มของเขาในบางเรื่อง เกิดประโยชน์ต่อองค์การได้อย่างใหญ่หลวง

กฤษฎ์ อุทัยรัตน์ (2537: 16) ได้ให้ความหมายของกิจกรรมข้อเสนอแนะว่า คือระบบหรือกลไกที่กระตุ้นให้ พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการและมาตรฐานในการทำงานโดยเสนอความคิดที่เป็นประโยชน์ เช่น ข้อเสนอแนะปรับปรุงสภาพการทำงาน การลดค่าใช้จ่ายการเพิ่มประสิทธิภาพ เป็นต้น หากความคิดของพนักงานได้รับการยอมรับจากหน่วยงานพนักงานพวกนั้น จะได้รับการยกย่องชมเชย หรือได้รับรางวัลตอบแทนซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของเงินสด หรือรางวัลที่เป็นสิ่งของโดยมูลค่าของรางวัลจะมากกว่าหรือน้อยขึ้นอยู่กับคุณค่าของความคิดนั้นๆ

ประวิทย์ จงวิศาล (2537: 11) ได้กล่าวถึงลักษณะกิจกรรมข้อเสนอแนะไว้ 8 ประการดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของโครงการเพิ่มผลผลิต
 2. ทำคนเดียวก็ได้ทำเป็นกลุ่มก็ได้
 3. เสนอความคิดที่ยังไม่ได้ลองปฏิบัติก่อน หรือได้ลองปฏิบัติมาแล้วก็ได้โดยในบางเรื่องพนักงานลองปฏิบัติก่อนแล้วจึงเขียนข้อเสนอแนะ แต่บางบริษัทต้องดำเนินการตามขั้นตอน
 4. เสนอความคิดโดยการเขียนลงในแบบฟอร์มที่จัดไว้ให้ หรือเสนอด้วยวาจา หรือโทรศัพท์สายด่วนก็ได้ (เฉพาะบางบริษัทเท่านั้น)
 5. ความคิดต่อไปนี้ ถือว่าไม่เข้าข่ายกิจกรรมข้อเสนอแนะ
 - (1) เปลี่ยนนโยบาย หรือเปลี่ยนสิทธิในการจัดการ
 - (2) ซ่อมเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ และก่อสร้างอาคารใหม่รวมทั้งการเพิ่มคน (ยกเว้นมีเหตุผลอย่างชัดเจน)
 - (3) การทะเลาะหรือบกพร่องในหน้าที่ของผู้เสนอ
 - (4) โครงการที่หน่วยงานกำลังดำเนินงานอยู่ หรือดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว
 - (5) ผู้อื่นเสนอมาก่อนแล้ว (ยกเว้นเสนอให้ดีขึ้นกว่าเดิม)
 - (6) ความคิดที่ไม่ชี้แจงแนวทางแก้ไข
 - (7) การดำเนินบุคคลอื่นเป็นการส่วนตัว บัณฑิตสหพันธ์ และการร้องทุกข์
 6. เสนอแก้ปัญหาผู้อื่นได้ (แตกต่างจาก QC ที่ต้องแก้ไขปัญหาของตนเอง)
 7. สามารถนำวิธีการแก้ไขปัญหามาเป็นข้อเสนอแนะได้
 8. เป็นแนวทางการแก้ไขมากกว่าขบวนการแก้ไขปัญหาโดยใช้ขั้นตอนและข้อมูลทางสถิติ
- ณรงค์วาทย์ วจนพานิช (2541: 13) สรุปความหมายกิจกรรมข้อเสนอแนะว่า หมายถึงกิจกรรมที่เป็นเทคนิคการบริหารแบบใหม่อีกแบบหนึ่งที่มุ่งเสริมให้พนักงานเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยให้พนักงานเป็นผู้ค้นหาปัญหาต่างๆ ในการทำงานพร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะถึงวิธีการปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้นด้วยตนเอง เพื่อเสนอให้ฝ่ายบริหารที่รับผิดชอบพิจารณาความเหมาะสมว่า สมควรจะดำเนินการหรือไม่ ผลประโยชน์ที่ได้นั้นจะได้ทั้งหน่วยงานและตัวพนักงานนั่นเอง

จากที่กล่าวแล้วข้างต้นสรุปได้ว่ากิจกรรมข้อเสนอแนะ คือ ระบบที่กระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปรับปรุงการทำงาน โดยการเสนอความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ด้านการปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีขึ้น ลดค่าใช้จ่ายลดต้นทุน รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการทำงาน โดยพนักงานเป็นผู้ค้นหาปัญหาต่างๆ ในการทำงานพร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะถึงวิธีการปรับปรุงการทำงาน ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตนเอง หากความคิดของพนักงานผ่านการพิจารณาจากหัวหน้างานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดก็จะได้รางวัลตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่ได้รับจะตกอยู่ที่หน่วยงานและตัวพนักงานในหน่วยงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 ความเป็นมาของกิจกรรมข้อเสนอแนะ

กิจกรรมข้อเสนอแนะที่เก่าแก่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา และยังคงดำเนินอยู่จนถึงปัจจุบัน ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1898 โดยบริษัทเอสทแมนโกดัก และในช่วงต้นปี ค.ศ. ที่ 19 มีอีกหลายบริษัทที่เป็นที่รู้จักกันดีในอเมริกาได้เริ่มใช้กิจกรรมข้อเสนอแนะเช่น เคนิสันแมนแฟลคเจอร์ริง พาร์คฟาชีวทิกคอต เจนเนอรัลอิเล็กทริก เวสต์อิงเฮาส์ เมโทรโพลิเตนไลฟอินชัวรันซ์ เป็นต้น กิจกรรมข้อเสนอแนะส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากสงครามโลกครั้งที่ 1 เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวรัฐบาลสหรัฐรู้สึกว่บริษัทต่างๆ ที่จัดเตรียมวัตถุดิบสงครามน่าจะแปรรูปหรือผลิตสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น หากเอาใจใส่และฟังความคิดเห็นของพนักงาน กล่าวว่ในช่วงเวลานั้นบริษัทใดที่ใช้กิจกรรมข้อเสนอแนะจะได้รับรางวัลจากรัฐบาล (ปริย วัชรวันทานนท์ , 2541: 4)

เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน ค.ศ. 1942 กลุ่มผู้บริหาร 35 คน จากต่างองค์กรที่สนใจในกิจกรรมข้อเสนอแนะมาพบกันที่สำนักงานของสายการบินในรัฐชิคาโก เป็นตัวแทนในการตรวจสอบวิธีการ ประโยชน์และคุณค่าของกิจกรรมข้อเสนอแนะ และได้ลงเสียงอย่างเป็นทางการเป็นเอกฉันท์ที่จะร่วมกันก่อตั้งองค์กรที่สามารถให้ประโยชน์จากประสบการณ์ของแต่ละฝ่ายในสายงานเดียวกัน โดยจัดตั้งคณะกรรมการชั่วคราวให้ Ezra Taylor จากบริษัทพูลแมน เป็นประธานกรรมการร่างระเบียบ ก่อนที่จะกลายเป็น National Association of Suggestion System (NASS)

ในสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กิจกรรมข้อเสนอแนะแพร่หลายอย่างกว้างขวางในอเมริกาจนถึงปัจจุบัน ไม่มีใครทราบแน่นอนว่มีกิจกรรมข้อเสนอแนะอยู่กี่รูปแบบ ประมาณว่คร่าวๆ ได้ว่มีกว่า 6,000 รูปแบบและเป็นไปได้ในจำนวนเท่ากันนี้จะมีระบบกึ่งรูปแบบ มีการนำระบบดังกล่าวมาใช้ในการฝึกอบรมพนักงานในที่ทำงานและในกองกำลังทางอากาศของสหรัฐอเมริกา หลังเสร็จสิ้นสงครามใหม่ๆ นักบริหารชาวญี่ปุ่นที่เคยไปเยือนสหรัฐอเมริกาได้เรียนรู้เกี่ยวกับระบบการให้ข้อเสนอแนะและได้เริ่มนำมาใช้ในบริษัทของตนเอง (วัฒนา พัฒนพงศ์, 2537 : 134)

ในปี ค.ศ. 1950 W.Edwards Deming เดินทางไปญี่ปุ่น และได้จัดสัมมนาให้ผู้บริหารระดับสูงชาวญี่ปุ่น โดยได้ถ่ายทอดเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะว่ “การควบคุมคุณภาพเป็นวิถีทางในการเสนอสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และน่าดึงดูดใจที่สุดให้กับผู้บริโภค เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ เราต้องทำตามวัฏจักรของ การออกแบบ ผลิต ขาย วิจัย การบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ความรู้ทางสถิติ แต่สิ่งที่สำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญสุดผู้บริหารระดับสูงต้องสนใจเรื่องคุณภาพของสินค้า” ซึ่งแนวคิดเรื่อง คุณภาพ ในช่วงแรกหมายถึง คุณภาพของสินค้าเท่านั้น ต่อมาได้มีการขยายออกไปครอบคลุมคุณภาพงานในทุกงานๆ ในบริษัทจนหมายถึงคุณภาพโดยรวม อันได้แก่ คุณภาพของสินค้า คุณภาพของชีวิตการทำงาน คุณภาพบุคคลากร คุณภาพของภาพลักษณ์หรือสิ่งใดก็ตามที่จำเป็นต้องปรับปรุง ส่วนการควบคุมไม่ได้หมายถึงเฉพาะการรักษาระดับคุณภาพหรือสิ่งใดก็ตามที่จำเป็นต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องไม่มีสิ้นสุดในวงจร สิ่งนี้ยังหมายถึงวงจร การวางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบ แก้ไข (Plan- Do – Check – Action : PDCA Cycle) เพื่อควบคุมคุณภาพทุกอย่างไว้ในองค์กร โดยพนักงานทุกคนต้องมีส่วนร่วม ปัจจุบันความหมายของคำว่า การควบคุมคุณภาพ จึงหมายถึง การปรับปรุงคุณภาพในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากพนักงานทุกคนในองค์กร ซึ่งก็หมายความว่า การเสนอแนะแบบกลุ่มนั่นเอง (มานะ ชัยวงศ์โรจน์, 2538 : 65-66)

กิจกรรมข้อเสนอแนะนับว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ พนักงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานแบบหนึ่ง เพราะว่าพนักงานสามารถเสนอความคิดของตนที่เกี่ยวกับการทำงานให้กับระดับบริหารได้ กิจกรรมข้อเสนอแนะ ถูกนำเข้ามาสู่ประเทศญี่ปุ่นในเวลาเดียวกับ การฝึกอบรมในโรงงาน (TWI: Training within Industries) ของกองทัพอากาศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงของญี่ปุ่นผู้ซึ่งไปเยี่ยมสหรัฐอเมริกาภายหลังสงครามโลก ได้เรียนรู้เกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ และเริ่มนำมาใช้ในประเทศญี่ปุ่น กิจกรรมข้อเสนอแนะแบบสหรัฐอเมริกาต้องหลีกเลี่ยงให้กับกิจกรรมข้อเสนอแนะแบบญี่ปุ่นทั้งนี้ เพราะแบบสหรัฐอเมริกาเน้นข้อเสนอแนะไปในทางเศรษฐศาสตร์ และสนใจในรูปของตัวเงิน ขณะที่แบบญี่ปุ่นจะเน้นการเพิ่มขวัญและให้พนักงานมีส่วนร่วม ซึ่งได้เปรียบเทียบให้เห็นดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบกิจกรรมข้อเสนอแนะแบบอเมริกากับแบบญี่ปุ่น

หัวข้อเปรียบเทียบกิจกรรมข้อเสนอแนะ	แบบอเมริกา	แบบญี่ปุ่น
ผลประโยชน์	ระยะสั้น ชี้อความคิด	ระยะยาว พัฒนาบุคลากร
ประเภทของข้อเสนอแนะ	เน้นคุณภาพ	เน้นปริมาณ
ความสามารถในการนำไปประยุกต์	จำนวนน้อย	กว่า 90% นำไปปฏิบัติ
ผลตอบแทนต่อข้อเสนอแนะ	สูง	ต่ำ

ที่มา : ปรีย วัชรวันทาณนท์ (2541: 7)

อย่างไรก็ดี กิจกรรมข้อเสนอแนะถือเป็นระบบและวิธีการพัฒนาคุณภาพเป็นประเภทหนึ่ง ของแนวความคิดการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมที่เป็นประโยชน์ในการบริหารองค์การอย่างยิ่ง ซึ่ง กฤษณ์ อุทัยรัตน์ (2537: 18) กล่าวถึง บริษัทมัตสึชิตะ อิเลคทริก จำกัดในประเทศญี่ปุ่น มีจำนวนข้อเสนอแนะมากกว่า 6 ล้านเรื่องในปี ค.ศ. 1985 ขณะที่ บริษัทฮิตาชิ จำกัด มี ข้อเสนอแนะ 4.6 ล้านเรื่องในปีเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการมีส่วนร่วม กิจกรรมข้อเสนอแนะขององค์การในระดับพนักงาน และพลังความคิดในการปรับปรุงงานที่นำเสนอในรูปของข้อเสนอแนะ จำนวนมหาศาลจากพนักงาน และความนิยมนี้ได้รับเพิ่มมากขึ้น โดยที่ใน ปี ค.ศ.1950 จำนวนข้อเสนอแนะมีเพียงประมาณ 5 เรื่องต่อคนต่อปี ต่อจากนั้นข้อเสนอแนะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันจำนวนข้อเสนอแนะเฉลี่ยของภาคเอกชนเป็น 19 เรื่องต่อคนต่อปี นอกจากนี้ สรศักดิ์ นานานุกูล และคณะ (2535: 88) กล่าวถึงองค์การที่มีชื่อเสียง เช่น โตโยต้าหรือไอบีเอ็ม แห่งประเทศญี่ปุ่น สามารถประหยัดเงินได้ปีละหลายสิบล้านเหรียญสหรัฐ จากการใช้กิจกรรม ข้อเสนอแนะ โดยประหยัดได้สม่ำเสมอตลอดช่วงเวลา 10 ปี

2.5.3 กิจกรรมข้อเสนอแนะกับแรงจูงใจ

Taylor ได้เสนอแนวคิดในเชิงปฏิบัติการบริหาร ที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ของเขา ในฐานะผู้จัดการและที่ปรึกษา มีข้อสรุปข้อหนึ่งกล่าวไว้ว่า “การจ่ายเงินตามชิ้นงาน ควรจะนำมาใช้ เพื่อเป็นแรงจูงใจสำหรับคนงานที่ได้รับเลือกและได้รับการฝึกอบรมในการใช้วิธีการทางวิศวกรรม ตามมาตรฐานของงานประจำ” กิจกรรมข้อเสนอแนะจึงเป็นแรงจูงใจสำหรับพนักงานที่ต้องการ ผลตอบแทนต่อความคิดข้อเสนอแนะ ที่นอกไปจากผลตอบแทนที่ได้จากการทำงานประจำ (ปรีย วัชรวันทานนท์, 2541: 9)

Nishibori กล่าวถึงองค์ประกอบของการทำงานไว้ 3 ประการคือ

1. ความคิดสร้างสรรค์ (สนุกกับการใช้ความคิด)
2. กิจกรรมทางกาย (สนุกกับการทำงานที่ใช้ริยาบถ)
3. การเข้าสังคม (สนุกกับการแบ่งปันความสุขและความทุกข์กับเพื่อนร่วมงาน)

การทำงานเป็นกิจกรรมทางกายที่มักถูกละเลยในแง่สังคม เพราะมีการกำหนดให้การทำงานขึ้นกับระบบงาน รวมทั้งถูกประเมินในรูปของตัวเงินเท่านั้น การทำงานภายใต้เงื่อนไขด้าน ความคิดสร้างสรรค์และเงื่อนไขด้านสังคมถูกละเลย จะทำให้พนักงานขาดความเอาใจใส่ ไม่ทุ่มเท ให้งานเพราะต้องทำตามมาตรฐาน จะทำให้พนักงานขาดความเอาใจใส่ เกิดความเบื่อหน่าย ขาด ความสุขในชีวิต กิจกรรมข้อเสนอแนะช่วยให้พนักงานสนุกกับการใช้ความคิดที่จะปรับปรุง สภาพแวดล้อมการทำงานให้ดีขึ้นให้เหมาะสมกับตนเอง อีกทั้งการเสนอแนะแบบกลุ่มยังช่วยให้ เกิดสังคมในกลุ่มผู้ร่วมงานอีกด้วย

Herzberg ได้เสนอวิธีการออกแบบงานใหม่ที่ใช้ชื่อว่า วิธีการเพิ่มปัจจัยจูงใจในงาน (Orthodox Job Enrichment) โดยใช้วิธีเพิ่มงานที่จูงใจและน่าพอใจ เรียกทฤษฎีนี้ว่า Motivation Hygiene Theory ทฤษฎีนี้กล่าวถึงปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) และปัจจัยอนามัย (Hygiene Factor) ซึ่งทั้งสองปัจจัยจะช่วยให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ ของงาน โดยวิธีที่จะเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานจะเน้นที่ปัจจัยจูงใจ 3 ประการ คือ

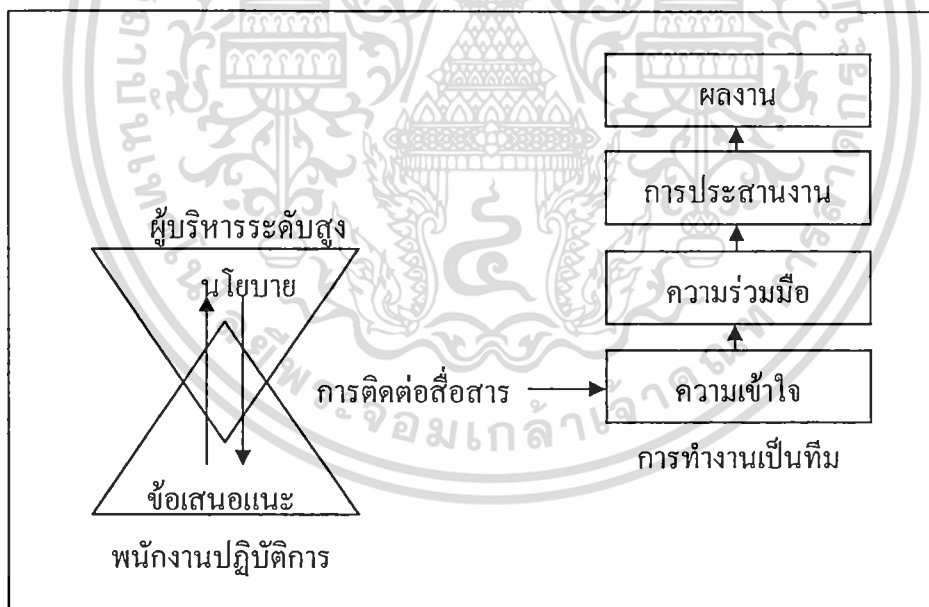
1. ลักษณะงาน (ความรับผิดชอบ โอกาสในการก้าวหน้า)
2. ความสำเร็จ
3. การยอมรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเสนอแนะความคิดเห็นของพนักงาน ช่วยให้พนักงานได้กำหนดลักษณะงานของตน พนักงานจะนำเอาข้อเสนอแนะไปทดลองปฏิบัติ หากประสบความสำเร็จช่วยให้ลักษณะงานง่ายขึ้นก็ทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานดีขึ้น พนักงานรู้สึกพึงพอใจในการทำงานเนื่องจากเป็นความคิดของตน อีกทั้งยังได้รับความยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

2.5.4 กิจกรรมข้อเสนอแนะกับการทำงานเป็นทีม

การทำงานเป็นทีมดีหรือไม่ต้องดูที่ผลงาน ส่วนผลงานนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการของฝ่ายต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือที่เกิดจากความเข้าใจในหมู่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งความเข้าใจนั้นมีผลมาจากการสื่อสารเป็นสำคัญ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารนั้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการทำงานระดับล่างส่งข้อเสนอแนะเป็นจำนวนมาก จะทำให้ผู้บริหารระดับบนทราบถึงปัญหาจากเนื้อหาในข้อเสนอแนะก็ดี หรือจากจำนวนข้อเสนอแนะที่บอกให้ทราบถึงการประสานงานของหัวหน้างาน และพนักงานระดับปฏิบัติการ หากมีการประสานงานที่ดีก็ย่อมมีผลงานดีๆ จำนวนมาก ในขณะเดียวกันหัวหน้างานก็จะทราบปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกน้อง ก็จะทำให้ข้อคิดเห็นในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา ส่วนผู้บริหารระดับบนก็สามารถนำข้อมูลที่ได้ มาประเมินความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับนโยบายและปรับปรุงการติดต่อสื่อสารจากบนลงสู่ระดับล่าง ความสัมพันธ์ของข้อเสนอแนะกับการทำงานเป็นทีมดังกล่าวแสดงดังภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 แสดงความสัมพันธ์ของข้อเสนอแนะกับการทำงานเป็นทีม

ที่มา : เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2536 : 138)

2.5.5 กิจกรรมข้อเสนอแนะกับการให้รางวัล

กิจกรรมข้อเสนอแนะมีรูปแบบการให้รางวัล ที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของความคิดของ Maslow การให้เงินรางวัลสำหรับการส่งข้อเสนอแนะสามารถตอบสนองความต้องการทางกายภาพได้ แต่หากพนักงานมีรายได้สูงอยู่แล้ว อิทธิพลของเงินต่อพฤติกรรมก็จะน้อยลง กิจกรรมข้อเสนอแนะส่งเสริมให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัยมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการความปลอดภัย การให้ความยอมรับและชื่นชมของหัวหน้างาน ตอบสนองความต้องการทางสังคมได้ การประกาศเกียรติคุณสำหรับผู้ส่งข้อเสนอดีเด่นโดยประธานบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการการเคารพยกย่อง นอกเหนือจากหน้าที่การงานเดิมของตน โดยเสนอแนะความคิดเห็นและแนวทางปฏิบัติผ่านกิจกรรมข้อเสนอแนะ หากได้รับความเห็นชอบก็สามารถนำไปปฏิบัติ เป็นการตอบสนองความต้องการความสำเร็จได้เช่นกัน

2.5.6 วัตถุประสงค์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ

กิจกรรมข้อเสนอแนะมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (กฤษฎ์ อุทัยรัตน์, 2537: 17)

1. พัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงาน
2. เพิ่มคุณภาพในตัวพนักงานให้มีความรู้และความสามารถสูงขึ้น
3. เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารงาน
4. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานได้ดียิ่งขึ้น
5. เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. เพิ่มคุณภาพของงาน

สำหรับเนื้อหาหลักของข้อเสนอแนะตามกิจกรรมข้อเสนอแนะของบริษัทต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่น มีดังนี้

1. การปรับปรุงงานของพนักงานเอง
2. การประหยัดพลังงาน วัสดุ ทรัพยากรอื่นๆ
3. การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของการทำงานและสถานที่ทำงาน
4. การปรับปรุงในเรื่องเครื่องจักรและขั้นตอนการทำงาน
5. การปรับปรุงในเรื่องเครื่องมือเครื่องใช้ที่คนงานใช้ในการทำงาน
6. การปรับปรุงในเรื่องภายในสำนักงาน
7. การปรับปรุงในเรื่องคุณภาพสินค้า
8. แนวความคิดสำหรับสินค้าใหม่
9. การบริหารลูกค้าและความสัมพันธ์ลูกค้า

2.5.7 ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะ

การดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ (ณรงค์เวทย์ วจนพานิช, 2541: 15-18)

1. นโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

ฝ่ายบริหารจะต้องมีนโยบายในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะที่ชัดเจน โดยให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณ และการดำเนินงานต่างๆ อย่างเอาใจจริงเอາจ้ง มุ่งเพื่อให้เกิดประโยชน์โดยแท้จริง โดยระบุวัตถุประสงค์ เป้าหมายของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้อย่างเด่นชัดไม่ว่าจะเป็นจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม จำนวนเรื่องที่พนักงานส่งมาเป็นข้อเสนอแนะ

2. การให้ความรู้และการกระตุ้นพนักงาน

หลังจากมีนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยชัดเจนแล้ว การให้ความรู้ในเรื่องการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมเป็นกลุ่มหรืออบรมรายบุคคลก็ตาม หัวข้อที่จะอบรมและให้ความรู้พนักงานได้แก่

- (1) นโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ของการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- (2) ประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- (3) การสร้างความคิดสร้างสรรค์
- (4) ความหมายและกติกาการส่งข้อเสนอแนะ ตลอดจนเกณฑ์ในการตัดสิน ข้อเสนอแนะ และการมอบรางวัล
- (5) การใช้แบบฟอร์มข้อเสนอแนะ
- (6) การค้นคว้าหัวข้อข้อเสนอแนะ และแนวทางแก้ไข

นอกจากนี้ การกระตุ้นพนักงานให้เข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยความสมัครใจเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะช่วงของการเริ่มกิจกรรมข้อเสนอแนะ บางครั้งผู้บริหารอาจจะลงไปชี้หรือเสนอปัญหาให้พนักงานพิจารณาและกระตุ้นให้พนักงานเขียนข้อเสนอแนะกลับมา

3. แบบฟอร์ม โดยกิจกรรมข้อเสนอแนะ อาจมีกิจกรรมเสนอข้อเสนอแนะได้ในหลายวิธี เช่น

- (1) โทรศัพท์สายด่วน
- (2) เสนอโดยการเขียนเป็นบันทึกภายใน
- (3) เสนอผ่านแบบฟอร์มข้อเสนอแนะ
- (4) เสนอด้วยวาจาบอกกล่าว

สำหรับวิธีที่นิยมและสะดวกต่อการดำเนินการมากที่สุด คือ การเสนอผ่านแบบฟอร์ม ข้อเสนอแนะซึ่งถูกออกแบบให้กรอกรายละเอียดข้อมูลของพนักงาน สังกัด สภาพปัญหาปัจจุบัน ข้อเสนอแนะให้การแก้ไขปรับปรุง การประเมินผล การบันทึกการให้รางวัล การบันทึกการนำไปปฏิบัติ ทั้งนี้ยังสามารถเก็บข้อมูลสำหรับติดตาม และประเมินผลของกิจกรรมข้อเสนอแนะได้อีกด้วย

4. กล้องหรือผู้คอยรับข้อเสนอแนะ

เมื่อพนักงานมีข้อเสนอแนะที่จะเสนอ องค์การจะต้องกำหนดผู้คอยรับข้อเสนอแนะและแจ้งให้ทราบโดยทั่วกันว่า พนักงานสามารถส่งข้อเสนอแนะได้ที่ไหน กับใคร วิธีการหนึ่งที่นิยมใช้คือ การจัดทำกล่องรับข้อเสนอแนะ และติดไว้ตามจุดต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถส่งข้อเสนอแนะได้ตลอดเวลา บางบริษัทมีการสร้างกล่องรับข้อเสนอแนะเคลื่อนที่เพื่อเป็นการกระตุ้นพนักงานให้เข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะอีกทางหนึ่งด้วย

5. คณะกรรมการพิจารณาและประเมินผลคุณค่าความคิด และตัดสินใจให้รางวัล

ข้อเสนอแนะต่างๆ จะได้รับการพิจารณา และประเมินผลคุณค่าของความคิดในข้อเสนอแนะพร้อมกับการตัดสินใจให้รางวัล โดยคณะกรรมการพิจารณาที่ถูกแต่งตั้งโดยเลือกสรรจากพนักงานที่มี ความรู้ในกิจกรรมข้อเสนอแนะกรรมการบางส่วนอาจไม่มี ความชำนาญในเรื่องงาน แต่ต้องเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะ ทั้งนี้จำนวนกรรมการในคณะกรรมการไม่มีการระบุชัดเจนแน่นอนว่าจะต้องมีจำนวนเท่าใด

6. หลักเกณฑ์และวิธีการในการดำเนินการลงทะเบียน การตอบรับ การประเมินผลให้คะแนน และการให้รางวัลคณะกรรมการพิจารณาจะประเมินผลคุณค่าของความคิดและตัดสินใจให้รางวัลจะต้องมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลและให้รางวัลในทิศทางเดียวกัน เป็นเกณฑ์เดียวกันที่ถูกตั้งขึ้นตามหลักการของกิจกรรมข้อเสนอแนะเช่นเดียวกับวิธีการในการดำเนินการลงทะเบียน การตอบรับและการให้รางวัลต้องมีความชัดเจนและเปิดเผยได้ หลักเกณฑ์การประเมินผลโดยทั่วไปได้แก่

- (1) ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดริเริ่ม
- (2) การคิดแปลก
- (3) ผลทางอ้อม
- (4) การนำไปปฏิบัติจริง
- (5) การลดค่าใช้จ่ายหรือการประหยัด หรือผลทางเศรษฐกิจ

ในบางองค์การอาจพิจารณาคุณค่าความคิดในข้อเสนอแนะโดยเปรียบเทียบกับระดับของพนักงานที่เสนอข้อเสนอแนะนั้นๆ ด้วย

ในส่วนของการลงทะเบียนจะมีการให้เลขที่ของข้อเสนอแนะในแต่ละเรื่อง โดยความหมายของเลขที่ข้อเสนอแนะอาจถูกนำไปประยุกต์เพื่อติดตามผลด้านอื่นๆ ต่อไป ข้อเสนอแนะทุกเรื่องจะต้องดำเนินการให้ผลย้อนกลับแก่พนักงานผู้เสนอทุกครั้ง ไม่ว่าจะผ่านหรือไม่ได้รับการตอบรับหรือไม่ก็ตาม สำหรับการให้คะแนนและให้รางวัลมีความแตกต่างในแต่ละองค์การที่นำไปใช้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละองค์การด้วย บางองค์การประเมินข้อเสนอแนะเป็นเพียง 2 ระดับ คือ ผ่านกับไม่ผ่าน บางองค์การ มีการแยกระดับของการยอมรับข้อเสนอแนะ และให้รางวัลเป็นหลายระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. รางวัลตอบแทนความคิดที่ดี

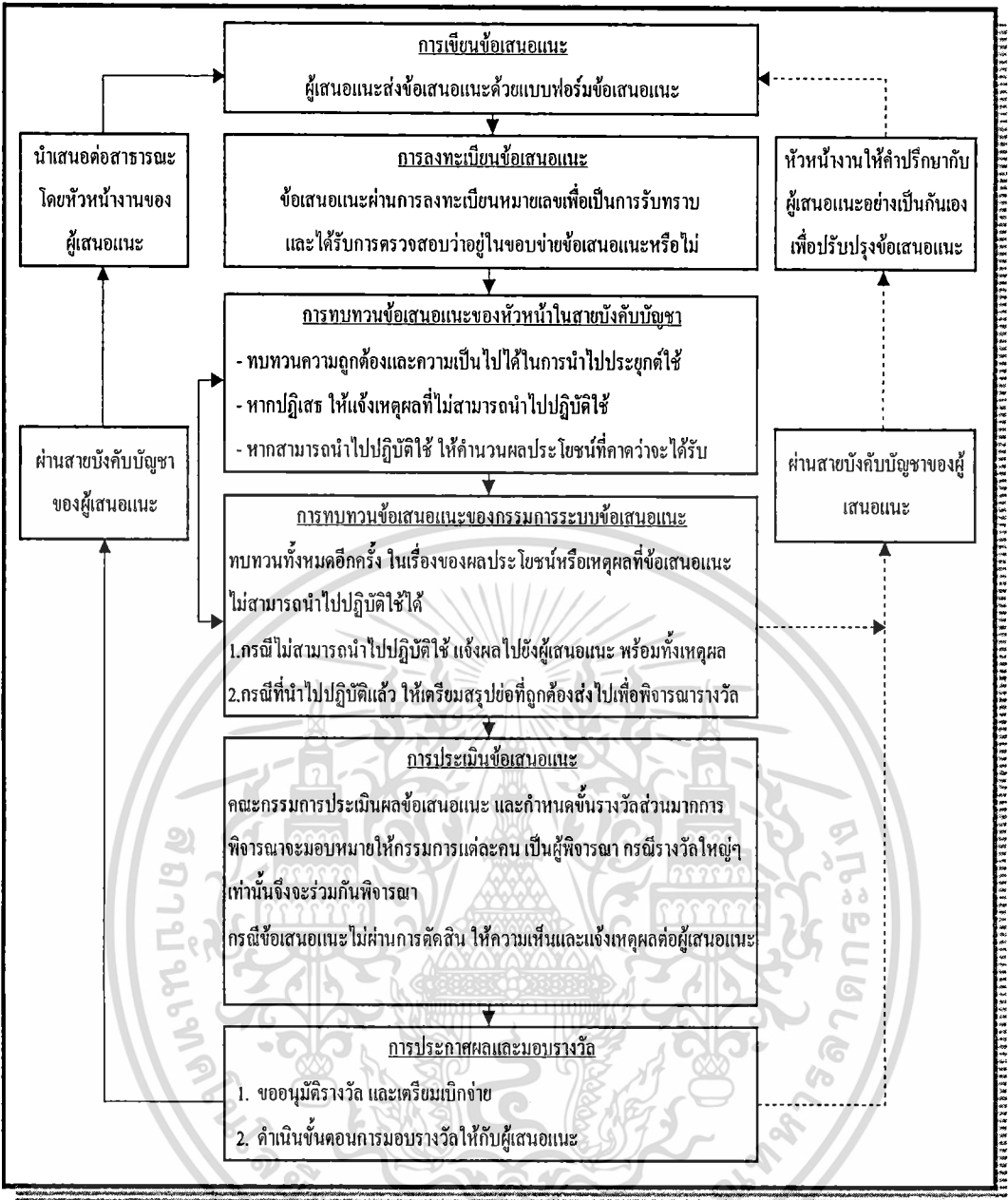
เมื่อข้อเสนอแนะได้รับการยอมรับจากคณะกรรมการพิจารณา พนักงานผู้เสนอแนะนั้นจะได้รับรางวัลเป็นการตอบแทน กิจกรรมข้อเสนอแนะแบบสหรัฐอเมริกาจะเน้นในเรื่องผลทางเศรษฐกิจมาก การให้รางวัลเล็กน้อยแปรผันตามผลของข้อเสนอแนะแต่ละเรื่อง เช่นหากข้อเสนอแนะดังกล่าวสามารถทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า ก็จะได้รับผลตอบแทนเป็นรางวัลมากกว่า ขณะที่กิจกรรมข้อเสนอแนะแบบญี่ปุ่นเน้นเรื่องความพอใจ การใส่ใจพนักงานมากกว่าผลทางเศรษฐกิจ โดยกำหนดเป็นผลตอบแทนคงที่สำหรับทุกข้อเสนอแนะทุกข้อแม้ว่าข้อเสนอแนะนั้นจะให้ผลทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน

8. กิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

กิจกรรมส่งเสริม และประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นพนักงานให้เข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งซึ่งทำให้กิจกรรมข้อเสนอแนะมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอด เป็นการแจ้งข่าวสารต่างๆ ในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ในองค์กรมีการจัดป้ายประกาศป้ายโฆษณาเรื่องกิจกรรมข้อเสนอแนะ และบางองค์กรมีการจัดประชาสัมพันธ์ถึงการมอบรางวัลรางวัลพิเศษต่างๆ การแจ้งข่าวสารข้อมูลกิจกรรมข้อเสนอแนะที่น่าสนใจเป็นพิเศษ ตลอดจนผลการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะขององค์กร

9. การติดตามและประเมินผลเป็นระยะๆ

เมื่อดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะแล้ว ฝ่ายบริหารและผู้รับผิดชอบกิจกรรมข้อเสนอแนะจะเก็บรวบรวมข้อมูล มีการติดตามผลในด้านต่างๆ เช่น การรับรู้ เข้าใจในกิจกรรมข้อเสนอแนะของพนักงาน การเข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ การนำข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะต่อไป ทั้งนี้ ผลส่วนใหญ่ถูกประเมินในด้านการเข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะของพนักงาน จำนวนเรื่องของข้อเสนอแนะ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร เป็นต้น



ภาพที่ 2.12 ขั้นตอนของกิจกรรมข้อเสนอแนะ และช่องทางของข้อเสนอแนะ
ที่มา : ปรีย วัชรวันทนนท์ (2541: 17)

2.5.8 การเขียนข้อเสนอแนะ

วีรพจน์ ลือประสิทธิ์กุล (2536 : 26-34) กล่าวว่า โดยทั่วไปข้อเสนอแนะไม่มีแบบฟอร์มที่แน่นอน แต่เพื่อความสะดวกต่อคณะกรรมการในการประเมินข้อเสนอแนะให้ทำได้ง่ายและสะดวก คณะกรรมการจะจัดทำแบบฟอร์มมาตรฐาน ซึ่งในแบบฟอร์มจะประกอบด้วยหัวข้อหลักที่จำเป็นต่อการประเมินดังนี้ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สภาพก่อนการปรับปรุง เป็นการเขียนสภาพปัจจุบัน ซึ่งให้เห็นว่าเหตุใดจึงเป็นปัญหาที่ทำให้คิดว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องได้รับการปรับปรุง

2. การดำเนินการปรับปรุงหรือสาระของการปรับปรุง เป็นการเขียนวิธีการแก้ไขปัญหาหรือวิธีการปรับปรุง ในส่วนนี้จะแสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ของผู้เสนอแนะ ซึ่งให้เห็นถึงความเข้าใจในปัญหาของผู้เสนอแนะได้เป็นอย่างดี

3. ประสิทธิภาพหลังการปรับปรุง ผลที่คาดว่าจะได้รับการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่คำนวณได้ หักกับค่าใช้จ่ายแล้วประเมินเป็นผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในปีแรกถูกแสดงไว้ในส่วนนี้

ซึ่งทั้งสามหัวข้อถือเป็นปัจจัยหลัก ที่ทำให้คณะกรรมการเข้าใจถึงความคิดสร้างสรรค์ของผู้เสนอ และเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นที่องค์การจะได้รับ

2.5.9 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาไว้ในองค์การ

อัมพิกา ไกรฤทธิ (2534: 99-100) ได้กล่าวว่ากิจกรรมข้อเสนอแนะจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ฝ่ายบริหารจะต้องพยายามช่วยพนักงานให้ทำข้อเสนอแนะ ไม่ว่าจะล้ำสมัยอย่างไรก็ตามเพื่อให้งานของพนักงานและสำนักงานและสถานที่ทำงานดีขึ้น วิธีการนี้ช่วยทำให้พนักงานมองหาช่องทางในการทำงานของเขา

2. ฝ่ายบริหารจะต้องเน้นเรื่องการศึกษาและฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถคิดข้อเสนอแนะที่ดีขึ้น โดยการเรียนรู้วิเคราะห์ปัญหาและสิ่งแวดล้อม

3. ภายหลังจากที่พนักงานมีความสนใจ และได้รับการศึกษาและฝึกอบรมแล้วฝ่ายบริหารจะต้องคำนึงถึงผลตอบแทนของข้อเสนอแนะ

ประวิทย์ จงวิศาล (2537: 20) ได้กล่าวถึงข้อควรระวังในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

1. ความกระตือรือร้นของผู้ริเริ่มโครงการ และของพนักงานเริ่มลดลง
2. ขาดกิจกรรมส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง
4. พนักงานและผู้บริหารไม่เข้าใจกิจกรรมข้อเสนอแนะอย่างแท้จริง
5. ขาดความรวดเร็วในการพิจารณาข้อเสนอแนะ
6. ชักช้าในการนำความคิดไปทดลองปฏิบัติ
7. รางวัลไม่น่าสนใจ

2.5.10 หลักสำคัญในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะให้มีประสิทธิภาพ

การที่จะให้กิจกรรมข้อเสนอแนะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องค้นคว้าหาความรู้ในขั้นแรกอย่างทั่วถึง และวางแผนอย่างรอบคอบละเอียดถี่ถ้วน ให้เวลาและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินทุนที่เพียงพอที่จะพัฒนาระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพสูง ส่วนมากจะพบว่าเมื่อระบบดำเนินไปเป็นระยะเวลาหนึ่งมักจะถูกปล่อยวางไม่เอาจริงเอาจัง การดำเนินระบบเป็นครั้งคราวไม่เอาใจใส่อย่างจริงจังจะก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี หลักสำคัญ 3 ประการที่จะช่วยให้ระบบสามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพดังนี้ (ปรีช วัชรวันทนนท์, 2541: 25)

1. หลักโครงสร้าง (Organization Features)

วิธีการและแผนงานต่างๆ จะสำเร็จลงได้ต้องอาศัยความสนับสนุนเต็มที่ และอย่างต่อเนื่องจากผู้บริหารระดับสูง หลังจากที่ผู้บริหารระดับสูงได้พิจารณาวัตถุประสงค์ของกิจกรรม ข้อเสนอแนะตามลำดับความสำคัญแล้ว แผนงานที่กำหนดขึ้นตามมาจะต้องสอดคล้องกับแผนและนโยบายอื่นๆ ขององค์การด้วยการจัดโครงสร้างองค์การมีความสำคัญหลัก ดังนี้คือ

1) กิจกรรมข้อเสนอแนะจะทำหน้าที่ได้ดี ถ้าฝ่ายบริหารถูกจัดไว้ในระดับสูงและไม่ขึ้นต่อสายการผลิต

2) ผู้ทรงคุณวุฒิที่พอเพียงและผู้ช่วยงานเสมียนต้องทำงานเต็มเวลา ในการศึกษาระบบและพัฒนาแผน ไม่ควรทำอย่างเร่งรีบ ควรทำกำหนดการล่วงหน้าไว้อย่างน้อย 6 เดือน

3) ฝ่ายบริหารกิจกรรมข้อเสนอแนะควรมาจากทุกๆ ส่วนขององค์การ คณะกรรมการประเมินข้อเสนอแนะควรเป็นผู้บริหารระดับบนจากฝ่ายต่างๆ เช่น ฝ่ายบุคคล การเงิน วิศวกรรม การผลิต ฝ่ายขาย เป็นต้น ตัวแทนจากฝ่ายต่างๆ ต้องถูกกำหนดให้ทำหน้าที่อย่างเป็นทางการ

2. หลักกลไก (Mechanical Features)

หลักกลไก หรือหลักเกณฑ์สำคัญ ที่เป็นเสมือนกลไกที่ขับเคลื่อนให้ระบบสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง มีหลักดังนี้คือ

1) กำหนดเกณฑ์การจ่ายรางวัลขั้นต่ำและรางวัลสูงสุด

2) มอบอำนาจให้กับคณะกรรมการหรือเจ้าของบุคคลเพื่อทำหน้าที่อนุมัติรางวัล

3) ออกรายงานเพื่ออำนวยความสะดวกการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะหรือไม่

4) แยกแยะสิทธิของลูกจ้างและนายจ้างต่อข้อเสนอแนะให้ชัดเจน

3. หลักนโยบาย (Policy Features)

การกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สำคัญให้กับกิจกรรมข้อเสนอแนะ ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งก่อให้เกิดความยุติธรรมต่อทุกฝ่าย เป็นการช่วยให้การจัดการระบบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หลักนโยบายหรือหลักที่ใช้กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สำคัญของกิจกรรมข้อเสนอแนะมีหลักดังนี้คือ

1) ใช้นโยบายการจ่ายรางวัลที่เปิดกว้างเกี่ยวกับรางวัลขั้นต่ำและรางวัลสูงสุด เนื่องจากเมื่อวันเวลาผ่านไป แนวโน้มของรางวัลจะสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยมากอัตราการจ่ายรางวัลอยู่ในช่วงร้อยละ 10 ถึง 15 ของผลตอบแทนที่ประหยัดได้จากข้อเสนอแนะในปีแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) นำข้อเสนอแนะไปปรับใช้ทันที

3) หน้าที่ความรับผิดชอบในการปรับใช้ข้อเสนอแนะ ต้องขึ้นอยู่กับสายบังคับบัญชาที่ประยุกต์ใช้ข้อเสนอแนะนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความสับสนของโครงสร้างองค์กร

4) การมอบรางวัลเป็นการสร้างความภูมิใจให้กับผู้เสนอแนะ ซึ่งควรโดยผู้บังคับบัญชาที่มีความน่าเชื่อถือเป็นการสร้างบรรยากาศที่ชักชวนให้เกิดการปรับปรุง การมอบรางวัลสามารถให้คุณค่าได้มากกว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมบางอย่างเสียอีก ในการมอบรางวัลใหญ่บ่อยครั้งที่ประธานบริษัทจะเป็นผู้มอบในช่วงพักกลางวัน หรือหลังเลิกงาน การจัดบอร์ดในองค์กร ลงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รวมทั้งมีการจัดงานเลี้ยงประจำปีให้กับผู้เสนอแนะ

5) ตัดสินใจว่าควบคุมแบบรวมศูนย์สำหรับองค์กรเล็กๆ หรือควบคุมแบบกระจายศูนย์สำหรับองค์กรใหญ่ ทั้งสองนโยบายสามารถกระทำได้แต่แบบรวมศูนย์ มีข้อดีกว่าดังนี้

(1) มีรูปแบบเดียวสามารถปฏิบัติได้กับพนักงานทุกคน

(2) สามารถแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ข้อเสนอแนะที่ส่งเข้ามาได้อย่างกว้างขวาง

(3) รายงานสามารถแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแต่ละส่วน ช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงจัดการส่วนที่ไม่ประสบผลตามความคาดหวังได้

(4) ผู้บริหารสามารถให้เหตุผลได้อย่างเต็มที่

(5) ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนและการประเมินข้อเสนอแนะ

6) กำหนดหลักเกณฑ์ให้ชัดเจนสำหรับผู้ที่มิสิทธิส่งข้อเสนอแนะได้ หลายองค์กรไม่อนุญาตให้บุคคลที่ทำงานตามสายอาชีพส่งข้อเสนอแนะได้ หลายองค์กรไม่อนุญาตให้บุคคลที่ทำงานตามสายอาชีพส่งข้อเสนอแนะเช่น วิศวกร นักวิจัย เนื่องจากเป็นหน้าที่ตามสายงานอยู่แล้วที่ต้องพัฒนา รวมถึงผู้บริหารระดับสูงและช่างเทคนิค

7) ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม และใจกว้างของผู้บริหารเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ผู้เสนอแนะมีความรู้สึกว่าการเสนอแนะของเขาได้รับการพิจารณาอย่างเพียงพอจากระบบ มิฉะนั้นแล้วจะก่อให้เกิดความรู้สึกในทางลบ

8) หัวหน้างานไม่ควรคัดค้านหรือมีอคติต่อข้อเสนอแนะของพนักงาน อย่างไรก็ตามในหลายองค์กรจัดให้มีรางวัลสำหรับหัวหน้าที่สนับสนุนลูกน้องของตน

9) การพิจารณาข้อเสนอแนะแต่ละชิ้นควรกระทำอย่างจริงจัง เป็นสิ่งสำคัญต่อแต่ละบุคคล ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาและการโต้แย้งในภายหลัง

10) หัวหน้าสายบังคับบัญชา และฝ่ายเทคนิคจะวิจารณ์การตัดสินใจของแต่ละฝ่ายเป็นเหตุให้เกิดความบาดหมางกัน ซึ่งไปเป็นผลดีต่อทีมงานทำลายความสัมพันธ์ผู้บริหารต้องสามารถอธิบายผลสรุปของการปรับปรุง อย่างน่าเชื่อถือให้กับทั้งสองฝ่ายได้เข้าใจว่าเป็นการสนับสนุนข้อเสนอแนะเกี่ยวข้องกับงาน เป็นหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายต้องช่วยกันเพราะว่าการสนับสนุนช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11) ข้อเสนอแนะที่ถูกปฏิเสธจากการประเมิน หลังจากนั้นด้วยความเผื่อใจบางคนอาจตั้งให้นำไปปฏิบัติแน่นอนโดยธรรมชาติแล้วผู้เสนอแนะได้เห็นยอมรับรู้สึกไม่สบายใจ แผนงานของระบบความกำหนดให้ชัดเจนว่าผู้เสนอแนะสามารถขอให้เปิดประเมินใหม่ได้ตลอดเวลา ในสถานการณ์นั้นหากข้อเสนอแนะถูกนำไปปฏิบัติแล้วผู้เสนอแนะควรได้รับการพิจารณา สิทธิของข้อเสนอแนะหลังจากถูกประเมินไม่ผ่านแล้วควรมีผลต่อไปอย่างน้อยหนึ่งหรือสองปี ขึ้นกับดุลพินิจเพื่อที่จะจ่ายรางวัลให้หากสามารถนำไปใช้ได้ภายหลัง ระยะเวลาดังกล่าวถือเป็นสิ่งจำเป็นในการกำหนดสิทธิของข้อเสนอแนะในกรณีที่มีผู้อื่นส่งข้อเสนอแนะที่เหมือนกันในภายหลัง

12) การขอหลักฐานจากผู้เสนอแนะในทันทีหากพบว่าข้อเสนอแนะที่ได้รางวัล มีข้อมูลไม่ตรงตามความเป็นจริง ไม่ควรริบหรี่ที่จะสอบถามความเป็นจริงจากผู้เสนอแนะโดยตรง

13) การตัดสินอย่างไม่มีหลักเกณฑ์โดยเฉพาะกับรางวัลเล็กๆ ก่อให้เกิดผลเสียได้

14) แผนส่วนมากต้องการลายเซ็นของผู้เสนอแนะ เพื่อให้จดจำว่ามีสัญญาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ หากเป็นไปได้อยากให้ผู้เสนอแนะอยู่ร่วมในการประเมินข้อเสนอแนะของเขาด้วย ถ้าหากมีความสัมพันธ์ที่กระหว่างผู้บังคับบัญชากับลูกน้องการทำเช่นนี้คงเป็นสิ่งที่พอใจหลายองค์การรับข้อเสนอแนะโดยไม่ต้องมีชื่อของผู้เสนอแนะ แต่โดยมากพนักงานก็ยังเซ็นชื่อลงในข้อเสนอแนะของเขา (ปริญ วัชรวันทนนท์, 2541: 26)

2.5.11 ประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ

พนักงานและบริษัทได้รับประโยชน์จากกิจกรรมข้อเสนอแนะดังนี้ (วีรพจน์, 2537: 6-7)

1. พนักงานมีสำนึกต่อปัญหาและสามารถเข้าใจเรื่องราว โดยการสร้างนิสัยชอบคิดให้กับพนักงาน เช่น ตะปูเพียงตัวเดียวก็จะมีสำนึก และมองเห็นคุณภาพ ต้นทุน ประสิทธิภาพและความปลอดภัย

2. ทำให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นจากข้อเสนอแนะ การเขียนข้อเสนอแนะจะทำให้เกิดพลังสร้างสรรค์ พลังวิเคราะห์ พลังคิดค้น พลังสมาธิ พลังการเขียน และเกิดความเชื่อมั่นต่อตนเองในที่สุด

3. ก่อให้เกิดประโยชน์ในสถานที่ทำงาน เมื่อข้อเสนอแนะได้รับการนำไปปฏิบัติทำให้การทำงานสะดวกและง่ายดายยิ่งขึ้นเพื่อนร่วมงานพึงพอใจ พนักงานผู้เสนอแนะก็จะเกิดความภาคภูมิใจ

4. เกิดประสิทธิผล การทำงานมีความสะดวก มีความปลอดภัย จังหวะการทำงานสอดคล้องกันดี ความผิดพลาดหมดไป ลดต้นทุนได้

5. พนักงานผู้เสนอข้อเสนอแนะได้รับการยอมรับ ยกย่องชมเชยจากเพื่อนร่วมงาน

6. พนักงานผู้เสนอได้รับเงินรางวัล ซึ่งทำให้เกิดความภาคภูมิใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความรู้เกี่ยวกับการทำงานลึกซึ้งยิ่งขึ้น มีความมุ่งมั่นต่ออนาคต และเกิดความมุ่งมั่นพยายาม

8. มนุษย์สัมพันธ์ในสถานที่ทำงานดีขึ้น เมื่อการทำงานสะดวกยิ่งขึ้นจากข้อเสนอแนะของพนักงานผู้นั้น หรือจากการปรับปรุงของเพื่อน ก็จะก่อให้เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีในสถานที่ทำงาน

2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

บริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2506 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นที่ 20 ล้านบาท จนถึง ณ ปัจจุบัน ได้ดำเนินธุรกิจมายาวนานจนถึง 47 ปี ด้วยทุนจดทะเบียนที่ 410 ล้านบาท และดำเนินธุรกิจโดยได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก บีโอไอนับได้ว่าเป็นฐานการผลิตข้ามชาติของกลุ่มบริษัท เอ็น เอช เค สปริง และได้พัฒนาจนปัจจุบัน

ด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงจากบริษัทแม่ เอ็น เอช เค สปริง ที่ญี่ปุ่น ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งสินค้าในอุตสาหกรรมรถยนต์ รถจักรยานยนต์ อุปกรณ์สำนักงาน อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่นๆ ความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างเรากับลูกค้า ผู้ร่วมค้า ผู้ถือหุ้นและพนักงานทุกคนคือสิ่งสำคัญ เราจะก้าวต่อไปข้างหน้าพร้อมกับสร้างจิตสำนึกแก่บุคลากร ในการรักษาดำเนินการของกลุ่มบริษัท เอ็น เอช เค สปริงให้เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าบริษัทดำเนินงานด้วยหลัก 4 ประการ ภายใต้หัวใจสำคัญของการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

1. ยืนหยัดความมั่นคงทางการเงิน
2. มุ่งมั่นเป็นผู้ผลิตสินค้าครบวงจรตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาจนถึงการผลิต
3. ได้รับการยอมรับจากลูกค้าด้าน QCDEM (คุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบสินค้า ระบบวิศวกรรม และการจัดการ)

4. พัฒนาบุคลากรเพื่ออนาคตของคนรุ่นต่อไป บริษัทจะสืบสานกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องพร้อมกับแก้ไขปัญหาชุมชนให้ได้ผลสำเร็จในทางปฏิบัติที่แท้จริง และร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งเราตระหนักมาโดยตลอด

ภารกิจของบริษัท : ก้าวสู่การเป็นบริษัทสากลที่ได้รับการยอมรับมาตรฐานคุณภาพระดับสากล ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค เป็นบริษัทที่มีวิศวกรรมการผลิตคุณภาพสูงซึ่งสามารถเพิ่มศักยภาพการผลิตและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า พัฒนาคุณภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

สโลแกน : ปรับพื้นฐานให้แข็งแกร่ง(เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน)

นโยบายบริษัท : การคำนึงถึงลูกค้า จะอยู่ในจิตสำนึกของพนักงานทุกระดับ.

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลและรักษาบุคลากรอย่างเป็นระบบ. ปรับปรุงระบบงานและฟังก์ชันที่สำคัญให้สอดคล้องกับการยกระดับศักยภาพองค์กร. สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีชีวิตชีวา.

2.6.1 โรงงาน ที่อยู่ในเครือบริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย)จำกัด

2.6.1.1 โรงงานชัสเพนชั่น สปริง (Suspension Spring)

โรงงานชัสเพนชั่น สปริง เป็นโรงงานผลิตชิ้นส่วนชัสเพนชั่นชั้นนำ ได้แก่ Leaf spring, Coil spring, Stabilizer bar และ Torsion bar ปัจจุบันรถยนต์ส่วนใหญ่ที่ประกอบในประเทศไทยใช้ชิ้นส่วนชัสเพนชั่นซึ่งผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ขณะนี้ส่วนผลิตชัสเพนชั่น สปริงได้เพิ่มศักยภาพของโรงงานโดยพัฒนาระบบการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่การออกแบบจนถึงการทดสอบ ในปี2546จึงได้ตั้งแผนกพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลผ่านเครือข่ายของฐานผลิตระหว่างญี่ปุ่น อเมริกาและไทย และสร้างระบบพัฒนาที่ทำงานตลอด24 ชั่วโมง ซึ่งใช้ข้อมูลทางเทคนิคของสปริงที่ผลิตในประเทศต่างๆร่วมกันโดย บริษัท เอ็นเอชเค สปริง(ประเทศไทย)จำกัด มีบทบาทสำคัญในกลุ่มบริษัท บริษัท เอ็นเอชเค สปริง(ประเทศไทย)จำกัดได้รับการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO/TS 16949 และ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

2.6.1.2 โรงงานเบาะและภายใน (Seat & Interior)

ส่วนผลิตเบาะรถยนต์เป็นโรงงานที่สร้างขึ้นในปี 2533 โดยผลิตชิ้นส่วนภายในรถยนต์ ได้แก่ Seat, Door Trim, Headlining, Sun visor, Slide และ Recliner, Spring trunk open และ Rearpackage

ส่วนผลิตเบาะรถยนต์ ได้ตั้งแผนกพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ในปี 2523 โดยส่งวิศวกรจำนวนมากไปเรียนทักษะการออกแบบขั้นสูงที่ญี่ปุ่นปัจจุบัน โรงงานเบาะและภายในรถยนต์มีศักยภาพการผลิตครอบคลุมทุกกระบวนการตั้งแต่การออกแบบและพัฒนาไปจนถึงการผลิตและทดสอบระบบการผลิตครบวงจรสามารถลดเวลาและต้นทุนและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว กล่าวได้ว่า โรงงานเบาะและภายในรถยนต์เป็นผู้บุกเบิกกระบวนการผลิตครบวงจรในประเทศไทยโรงงานเบาะและภายใน ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO/TS 16949 และ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

2.6.1.3 โรงงานเบาะบ้านโพธิ์ (Seat Banpho)

โรงงานบ้านเบาะโพธิ์เป็นโรงงานแห่งใหม่ที่ผลิตเบาะสำหรับรถกระบะ ก่อตั้งเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2550 โรงงานแห่งนี้เป็นโรงงานต้นแบบในการใช้ระบบ TPS หรือ Total Production System ในการผลิต โดยมีรากฐานมาจาก Toyota Production System ระบบการผลิตนี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยลดความสูญเปล่าของเวลาและของเสียในการผลิต ส่วนผลิตเบาะรถยนต์ได้นำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการ TPS มาทดลองใช้ในยุควิกฤตเศรษฐกิจ จนปัจจุบันนี้ได้นำมาใช้ทั่วทุกโรงงานของบริษัท โรงงานเบะบ้านโพธิ์ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ทั้งระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO-9000: 2000 และ ISO 14001 มาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

2.6.1.4 โรงงานพรีซิชั่น สปริง และฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ (Precision spring & Hard Disk Drive:HDD)

ส่วนผลิตพรีซิชั่นสปริง มีโรงงานผลิตพรีซิชั่นสปริงและโรงงานฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ (HDD) ส่วนผลิตพรีซิชั่นสปริงเรียกว่าเป็น “ร้านขายสปริง” เพราะเป็นแห่งเดียวในประเทศไทยที่ผลิตสปริงหลากหลายชนิดตั้งแต่สปริงรถยนต์จักรยานยนต์ไปจนกระทั่งสปริงที่ใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ตั้งแต่ปี 2540 เริ่มผลิตชิ้นส่วน ฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ ซึ่งปัจจุบันสร้างยอดขายให้กับโรงงานมากที่สุด ชิ้นส่วนฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ ที่เราผลิตได้แก่ C-rings, HDD covers, Wavy washer, HDD coil support, carriage assembly, HSA spacer และ Top clamp แม่พิมพ์ “คานากาตะ” คือหัวใจสำคัญในการผลิต ฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ แต่ในประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตแม่พิมพ์นี้ได้ เพราะต้องใช้ความชำนาญและเทคโนโลยีขั้นสูง ส่วนผลิตพรีซิชั่นสปริงส่งวิศวกรไปฝึกทักษะญี่ปุ่นจนสามารถออกแบบแม่พิมพ์ได้เองตั้งแต่ปี 2542 และในปัจจุบันก็สามารถผลิตแม่พิมพ์ได้เอง บางส่วน โรงงาน พรีซิชั่น สปริง และฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO/TS 16949, ISO-9000 : 2000 และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

2.6.1.5 โรงงานดิสก์ไดรฟ์ซัสเพนชัน (Disk Drive Suspension:DDS)

การที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนไอทีเข้ามาตั้งฐานผลิตในประเทศไทย บริษัทจึงถึงเห็นโอกาสทางธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า จึงตัดสินใจผลิตสินค้าครบวงจรทั้งชิ้นส่วนฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ และDDS หรือ ดิสก์ไดรฟ์ซัสเพนชัน ชิ้นส่วน DDS ประกอบด้วย Flexure, hinge, Load beam และ Base plate ซึ่งผลิตด้วยเครื่องจักรทันสมัยที่ควบคุมการทำงานด้วยระบบ Semi-Automatic System (หรือระบบกึ่งอัตโนมัติ) และมีกระบวนการตรวจเช็คชิ้นงานด้วยสายตาซึ่งใช้กล้องไมโครสโคปที่มีความละเอียดสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วโลก ส่วนผลิตดิสก์ไดรฟ์ซัสเพนชันจึงถูกก่อตั้งขึ้นในเดือนมกราคม 2549 และได้เริ่มผลิตสินค้าในเดือนสิงหาคม 2549 ที่นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์

โรงงานดิสก์ไดรฟ์ซัสเพนชัน ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO-9000 : 2000 และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาบริษัท ด้วยการสร้างรากฐานด้านทรัพยากรบุคคลให้แข็งแกร่ง คือนโยบายจากประธานใหญ่ของ บริษัท เอ็นเอชเค สปริง(ประเทศไทย)จำกัด ดังนั้นบุคลากรของบริษัทจึงต้องมีการพัฒนาตัวเองตลอดเวลา ประธานใหญ่มีดำริให้ก่อตั้งศูนย์ฝึกอบรมในบริเวณโรงงานเบะบ้านโพธิ์ซึ่งเปิดในเดือนมีนาคม 2550 ศูนย์ฝึกอบรมมีจุดประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเรียนรู้และเพิ่มทักษะของพนักงานทุกระดับ โดยมีหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับพนักงานและผู้บริหารซึ่งเนื้อหาจะเน้นด้านนโยบายของบริษัทเป็นหลัก ได้แก่ QCDESM 5ส หรือ คุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบสินค้า วิศวกรรม ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการ และ 5ส ศูนย์ฝึกอบรมแห่งนี้ประกอบด้วยห้องฝึกอบรมสำหรับพนักงานจำนวนหลายห้อง ส่วนแรกเป็น ห้องประชุมขนาดใหญ่ซึ่งมีอุปกรณ์พร้อม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ห้อง ใช้สำหรับการอบรมด้าน ทฤษฎีสำหรับพนักงานทุกระดับ มีห้องประชุมที่เรียกว่า ห้องเธียร์เตอร์ มีเก้าอี้ปรับเอนและจุได้ 56 ที่นั่ง พร้อมอุปกรณ์ภาพและเสียง บริษัทจัดให้มีการสัมมนาผู้บริหารและหัวหน้างานที่ห้องนี้ และ ยังมีโครงการที่จะอบรมคอมพิวเตอร์แก่พนักงานอีกด้วย ส่วนที่สองคือห้องฝึกอบรมภาคปฏิบัติ สำหรับพนักงานผลิต เช่น ห้องฝึกอบรม TPS ซึ่งจะมีแบบจำลองการผลิตให้พนักงานฝึกปฏิบัติ ทำให้พนักงานเข้าใจภาพรวมของการทำงานทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการผลิต หัวข้อการ ฝึกอบรมอื่นๆ ได้แก่ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม 5ส การควบคุมคุณภาพและการรับประกัน คุณภาพก็จัดฝึกอบรมที่นี้เช่นกัน ศูนย์ฝึกอบรมจึงเป็นสถานที่สำหรับพนักงานได้เรียนรู้โดยการ “ปฏิบัติจริง” ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท เอ็นเอชเค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความสำคัญกับการศึกษาในระดับผู้บริหารเช่นกันเพราะพวกเขาคือผู้นำใน การพัฒนาบริษัท จึงจัดให้มีหลักสูตรสำหรับพนักงานตั้งแต่ระดับผู้จัดการแผนก ผู้จัดการฝ่าย และ ผู้บริหารระดับสูง หลักสูตรการฝึกอบรมได้แก่ ด้านคุณภาพ การลดต้นทุน TPS และการบริหาร การจัดการ

โดยมีการอบรมที่ศูนย์ฝึกอบรมของบริษัทและวิทยากรคือผู้บริหารระดับสูงที่มี ประสบการณ์ ซึ่งประธานใหญ่ของบริษัทได้เป็นวิทยากรในการสัมมนาผู้บริหารแล้วหลายครั้ง นอกจากนี้บริษัทได้ส่งผู้บริหารเข้าร่วมสัมมนากับสถาบันที่มีชื่อเสียงเพื่อให้พนักงานมี ประสบการณ์และวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการบริหารจัดการเพิ่มขึ้น บริษัทให้ความสำคัญกับความเป็น ผู้นำของพนักงานคนไทย

คุณภาพเป็นหัวใจหลัก ในการผลิตสินค้า ใช้ระบบควบคุมคุณภาพในกระบวนการ ผลิตเพื่อผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสูงสุด เช่น โรงงานเบาะรถยนต์ ในกระบวนการประกอบเบาะ รถยนต์จะต้องรับประกันคุณภาพและความปลอดภัย 100% โดยใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมแรงบิดของ สกรูในการยึดเบาะรถยนต์ทุกจุด หากไม่ยึดสกรูตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ เครื่องจักรจะหยุด อัตโนมัติ และไม่สามารถทำงานต่อไปในขั้นตอนต่อไปกล่าวได้ว่า ด้วยระบบควบคุมโดยคอมพิวเตอร์ นี้ทำให้ไม่มีของเสียในกระบวนการผลิตบริษัทนำระบบประกันคุณภาพนี้มาใช้กับสายการผลิต จำนวนมาก

นอกจากนี้ “วัฒนธรรมแห่งคุณภาพ” ก็เป็นสิ่งที่ยึดถือตลอดมาซึ่งประกอบด้วยหลัก 5 ประการ หนึ่งคือ ลูกค้าสำคัญที่สุด สองคือ มอบความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า สามคือ หลักการที่ว่า ลูกค้าภายในก็สำคัญเช่นกัน กล่าวคือพนักงานทุกคนถือว่าตนเองเป็นทั้งผู้ผลิตและลูกค้า ดังนั้นจะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ปล่อยให้สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพให้แก่เพื่อนร่วมงานคนถัดไป สี่คือ ต้องทำงานให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อลดความสูญเสียของต้นทุนและเวลาทำงาน และประการสุดท้ายต้องปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของงานให้ดีขึ้นตลอดเวลาหรือที่เรียกว่า ไคเซ็น วัฒนธรรมแห่งคุณภาพนี้สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าว่าจะได้รับสินค้าที่ดีที่สุด

2.6.2 ความหมายของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

2.6.2.1 ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์

อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสนับสนุนและต่อเนื่องได้อย่างกว้างขวาง โดยปัจจุบันมีโรงงานผลิตชิ้นส่วนและกิจการประกอบรถยนต์ประมาณกว่า 1,900 ราย (กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2552) ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมชานเมืองและยังมีรายย่อยกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยทำการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เพื่อส่งไปยังโรงงานประกอบรถยนต์ ในด้านตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มีกว่า 1,000 รายทำหน้าที่รับรถยนต์ที่ผลิตจากโรงงานเพื่อกระจายไปยังคิลเลอร์ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจระดับยนต์และศูนย์บริการอีกจำนวนมาก โดยมีสถาบันการเงินต่างๆ ทั้งธนาคาร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทลีสซิ่ง ให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการทุกระดับ รวมถึงการให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์แก่ผู้เช่าซื้อซึ่งนับเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญของอุตสาหกรรมรถยนต์ ดังนั้น ทิศทางของอุตสาหกรรมรถยนต์ย่อมมีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการทุกระดับการจ้างงาน และระบบเศรษฐกิจโดยรวม

2.6.2.2 ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

โครงสร้างของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream Industry) เป็นอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐานสำหรับการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Wafer Fabrication, PCB's Design, IC's Design เป็นต้น โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตอุตสาหกรรมต้นน้ำบางประเภทแต่ส่วนใหญ่ยังใช้เทคโนโลยีขั้นต่ำ

ส่วนWafer Fabricationนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงแต่ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตได้เอง

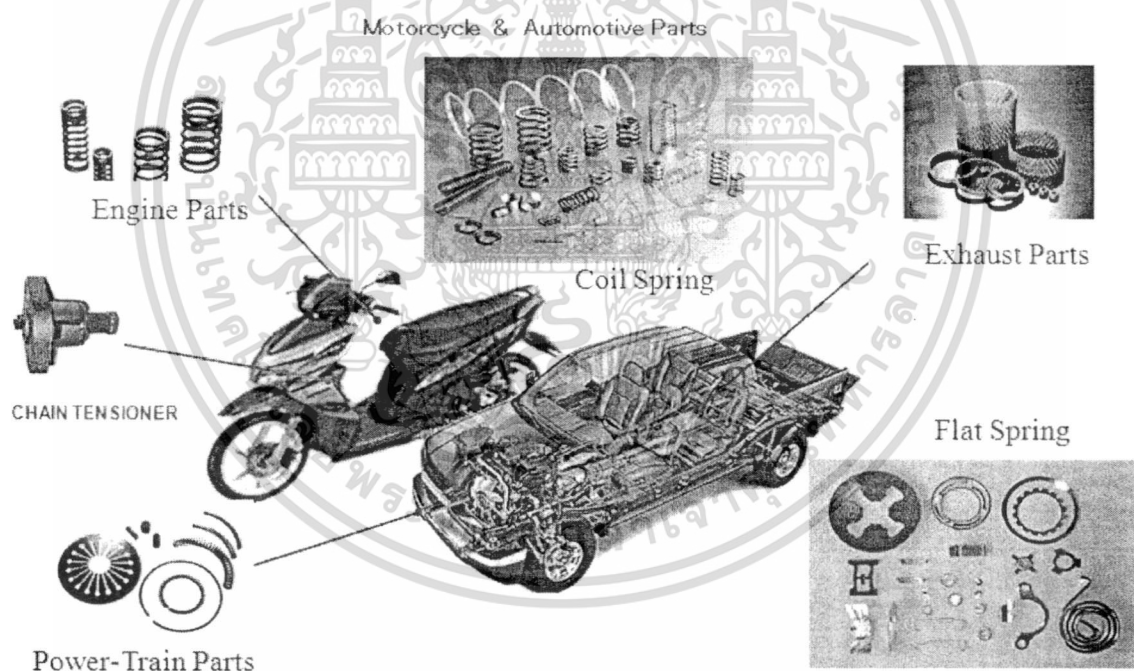
2. อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream Industry) หมายถึงอุตสาหกรรมที่ผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เช่น IC, PCB, Capacitor เป็นต้น ซึ่งในประเทศไทยได้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทนี้สูงมาก ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ การร่วมลงทุน และบริษัทในประเทศเอง ซึ่งบริษัทต่างชาติ และบริษัทร่วมลงทุนจากต่างชาติ จะมีขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งโดยมากแล้วจะใช้เครื่องจักร, วัตถุดิบ รวมทั้งเทคโนโลยีจากบริษัทแม่จาก

ต่างประเทศ ส่วนบริษัทที่เป็นของคนไทยเองนั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นมีขนาดเล็กหรือไม่ก็เป็นการทำสัญญาการผลิต(Subcontracting) ซึ่งกระบวนการผลิตของบริษัทจะไม่ซับซ้อนมากนัก และปัจจัยการผลิตหลักคือแรงงาน ซึ่งจีนส่วนและอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมกลางน้ำที่มีมูลค่าการส่งออกสูง และมีแนวโน้มว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอีก ได้แก่ IC และ PCB

3. อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream Industry) เป็นการผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องรับวิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายเหล่านี้ได้โดยใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนมากนัก เช่น เครื่องรับวิทยุ และ โทรศัพท์ ซึ่งมีความชำนาญเฉพาะด้านมากกว่า 30 ปีแล้ว อย่างไรก็ตามการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศของอุตสาหกรรมขั้นปลายน้ำนั้นค่อนข้างน้อย การส่งออกของชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

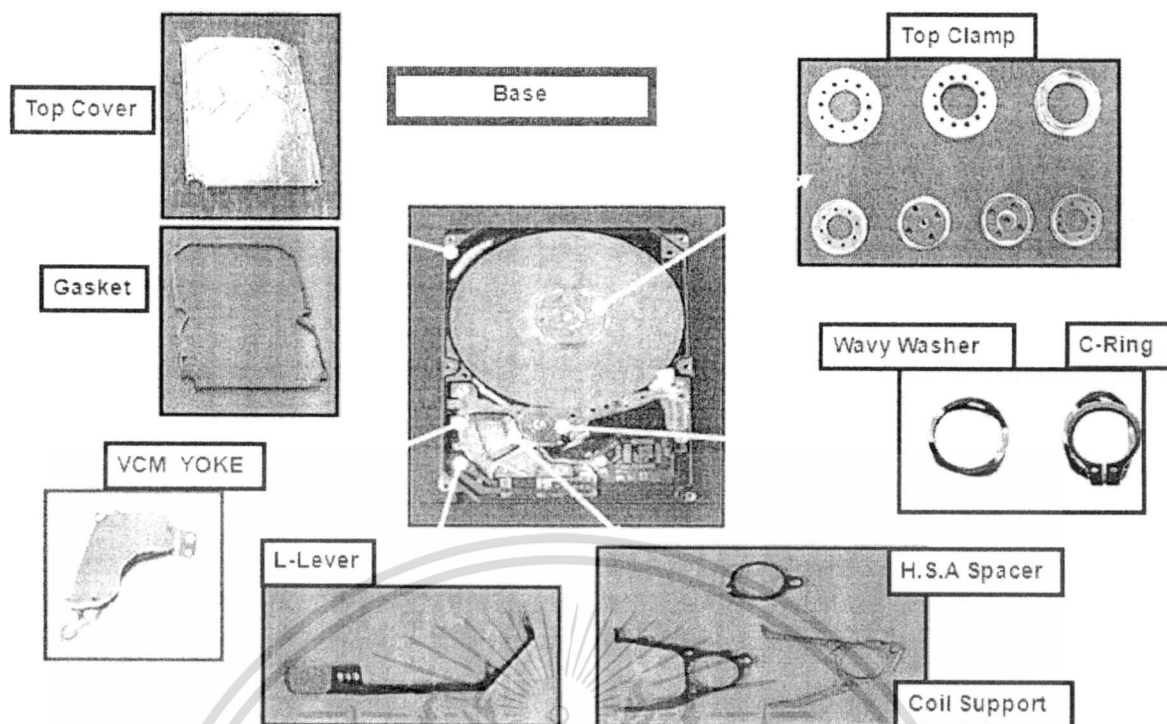
2.6.3 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด



ภาพที่ 2.13 แสดงผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.14 แสดงผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

2.6.4 สำหรับมูลค่าการส่งออกของกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ไทย

พบว่ามูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ โดยแยกประเภทการส่งออกเป็น รถยนต์ (CBU) เครื่องยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่ อุปกรณ์ยึดจับและแม่พิมพ์ ชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบรถยนต์ (O.E.M.) และอื่นๆ โดยมูลค่าการส่งออกรถยนต์ (CBU) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยได้มีการขยายการลงทุนและมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนสามารถผลิตชิ้นส่วนที่มีความหลากหลายตลอดจนมีคุณภาพและมาตรฐานการผลิตอยู่ในระดับที่ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ระดับโลกยอมรับ ทำให้สามารถส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ ได้เพิ่มขึ้น โดยการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2008 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 156,775 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 18.75% โดยจำแนกเป็นชิ้นส่วนรถยนต์มูลค่า 142,391.65 ล้านบาท และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์มูลค่า 14,383.35 ล้านบาท เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนเป็นรายผลิตภัณฑ์แล้ว พบว่าชิ้นส่วนที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด คือ ชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบชิ้นส่วน (O.E.M.) ประเภทชิ้นส่วนตัวถังมีมูลค่าส่งออก 64,256.61 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 45% ของมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4 แสดงปริมาณมูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยตั้งแต่ปี

ค.ศ. 2000 – 2010 (หน่วย : ล้านบาท)

ปี	มูลค่า เครื่องยนต์	มูลค่าชิ้นส่วน และอะไหล่	อุปกรณ์ยึดจับ และแม่พิมพ์	ชิ้นส่วนสำหรับ O.E.M. ชิ้นส่วนตัวถัง ชิ้นส่วนประกอบ		อื่นๆ
2000	7,106.22	1,245.65	119.96	1,556.45	9,531.17	36.86
2001	7,481.38	1,758.56	141.19	1,989.49	11,748.57	96.71
2002	6,087.28	1,796.41	145.26	2,879.77	14,196.28	150.06
2003	5,290.96	2,182.00	171.53	4,220.41	23,499.89	588.54
2004	4,316.05	2,909.43	797.48	5,384.80	36,488.59	920.21
2005	7,900.79	4,100.74	683.42	6,462.11	70,328.58	1,742.90
2006	8,447.99	5,026.38	571.44	6,677.28	80,489.32	729.29
2007	21,757.24	8,115.21	652.13	39,910.06	72,432.02	1,356.97
2008	18,029.29	11,007.05	2,051.94	74,786.45	58,027.22	957.44
2009	13,266.37	12,531.85	1,063.64	14,665.70	86,225.43	390.67
2010*	4,186.53	3,245.76	213.11	5,666.53	25,688.79	104.31

หมายเหตุ * หมายถึง ข้อมูลยังไม่ครบทั้งปี

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

2.6.5 สถานการณ์สินค้าอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2553

1. เป้าหมายการส่งออก

กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดเป้าหมายการส่งออกอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2553 ไว้ประมาณ 33,998 ล้านบาทสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ร้อยละ 12

2. การส่งออก

ไทยส่งออกอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ ในช่วง 4 เดือน (ม.ค.-เม.ย.) ปี 2553 มูลค่ารวมทั้งสิ้น 9,797.1 ล้านบาทสหรัฐฯ เทียบกับระยะเดียวกันของปี 2552 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.45 (สัดส่วนร้อยละ 17.66 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย) สำหรับประเภทของสินค้า อุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งออกมาในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2553 ได้แก่ (ตารางที่ 2.5) เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า วงจรพิมพ์ เครื่องโทรสารโทรศัพท์อุปกรณ์และส่วนประกอบและทรานซิสเตอร์ไดโอดและอุปกรณ์กึ่งตัวนำ ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 มูลค่าการส่งออกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย ช่วง ม.ค.- เม.ย. 2553

รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านUSD)	มูลค่า (ล้านUSD)	(%) เปลี่ยนแปลง	(%) สัดส่วน
1. เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	5,061.3	6,040.7	19.35	61.66
2. แผงวงจรไฟฟ้า	2,616.4	2,136.1	-18.36	21.80
3. วงจรพิมพ์	304.4	321.9	5.75	3.29
4. เครื่องโทรสาร โทรศัพท์อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	260.1	320.4	23.18	3.27
5. โทรานซิสเตอร์ไดโอดและ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ	356.2	298.2	-16.28	3.04
6. อื่น ๆ	605.3	679.8	12.31	6.94
รวม	9,203.7	9,797.1	6.45	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2553)

ตลาดส่งออกอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญของไทยในช่วง 4 เดือน (ม.ค.-เม.ย.) ปี 2553 ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกาฮ่องกง ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ตามลำดับ

3. แนวโน้มการผลิตและการส่งออก-นำเข้าอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2553 การผลิต คาดว่าการผลิตอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมาจะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของตลาดที่ยังมีความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สูงอยู่ ประกอบกับการขยายฐานการลงทุนของผู้ประกอบการต่างชาติเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของตลาดชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

การส่งออก คาดว่ามูลค่าการส่งออกอุปกรณ์ส่วนประกอบและอิเล็กทรอนิกส์ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ตามการขยายตัวของตลาดเทคโนโลยีทั่วโลก ส่งผลให้การส่งออกชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ (HDD) ขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนและสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย

การนำเข้า คาดว่าการนำเข้าอุปกรณ์ส่วนประกอบของอิเล็กทรอนิกส์จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายกำลังการผลิต รวมทั้งความต้องการของตลาด Consumer Electronics ที่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์เวทย์ วจนพานิช (2541 : บทคัดย่อ) วิทยานิพนธ์ เรื่อง การทดลองนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ ศึกษาเฉพาะกรณีฝ่ายขายสาย 3 บริษัท ฟีน่าเฮาส์ จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของการรับรู้สภาพการปฏิบัติงานในด้านการพัฒนาตนเอง ความพึงพอใจในงาน ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการบริหารงานและสัมพันธภาพกับผู้บริหารของพนักงาน ระหว่างก่อนและหลังการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ และศึกษาความแตกต่างของการรับรู้สภาพการปฏิบัติงานหลังการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะตามความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังศึกษาเจตคติต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะตลอดจนปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ

กลุ่มตัวอย่างได้จากประชากรทั้งหมดคือ พนักงานของฝ่ายขายสาย 3 บริษัท ฟีน่าเฮาส์ จำกัด จำนวน 130 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-23 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุงานต่ำกว่า 6 เดือน เป็นพนักงานดูแลสินค้าและเป็นพนักงานประจำ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างก่อนการทดลองและหลังการทดลองใช้กิจกรรมข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Paired T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One-way Analysis of Variance

การวิเคราะห์ปรากฏผลดังนี้

1. การรับรู้สภาพการปฏิบัติงานในด้านการพัฒนาตนเอง ความพึงพอใจในงาน ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานและสัมพันธภาพกับผู้บริหาร ไม่มีผลทางบวกเพิ่มขึ้น หลังการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

2. การรับรู้สภาพการปฏิบัติงานหลังการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน ตามความแตกต่างและไม่มี ความแตกต่างตามความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานและประเภทของพนักงาน

3. กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะในระดับมาก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่มี ความแตกต่างตามความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา และประเภทของพนักงานในด้านเจตคติต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะ

4. ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ คือการส่งข้อเสนอแนะแล้วไม่ได้รับรางวัล สำหรับข้อเสนอแนะในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะให้ประสบความสำเร็จ คือการนำข้อเสนอแนะไปปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริงโดยเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริย วัชรวันทานนท์ (2541 : บทคัดย่อ) การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง กิจกรรมข้อเสนอแนะในองค์การธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัท แอลทีไอซี จำกัด จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมข้อเสนอแนะ ในเรื่องของประวัติ ความเป็นมา ความสัมพันธ์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะกับหลักบริหาร วิธีการปฏิบัติกิจกรรมข้อเสนอแนะตามหลักสากล ตลอดจนการนำเอากิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในบริษัท แอลทีไอซี จำกัด เป็นกรณีศึกษา วิธีการศึกษาได้ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจาก เอกสารหนังสือและตำรา ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมข้อเสนอแนะในบริษัท แอลทีไอซี จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมข้อเสนอแนะมีประวัติความเป็นมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1898 ได้รับอิทธิพลมาจากสมัยสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง เพื่อใช้ในการปรับปรุงการแปรรูปวัตถุดิบสงครามเป็นอาวุธยุทโธปกรณ์ของสหรัฐอเมริกา ต่อมามีการนำไปใช้อย่างแพร่หลายในองค์การธุรกิจ และมีการพัฒนารูปแบบต่างๆ มากมาย ประมาณปี ค.ศ. 1950 เริ่มมีการนำมาใช้ในองค์การญี่ปุ่น

กิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหาร ควบคุม ปรับปรุง มาตรฐานการปฏิบัติงาน และประเมินผลการปฏิบัติงาน กิจกรรมข้อเสนอแนะมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารในเรื่อง แรงจูงใจ หลักของไคเซ็น การทำงานเป็นทีม การให้รางวัล และการเพิ่มผลผลิต การนำเอากิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ตามหลักสากล จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาข้อเสนอแนะและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ กำหนดขอบข่ายของข้อเสนอแนะ รวมถึงหลักเกณฑ์การให้รางวัลการส่งเสริมการส่งข้อเสนอแนะ และการประเมินผลกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยดำเนินการตามหลักสำคัญ 3 ประการ คือ หลักโครงสร้างองค์การ หลักกลไก และหลักนโยบาย เพื่อให้ระบบดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทัศนีย์ แก้วทอง (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความรู้ เจตคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO9002 ของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม : กรณีศึกษา บริษัทโทเทิลแอสเส็ดคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อหาระดับ ลักษณะของความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 เพื่อหาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เจตคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระดับคุณภาพ ISO 9002 และการศึกษาอำนาจการพยากรณ์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระดับคุณภาพ ISO 9002 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในขอบเขตที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9002 ของบริษัท โทเทิล แอสเส็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 183 คนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Window สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ฐานนิยม ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 อยู่ในระดับสูง มีเจตคติต่อการรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 อยู่ในระดับปานกลาง และมีพฤติกรรมการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 อยู่ในระดับปานกลาง จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับเจตคติต่อการรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเจตคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณพบว่า ความรู้และเจตคติต่อการรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO 9002 ได้ร้อยละ 12.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

วีรวรรณ สุขเทศ (2546 : บทคัดย่อ) วิทยานิพนธ์ เรื่อง การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา บริษัท เฟดเดอร์รี อิเลคตริก จำกัด การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา บริษัท เฟดเดอร์รี อิเลคตริก จำกัด โดยศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล ความรู้ การสื่อสารระหว่างบุคคล ความคิดเห็น การยอมรับ บรรยากาศองค์การ การสนับสนุนจากผู้บริหารกับประสิทธิผลของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 295 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์หาค่าแปร และการวิเคราะห์จำแนกหมู่

ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิผลของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าพนักงานส่วนใหญ่ มีความรู้ในระดับมาก มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีการสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับปานกลาง บรรยากาศองค์การมีความเหมาะสม ปานกลาง และการยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะและการสนับสนุนจากผู้บริหารมีระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่าการยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะ การสื่อสารระหว่างบุคคล บรรยากาศองค์การ การสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความรู้ ความคิดเห็นและลักษณะทั่วไป เช่น เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา สังกัดสายงาน ไม่พบว่ามีสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

พัทธธีรา ภูวพัฒน์วีรกุล (2551 : บทคัดย่อ) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความรู้ และ ระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง (2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา และการได้รับการฝึกอบรม และปัจจัยเสริมสร้าง ได้แก่ แรงจูงใจที่ทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ที่มีผลต่อความรู้ และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะมีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงาน เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็น ได้แก่ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จำนวน 333 คน โดยใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Sciences for Windows) สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทำการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD (Least – Significant Difference) และการหาสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี

2. เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างดี

3. ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะกับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยเสริมสร้าง ทั้ง 6 ปัจจัย พบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่อไปนี้ คือ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่อไปนี้ คือ เพศ และการฝึกอบรม มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่อไปนี้ อายุงาน และปัจจัยเสริมสร้าง คือ แรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4. ผลการเปรียบเทียบเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยเสริมสร้าง ทั้ง 6 ปัจจัย พบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่อไปนี้ คือ เพศ และ อายุ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่อไปนี้ คือ อายุงาน ระดับการศึกษา และปัจจัยเสริมสร้าง คือ แรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลคือ การได้รับการฝึกอบรม มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

5. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะมีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงาน เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งประกอบด้วย

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การกำหนดค่าของตัวแปร
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการการวิจัย เรื่อง ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงาน โดยข้อมูลดังกล่าวประกอบด้วย บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีพนักงานทั้งสิ้น 7,114 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย)จำกัด ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2553)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2542:5) คือ

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2} \quad (3.1)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ e = ค่าความคลาดจากค่าจริงของประชากร โดยการวิจัยซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5
 N = จำนวนประชากรในการศึกษานี้จำนวน 7,114 คน
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา
จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{7,114}{1 + (7,114 * 0.05^2)}$$

$$n = 379 \text{ คน}$$

ได้ค่ากลุ่มตัวอย่าง คือ 379 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย(Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับใช้จากแบบสอบถามที่มีผู้สร้างแล้ว (วีรวรรณ สุขเทศ, 2546 : 132-140) และบางส่วนผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองจากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ประกอบไปด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่1: ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำนวน 8 ข้อ คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงาน และ ปัจจัยแรงจูงใจ จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ประเภทของแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ เป็นคำถามให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2: เป็นแบบวัดระดับความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ จำนวน 15 ข้อ ซึ่งเป็น แบบเลือกตอบ คือ ถูกกับผิด (True-False Item) จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3: เจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร รวมจำนวน 41 ข้อ โดยแบ่งคำถามออกเป็นกลุ่มคำถามดังนี้

- 1) การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
- 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
- 3) การยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

- 4) บรรยายการสังเกตการณ์หลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
- 5) การสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร
- 6) ประสิทธิภาพจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร

โดยลักษณะของแบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า ของ Likert's rating scale จำนวน 5 ค่า ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 : เป็นคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ รวมจำนวน 2 ข้อ

3.2.1 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร วารสาร ข้อความทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ กิจกรรมการเพิ่มผลผลิตและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องต่างๆ มาใช้ในองค์กร เช่น ระบบ ISO ไคเซ็น QCC และ TQM
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และ สังคมศาสตร์ ของพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540 : 94-11)
3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวล เพื่อกำหนดนิยามเป็นขอบเขตเนื้อหาและเป็นโครงสร้างทางเครื่องมือ ให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
4. สร้างแบบสอบถามโดยปรับใช้จากแบบสอบถามที่มีผู้สร้างคือ พัชรธีรา ภูพัฒน์วีรกุล (2551) และบางส่วนผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองภายใต้กรอบแนวคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีจดหมายนำ ซึ่งเป็นการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบความเป็นมา และวัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้ และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อขอความเห็นในการพิจารณาด้านความครอบคลุมเนื้อหาและภาษาที่ใช้
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน มีรายนามดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
ดร. ชัยสิทธิ์ ทองบริสุทธิ์	อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คุณ ศักดา ขลุ่ยประเสริฐ	ผู้จัดการแผนกวางแผนการผลิต	บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด
คุณ ชัยยุทธ เมทเมรุรัตน์	ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม	บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด
คุณ ชาตรี ชำนาญธรรม	รองผู้จัดการฝ่ายบริหารงานกลาง	บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด
คุณ ปรีดา แก้วไข่	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท เอส เอ็ม เค ประสิทธิภาพ เอ็นจิเนียริง จำกัด

6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมอีกครั้งเพื่อแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมแล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและปรับปรุงแก้ไข แล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์รวม 6 บริษัท รวมจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
8. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย โดยวิธีนี้จะหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (r) ระหว่างคะแนนของข้อนั้นกับคะแนนรวมของทุกข้อ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณออกมามีค่าสูง ก็แสดงว่าข้อนั้นวัดสอดคล้องมากกับข้ออื่น ๆ ในเครื่องมือ นั้น จากสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(3.2)

- n

แทน

จำนวนคนที่ทำการทดสอบ 30 คน
- X

แทน

คะแนนแต่ละข้อของแต่ละคน
- Y

แทน

คะแนนรวมของแต่ละคน

การแปลผลโดยการเปิดตารางค่าวิกฤตของ r ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ถ้าค่าที่คำนวณได้มากกว่าค่าวิกฤตแสดงว่าข้อนั้นมีอำนาจจำแนกถึงเกณฑ์ ซึ่งสมควรนำไปใช้วัดร่วมกับข้ออื่น ๆ ที่คัดไว้ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๑. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบโดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยจะใช้วิธีของ Cronbach ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (α) มีสูตรในการหาความเชื่อมั่นวิธีนี้คือ

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

(3.3)

- α

แทน

ค่าความเชื่อมั่น
- k

แทน

จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
- $\sum S_i^2$

แทน

ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
- S^2

แทน

ความแปรปรวนของคะแนนรวม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

กลุ่มแบบสอบถามพนักงานทุกระดับของโรงงานบริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) แบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว หนังสือราชการจากหน่วยงานบัณฑิตศึกษา วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยได้กลุ่มแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 379 ชุด

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการ ค้นคว้า รวบรวมงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารการ สัมมนา สถิติในรายงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามกลับคืนมา และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (บุญธรรม กิจปริคาบวิสุทธิ, 2540: 90-134) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยนำแบบสอบถามที่ได้กลับมามาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบ

3.4.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายกับแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยแรงจูงใจ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงบรรยายในรูปของความถี่ และร้อยละ และนำเสนอในรูปตารางพร้อมคำอธิบาย

ตอนที่ 2: ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ จำนวน 15 ข้อ โดยคำถามจะให้ผู้ตอบเลือก ถูก-ผิด (True-False Item) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคือ ถ้าเป็นข้อความที่ถูกต้อง ผู้ตอบแบบทดสอบข้อมูลความรู้ แสดงเครื่องหมายว่าถูกต้อง ได้ 1 คะแนน แต่ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงเครื่องหมายว่าผิด ได้ 0 คะแนน ในขณะที่เดียวกันกรณีที่ เป็น ข้อความที่ผิด ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงเครื่องหมายว่าผิด ได้ 1 คะแนน แต่ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงเครื่องหมายว่าถูก ได้ 0 คะแนน จากแบบสอบถามจะมีคะแนนรวม เต็ม 15 คะแนน โดยแบ่งคะแนนออกเป็นระดับความรู้ได้ 3 ช่วงดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความรู้
ไม่เกิน 0-7	ความรู้อ่อน
มากกว่า 7-11	ความรู้ปานกลาง
มากกว่า 11-15	ความรู้ดี

ตอนที่ 3: เจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร รวมจำนวน 41 ข้อ โดยแบ่งคำถามออกเป็นกลุ่มคำถามดังนี้

- การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
- การยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
- บรรยากาศองค์การภายหลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
- การสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร
- ประสิทธิภาพจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีลักษณะแบบมาตรวัดของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) (บุญธรรม กิจปรีดาสุทธิ์ 2545 : 69) ทั้งหมด 5 ระดับ โดยอาศัยพื้นฐานทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ค่าสถิติที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงคะแนนในแต่ละระดับความคิดเห็นของแบบสอบถามวัดเจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ระดับความคิดเห็น	คะแนนข้อความเชิงบวก	คะแนนข้อความเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
เห็นด้วยปานกลาง	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

ซึ่งคำถามแต่ละข้อจะเป็นการวัดเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) มากน้อยในระดับใด ตามระดับการประเมิน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับเจตคติออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับไม่เห็นด้วย ระดับเห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยมาก และเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้วิธีคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \tag{3.4}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนระดับค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ คือ อยู่ในระดับไม่ดี
ระดับค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ คือ อยู่ในระดับค่อนข้างไม่ดี

ระดับค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ คือ อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ คือ อยู่ในระดับค่อนข้างดี

ระดับค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ คือ อยู่ในระดับดี

2) การแปลความหมายของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับ Likert Scale ที่มีคำตอบให้เลือกทั้งหมด 5 ระดับ จะใช้เกณฑ์ได้ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาสุทธิ์ 2545 : 69)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำกว่า 1.000 หมายถึง ระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมากกว่าหรือเท่ากับ 1.000 หมายถึง ระดับเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันมาก

3) นำข้อมูลความรู้และเจตคติมาประมวลหาค่าความสัมพันธ์ โดยนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson ซึ่งมีค่าตั้งแต่ +1 ถึง -1 ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยทิศทางของความสัมพันธ์พิจารณาจากเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ กล่าวคือ ถ้าเป็นไปในทางบวก แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่เคลื่อนตามกัน ถ้าเป็นไปในทางลบ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้ามหรือผกผันกัน สำหรับระดับความสัมพันธ์จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 : 144)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ระดับความสัมพันธ์

สูงกว่า 0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
สูงกว่า 0.60-0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
สูงกว่า 0.40-0.60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ระหว่าง 0.20-0.40	มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ
ต่ำกว่า 0.20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ตอนที่ 4: ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ รวมจำนวน 2 ข้อ

3.4.3 การทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน และปัจจัยแรงจูงใจแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 พนักงานที่มี การฝึกอบรมเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 1.6 พนักงานที่มี ลักษณะงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	One-way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.7 พนักงานที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.8 พนักงานที่มี ประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 1.9 พนักงานที่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน และปัจจัยแรงจูงใจแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้	
สมมติฐานที่ 2.1 พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2.2 พนักงานที่มี อายุ แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.3 พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	One-way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.4 พนักงานที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.5 พนักงานที่มี การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2.6 พนักงานที่มี ลักษณะงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.7 พนักงานที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.8 พนักงานที่มี ประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2.9 พนักงานที่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	Pearson product Moment correlation

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

3.5.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเรื่องกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงาน และวิธีสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลในแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \tag{3.5}$$

3.5.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเฉลี่ยหรือค่ามัธยฐานเลขคณิต โดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group Data) เพื่อใช้วิเคราะห์ระดับความรู้และเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ (บุญธรรม กิจปรีดาสุทธิ์ 2545 : 112)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \tag{3.6}$$

เมื่อ	X	หมายถึง	คะแนนในแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
	$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และ แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนนโดยใช้สูตร (บุญธรรม กิจปรีดาสุทธิ์ 2545 : 123)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \tag{3.7}$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.5.4 การวิเคราะห์โดยวิธี t-test ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

(1) เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ

(2) สมมติฐานที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

(3) สถิติที่ใช้ทดสอบ (บุญธรรม กิจปรีดาสุทธิ์ 2545 : 145)

กรณีที่ 1 เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}} \quad (3.8)$$

เมื่อ
$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3.9)$$

n_1 คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$\bar{X}_1$ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 คือ ค่าแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 คือ ค่าแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่ 2 เมื่อ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3.10)$$

โดยมี
$$df., v = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}} \quad (3.11)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df., v = n_1 + n_2 - 2$ หรือ v แล้วแต่กรณี หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df., v = n_1 + n_2 - 2$ หรือ v แล้วแต่กรณี หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

(5) การทดสอบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

การเลือกใช้สูตรในกรณีที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ หรือไม่ โดยใช้ F-test ทำการทดสอบขั้นตอนดังนี้

สมมติฐานสถิติ

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F : \frac{S_1^2}{S_2^2} \text{ เมื่อ } S_1 > S_2, df = (n_1 - 1), (n_2 - 1) \quad (3.12)$$

หรือ

$$F : \frac{S_1^2}{S_2^2} \text{ เมื่อ } S_2 > S_1, df = (n_2 - 1), (n_1 - 1) \quad (3.13)$$

การตัดสินใจ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณีจะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 นั่นคือยอมรับ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

3.5.5 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA (Analysis of variance) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) และวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One-way ANOVA ขั้นตอนการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA มีดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด , 2540 : 125)

- 1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
- 2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA คือ
$$H_0 : \text{ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร } k \text{ กลุ่มไม่แตกต่างกัน}$$
$$H_1 : \text{ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน}$$
หรือ
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$
$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j , \text{เมื่อ } i \neq j$$
$$; i, j = 1, 2, \dots, k$$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \tag{3.14}$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่างๆ แสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

- เมื่อ k คือจำนวนกลุ่ม
- n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
- n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j
- T_j คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
- T คือผลรวมของคะแนนทั้งหมด
- x_{ij} คือ คะแนนแต่ละตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1), (n-k)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็น ของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1), (n-k)$ หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.5.6 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA มีนัยสำคัญ โดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด , 2540 : 137)

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ α

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.15)$$

เมื่อ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ คือค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$

n_i คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i

n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

3. คำนวณค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ เมื่อ $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

เมื่อ $\bar{X}_i$ คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i

$\bar{X}_j$ คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

3.5.7 สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ในรูปคะแนนดิบของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน และ ทิศทางของความสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ การทดสอบ สมมติฐาน เพื่อค่าความสัมพันธ์และทิศทาง ความสัมพันธ์ ของตัวแปรความรู้และเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการใช้สมมติฐานคือ

$$\text{สมมติฐาน} \quad H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

เมื่อ ρ เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ความรู้และเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 : 144-145 , 180-181)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (3.16)$$

เมื่อ t คือ ค่าของการแจกแจงใน t-distribution

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (3.15)$$

เมื่อ r หมายถึงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ ตัวแปร Y

X หมายถึงคะแนนดิบของตัวแปร X

Y หมายถึงคะแนนดิบของตัวแปร Y

n หมายถึงจำนวนคนหรือจำนวนคู่ของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

เปรียบเทียบค่า t ที่คำนวณได้กับค่า t ที่ได้จากตารางที่ $df = n - 2$ เมื่อกำหนด ระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05 และ 0.01

ถ้าค่า t ที่คำนวณมากกว่าหรือเท่ากับ t ที่ได้จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญ α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ความรู้และเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ นั้นมีความสัมพันธ์กัน

ถ้าค่า t ที่คำนวณน้อยกว่าหรือเท่ากับ t ที่ได้จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญ α จะยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 นั่นคือ ความรู้และเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่มีความสัมพันธ์กัน

กรณีใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การแปลผลจะดูที่ค่า p-value ถ้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ α แสดงว่าตัวแปรคู่่นั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ถ้า r มีเครื่องหมายลบจะมีความสัมพันธ์ กลับกันถ้าไม่มีเครื่องหมาย แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันทางบวกหรือตามกัน (บุญธรรม กิจปรีดาวิรุทธิ์, 2545 : 440)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ความรู้และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 5 แห่ง โดย จำแนกปัจจัยส่วนบุคคล ตาม เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงานและปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำ กิจกรรมข้อเสนอแนะ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อความรู้ และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane จากขนาดของประชากร ทั้งหมด 7,114 คน สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยมีค่าเท่ากับ 379 คน และจากการที่ได้ จัดส่งแบบสอบถามให้กับของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งหมด 5 แห่งจำนวน 400 คน มีพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 96.30 ของกลุ่ม ตัวอย่าง จึงใช้ข้อมูลจำนวนนี้ในการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.4 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.5 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับการนำ กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.6 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบ ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด จากแบบสอบถามที่แจก จำนวน 379 คน มีพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 96.30 ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ฐานะการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงานและปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ปรากฏดังตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	144	39.45
หญิง	221	60.55
รวม	365	100.00
2. อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	171	46.85
มากกว่า 25-35 ปี	166	45.48
มากกว่า 35 ปี	28	7.67
รวม	365	100.00

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อายุงาน		
ไม่เกิน 5 ปี	263	72.05
มากกว่า 5 - 10 ปี	59	16.16
มากกว่า 10 - 15 ปี	24	6.58
มากกว่า 15 ปี	19	5.21
รวม	365	100.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)	40	10.96
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)	162	44.39
อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ปวส.)	85	23.29
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	78	21.36
รวม	365	100.00
5. การฝึกอบรมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ		
เคยได้รับการฝึกอบรม	309	84.66
ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม	56	15.34
รวม	365	100.00
6. ลักษณะงานที่ทำ		
ฝ่ายผลิต	265	72.60
ฝ่ายสนับสนุนผลิต	44	12.05
ฝ่ายสำนักงาน	45	12.33
ฝ่ายอื่นๆ	11	3.02
รวม	365	100.00
7. ตำแหน่งงานที่ทำ		
พนักงานระดับปฏิบัติการ	113	30.96
หัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก	210	57.53
เจ้าหน้าที่สำนักงาน	42	11.51
รวม	365	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. ประเภทการจ้างงาน		
ลูกจ้าง / พนักงานประจำ	228	64.47
ลูกจ้าง / พนักงานชั่วคราว	137	37.53
รวม	365	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมี เพศหญิง เป็นจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 60.55 และ เพศชาย เป็นจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45 ตามลำดับ

อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมี อายุ น้อยกว่า 25 ปี เป็นจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 46.85 รองลงมาคือ เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 45.48 กลุ่มที่มี อายุระหว่าง 35-45 ปีจำนวน 21คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และกลุ่มที่มี อายุ มากกว่า 45 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.92 ตามลำดับ

อายุงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมี อายุงาน น้อยกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 263 คนคิดเป็นร้อยละ 72.05 รองลงมาคือ เป็นกลุ่มที่มีอายุงานระหว่าง 5 - 10 ปีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.16 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 10 - 15 ปีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58 และกลุ่มที่มีอายุงาน มากกว่า 15 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.21 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมีการศึกษาระดับ อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า(ปวส.) จำนวน 162 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.39 ลำดับรองลงมา จะมีการศึกษาในระดับ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 23.29 การศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี มีประชากรจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.36 และ การศึกษาระดับ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.) มีประชากรจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.96 ตามลำดับ

การฝึกอบรมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน มีประชากรที่เคยได้รับการฝึกอบรม จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 84.66 และประชากรที่ไม่เคยรับการฝึกอบรม จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.34

ลักษณะงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ ฝ่ายผลิต (Direct) จำนวน 265 คน คิดเป็น ร้อยละ 72.60 ลำดับรองลงมา ฝ่ายสำนักงาน (Office) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.33 ฝ่ายสนับสนุนผลิต (In-direct)มีประชากรจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.05 และ ฝ่ายอื่นๆ มีประชากรจำนวน11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.02 ตามลำดับ

ตำแหน่งงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ หัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก จำนวน 210 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.53 ลำดับรองลงมา พนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96 และ เจ้าหน้าที่สำนักงาน มีประชากรจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.51 ตามลำดับ

ประเภทการจ้างงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน มีประชากรที่เป็นลูกจ้าง/พนักงานประจำ จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 62.47 และประชากรที่เป็นลูกจ้าง/พนักงานชั่วคราวจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 37.53

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยแรงจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แรงจูงใจที่เข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ		
- แรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน เช่น เงินเดือนเพิ่ม ค่าจ้าง โบนัส และ เงินรางวัล	275	75.34
- แรงจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การให้ตำแหน่ง ได้รับการยกย่อง ยอมรับ และ ให้งานที่มีลักษณะที่รับผิดชอบสูงขึ้นและท้าทาย	90	24.66
รวม	365	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ปัจจัยแรงจูงใจที่เข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่เลือกแรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน มีประชากรจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 75.34 และแรงจูงใจที่ไม่เป็นตัวเงิน มีประชากรจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 24.66 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 365 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้โดยรวม ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

ระดับ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	365	11.56	1.62

จากตารางที่ 4.3 พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีระดับความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะค่าต่ำสุดเท่ากับ 6 คะแนน และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 15 คะแนน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.56 แสดงว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีระดับความรู้ปานกลางและคะแนนในกลุ่มแตกต่างกันมากซึ่งมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.62

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 365 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับเจตคติ	ลำดับที่
1	มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุก ระดับเพื่อความรู้ความเข้าใจกิจกรรมข้อเสนอแนะ	4.03	0.65	ค่อนข้างดี	2
2	มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุก ระดับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเขียนข้อเสนอแนะ	3.96	0.70	ค่อนข้างดี	4
3	มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุก ระดับเพื่อนำผลของข้อเสนอแนะไปปฏิบัติ	3.97	0.75	ค่อนข้างดี	3
4	มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุก ระดับเพื่อค้นหาอุปสรรคของการเขียนข้อเสนอแนะ	3.88	0.76	ค่อนข้างดี	5
5	มีการชี้แจงความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรม ข้อเสนอแนะ	4.04	0.69	ค่อนข้างดี	1
ภาพรวม		3.98	0.72	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรดังนี้

พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยรวม อยู่ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 3.98 พนักงานแต่ละคนมีระดับเจต

คดีไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณา จาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาเจตคติด้าน การสื่อสารระหว่างกิจกรรมข้อเสนอแนะในองค์การของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ โดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 มีการพูดคุยเกี่ยวกับความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ มี ระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.04 พนักงานมีระดับ เจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.69

ลำดับที่ 2 มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุกระดับเพื่อความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่า เท่ากับ 4.03 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.65

ลำดับที่ 3 มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุกระดับเกี่ยวกับผลของการนำ ข้อเสนอแนะมาใช้ปฏิบัติ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.97 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่ง มีค่าเท่ากับ 0.75

ลำดับที่ 4 มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุกระดับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การเขียนข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.96 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่ง มีค่าเท่ากับ 0.70

ลำดับที่ 5 มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ร่วมงานในทุกระดับเกี่ยวกับอุปสรรคของ การเขียนข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.68 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมี ค่าเท่ากับ 0.76

ตารางที่ 4.5 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับ
เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความ
คิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ เจตคติ	ลำดับ ที่
1	กิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ได้กับงานประเภทโรงงาน เท่านั้น	3.44	1.12	ค่อนข้างดี	6
2	กิจกรรมข้อเสนอแนะช่วยสร้างบุคลากรให้มี จิตสำนึกในการปรับปรุงคุณภาพขององค์กร	4.11	0.70	ค่อนข้างดี	2
3	กิจกรรมข้อเสนอแนะไม่สามารถพัฒนาวิธีการ ทำงานของพนักงานขององค์กรได้	3.49	1.13	ค่อนข้างดี	5
4	การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน	3.28	1.02	ปานกลาง	10
5	การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะทำให้เกิดการ ปฏิบัติงานล่าช้า	3.36	1.04	ปานกลาง	8
6	การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นการเพิ่มงานให้กับ พนักงาน	3.03	1.17	ปานกลาง	11
7	กิจกรรมข้อเสนอแนะทำให้งานของท่านมีความ ยุ่งยาก	3.38	1.07	ปานกลาง	7
8	กิจกรรมข้อเสนอแนะมีประโยชน์มากสำหรับ ผู้บริหารเท่านั้น	3.35	1.18	ปานกลาง	9
9	กิจกรรมข้อเสนอแนะเปิดโอกาสให้ผู้ได้บังคับ บัญชาได้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายวิธีการ ทำงาน ที่มีผลกระทบต่องานของเขา	3.72	0.92	ค่อนข้างดี	4
10	กิจกรรมข้อเสนอแนะจะช่วยเพิ่มคุณภาพของงาน และลดปัญหาต่างๆ ได้	4.17	0.64	ค่อนข้างดี	1
11	กิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ได้กับพนักงานที่มี การศึกษาระดับสูงเท่านั้น	3.77	1.17	ค่อนข้างดี	3
ภาพรวม		3.55	1.02	ค่อนข้างดี	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรดังนี้

พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ มีเจตคติ โดยรวม อยู่ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 3.55 พนักงานแต่ละคนมีระดับเจตคติไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.02 เมื่อพิจารณา เจตคติด้านความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรของพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 กิจกรรมข้อเสนอแนะจะช่วยเพิ่มคุณภาพของงานและลดปัญหาต่างๆ ได้ มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.17 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64

ลำดับที่ 2 กิจกรรมข้อเสนอแนะช่วยสร้างบุคลากรให้มีจิตสำนึกในการปรับปรุงคุณภาพขององค์กร มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.11 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.70

ลำดับที่ 3 กิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ได้กับพนักงานที่มีการศึกษาระดับสูงเท่านั้น มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.77 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.17

ลำดับที่ 4 กิจกรรมข้อเสนอแนะเปิดโอกาสให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายวิธีการทำงาน ที่มีผลกระทบต่องานของเขา มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.72 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.92

ลำดับที่ 5 กิจกรรมข้อเสนอแนะไม่สามารถพัฒนาวิธีการทำงานของพนักงานขององค์กรได้ มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.49 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.13

ลำดับที่ 6 กิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ได้กับงานประเภทโรงงานเท่านั้น มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.44 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.12

ลำดับที่ 7 กิจกรรมข้อเสนอแนะทำให้งานของท่านมีความยุ่งยาก มีระดับเจตคติในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.38 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.07

ลำดับที่ 8 การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะทำให้เกิดการปฏิบัติงานล่าช้า มีระดับเจตคติในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.36 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.04

ลำดับที่ 9 กิจกรรมข้อเสนอแนะมีประโยชน์มากสำหรับผู้บริหารเท่านั้น มีระดับเจตคติในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.55 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.18

ลำดับที่ 10 การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน มีระดับเจตคติในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.28 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.02

ลำดับที่ 11 การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นการเพิ่มงานให้กับพนักงาน มีระดับเจตคติในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.03 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.17

ตารางที่ 4.6 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการยอมรับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับเจตคติ	ลำดับที่
1	ท่านเห็นถึงประโยชน์ของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ	4.09	0.60	ค่อนข้างดี	3
2	ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านถูกนำมาใช้ปรับปรุงหน่วยงานของท่าน	4.27	0.63	ดี	1
3	ท่านมีความมั่นใจในข้อเสนอแนะว่าจะช่วยให้การทำงานสะดวกสบาย ปลอดภัย และลดขั้นตอนการทำงานได้	4.13	0.62	ค่อนข้างดี	2
4	ท่านเต็มใจในการเข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะ	4.06	0.69	ค่อนข้างดี	4
5	ท่านแนะนำทุกคนในหน่วยงานให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ	3.98	0.65	ค่อนข้างดี	5
ภาพรวม		4.10	0.64	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานด้านการยอมรับการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรครั้งนี้

พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ เจตคติโดยรวม อยู่ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 4.10 พนักงานแต่ละคนมีระดับเจตคติไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณา จาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.64 เมื่อพิจารณาเจตคติด้านความเชื่อมั่นต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านถูกนำมาใช้ปรับปรุง มีระดับเจตคติ ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.27 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.63

ลำดับที่ 2 ท่านมีความมั่นใจในข้อเสนอแนะว่าจะช่วยให้การทำงานสะดวกสบาย ปลอดภัย และลดขั้นตอนการทำงานได้ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.13 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.62

ลำดับที่ 3 ท่านเห็นถึงประโยชน์ของการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.09 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.60

ลำดับที่ 4 ท่านเต็มใจในการเข้าร่วมกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.06 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89

ลำดับที่ 5 ท่านแนะนำทุกคนในหน่วยงานให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรม ข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.98 พนักงาน มีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.65

ตารางที่ 4.7 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับ
เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ด้าน
บรรยากาศ องค์การภายหลังนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ เจตคติ	ลำดับ ที่
1	พนักงานได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานองค์การ	3.89	0.73	ค่อนข้างดี	3
2	พนักงานมีโอกาสแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ งานใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น	4.17	0.53	ค่อนข้างดี	2
3	พนักงานมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นเพื่อ ปรับปรุงงาน	4.18	0.61	ค่อนข้างดี	1
4	พนักงานมีความสุขกับการเขียนข้อเสนอแนะใน การปรับปรุงงานมากกว่าจะปล่อยให้เวลาว่างลง	3.78	0.81	ค่อนข้างดี	5
5	บรรยากาศในองค์การมีการช่วยเหลือและให้ คำแนะนำระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน	3.85	0.69	ค่อนข้างดี	4
ภาพรวม		3.98	0.68	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 4.7 พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานด้านบรรยากาศองค์การภายหลังนำ
กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ดังนี้

พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ เจตคติโดยรวม อยู่ใน
ระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 3.98 พนักงานแต่ละคนมีระดับเจต
คติไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณา จาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.68 เมื่อพิจารณาเจตคติด้าน
บรรยากาศองค์การภายหลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิต
ชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการนำ
กิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 พนักงานมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงงาน มีระดับ
เจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.18 พนักงานมีระดับเจตคติใน
ข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.61

ลำดับที่ 2 พนักงานมีโอกาสแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์งานใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น มีระดับ
เจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.17 พนักงานมีระดับ
เจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 3 พนักงานได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานองค์การ มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.89 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.73

ลำดับที่ 4 บรรยาภาสในองค์การมีการช่วยเหลือและให้คำแนะนำระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.85 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.69

ลำดับที่ 5 พนักงานมีความสุขกับการเขียนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานมากกว่าจะปล่อยให้เวลาว่างลง มีระดับเจตคติในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งมีค่าเท่ากับพนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.81

ตารางที่ 4.8 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการสนับสนุนผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับเจตคติ	ลำดับที่
1	ผู้บริหารประกาศเป็นนโยบายในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะ	3.92	0.68	ค่อนข้างดี	4 ^a
2	ผู้บริหารชี้แจงให้พนักงานทราบถึงความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ	4.01	0.61	ค่อนข้างดี	2
3	ผู้บริหารระดับต่าง ๆ ของหน่วยงานให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ	3.96	0.67	ค่อนข้างดี	3
4	ผู้บริหารอำนวยความสะดวกหรือจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือและสถานที่ในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ	3.78	0.78	ค่อนข้างดี	7
5	ผู้บริหารมีความเป็นธรรมในการพิจารณาให้รางวัลตอบแทนต่อพนักงานที่เสนอข้อเสนอแนะ	3.83	0.86	ค่อนข้างดี	6
6	ผู้บริหารให้รางวัลเพื่อเป็นขวัญกำลังใจแก่พนักงานที่ข้อเสนอแนะผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์	4.06	0.69	ค่อนข้างดี	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ เจตคติ	ลำดับ ที่
7	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การช่วยลดขั้นตอนในการทำงานลง	3.92	0.73	ค่อนข้างดี	4 ^a
8	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การเป็นอุปสรรคขัดขวางระบบการทำงานที่มีอยู่เดิมของท่าน	3.14	1.12	ค่อนข้างดี	8
ภาพรวม		3.83	0.77	ค่อนข้างดี	

หมายเหตุ : ^a หมายถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

จากตารางที่ 4.8 พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การดังนี้

พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ เจตคติโดยรวมอยู่ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 3.83 พนักงานแต่ละคนมีระดับเจตคติไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณา จาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.77 เมื่อพิจารณาเจตคติด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้บริหารให้รางวัลเพื่อเป็นขวัญกำลังใจแก่พนักงานที่ข้อเสนอแนะผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.06 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.69

ลำดับที่ 2 ผู้บริหารชี้แจงให้พนักงานทราบถึงความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.01 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.61

ลำดับที่ 3 ผู้บริหารระดับต่าง ๆ ของหน่วยงานให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมี

ค่าเท่ากับ 3.96 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67

ลำดับที่ 4 ผู้บริหารประกาศเป็นนโยบายในการดำเนินกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.92 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.68 และการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การช่วยลดขั้นตอนในการทำงานลง มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.92 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.73

ลำดับที่ 6 ผู้บริหารมีความเป็นธรรมในการพิจารณาให้รางวัลตอบแทนต่อพนักงานที่เสนอข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86

ลำดับที่ 7 ผู้บริหารอำนวยความสะดวกหรือจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือและสถานที่ในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.78 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78

ลำดับที่ 8 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การเป็นอุปสรรคขัดขวางระบบการทำงานที่มีอยู่เดิมของท่าน มีระดับเจตคติในระดับ ปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.14 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.12

ตารางที่ 4.9 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิผลจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับเจตคติ	ลำดับที่
1	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานและลดความสูญเสียของหน่วยงาน	4.16	0.60	ค่อนข้างดี	2
2	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน	3.19	1.03	ปานกลาง	7

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ เจตคติ	ลำดับ ที่
3	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร สามารถแก้ไขปัญหาในการทำงานได้และ ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น	4.05	0.65	ค่อนข้างดี	5
4	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร การช่วยปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีขึ้น	4.11	0.61	ค่อนข้างดี	4
5	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ทำให้ ค่าใช้จ่ายขององค์กรลดลง	3.81	0.71	ค่อนข้างดี	6
6	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร เป็นการฝึกให้รู้จักใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.19	0.57	ค่อนข้างดี	1
7	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ช่วยให้ท่านเกิดความภาคภูมิใจในคุณภาพของ ผลการปฏิบัติงานของท่าน	4.15	0.65	ค่อนข้างดี	3
ภาพรวม		3.95	0.70	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าระดับ เจตคติของพนักงาน ด้านประสิทธิผลจากการนำข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรดังนี้

พบว่าระดับ เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ เจตคติโดยรวมอยู่ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 3.95 พนักงานแต่ละคนมีระดับเจตคติไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณา จาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.70 เมื่อพิจารณาเจตคติด้านผลจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยทุกข้อ เรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรเป็นการฝึกให้รู้จักใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.19 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.57

ลำดับที่ 2 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานและลดความสูญเสียของหน่วยงาน มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.16 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.60

ลำดับที่ 3 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การช่วยให้ท่านเกิดความภาคภูมิใจในคุณภาพของผลการปฏิบัติงานของท่าน มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.15 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.65

ลำดับที่ 4 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การช่วยปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีขึ้น มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.11 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.61

ลำดับที่ 5 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การสามารถแก้ไขปัญหาในการทำงานได้และทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.05 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.65

ลำดับที่ 6 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การทำให้ค่าใช้จ่ายขององค์การลดลง มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.81 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.71

ลำดับที่ 7 การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน มีระดับเจตคติในระดับ ปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.14 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.03

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ในแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดง ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับเจตคติ และลำดับที่ ของระดับ
เจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท
เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้

ลำดับ	เจตคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ เจตคติ	ลำดับ ที่
1	การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร	3.98	0.72	ค่อนข้างดี	2 ^a
2	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมา ใช้ในองค์กร	3.55	1.02	ค่อนข้างดี	6
3	การยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร	4.10	0.64	ค่อนข้างดี	1
4	บรรยากาศองค์การภายหลังนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มาใช้	3.98	0.68	ค่อนข้างดี	2 ^a
5	การสนับสนุนจากผู้บริหารจากการนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร	3.83	0.77	ค่อนข้างดี	5
6	ประสิทธิผลจากการนำข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร	3.95	0.70	ค่อนข้างดี	4
ภาพรวม		3.88	0.76	ค่อนข้างดี	

หมายเหตุ : ^a หมายถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดย
ภาพรวมมีเจตคติอยู่ในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติเท่ากับ 3.88
พนักงานแต่ละคนมีระดับเจตคติต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจาก
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.70 เมื่อพิจารณาเจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
พบว่า พนักงานมีเจตคติในแต่ละด้าน เรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ความเชื่อมั่นต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร มีระดับเจตคติในระดับ
ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.10 พนักงานมีระดับเจตคติในข้อนี้ไม่
แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64

ลำดับที่ 2 ระดับการสื่อสารระหว่างกิจกรรมข้อเสนอแนะในองค์กรของท่าน มีระดับเจต
คติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.98 พนักงานมีระดับเจตคติใน
ด้านนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.72 และบรรยากาศ
องค์การภายหลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ มีระดับเจตคติในระดับ ค่อนข้างดี โดยพิจารณา

จากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.98 พนักงานมีระดับเจตคติในด้านนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.68

ลำดับที่ 4 ผลจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร มีระดับเจตคติในระดับก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.95 พนักงานมีระดับเจตคติในด้านนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.70

ลำดับที่ 5 การสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 พนักงานมีระดับเจตคติในด้านนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.7

ลำดับที่ 6 ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร มีระดับเจตคติในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.55 พนักงานมีระดับเจตคติในด้านนี้ไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.02

4.4 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.4.1 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มาใช้ จำแนกตามเพศ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test

ความรู้	เพศ		p-value
	ชาย $\bar{x}$ (n=144)	หญิง $\bar{x}$ (n=211)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.53	11.56	0.839

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test แสดงในตารางที่ 4.11 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี เพศ ต่างกัน มีค่า p-value 0.839 ซึ่งมีค่า p-value มากกว่า 0.05 แสดงว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และ อิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับ การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน

4.4.2 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิต ชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี อายุ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามอายุ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ โดยวิธี One-way ANOVA

ความรู้	อายุ			p-value
	ไม่เกิน25 ปี	มากกว่า 25-35 ปี	มากกว่า 35 ปี	
	$\bar{x}$ (n=171)	$\bar{x}$ (n=166)	$\bar{x}$ (n=28)	
การนำกิจกรรม ข้อเสนอแนะมาใช้	11.21	11.71	11.95	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA แสดงในตารางที่ 4.12 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน รยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 โดยค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน

รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.13 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อายุ	$\bar{x}$	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
			1	2	3
ไม่เกิน 25 ปี	11.21	1	-	0.003*	0.038*
มากกว่า 25 – 35 ปี	11.71	2	-	-	0.509
มากกว่า 35 ปี	11.95	3	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย) จำกัด มีอายุต่างกัน แสดงในตารางที่ 4.13 พบว่า พนักงานที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่าง กับพนักงานที่มีอายุมากกว่า 25-30 ปีและมากกว่า 35 ปี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับคู่อื่นๆมีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ไม่แตกต่างกัน

4.4.3 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี อายุงาน ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามอายุงาน ซึ่งมี 4 อายุงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย)จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุงาน โดยวิธี One-way ANOVA

ความรู้	อายุงาน				p-value
	ไม่เกิน 5 ปี	มากกว่า 5 - 10 ปี	มากกว่า 10 - 15 ปี	มากกว่า 15 ปี	
	$\bar{x}$ (n=263)	$\bar{x}$ (n=59)	$\bar{x}$ (n=24)	$\bar{x}$ (n=19)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.35	11.86	11.87	12.94	0.000**

หมายเหตุ : ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA แสดงในตารางที่ 4.14 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.000 แสดงว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากกรณีที่ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ได้ทำการใช้วิธี LSD หรือ Least – Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ระหว่างกลุ่มของพนักงานที่มีอายุงานต่างกัน ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่า p-value ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ระหว่างกลุ่มของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

อายุงาน	$\bar{x}$	กลุ่มที่	กลุ่มที่			
			1	2	3	4
ไม่เกิน 5 ปี	11.35	1	-	0.027*	0.127	0.000**
มากกว่า 5 - 10 ปี	11.86	2	-	-	0.978	0.010**
มากกว่า 10 - 15 ปี	11.87	3	-	-	-	0.028*
มากกว่า 15 ปี	12.94	4	-	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ระหว่างกลุ่มของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน แสดงใน ตารางที่ 4.15 พบว่า พนักงานที่มีอายุงานไม่เกิน 5 ปีและมากกว่า 10-15 ปี มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างจาก พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5-10 ปีและมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพนักงานที่มีอายุงานไม่เกิน 5 ปี มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างจาก พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10 – 10 ปี และ พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับคู่อื่นๆ มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน

4.4.4 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.16 มีดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One-way ANOVA

ความรู้	ระดับการศึกษา				p-value
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)	อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ปวส.)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	
	$\bar{X}$ (n=40)	$\bar{X}$ (n=162)	$\bar{X}$ (n=85)	$\bar{X}$ (n=78)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.85	11.43	11.31	11.91	0.053

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA แสดงในตารางที่ 4.16 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.053 ค่า p-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग(ประเทศไทย)จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน

4.4.5 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้รับการฝึกอบรมต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามการได้รับการฝึกอบรม ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.17 มีดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับการฝึกอบรม โดยวิธี t-test

ความรู้	การได้รับการฝึกอบรม		p-value
	เคยอบรม $\bar{X}$ (n=309)	ไม่เคยอบรม $\bar{X}$ (n=56)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.41	12.32	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test แสดงในตารางที่ 4.17 พบว่าความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.000 แสดงว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4.6 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามลักษณะงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.18 มีดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงาน โดยวิธี One-way ANOVA

ความรู้	ลักษณะงาน				p-value
	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายสนับสนุนผลิต	ฝ่ายสำนักงาน	ฝ่ายอื่นๆ	
	$\bar{x}$ (n=265)	$\bar{x}$ (n=44)	$\bar{x}$ (n=45)	$\bar{x}$ (n=11)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.37	11.56	12.13	13.45	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA แสดงในตารางที่ 4.18 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง(ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.19 ค่า p-value ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ลักษณะงาน	$\bar{x}$	กลุ่มที่	กลุ่มที่			
			1	2	3	4
ฝ่ายผลิต	11.37	1	-	0.459	0.003**	0.000**
ฝ่ายสนับสนุนผลิต	11.56	2	-	-	0.092	0.000**
ฝ่ายสำนักงาน (Office)	12.13	3	-	-	-	0.013*
ฝ่ายอื่นๆ	13.45	4	-	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน แสดงใน ตารางที่ 4.19 พบว่า พนักงานที่มีลักษณะงานฝ่ายสำนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างจาก พนักงานที่มีลักษณะงานฝ่ายอื่นๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพนักงานที่มีลักษณะงานฝ่ายผลิตและฝ่ายสนับสนุนผลิต ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างจาก พนักงานที่มีลักษณะงานฝ่ายอื่นๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับคู่อื่นๆ มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน

4.4.7 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามตำแหน่งงานของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.20 มีดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงานโดยวิธี One-way ANOVA

ความรู้	ตำแหน่งงาน			p-value
	พนักงานระดับปฏิบัติการ	หัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก	เจ้าหน้าที่สำนักงาน	
	$\bar{x}$ (n=113)	$\bar{x}$ (n=210)	$\bar{x}$ (n=42)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.83	13.31	12.04	0.002**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA แสดงในตารางที่ 4.20 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.21 ค่า p-value ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ตำแหน่งงาน	$\bar{x}$	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
			1	2	3
พนักงานระดับปฏิบัติการ	11.83	1	-	0.006**	0.457
หัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก	13.31	2	-	-	0.007**
เจ้าหน้าที่สำนักงาน	12.044	3	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน แสดงใน ตารางที่ 4.21 พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างจาก พนักงานที่มีตำแหน่งงานหัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพนักงานที่มีตำแหน่งงานหัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างจากพนักงานที่มีตำแหน่งงานเจ้าหน้าที่สำนักงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับผู้อื่นๆ มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน

4.4.8 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามประเภทการจ้างงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.22 มีดังนี้

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการจ้างงาน โดยวิธี t-test

ความรู้	ประเภทการจ้างงาน		p-value
	ถูกจ้าง / พนักงานประจำ $\bar{x}$ (n=228)	ถูกจ้าง / พนักงานชั่วคราว $\bar{x}$ (n=137)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.76	11.27	0.011*

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test แสดงในตารางที่ 4.22 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีค่า p-value มากกว่า 0.01 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.011 แสดงว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิต

ชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.9 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.23 มีดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยวิธี t-test

ความรู้	แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ		p-value
	แรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน	แรงจูงใจที่ไม่เป็นตัวเงิน	
	$\bar{x}$ (n=275)	$\bar{x}$ (n=90)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้	11.48	11.76	0.158

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test แสดงในตารางที่ 4.23พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีค่า p-value มากกว่า 0.05 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0. 158 แสดงว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท.เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน

4.5 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

4.5.1 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามเพศ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test

เจตคติ	เพศ		p-value
	ชาย	หญิง	
	$\bar{x}$ (n=144)	$\bar{x}$ (n=221)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.85	3.83	0.698

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test จากตารางที่ 4.24 พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า p-value ซึ่งมากกว่า 0.05 คือมีค่า เท่ากับ 0.698 เมื่อพิจารณาเจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ พบว่าพนักงานที่มีเพศต่างกัน มีเจตคติไม่แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
จำแนกตามอายุ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช
เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ
ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช
เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ โดยวิธี
One-way ANOVA

เจตคติ	อายุ			p-value
	ไม่เกิน 25 ปี $\bar{x}$ (n=171)	มากกว่า 25-35 ปี $\bar{x}$ (n=166)	มากกว่า 35 ปี $\bar{x}$ (n=28)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการ ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.76	3.83	4.18	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA จากตารางที่ 4.25
พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยภาพรวม
แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า p-value ที่มีค่าน้อยกว่า 0.01 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.000**
เมื่อพิจารณาเจตคติที่มีต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ พบว่าพนักงานที่มีอายุต่างกัน มีเจตคติ
แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.26 ค่า p-value ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ใน
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมของพนักงาน บริษัท
เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติต่อการนำ กิจกรรมข้อเสนอ แนะมาใช้ในการ ผลิตชิ้นส่วน รถยนต์และ อิเล็กทรอนิกส์	อายุ	$\bar{x}$	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
	ไม่เกิน 25 ปี	3.76	1	-	0.115	0.000**
	มากกว่า 25-35 ปี	3.83	2	-	-	0.000**
	มากกว่า 35 ปี	4.18	3	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิต
ชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ เจตคติโดยรวมของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน
รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน แสดงใน
ตารางที่ 4.26 พบว่า พนักงานที่มีอายุมากกว่า 25 ปี มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะ
มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างจากพนักงานที่มีอายุ
มากกว่า 25-35 ปี อันดับต่อมาคือ พนักงานที่มีอายุมากกว่า 25 – 35 ปี มีเจตคติต่อการนำ
กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างจาก
พนักงานที่มีอายุ มากกว่า 35 ปี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับคู่อื่นๆ มีเจตคติเกี่ยวกับ
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน

**4.5.3 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน
รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี อายุงาน ต่างกัน มี
เจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน**

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
จำแนกตามอายุงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท
เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุงาน โดยวิธี One-way ANOVA

เจตคติ	อายุงาน				p-value
	ไม่เกิน 5 ปี	มากกว่า 5 - 10 ปี	มากกว่า 10 - 15 ปี	มากกว่า 15 ปี	
	$\bar{x}$ (n=263)	$\bar{x}$ (n=59)	$\bar{x}$ (n=24)	$\bar{x}$ (n=19)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.79	3.85	3.89	4.42	0.000*

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA จากตารางที่ 4.27พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้โดยภาพรวม แตกต่าง กัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p-value เท่ากับ 0.000

ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธี LSD หรือ Least – Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์เป็นคู่ระหว่างพนักงานที่มีอายุงานต่างกัน ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่า p-value ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการ
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ของพนักงาน
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง
(ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติต่อการนำ กิจกรรมข้อเสนอ แนะมาใช้ในการ ผลิตชิ้นส่วน รถยนต์และอิเล็ก ทรอนิกส์	อายุงาน	$\bar{x}$	กลุ่ม ที่	กลุ่มที่			
				1	2	3	4
	ไม่เกิน 5 ปี	3.79	1	-	0.236	0.231	0.000**
	มากกว่า 5-10 ปี	3.85	2	-	-	0.726	0.000**
	มากกว่า 10-15 ปี	3.89	3	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 15 ปี	4.42	4	-	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการอุตสาหกรรมผลิต
ชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ เจตคติโดยรวมของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน
รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน
แสดงในตารางที่ 4.28 พบว่า พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5 ปี พนักงานที่มีอายุงาน 5-10 ปี
และพนักงานที่มีอายุงาน 5 – 10 ปี มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการอุตสาหกรรม
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างจากพนักงานที่มีอายุงาน มากกว่า 15 ปี มี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับคู่อื่นๆ มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
ไม่แตกต่างกัน

**4.5.4 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน
รถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี ระดับการศึกษา
ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน**

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้
จำแนกตามระดับการศึกษา ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์
บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา โดย วิธี One-way ANOVA

เจตคติ	ระดับการศึกษา				p-value
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)	อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ปวส.)	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	
	$\bar{x}$ (n=40)	$\bar{x}$ (n=162)	$\bar{x}$ (n=85)	$\bar{x}$ (n=78)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.86	3.84	3.77	3.91	0.164

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA จากตารางที่ 4.29 พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า p-value เท่ากับ 0.164 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

4.5.5 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี การได้รับการฝึกอบรม ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามการได้รับการฝึกอบรม ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปรिंग(ประเทศไทย)จำกัดได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการฝึกอบรม โดยวิธี t-test

เจตคติ	การได้รับการฝึกอบรม		p-value
	เคย $\bar{X}$ (n=309)	ไม่เคย $\bar{X}$ (n=56)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.79	4.10	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test จากตารางที่ 4.30 พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีการได้รับการฝึกอบรมต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยภาพรวมแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p-value เท่ากับ 0.000

4.5.6 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงาน ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามลักษณะงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงาน โดยวิธี One-way ANOVA

เจตคติ	ลักษณะงาน				p-value
	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายสนับสนุน ผลิต	ฝ่ายสำนักงาน	ฝ่ายอื่นๆ	
	$\bar{X}$ (n=265)	$\bar{X}$ (n=44)	$\bar{X}$ (n=45)	$\bar{X}$ (n=11)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการ ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.80	3.85	3.89	4.50	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA จากตารางที่ 4.31 พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยพิจารณาจากค่า p-value เท่ากับ 0.000 ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธี LSD หรือ Least – Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ด้านต่างๆระหว่างพนักงานที่มีลักษณะงานต่างกัน ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ค่า p-value ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวม ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	ลักษณะงาน	$\bar{x}$	กลุ่มที่	กลุ่มที่			
				1	2	3	4
	ฝ่ายผลิต	3.80	1	-	0.488	0.143	0.000**
	ฝ่ายสนับสนุนผลิต	3.85	2	-	-	0.560	0.000**
	ฝ่ายสำนักงาน	3.89	3	-	-	-	0.000**
	ฝ่ายอื่นๆ	4.50	4	-	-	-	-

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ เจตคติโดยรวมของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงาน ต่างกัน แสดงในตารางที่ 4.32 พบว่า พนักงานที่มีลักษณะงานฝ่ายผลิตฝ่ายสนับสนุนผลิต และฝ่ายสำนักงาน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างจากพนักงานที่มีลักษณะงานฝ่ายอื่นๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับคู่อื่นๆ มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน

4.5.7 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงาน ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามตำแหน่งงาน ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติ ของ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน โดยวิธี One-way ANOVA

เจตคติ	ตำแหน่งงาน			p-value
	พนักงานระดับปฏิบัติการ	หัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก	เจ้าหน้าที่สำนักงาน	
	$\bar{x}$ (n=113)	$\bar{x}$ (n=210)	$\bar{x}$ (n=42)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.88	3.81	3.88	0.186

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี One-way ANOVA จากตารางที่ 4.33 พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า p-value เท่ากับ 0.186 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05

4.5.8 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามประเภทการจ้างงานของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการจ้างงาน โดยวิธี t-test

เจตคติ	ประเภทการจ้างงาน		p-value
	ลูกจ้าง / พนักงานประจำ	ลูกจ้าง / พนักงานชั่วคราว	
	$\bar{x}$ (n=228)	$\bar{x}$ (n=137)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.86	3.81	0.275

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test จากตารางที่ 4.34 พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า p-value เท่ากับ 0.275 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

4.5.9 วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ จำแนกตามแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ p-value ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยวิธี t-test

เจตคติ	แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ		p-value
	แรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน	แรงจูงใจที่ไม่เป็นตัวเงิน	
	$\bar{x}$ (n=275)	$\bar{x}$ (n=90)	
การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	3.83	3.88	0.327

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ วิธี t-test จากตารางที่ 4.35 พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งพิจารณาจากค่า p-value มีค่ามากกว่า 0.05 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.327

4.6 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบ ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบ ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด โดยวิธี Pearson Correlation แสดงในตาราง ที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่า p-value ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ โดยวิธี Pearson Correlation

ตัวแปร	R	p-value
ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์	0.346	0.000**

หมายเหตุ : *หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า p-value น้อยกว่า 0.01 ที่ค่า p-value เท่ากับ 0.000** แสดงว่าความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ นั้นมีความสัมพันธ์กันไปในทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนกิจกรรมข้อเสนอแนะ

4.7.1 ปัญหาหรืออุปสรรคจากการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นไว้ดังนี้

- (1) ระบบการพิจารณา ประเมินผลล่าช้า เช่นเรื่องที่ผ่านมาพิจารณาไปแล้ว นำไปปรับปรุงช้า
- (2) มีคณะกรรมการตัดสินน้อยคน มีความคิดไม่หลากหลาย
- (3) นโยบายการทำกิจกรรมข้อเสนอ เป็นการบังคับให้พนักงานปฏิบัติ ตามจำนวน และระยะเวลาที่บริษัทกำหนด
- (4) เรื่องที่ผ่านมาการพิจารณาเป็นงานที่ต้องปรับปรุงแล้ว ควรให้ผู้มีความชำนาญเฉพาะทาง หรือผู้รับเหมาเป็นผู้ดำเนินการ จะทำให้ผลงานเสร็จเร็ว และมีประสิทธิภาพ

- (5) เรื่องที่ผ่านการพิจารณาแล้ว เมื่อต้องดำเนินการปรับปรุงพบว่าขาดอุปกรณ์เครื่องมือดำเนินการต่อ จึงทำให้งานไม่ได้ถูกปรับปรุง หรือเสร็จล่าช้า
- (6) เกณฑ์การตัดสินมีมาตรฐานไม่ตรงกัน ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของบุคคล
- (7) พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- (8) บริษัทขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี และคิดว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นเรื่องที่เสียเวลา และไม่ได้ประโยชน์อะไร
- (9) บริษัทมีกิจกรรมให้ทำมาก จึงทำให้กิจกรรมข้อเสนอแนะทับซ้อนกิจกรรมอื่น
- (10) ขาดความต่อเนื่องในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- (11) มีข้อเสนอแนะที่ส่งแล้วไม่ผ่านการพิจารณา แต่ภายหลังมีการนำมาปรับปรุงดำเนินการโดยแผนกอื่น
- (12) ขาดงบประมาณที่เพียงพอในการทำกิจกรรม
- (13) ควรประกาศผลการตัดสินว่าผ่านหรือไม่ผ่าน ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น บอร์ดข่าวสาร อีเมล ฯลฯ เพราะทำให้มีการส่งข้อเสนอเรื่องซ้ำเข้าไป หรือนำข้อเสนอแนะที่ไม่ผ่านไปปรับปรุง และไม่มีการดำเนินการปรับปรุงข้อเสนอที่ผ่านไปแล้ว
- (14) ข้อเสนอแนะที่ผ่านการตัดสินนั้น ควรจะสอบถามผู้ส่งว่าเป็นผู้ปรับปรุงเอง หรือผู้อื่นปรับปรุง เพื่อที่จะได้จัดหาเวลาในการปรับปรุงงาน โดยไม่ให้ทับซ้อนงาน
- (15) หัวหน้างานไม่มีการติดตามกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ขาดความต่อเนื่องในการทำกิจกรรม และไม่กระตุ้นให้เกิดการทำกิจกรรม
- (16) มีข้อจำกัดในการเขียนเช่น ห้ามเขียนเรื่องสวัสดิการ กฎระเบียบของบริษัท
- (17) ระดับผู้บริหารไม่สนใจจริงจัง
- (18) ไม่มีหน่วยงานดูแลกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยตรง

4.7.2 วิธีการที่จะทำให้กิจกรรมข้อเสนอแนะประสบความสำเร็จ ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นไว้ดังนี้

- (1) จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานให้ครอบคลุมทุกระดับ โดยเน้นเรื่องความสำคัญของการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ วิธีการเขียนข้อเสนอแนะ มีที่ปรึกษาที่ให้คำปรึกษาโดยตรง และอบรมดูงานในองค์กรที่ประสบความสำเร็จเรื่องการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- (2) เพิ่มงบประมาณ หรือจัดงบประมาณกลางเพื่อดำเนินการในข้อเสนอแนะที่ได้รับการตัดสิน ให้สามารถทำได้ทันที เพิ่มรางวัลจูงใจ ทั้งเป็นตัวเงินและไม่ใชตัวเงิน
- (3) ผู้บริหารควรสนับสนุนและชี้แนะแนวทาง และร่วมปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
- (4) ระดับผู้บริหารต้องมีความรู้ และสามารถเป็นแบบอย่างให้พนักงานได้เห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) แจ้ง ประกาศในเรื่องที่ผ่านการพิจารณาให้พนักงานทุกคนรับทราบ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการส่ง มีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลชัดเจน เป็นธรรมข้อเสนอแนะ และเมื่อผ่านแล้วผู้เกี่ยวข้องทุกคนต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขทันที

(6) ให้มีระบุไว้ในนโยบายบริษัท นำเข้าระบบประเมินผลงานของพนักงานประจำปี

(7) จัดตั้งหน่วยงานดูแลกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยตรง ไม่ควรบังคับให้เขียนส่งตามจำนวนและระยะเวลา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทที่ 5 นี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการศึกษา “การศึกษา ความรู้และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด” ในส่วนของการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยได้แยกออกเป็น ดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

1) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะเป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 60.55 และเพศชาย จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45 ตามลำดับ

2) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 171 คนคิดเป็นร้อยละ 46.85 รองลงมาคือ เป็นกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 25-35 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 45.48 กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 30-45 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58 และกลุ่มที่มี อายุ มากกว่า 45 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.92 ตามลำดับ

3) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 355คน ส่วนใหญ่ จะมี อายุงาน ไม่เกิน 5 ปี มีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 72.05 รองลงมาคือ เป็นกลุ่มที่มีอายุงาน มากกว่า 5-10 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.16 กลุ่มที่มีอายุงาน 10 - 15 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58 และกลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.21 ตามลำดับ

4) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.) จำนวน 162 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.39 ลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมา จะมีการศึกษาในระดับ อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า(ปวส.) จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 23.29 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีประชากรจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.36 การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.) จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.96

5) ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน มีประชากรที่เคยได้รับการฝึกอบรม จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 84.66 และประชากรที่ไม่เคยรับการฝึกอบรม จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.34

6) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมีลักษณะงานที่ทำฝ่ายผลิต(Direct) จำนวน 265 คน คิดเป็น ร้อยละ 72.60 ถ้าับรองลงมา จะมีลักษณะงานที่ทำฝ่ายสำนักงาน(Office) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.33 มีลักษณะงานที่ทำฝ่ายสนับสนุนผลิต(In-Direct) มีประชากรจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.05 และมีลักษณะงานที่ทำฝ่ายอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.02

7) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่ จะมีตำแหน่งงานที่ทำเป็นหัวหน้างาน,หัวหน้าแผนก จำนวน 210 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.53 ถ้าับรองลงมา จะมีตำแหน่งงานที่ทำเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 30.96 มีตำแหน่งงานที่ทำเป็นเจ้าหน้าที่สำนักงาน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.51

8) ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน มีประชากรที่มีประเภทการจ้างงานเป็นลูกจ้าง/พนักงานประจำ จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 64.47 และมีประเภทการจ้างงานเป็นลูกจ้าง/พนักงานชั่วคราว จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.53

9) ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 365 คน ส่วนใหญ่เลือกแรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน มีประชากรจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 64.47 และแรงจูงใจที่ไม่เป็นตัวเงิน มีประชากรจำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 24.66 ตามลำดับ

5.1.2 ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้

พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีระดับความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้อยู่ 3 ระดับ คือระดับความรู้ดี ระดับความรู้ปานกลาง และระดับความรู้อ่อน โดยภาพรวมพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีความรู้เกี่ยวกับ

การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะอยู่ที่ระดับ ความรู้ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยของระดับความรู้เท่ากับ 11.56 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.62 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีระดับคะแนนในกลุ่มแตกต่างกันมาก

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ในภาพรวมระดับเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับ ก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 6 ด้านเท่ากับ 3.88 และมีระดับเจตคติ ไม่กระจายตัวมากโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.76 และเมื่อพิจารณาเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ด้านบรรยากาศองค์การภายหลังนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ด้านประสิทธิผลจากการนำข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาระดับเจตคติในแต่ละด้าน พบว่าเจตคติเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.41-4.20 ซึ่งหมายถึงพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ระดับเจตคติอยู่ในระดับก่อนข้างดี แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วย โดยความเห็นในระดับใกล้เคียงกัน

5.1.4 ข้อมูลเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ที่มีผลต่อระดับความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

5.1.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 : พนักงานที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 : พนักงานที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี อายุ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 : พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4 : พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5 : พนักงานที่มี การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6 : พนักงานที่มี ลักษณะงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.7 : พนักงานที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรม

ข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.8 : พนักงานที่มีประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.9 : พนักงานที่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.5 ข้อมูลเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อระดับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

5.1.5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 : พนักงานที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.5.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 : พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็นเอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 : พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.5.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 : พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.5.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.5 : พนักงานที่มี การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.5.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 : พนักงานที่มี ลักษณะงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีลักษณะงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.5.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.7 : พนักงานที่มี ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.5.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.8 : พนักงานที่มี ประเภทการจ้างงานแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.5.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.9 : พนักงานที่มี แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.1.6 ข้อมูลทดสอบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

5.1.6.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 : ความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์

พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้มีความสัมพันธ์กับเจตคติของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กันไปในทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยแรงจูงใจ

จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี มีอายุงานไม่เกิน 5 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.) เคยได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายผลิต (Direct) และลักษณะงานที่ทำเป็นพนักงานระดับหัวหน้างานและหัวหน้าแผนก ประเภทการจ้างเป็นพนักงานประจำ และพนักงานส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเพราะแรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน

5.2.2 ด้านความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้

จากข้อมูลของแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ พบว่ามีระดับความรู้เกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ อยู่ 3 ระดับคือความรู้ดี ความรู้ปานกลาง และ ความรู้อ่อน ที่เห็นเช่นนี้เป็นผลมาจากการที่พนักงานส่วนใหญ่จะได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะจากองค์กร คิดเป็นร้อยละ 84.66 ส่วนพนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมนั้น ส่วนใหญ่สามารถทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเองได้เนื่องจากการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะนั้นเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย และสามารถเขียนลงตามแบบฟอร์มข้อเสนอแนะที่บริษัทให้ไว้ หรือผ่านการสอนจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน ทั้งนี้จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการอบรมเพื่อให้พนักงาน ได้รู้ถึงความสำคัญและผลที่จะได้รับจากการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะและวิธีการเขียนข้อเสนอแนะให้ถูกต้องเพื่อที่จะได้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปรับปรุงกระบวนการทำงานที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ดังที่ วรรณธิดา แสงมณี (2547 : 7-4) ได้กล่าวไว้ในหัวข้อทฤษฎีการเรียนรู้ว่า การเรียนรู้ เป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง อย่างถาวร ด้วยประสบการณ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากหลายรูปแบบ เช่น โดยตรงด้วยการทำเอง หรือโดยทางอ้อมด้วยวิธีการสังเกต และผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ สุขเทศ (2546 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

5.2.3 ด้านเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้

เมื่อพิจารณาระดับเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าพนักงานมีระดับเจตคติต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะโดยรวมอยู่ในระดับ ก่อนข้างดี และพนักงานมีระดับเจตคติไม่แตกต่างกันมาก อาจเป็นเพราะว่าพนักงานได้รับการฝึกอบรม จึงทำให้พนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นอย่างดีส่งผลต่อการมีระดับเจตคติที่ดีต่อระบบโดยรวม จากการที่เห็นด้วยกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะที่มีผลต่อด้านต่างๆ ดังที่ พงษ์รัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 106) กล่าวว่า เจตคติ ความรู้สึกของบุคคลต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งต่างๆ ไปในทิศทางหนึ่งที่ดีหรือไม่ดีตามความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งจากการพิจารณาระดับเจตคติเป็นรายชื่อ พบว่าพนักงานมีระดับเจตคติในแต่ละข้ออยู่ในระดับค่อนข้างดี พนักงานส่วนใหญ่จะมีระดับเจตคติด้านต่างๆ คือ ด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ด้านการยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ด้านบรรยากาศองค์กรภายหลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร และ ด้านประสิทธิผลจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างดี เพราะเห็นว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะมีผลดีต่อองค์กร มีประโยชน์และทำให้เกิดการพัฒนา แต่ยังมีพนักงานบางส่วนอาจยังไม่เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ หรือกฎเกณฑ์ที่องค์กรตั้งไว้ อีกทั้งยังไม่เข้าใจในผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อตัวพนักงานเองหากพนักงานไม่เข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ ผู้บริหารหรือคณะกรรมการกิจกรรมข้อเสนอแนะ ควรที่จะรักษาและเพิ่มพูน เจตคติที่ดีต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ โดยการให้ความสนใจการทำให้มีความต่อเนื่อง การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและชี้แจงเป้าหมาย วัตถุประสงค์ให้รู้ทั่วถึงกัน การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงเป้าหมายวิธีการทำงาน การตั้งมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจและคัดเลือกข้อเสนอแนะให้มีความเที่ยงตรง ยุติธรรม การจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ ให้เพียงพอเหมาะสมต่อการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ การสร้างแรงจูงใจให้เกิดความเสมอภาคและทัดเทียมกัน ทั้งนี้ก็จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นและเจตคติที่ดีว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะมีผลทางด้านดีต่อองค์กร ตัวพนักงานเองและเพื่อนร่วมงาน ทั้งในด้านการทำงานเป็นทีม การเข้าถึงสาเหตุของปัญหาที่แท้จริง และก่อให้เกิดการพัฒนาความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น ดังที่ พวงเพชร วัชรอยู่ (2526 : 159-160) กล่าวว่าไว้ว่าเจตคติเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งที่ทำให้ การทำงาน ของคนดำเนินไปได้ด้วยดี ฉะนั้น หากได้จัดการปลูกฝัง ความรู้สึกรักงานให้เกิดขึ้นกับทุกคน จะช่วยให้งานนั้นไม่เป็นที่น่าเบื่อแก่คนทำงานต่อไป ดังนั้นผู้บริหารจึงควรสร้างเสริม เจตคติที่ดีให้บังเกิดแก่คนในองค์กร และ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ สุขเทศ (2546 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม อยู่ในระดับค่อนข้างดี และ ณรงค์เวทย์ วจนพานิช (2541 : บทคัดย่อ) พบว่าเจตคติของพนักงานต่อการทดลองนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างดี

5.2.4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความรู้

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงาน และปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ที่มีผลต่อความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์

และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นการสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเพศหญิงและเพศชาย ส่วนใหญ่เคยได้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ จึงทำให้พนักงานทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูมนัส สมบูรณ์ (2550 : บทคัดย่อ) พบว่าเพศต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการลดต้นทุนไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านอายุ พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชูมนัส สมบูรณ์ (2550 : บทคัดย่อ) พบว่าอายุต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการลดต้นทุนแตกต่างกันนั้น หมายความว่าอายุมีผลต่อความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ อาจเนื่องมาจากพนักงานที่มีอายุต่างกันที่ทำงานโรงงานเดียวกัน จะมีโอกาสรับรู้ข้อมูล การฝึกอบรมหรือสัมมนาในโรงงานไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะความรู้ด้านการทำกิจกรรมพัฒนาคุณภาพ กระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (5ส. , PDCA , QCC เป็นต้น) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาและความชำนาญในการฝึกฝน จึงจะทำให้เข้าใจในเรื่องกิจกรรมข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านอายุงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้เกิดจากการเรียนรู้ จากการทำงานจริง มีการเรียนรู้เพิ่มเติมจาก ประสบการณ์ ทำงานที่ผ่านมา ทำให้เมื่อมีประสบการณ์ ผ่านมาในช่วงหนึ่งจะมีความรู้ในระดับดี เป็นลักษณะของทฤษฎีการเรียนรู้ และเส้นโค้งการเรียนรู้ ดังที่ วรรณารถ แสงมณี (2547 : 7-2 , 7-4) กล่าวในหัวข้อทฤษฎีการเรียนรู้ ว่า การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรด้วยประสบการณ์ และ อ้างอิงถึงความหมายโดยรวมในหัวข้อ เส้นโค้งการเรียนรู้ ซึ่งกล่าวว่าช่วงเริ่มต้นของการเรียนรู้จะเริ่มเป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่หลังจากนั้นจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ ลดลง เนื่องจากบุคคลจะเน้นไปที่การพัฒนาด้าน ความ ประสิทธิภาพ ของ กิจกรรมแทน ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน พบว่าพนักงานที่มีอายุงานไม่เกิน 5 ปี และพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5 – 10 ปี มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างจาก พนักงานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีอายุงานมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และพนักงานที่มีอายุงานไม่เกิน 5 ปี มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างจาก พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกับพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10-15 ปี มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างจาก พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกนั้นผลของความรู้ที่นำมาเปรียบเทียบไม่แตกต่างกัน จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว เป็นไปได้ว่าพนักงานที่มีอายุงานต่างกันอาจได้รับการฝึกอบรมไม่เท่ากัน ผู้บริหารควรจัดการฝึกอบรมให้แก่พนักงานในแต่ละอายุงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน หรือจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานใหม่เมื่อเริ่มปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร และจัดฝึกอบรมทบทวนและข่าวสาร เทคนิคใหม่ๆ แก่พนักงานเก่าอยู่เป็นประจำ และสม่ำเสมอ

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านการศึกษ พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าพนักงานได้รับการอบรมทางทฤษฎีและก็ได้รับการถ่ายทอดความรู้ในทางปฏิบัติจากการปฏิบัติงานจริงจากผู้ผ่านการอบรมทางทฤษฎี ซึ่งสิ่งนี้ทำให้พนักงานมีระเบียบปฏิบัติ ขั้นตอนการทำงานมีแบบแผนที่ได้มาตรฐานที่เหมือนกัน ไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีระดับการศึกษาในระดับใดก็ตามก็ต้องผ่านการ เรียนรู้ ในระเบียบ ปฏิบัติ ขั้นตอนการทำงานขององค์กรก่อนเริ่มปฏิบัติงาน ดังที่ วรรณธ งามมณี (2547 : 7-4) กล่าวในหัวข้อวัตถุประสงค์และเป้าหมายการฝึกอบรมและการพัฒนาตอนหนึ่งว่า การฝึกอบรมในปัจจุบันจะเน้นเนื้อหาไปที่บุคคลกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ปัจจุบันที่บุคคลนั้นต้องรับผิดชอบเป็นหลักสำคัญ ซึ่งได้ยกตัวอย่างว่าบุคคลผู้หนึ่งเข้าทำงานทางการตลาดในที่สุดท้ายของการเรียนในมหาวิทยาลัยถึงแม้ผู้นั้นจะมีปริญญาทางบริหารธุรกิจ แต่เมื่อองค์กรนั้นจ้างงานเขาให้มาทำงาน เขาย่อมจะต้องได้รับการอบรมและทำความเข้าใจระเบียบปฏิบัติ ขององค์กรในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้นโยบายและกิจกรรมขององค์กร ซึ่งเป็นสิ่งทีนอกเหนือจากเนื้อหาที่มาจากการเรียนรู้ในสถาบันการศึกษาที่จบมา ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ นริศรา โฉวารุณ (2551 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้บริหารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ที่มีต่อระบบการผลิตแบบลีนไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านการได้รับการฝึกอบรม พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีการได้รับการฝึกอบรมต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังที่ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2540 : 7) กล่าวว่าการระลึกถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เคยมีประสบการณ์มาแล้ว และรวมถึงการจำเนื้อเรื่องต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในแต่ละเนื้อหาวิชาและเกี่ยวกับเนื้อหาวิชานั้นด้วย เช่น ระลึกหรือจำได้ถึงวัตถุประสงค์ วิธีการ แบบแผนและเค้าโครงของเรื่องนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดุสิต ก้าวกำจัด (2549 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ระดับผลกระทบเชิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บวจากการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม QCC ต่อหน่วยงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่การได้รับการอบรม QCC ที่แตกต่าง มีระดับผลกระทบซึ่งบวจากการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม QCC แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านลักษณะงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีลักษณะงาน ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่าลักษณะของงานที่ทำนั้นไม่เหมือนกันและมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมข้อเสนอแนะมากน้อยไม่เท่ากัน อีกทั้งลักษณะงานที่ต่างกันทำให้พนักงานมีความรู้มีความชำนาญในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกันด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านตำแหน่งงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีตำแหน่งงานที่ทำ ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าตำแหน่งงานที่ทำของพนักงานนั้นมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่เหมือนกัน ทำให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ พงศกร ชีรเดชสิทธิ์ (2552 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีผลทำให้มีความรู้ต่อการนำระบบบริหารคุณภาพ ISO/TS 16949:2002 มาใช้แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านประเภทการจ้างงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจากพนักงานที่มีประเภทการจ้างต่างกันโดยเฉพาะลูกจ้างหรือพนักงานประจำ ซึ่งมีโอกาสที่จะได้รับการฝึกอบรมมากกว่าลูกจ้างหรือพนักงานชั่วคราวเพราะว่าทำงานอยู่ประจำและไม่ได้ปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่หรือเปลี่ยนงาน ดังนั้นจึงทำให้ลูกจ้างหรือพนักงานประจำมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเสนอแนะมากกว่าลูกจ้างหรือพนักงานชั่วคราว

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังที่ อำนวย แสงสว่าง (2536: 108) กล่าวว่า การจูงใจมีอิทธิพลต่อผลผลิต ผลิตผลของงานจะมีคุณภาพดี มีปริมาณมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับ การจูงใจในการทำงาน ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานจึงจำเป็นต้องเข้าใจว่าอะไร คือแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานทำงานอย่างเต็มที่ และไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายในการจูงใจพนักงาน เพราะพนักงานตอบสนองต่องานและวิธีการทำงานขององค์กรแตกต่างกัน

5.2.5 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อเจตคติ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงาน และปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ที่มีผลต่อเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเพศต่างกันมีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ เหตุที่เจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่ต่างกัน อาจเพราะทั้งสองเพศมีความเข้าใจและตระหนักถึงผลดีประสิทธิผล ที่จะเกิดขึ้นต่อตนเองและองค์กร โดยรวมจากการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์เวทย์ วณพานิช (2541 : บทคัดย่อ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะในระดับมาก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและไม่มี ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ ของพนักงานในด้านเจตคติต่อกิจกรรมข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านอายุ พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุต่างกันมีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีอายุต่างกันได้รับรู้ว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นสิ่งที่ดี ดังที่ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 106) กล่าวว่า ความรู้สึกของบุคคลต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งต่างๆ ในทิศทางหนึ่ง หรืออาจเป็นในทิศทางสนับสนุนหรือต่อต้านก็ได้ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พงศกร ชีรเดชสิทธิ์ (2552 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลทำให้มีเจตคติต่อการนำระบบบริหารคุณภาพ ISO/TS 16949:2002 มาใช้แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านอายุงาน พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกันมีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะในภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการเปรียบเทียบเจตคติเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ระหว่างกลุ่มของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีอายุงานไม่เกิน 5 ปี มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างจาก พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5 – 10 ปี มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างจาก

พนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10 – 15 ปี มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ แตกต่างจากพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกนั้นมีความรู้คู่เปรียบเทียบไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าพนักงานที่อายุงานต่างกันไม่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่มีอายุงานไม่เกิน 15 ปี ซึ่งส่งผลให้พนักงานมีประสบการณ์และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน และทำให้ทราบถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ของกิจกรรมต่อตัวพนักงานเอง ซึ่งน่าจะเป็นผลจากการที่พนักงานมีความเข้าใจในเป้าหมายของการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะดี หรือได้รับข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะดี เห็นได้จากเจตคติทั้งหมด 6 ด้าน แสดงให้เห็นว่าพนักงานในองค์กรมีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะค่อนข้างดี อย่างไรก็ตามผู้บริหารควรจะต้องเพิ่มเติมในการอบรมและมีการให้ความรู้ เข้าใจในเป้าหมาย การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ดังที่ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 106) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่ง ต่างๆ ไปในทิศทางหนึ่ง หรืออาจเป็นไปในทางสนับสนุน หรือทางต่อต้านก็ได้ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พนม วิจิตรจัน (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า เปรียบเทียบเจตคติในด้านต่างๆ ที่มีต่อการฝึกอบรมพนักงานในการพัฒนาบุคลากร คืออายุงาน พบว่าแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังที่ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 89) กล่าวว่า เจตคติเกิดจากการเรียนรู้หรือจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล แต่สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเกิดเจตคติคือ ค่านิยม บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่อยู่ร่วมกัน โดยแหล่งที่ก่อให้เกิดเจตคติคือ 1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง อาจมีการได้รางวัลหรือลงโทษ ถ้าประสบการณ์นั้นทำให้บุคคลรู้สึกพอใจ ก็จะทำให้เกิดเจตคติที่ดี 2) เจตคติที่เกิดจากการสอน อาจเป็นการสอนที่มีแบบแผน หรือไม่มีแบบแผนก็ได้ เจตคติจากการเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลที่เคารพนับถือ และ 3) สถาบัน เช่น โรงเรียน หน่วยงานต่างๆ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ นริศรา โฉวารุณ (2551 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้บริหารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีเจตคติต่อระบบการผลิตแบบลีนไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการได้รับการฝึกอบรม พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีการได้รับการฝึกอบรมต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งหากพิจารณาถึงการได้รับการฝึกอบรมจะเห็นได้ว่าพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างจากพนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมจะทำให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะเพิ่มขึ้นและมีเจตคติที่ดี ดังนั้น ผู้บริหารควรจัดให้มีการฝึกอบรมหรือยกตัวอย่างกิจกรรมข้อเสนอแนะที่ประสบผลสำเร็จ มีผลประโยชน์ต่อองค์กรและพนักงานได้รู้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างเจตคติที่ดีให้แก่พนักงาน เพราะว่าเจตคติของคนเกิดจากการเรียนรู้และผ่านการฝึกอบรมทำให้เกิดทักษะความรู้ ทักษะคิด ดังที่ McDavid and Harrari (1968 : 130-131) กล่าวถึงคุณสมบัติของเจตคติไว้ว่า เจตคติเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้มีสิ่งที่เกิดขึ้นเอง และยังเป็นสิ่งที่มีลักษณะค่อนข้างเสถียรภาพ เจตคติไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างฉับพลัน จากสิ่งหนึ่งไปอีกสิ่งหนึ่งจนไม่สามารถ ทำนายหรือคาดหมายได้ และไม่ใช่สิ่งที่ยึดมั่นถาวรจนไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราตรี วิรเศรษฐ์ (2544 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า พนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมแตกต่างกัน มีผลต่อเจตคติต่อการทำกิจกรรม QCC ของพนักงาน แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านลักษณะงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีลักษณะงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่าลักษณะของงานที่ทำนั้นไม่เหมือนกันและมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมข้อเสนอแนะมากน้อยไม่เท่ากัน อีกทั้งลักษณะงานที่ทำต่างกันทำให้พนักงานมีความรู้มีความชำนาญในการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกันด้วย ผู้บริหารจึงควรคำนึงถึงในส่วนนี้ เพราะว่าความแตกต่างของงานที่ทำทำให้พนักงานมีความรู้และเจตคติต่างกันและควรจัดให้มีเกณฑ์การฝึกอบรมที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้พนักงานแต่ละฝ่ายได้รับความรู้ที่เท่าเทียมกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านตำแหน่งงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีตำแหน่งงานที่ทำ ต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้ เพราะว่าตำแหน่งงานที่ทำของพนักงานนั้นมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่เหมือนกัน ทำให้พนักงานมีความรู้ความชำนาญต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ พงศกร ชีรเดชสิทธิ์ (2552 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีผลทำให้มีความรู้ต่อการนำระบบบริหารคุณภาพ ISO/TS 16949:2002 มาใช้แตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารควรที่จะตระหนักถึงหน้าที่หรือตำแหน่งที่พนักงานทำ และควรจัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะให้เหมาะสมกับหน้าที่หรือตำแหน่งงานนั้นๆ

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านประเภทการจ้างงาน พบว่าพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะแตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากพนักงานที่มีประเภทการจ้างต่างกัน โดยเฉพาะลูกจ้างหรือพนักงานประจำเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานโดยได้รับการบรรจุและทำงานต่อเนื่องตลอด ซึ่งมีโอกาสที่จะได้รับการฝึกอบรมมากกว่าลูกจ้างหรือพนักงานชั่วคราวที่มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่หรือเปลี่ยนงาน เนื่องจากการจ้างงานเป็นสัญญาการจ้างงานแบบระบุจำนวนวันชัดเจนและมีการหมดสัญญาการจ้างงาน ดังนั้นจึงทำให้ลูกจ้างหรือพนักงานประจำมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเสนอแนะมากกว่าลูกจ้างหรือพนักงานชั่วคราว สิ่งที่ผู้บริหารควรคำนึงถึงก็คือการสื่อสารหรือการอบรมให้พนักงานที่มีประเภทการจ้างงานต่างกันนั้นมีมาตรฐานในด้านความรู้และเจตคติเดียวกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะพบว่า พนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะต่างกัน มีเจตคติเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าพนักงานโดยส่วนใหญ่คิดว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะนั้นมีประโยชน์กับตัวพนักงานและองค์กร อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่เปรียบเสมือนหน้าที่ที่ต้องทำ และไม่ได้หวังที่จะได้รับผลตอบแทนจากการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ และในส่วนของพนักงานที่เลือกแรงจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงินนั้นมีความคิดว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะนั้นสร้างประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพงาน ซึ่งจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจ การยอมรับ และการเลื่อนตำแหน่งต่อไป ดังที่ สุชา จันทน์เฒ (2542 : 201) กล่าวว่า แรงจูงใจ จึงเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) เป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นคุณค่าของงานมองว่าองค์กรคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัว เขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์กร กระทำ การต่างๆ ให้องค์กรเจริญก้าวหน้า หรือในกรณีที่บ้านเมืองประสบปัญหาเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาของเศรษฐกิจถดถอยลงส่งผลให้องค์กรจำนวนมากอยู่ในภาวะขาดทุนไม่มีเงินจ่ายค่าตอบแทน แต่ด้วยความผูกพัน เห็นใจกันและกัน ส่วนแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) เป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าว เฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้รับ การยอมรับ ฯลฯ ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น การที่คนงานทำงานเพียง เพื่อแลกกับ ค่าตอบแทน หรือเงินเดือน การแสดงความขยันตั้งใจทำงานเพียง เพื่อให้หัวหน้างานมองเห็นแล้ว ได้ความคิดความชอบ เป็นต้น

5.2.6 ความสัมพันธ์ของความรู้กับเจตคติ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความรู้กับเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด พบว่ามีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากว่าพนักงานที่มีความรู้สูงมีเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ดี ในทางตรงกันข้ามพนักงานที่มีความรู้ต่ำ อาจมีเจตคติในการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ไม่ดี เป็นเพราะเจตคติของพนักงานอาจมาจากประสบการณ์ การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ และมีความรู้ที่ถูกต้อง รู้ถึงเป้าหมายที่ชัดเจน ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยในส่วนเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อเจตคติ ส่วนใหญ่ที่มีเจตคติที่แตกต่างกันจะอยู่ในด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ด้านการยอมรับกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ด้านบรรยากาศองค์การภายหลังการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร และด้านประสิทธิผลจากการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร ซึ่งเป็นผลของการไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการจัดทำกิจกรรมข้อเสนอแนะนั้น ดังนั้นผู้บริหารจึงควรจัดการอบรมและหาวิธีพัฒนาทั้งทางด้านความรู้และสร้างเจตคติควบคู่กันไปดังที่ วรรณธ แสงมณี (2547 : 7-1) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นการเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง ทักษะ ความรู้ ทักษะ หรือพฤติกรรม ซึ่งหมายความว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่พนักงานรู้ วิธีการทำงานของพวกเขา รวมทั้งทัศนคติของพวกเขาที่มีต่องานหรือการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือกับผู้บังคับบัญชา

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความรู้และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงกิจกรรมข้อเสนอแนะให้มีประสิทธิภาพต่อองค์กร โดยพนักงานจะได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลที่ได้รับจะทำให้พนักงานเกิดความสะดวกสบายในการทำงานมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความปลอดภัยในการทำงาน และองค์กรจะมีผลผลิตเพิ่มมากขึ้น ลดความสูญเปล่า ลดการสูญเสียในการผลิตซึ่งเกิดจากการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา การฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน ประเภทการจ้างงาน และปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีผลต่อความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ และอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแรงจูงใจได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา การได้รับการฝึกอบรมและปัจจัยแรงจูงใจแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ มีผลต่อเจตคติต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ ทำให้ผู้บริหารองค์การสามารถทราบแนวทางการจัดการบริหาร ส่งเสริม และวางแผน กระตุ้นการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ข้อสังเกตที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือพนักงานที่เคยได้รับการอบรม และพนักงานที่ไม่เคยได้รับการอบรม มีการกระจายตัวของคะแนนความรู้มาก โดยพนักงานที่เคยได้รับการอบรมมีระดับความรู้ดีแต่พนักงานที่ไม่เคยได้รับการอบรมมีระดับความรู้อ่อน นอกจากนี้เมื่อวัดผลความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะในแต่ละข้อแล้วนั้นพบว่าข้อที่พนักงานมีความรู้น้อยสุดคือ การเขียนข้อเสนอแนะสามารถดำเนินการเขียนได้ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แม้แต่เรื่องการเปลี่ยนแปลงระเบียบข้อบังคับขององค์การ รองลงมาคือกิจกรรมข้อเสนอแนะจะมุ่งเน้นการปรับปรุงการทำงานด้านความปลอดภัยมากกว่าด้านอื่น จึงน่าจะเป็นการแสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพของการอบรมเกี่ยวกับการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นลักษณะโดยตรงคือการอบรมอย่างเป็นทางการ และทางอ้อมคือการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง การเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน ยังไม่ค่อยดีและไม่ตรงประเด็น จึงทำให้ไม่เกิดความเข้าใจถึงหลักการ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ของการจัดทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ ผู้บริหารองค์การนำไปกำหนดกลยุทธ์การบริหาร โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรที่จะมีการจัดทำเอกสารคู่มือ เกี่ยวกับการจัดทำกิจกรรมข้อเสนอแนะให้เป็นแบบมาตรฐาน เพื่อให้เกิดการสื่อสาร ให้ความรู้แก่พนักงานที่เที่ยงตรง ถูกต้องในมาตรฐานเดียวกันทุกระดับทุกกลุ่มของพนักงาน ทั้งนี้ผู้บริหารต้องสื่อสาร และเป็นแบบอย่างให้พนักงานทุกระดับทราบอย่างชัดเจนว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะนั้น เป็นการทำเพื่อพัฒนาคุณภาพทั้งตัวพนักงาน และคุณภาพของงานที่ทำอยู่ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนา ระดับความรู้ และระดับเจตคติ ของพนักงานที่ดีขึ้น จนมีผลทำให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นว่าการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นกิจกรรมพัฒนาคุณภาพที่สนุก โดยส่งผลดีต่อตนเองและองค์การ

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าระดับเจตคติโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี ซึ่งเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้านจะพบว่า เจตคติด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การ พนักงานมีระดับเจตคติเป็นลำดับสุดท้าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าพนักงานในองค์การมีเจตคติต่อการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์การค่อนข้างดี แต่มีระดับเจตคติอยู่ในระดับสุดท้าย ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้บริหารควรนำมาพิจารณาเรื่องการจัดประชุมหรือการทำกลุ่มกิจกรรมข้อเสนอแนะ เช่น การจัดนิทรรศการกิจกรรมข้อเสนอแนะ แข่งขันประกวดข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานทุกระดับชั้นได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานนำเอา ปัญหาและอุปสรรคในการเขียนข้อเสนอแนะมาถ่ายทอดและสอนให้เข้าใจได้อย่างถูกต้อง และ อาจเป็นการต่อยอดและเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆ ที่จะริเริ่มเขียนข้อเสนอแนะใหม่ได้อีกด้วย ทั้งนี้ ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้าส่วนงานต้นสังกัดแต่ละหน่วยงาน เป็นผู้มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งที่ต้อง คอยช่วยเหลือ และให้คำแนะนำแก่พนักงานในการเขียนข้อเสนอแนะ โดยอาจจะมีการสอบถาม พุดคุยแลกเปลี่ยนกับพนักงานถึงปัญหาอุปสรรคในการเขียนข้อเสนอแนะ เพื่อจะได้รับทราบข้อมูล ที่เป็นปัญหาของพนักงาน แล้วนำมาดำเนินการปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้พนักงานสามารถเขียน ข้อเสนอแนะได้อย่างง่าย หากพนักงานขาดความเข้าใจในการเขียนข้อเสนอแนะ ผู้บังคับบัญชาก็ ต้องสามารถให้คำแนะนำได้

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาเจตคติในแต่ละข้อ พบว่าเจตคติที่มีระดับสุดท้ายคือ การทำ กิจกรรมข้อเสนอแนะเป็นการเพิ่มงานให้กับพนักงาน ซึ่งอยู่ในเจตคติด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำ กิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร พบว่ามีเจตคติอยู่ในระดับ ปานกลาง นั้น ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกต จากข้อเสนอแนะและปัญหาจากเขียนข้อเสนอ พบว่าโดยส่วนใหญ่ พนักงานเห็นว่าการเขียน ข้อเสนอแนะยุ่งยากและต้องใช้เอกสารประกอบการเขียน และเมื่อส่งข้อเสนอแนะไปแล้วมีการนำไป ดำเนินการปรับปรุงช้า มีการกำหนดให้พนักงานทุกคนส่งตามจำนวนและระยะเวลาที่บริษัทกำหนด ไม่มีแรงจูงใจให้ทำกิจกรรม และไม่มีเกณฑ์การตัดสินที่ชัดเจนเป็นธรรม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ผู้บริหาร สามารถทราบแนวทางการจัดการได้โดยจัดตั้งคณะทำงานหรือคณะกรรมการที่ทำกิจกรรมข้อเสนอ โดยตรง โดยมีวาระเพื่อให้พนักงานได้สับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเป็น โดยอบรมให้คณะทำงานหรือ คณะกรรมการมีความรู้และมีความสามารถในการตัดสินข้อเสนออย่างชัดเจนเป็นธรรม และไม่ควร กำหนดจำนวนให้พนักงานทุกคนเขียนข้อเสนอแนะส่งตามระยะเวลาที่กำหนด อาจกระตุ้นโดยการ ประชาสัมพันธ์ ให้เกียรติ ยกย่องชมเชยแก่พนักงานที่เขียนข้อเสนอแนะผ่านทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสาร หรืออินทราเน็ตขององค์กร และอาจเพิ่มเงินรางวัลให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานร่วม ทำกิจกรรมเอง

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นตัวขัดขวางการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะให้ ประสบผลสำเร็จ ของพนักงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลของกิจกรรมเพิ่มผลผลิตอื่นๆ ที่องค์กรได้นำมาใช้ดำเนินการแล้ว เช่น 5 ส. QCC และ TPS เพื่อศึกษาว่าปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการ นำกิจกรรมเพิ่มผลผลิตต่างๆ มาใช้ในองค์กรมีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

3. ควรมีการทําวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิผลก่อนและหลังการนํากิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร

4. ควรมีการทําวิจัยในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนํากิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เห็นความแตกต่าง ของประเด็นปัญหาที่มีมาจากลักษณะการทำงานและลักษณะเครื่องจักรที่ แตกต่างกัน

5. ควรทํากิจการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้พนักงานร่วมทํากิจกรรมข้อเสนอแนะใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยความสมัครใจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กรมโรงงานอุตสาหกรรม . 2550. **ความหมายของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์**. [On line]. <http://www.diw.go.th>.

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2550 . **ข้อมูลโรงงานตามประเภทโรงงานอุตสาหกรรม**. [On line]. http://www.diw.go.th/data_fac/cl082.zip

กรุงเทพธุรกิจ . 2550. **สรุปข่าวเศรษฐกิจ**. <http://www.bangkokbiznews.com>

กฤษฎี อุทัยรัตน์ . 2537. **ถกคุณภาพ = Quality story**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

กล้าหาญ วรพุทธพร.2542. **การบำรุงรักษาวิผล**. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)

ชวาล แพร่ตฤณ. 2526. **เทคนิคการเขียนข้อสอบ**. วัฒนาพานิชจำกัด. กรุงเทพฯ.

ณรงค์เวทย์ วจนพานิช. 2541. การทดลองนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กร : กรณีศึกษาเฉพาะกรณีฝ่ายขายสาย 3 บริษัท ฟีน่าเฮาส์ จำกัด. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. 2542. **ทฤษฎีการจูงใจ**. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ดุสิต ก้วกำจัด . 2549. การศึกษาผลกระทบการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวงจรควบคุมคุณภาพในบริษัท สังกัดกลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย เครือเจริญโภคภัณฑ์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ทัศนีย์ แก้วทอง . 2544. อิทธิพลของความรู้ ทักษะคิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมรักษาระบบคุณภาพ ISO9002 ของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม : กรณีศึกษา บ.โทเทิลแอดเซสคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทิตยา สุวรรณะชญ . 2527. **Sociology**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์ . 2539. **องค์การและการบริหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

ชเนศ จำเกิด .2548. **โครงสร้างความรู้**. วารสารเทคโนโลยี (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น). ปีที่ 31 ฉบับที่ 176. ธ.ค.2547-ม.ค.2548.

บริษัท เอ็น เอส เค สปริง ประเทศไทย จำกัด

<http://www.nhkspg.co.th>.16 สิงหาคม 2553.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุญชม ศรีสะอาด. 2540. **การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล = Research in measurement and evaluation** .กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2540. **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS FOR DOS and WINDOWS**. กรุงเทพฯ : เจริญดีการพิมพ์.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542 . **เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : เจริญดีการพิมพ์.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2545 . **สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์การพิมพ์.

ปณิศา พันภัย. 2544. การบริหารความรู้ (Knowledge Management). เอกสารวิจัย
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลง
กรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาพร สุวรรณ. 2520. **พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพและสุขภาพศึกษา**. กรุงเทพฯ :
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประภาพร สุวรรณ. 2526 . **การวัดความเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ประวิทย์ จงวิศาล. 2537 . **Suggestion System**. กรุงเทพฯ. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ปราโมช วิเศษโวหาร. 2548 . **Automation Kaizen ชัยชนะที่อยู่เหนือเทคโนโลยี**. กรุงเทพฯ :
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ปรีช วัชรวันทานนท์ . 2541. ระบบข้อเสนอแนะในองค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัท แอลทีอีซี
จำกัด จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผู้จัดการรายสัปดาห์. **คนกับองค์กร : "แรงจูงใจ" สร้างคนสร้างความได้เปรียบ**. [On line] .
www.manager.co.th/mgrWeekly. 22 ตุลาคม 2547.

พจนารถ บุญญภัทรพจน์ . 2542 . ความรู้ ทัศนคติ ต่อพฤติกรรมการป้องกันอันตรายจากการทำงาน
ของลูกจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตลวดในจังหวัดปทุมธานี . สาขาจิตวิทยา
อุตสาหกรรม . มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พนม วิจิตรจัน . 2545. เจตคติของพนักงานที่มีต่อการนำการฝึกอบรมมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร
กรณีศึกษา : บริษัท อินเทล ลิฟวิ่ง จำกัด. ภาคนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง.

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ . 2549. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการ
ไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 17 พ.ย. 2539 ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขา รัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรธิดา วิเชียรปัญญา. 2547. **การจัดการความรู้ : พื้นฐานและการประยุกต์ใช้**. กรุงเทพฯ.
ธรรมมลการพิมพ์.

พรพรรณ ชัยมงคล. 2543 . ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการกำหนดปรัชญาการพยาบาล
ของผู้บริหารการพยาบาล โรงพยาบาลชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
วิทยานิพนธ์. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พวงเพชร วัชรอยู่. 2526. **แรงจูงใจกับการทำงาน**. กรุงเทพฯ : สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด)**. สำหรับทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

พัทธธีรา ภูพัฒน์วีรกุล. 2551. ความรู้และเจตคติของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะที่
นำมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตเลนส์สายตา ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง
วิทยานิพนธ์. สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย . สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ไพศาล หวังพานิช. 2526. **การวัดผลการศึกษา**. สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มานะ ชัยวงศ์โรจน์ (แปลและเรียบเรียง), โทโยฮารุ ฟุจิโมโต้ (เขียน). 2538. **คัมภีร์บริหารงานแบบ
ญี่ปุ่น**. กรุงเทพฯ. แมคกรอฮิล.

ราตรี วิเศษฐ์. 2544 . การศึกษาทัศนคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการทำกิจกรรม QCC ของพนักงาน
กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่มเนชั่น ไทย. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย . สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วรรณารถ แสงมณี . 2547. **การบริหารทรัพยากรมนุษย์/งานบุคคล** . ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พรีนติ้ง. กรุงเทพฯ.

วัฒนา พัฒนพงศ์ (แปลและเรียบเรียง). 2543 . **ไคเซ็น การปรับปรุงอย่างไม่หยุดยั้ง**. กรุงเทพฯ.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี . 2550 . **ความหมายของ KAIZEN**. [On line] . <http://th.wikipedia.org>.

วิจารณ์ พานิช . 2548. **การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กรอัจฉริยะ**. สถาบันส่งเสริมการ
จัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) พิมพ์ครั้งแรก.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิโรจน์ พรหมดนตรี. 2547. ความรู้และเจตคติ ต่อการจัดทำระบบบำรุงรักษาเชิงป้องกัน ของพนักงานแผนกซ่อมบำรุงในโรงงานผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม ลาดกระบัง ; วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการ จัดการอุตสาหกรรม. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.

วีระพงษ์ ลือประสิทธิ์กุล. 2536 . **ไคเซ็น เพลิดเพลินเป็น 100 เท่า กับการเขียนข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง เล่ม 3**. กรุงเทพฯ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

วีรวรรณ สุขเทศ. 2546 . การนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา บริษัท เฟดเดอร์ล อีเลคตริก จำกัด. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชารัฐศาสตร์ ภาควิชา รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระนันท์ นนทะนาคร. 2545 . การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ที่สอดคล้องกับการยอมรับระบบ คุณภาพ ISO 9001:2000 ของพนักงานในโรงงานบริษัทเอเชียน ออโต้ พาร์ท จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

วีระพงษ์ กิมาคม. 2546. **การจัดการความรู้**. สังกัดสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยทักษิณ เขตการศึกษาพัทลุง.

ศุภนิธย์ พลไพรินทร์. 2540. ความรู้ ที่สอดคล้องเกี่ยวกับโรคเอดส์ และพฤติกรรมของพยาบาลที่ ปฏิบัติงานในแผนกผู้ป่วยโรคเอดส์ ในโรงพยาบาลของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2550 . **สรุปดัชนีความเชื่อมั่นของภาคอุตสาหกรรม (Thai Industries Sentiment Index : TISI) ประจำเดือนมกราคม 2550**. [On line] . <http://www.fti.or.th>.

สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2548. **คู่มือจัดทำแผนการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ.

สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2548. **การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การ ปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ . 2550. **มูลค่าการส่งออกสินค้าแยกตามรายประเภท**. [On line] . http://www2.ops2.moc.go.th/menucomth/export_topn_country/report.asp.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2550. **มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ**. [On line] . http://www2.ops2.moc.go.th/menucomth/export_topn_country/report.asp.

สำนักงานส่งเสริมคิวิซีแห่งประเทศไทย. 2533. **องค์กรคุณภาพ**. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์อินเตอร์เนชั่นแนล บิสเนสส์ริสส์ (ประเทศไทย).

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. 2530. **จิตวิทยาสังคม** : ทฤษฎีและการประยุกต์. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สุชา จันทน์เอม. 2542. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

สุเทียบ ละอองทอง. 2545. การพัฒนารูปแบบการสอนอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้
ยุทธศาสตร์ เมตาคอกนิชัน สำหรับนักเรียนระดับปริญญาตรี
สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
หลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สรพงษ์ โสชนะเสถียร. 2533. **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สรพงษ์ โสชนะเสถียร. 2533. **วิทยปรัชญา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ประสิทธิ์ภักดิ์เอนด์พริ้นติ้ง.

สุรศักดิ์ นานานุกูล และคณะ. 2535. **การเพิ่มคุณภาพและการผลิต**. กรุงเทพฯ.
สำนักพิมพ์ภูมิบัณฑิต.

สุรศักดิ์ สุทองวัน. 2548. **สรุปประเด็นการบรรยายเรื่อง “KAIZEN และ TOYOTA-WAY”**.

[On line] . <http://www.dopa.go.th/news/lecturesum20050914.doc>.

โสภิตสุดา มงคลเกษม .2539 . พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ ใน
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุชิต โอสถานนท์. 2536. **ตัวอย่างการทำ KAIZEN ให้ได้ผล**. [On line] . www.tpa.or.th .

อรรวรรณ ปัตินันท์โอวาท . 2537 . **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์.

อัครชาติ ตินสุลานนท์. 2546. ความรู้ ทักษะคติต่อพฤติกรรมด้านความปลอดภัยของพนักงานการ
ไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาในสายงานธุรกิจวิศวกรรม ธุรกิจก่อสร้างและ
บำรุงรักษา. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาวิศวกรรมความปลอดภัย
ภาควิชาวิศวกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัมพิกา ไกรฤทธิ . 2534 . **ไคเซ็น คุณาอยู่ความสำเร็จแบบญี่ปุ่น**. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์
ซีเอ็ด ยูเคชั่น.

อานวย แสงสว่าง. 2536. **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กรุงเทพมหานคร. บริษัท อักษราพิพัฒน์ จำกัด.

Alport, G . 1953. **Handbook of Socila Psychology**. Worcester : Clark University Press.

Bloom, et. al. 1971. **Handbook fof Formative and Summative Evaluation of Student
Learning**. New York : McGraw-Hill

Daniel Katz. 1960. **Social Psychology**. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Good, V. 1973. **Dictionary of Education**. New York : Appleton Century Grofts Company.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Graves, M.F., C. Juel, and B.B. Graves. 1998. **Teaching reading in the 21st century**. Boston : Allyn and Bacon.
- Herbert C. Kelman. 1967. **Manipulation of Human Behavior: An Ethical Dilemma," in A Time To Speak: On Human Values and Social Research** . San Francisco: Jossey-Bass, Inc.
- Howard H. Kendler. 1963. **Basic Psychology** . New York : McGraw-Hill Book.
- Krech D. Crutchfield and E.L. Ballachy. (1948). **Individual in Society**. Bombay : Tata Mc graw – Hill.
- McGuire and Millman. 1965. **One-Sided Versus Two-Sided Communication Under Indirect Awareness of Persuasive Intent**. Ralph L. Rosnow The Public Opinion Quarterly, Vol. 32, No. 1.
- Piaget, Jean. 1970. **The Origin of Intelligence in Children**. London: Routledge and Kegan Paul.
- Swhwatz, N.E. 1975. Nutritional Knowledge, Attitude, and Practices of High School Graduates. **Journal of the American Dietetic Association**. 66(1) : 28-33.
- Watson and Johnson. 1972. **Interaction between Handicapped and No handicapped Teenagers as a Function of Situational Goal Structuring: Implications for Mainstreaming**. Bernie Schmidt, Sajjad Haider. American Educational Research Journal, Vol. 16, No. 2.
- Wikstrom, S and Norman, R .1994 . **Knowledge and Value a New Prespective on Corporate Transformation**. New York : Routledge.
- Zimbbo, G. et. al. 1977 . **Influencing Attitude and Changing Behavior**. London : Addison Wesley.

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก
เอกสารที่เกี่ยวข้อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศวิทยาลัยการบริหารและการจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่ 9 / 2553
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2553 ให้ดำเนินการดังนี้

นายสิทธิโชค สังทอง รหัสประจำตัว 52631310 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด (KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF STAFF TOWARD SUGGESTION SYSTEM OF INDUSTRIAL PRODUCTION OF AUTO PARTS AND ELECTRONIC N H K (THAILAND) CO.,LTD.)” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร. วรนาถ แสงมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร. ณัฐวุฒิ โรจนันรุตติกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ 24 กันยายน 2553

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ จีระเมธสุนทร)
รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและการจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ส่วนบริหารงานทั่วไป 3661

ที่ ศธ 0524.25 / ๑๙๐

วันที่ 14 กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.ชัยสิทธิ์ ทองบริสุทธิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสิทธิโชค สังทอง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา วิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณรณ แสงมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.ณัฐวุฒิ โรจนนิรุตติกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสิทธิโชค สังทอง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จีระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร 0 2329 8521-22



ที่ ศธ 0524.25 / 191

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

14 กันยายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คุณศักดิ์ดา ชล้วยประเสริฐ

ผู้จัดการแผนกวางแผนการผลิต บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสิทธิโชค สังทอง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
วิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมา
ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด”
โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วรนาถ แสงมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.ณัฐวุฒิ
โรจน์นเรุตติกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พิจารณาแล้ว
เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจ
ของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสิทธิโชค สังทอง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ดิเรกสุนทร)

รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร 0 2329 8521-22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.25 / 192

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง

กรุงเทพฯ 10520

14 กันยายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คุณปริดา แก้วไข

กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอส เอ็ม เค ประณีษฐ์ เอ็นจิเนียริง จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสิทธิโชค สังทอง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา วิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณารถ แสงมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.ณัฐวุฒิ โรจนันันรุตติกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจ ของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสิทธิโชค สังทอง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ดรีเมธสุนทร)

วิชาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร 0 2329 8521-22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.25 / ๒๐8

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

14 กันยายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คุณชัยยุทธ เมธเมรุรัตน์

ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสิทธิโชค สังทอง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา
วิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมา
ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด"
โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณรต แสงมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.ณัฐวุฒิ
โรจน์นิรุตติกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พิจารณาแล้ว
เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจ
ของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสิทธิโชค สังทอง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ดิเรเมธสุนทร)
รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร 0 2329 8521-22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.25 / ๑๘๙

วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

14 กันยายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คุณชาติรี ชำนาญวรรณ

รองผู้จัดการฝ่ายบริหารงานกลาง บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสิทธิโชค สังทอง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
วิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมา
ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด”
โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วรณารณ แสงมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.ณัฐวุฒิ
โรจน์นิรุติกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พิจารณาแล้ว
เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจแบบสอบถาม ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจ
ของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสิทธิโชค สังทอง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ดรีเมธสุนทร)

รักษากำรแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและการจัดการ

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร 0 2329 8521-22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน....ส่วนบริหารงานทั่วไป คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม โทร.3720

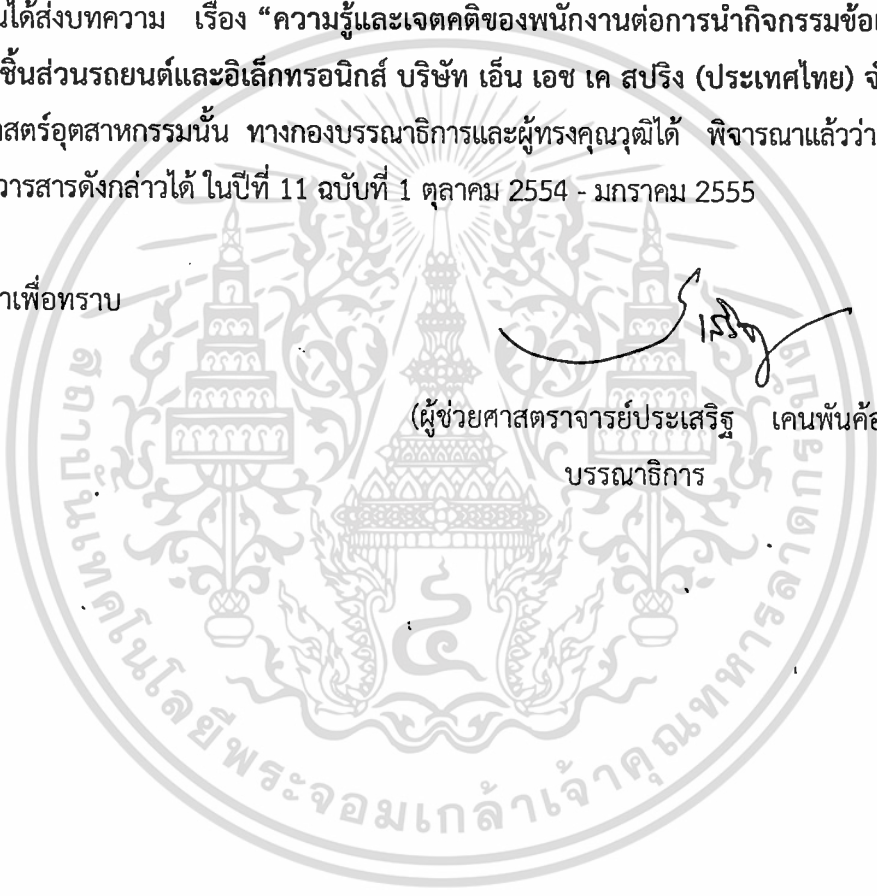
ที่ ศธ .0524.04 (1.9)/...0296.....วันที่...6..พฤษภาคม..2554.....

เรื่อง รับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล.

เรียน นายสิทธิโชค สังทอง

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ เรื่อง “ความรู้และเจตคติของพนักงานต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด” เพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรมนั้น ทางกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิได้ พิจารณาแล้วว่าบทความของท่านสามารถตีพิมพ์ ในวารสารดังกล่าวได้ ในปีที่ 11 ฉบับที่ 1 ตุลาคม 2554 - มกราคม 2555

จึงเรียนมาเพื่อทราบ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประเสริฐ เคนพันค้อ)
บรรณาธิการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามประกอบงานวิจัย

เรื่อง ความรู้ และเจตคติของพนักงาน ต่อการนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนของการวิจัยเพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โปรดตอบแบบสอบถามนี้ตามความจริง ข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะไม่ส่งผลกระทบใดๆ ต่อท่านและองค์กรแต่อย่างใด โดยข้อมูลที่ได้นำเสนอในภาพรวม มิได้เสนอเป็นรายบุคคลและจะใช้เพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมดมี 4 ตอน

- ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 : แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ
- ตอนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติต่อการใช้กิจกรรมข้อเสนอแนะในองค์กร
- ตอนที่ 4 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ

โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ เนื่องจากหากตอบไม่ครบเพียงข้อใดข้อหนึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แบบตามไม่สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

สิทธิโชค สังทอง

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หน้าข้อความตามความเป็นจริงมากที่สุด เพียงข้อเดียว
(ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
☐ ไม่เกิน 25 ปี ☐ มากกว่า 25-35 ปี
☐ มากกว่า 35-45 ปี ☐ มากกว่า 45 ปี
3. อายุงานในองค์กรนี้
☐ ไม่เกิน 5 ปี ☐ มากกว่า 5 - 10 ปี
☐ มากกว่า 10 - 15 ปี ☐ มากกว่า 15 ปี
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.) ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า (ปวช.)
☐ อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ปวส.) ☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
☐ สูงกว่าปริญญาตรี
5. ตำแหน่งงานที่ทำ
☐ พนักงานระดับปฏิบัติการ ☐ หัวหน้างาน, หัวหน้าแผนก
☐ เจ้าหน้าที่สำนักงาน ☐ ผู้จัดการ, ผู้บริหาร
6. ลักษณะงานที่ทำ
☐ ฝ่ายผลิต (Direct) ☐ ฝ่ายสนับสนุนผลิต (In-direct)
☐ ฝ่ายสำนักงาน (Office) ☐ ฝ่ายอื่นๆ
7. ประเภทการจ้างงาน
☐ ลูกจ้าง / พนักงานประจำ
☐ ลูกจ้าง / พนักงานชั่วคราว
8. ท่านเคยได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะหรือไม่
☐ เคยได้รับการฝึกอบรม
☐ ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม
9. ท่านเข้าร่วมทำกิจกรรมข้อเสนอแนะเพราะแรงจูงใจใด
☐ แรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน เช่น เงินเดือนเพิ่ม ค่าจ้าง โบนัส และ เงินรางวัล
☐ แรงจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การให้ตำแหน่ง ได้รับการยกย่องยอมรับ และ ให้งานที่มีลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเปิดเผยข้อมูล และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ☐ หน้าข้อความที่ท่านเห็นด้วย และ
ทำเครื่องหมาย ✕ ใน ☐ ที่ท่านไม่เห็นด้วย

- ☐ 1. กิจกรรมข้อเสนอแนะ เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมบริหารงานขององค์กร
- ☐ 2. กิจกรรมข้อเสนอแนะ ให้ความสำคัญให้พนักงานแต่ละคนเสนอความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น
- ☐ 3. ผู้มีหน้าที่ในการเขียนข้อเสนอแนะ คือ พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน
- ☐ 4. การเขียนข้อเสนอแนะสามารถทำได้ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แม้แต่เรื่องการเปลี่ยนแปลงระเบียบข้อบังคับขององค์กร
- ☐ 5. ข้อเสนอแนะที่สมบูรณ์ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ การเสนอแนะสภาพปัจจุบัน การปรับปรุงงานและผลที่คาดว่าจะได้รับ
- ☐ 6. ข้อเสนอแนะจะต้องผ่านการพิจารณาตามลำดับขั้นการบังคับบัญชาของหน่วยงาน
- ☐ 7. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานสามารถเสนอให้ปรับปรุงทั้งภายในหน่วยงานของผู้เสนอเองและหน่วยงานอื่นได้ด้วย
- ☐ 8. พนักงานสามารถเขียนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้แบบฟอร์มข้อเสนอแนะ
- ☐ 9. พนักงานสามารถดำเนินการปรับปรุงงานได้ด้วยตนเองตามความต้องการ โดยไม่ต้องเขียนข้อเสนอแนะ
- ☐ 10. กิจกรรมข้อเสนอแนะจะมีคณะกรรมการพัฒนาปรับปรุงงานเป็นผู้รับผิดชอบในการประสานงานและดำเนินการให้เกิดประสิทธิผลในองค์กร
- ☐ 11. กิจกรรมข้อเสนอแนะ ทำให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงการทำงานในจุดเล็กๆ น้อยๆ ที่เป็นสิ่งใกล้ตัวพนักงาน และพนักงานสามารถดำเนินการปรับปรุงได้ด้วยตนเอง
- ☐ 12. ข้อเสนอแนะที่เสนอเข้ามาไม่จำเป็นต้องทำให้เกิดผลในทางปฏิบัติก็ได้
- ☐ 13. กิจกรรมข้อเสนอแนะจะมุ่งเน้นการปรับปรุงการทำงานด้านความปลอดภัยมากกว่าด้านอื่น
- ☐ 14. พนักงานสามารถร้องทุกข์ผ่านกิจกรรมข้อเสนอแนะได้
- ☐ 15. การกระตุ้นและจูงใจให้พนักงานเขียนข้อเสนอแนะคือพนักงานจัดส่งข้อเสนอแนะจำนวนมากย่อมมีโอกาสได้รับรางวัลตอบแทนมากขึ้นด้วย

35	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานและลดความสูญเสียของหน่วยงาน					
36	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน					
37	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรสามารถแก้ไขปัญหาในการทำงานได้และทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น					
38	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรช่วยปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีขึ้น					
39	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรทำให้ค่าใช้จ่ายขององค์กร					
40	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรเป็นการฝึกให้รู้จักใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์					
41	การนำกิจกรรมข้อเสนอแนะมาใช้ในองค์กรช่วยให้ท่านเกิดความภาคภูมิใจในคุณภาพของผลการปฏิบัติงานของท่าน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ตอนที่ 4 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัย : นางสาวอริยาพร อธิสุข นางสาวอริยาพร อธิสุข นางสาวอริยาพร อธิสุข นางสาวอริยาพร อธิสุข นางสาวอริยาพร อธิสุข

1. โปรดระบุปัญหาหรืออุปสรรคที่ท่านพบจากการทำกิจกรรมข้อเสนอแนะ
-
2. ถ้าต้องการทำให้กิจกรรมข้อเสนอแนะประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ท่านว่าควรจะต้องทำอย่างไร
-

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล	นายสิทธิโชค สังทอง
วัน เดือน ปีเกิด	13 มีนาคม 2524
ที่อยู่	19/323 ม.17 แยกปี่เพลส ถนน กิ่งแก้ว ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
ประวัติการศึกษา	2549 อดุสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการผลิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก แผนกควบคุมและวางแผนการผลิต บริษัท เอ็น เอช เค สปริง (ประเทศไทย) จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้