



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)
ในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

Factors Influencing the Participations in Continuous Improvement (Kaizen)
in Automobile Industry in Eastern Seaboard Industry Estates, Rayong Province

สุภาวิตา ผลเจริญ¹ และ ฐิติมา ไชยะกุล²

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Suphawita Pholcharoen¹ and Thitima Chaiyakul²

Faculty of Management Sciences, Kasetsart University.

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อทดสอบวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ข้างต้น โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง จาก 5 บริษัท จำนวน 400 ตัวอย่าง จากพนักงาน 3 ระดับ คือ ผู้บริหาร หัวหน้างาน พนักงานปฏิบัติการและสำนักงาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ระดับความเชื่อมั่น 99.99 และสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 41.10
คำสำคัญ: 1) การรับรู้ 2) การสื่อสาร 3) การสนับสนุนขององค์กร 4) การมีส่วนร่วม 5) กิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

Abstract

The objective of this research was to study for factors influencing the participations in continuous improvement (Kaizen). This research was based on a survey to test the effects of the objective above. The sample data collected in this study were from the employees in the Automobile Industry in Eastern Seaboard Industry Estates, Rayong Province. The 400 samples of this research were from 5 companies. The work positions were from 3 levels of management, level supervisor, level operation and officer. The statistical methods used for analysis were Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis. The results showed that: The perception, communications and organization support showed positive correlations with the participation in continuous improvement at 99.99 % and were able to jointly predict at 41.10 percent.

Keywords: 1) Perception 2) Communications 3) Organization Support 4) Participation 5) Continuous Improvement.

¹ นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม

(Master Student , Master of Business Administration, Major Field: Industrial Administration and Development)

Email: dewwita@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม

(Assistant Professor (Ph.D.), Lecturer. Master of Business Administration, Major Field: Industrial Administration and Development)



บทนำ (Introduction)

ในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่สำคัญในหลายด้าน ซึ่งส่งผลให้ได้รับโอกาสและอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ และจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 จนถึงฉบับที่ 11 (ฉบับปัจจุบัน) ได้มีแนวคิดการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในกระบวนการพัฒนาประเทศ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงการสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองและมีบทบาทสำคัญในประชาคมโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

ทั้งนี้ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement) หรือไคเซ็นเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญและทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ (Evans, 2008, p. 148; Yokozawa, Steenhuis, and Bruijn, 2012, pp. 9-11) และจากการวิจัยปัญหาไคเซ็นในประเทศไทยพบว่าความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและการสื่อสารเป็นปัญหาในการทำกิจกรรมไคเซ็น (Prativedwannakij, 2009, pp. 313-322) ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมการใช้เทคนิคแบบไคเซ็นของผู้บริหารการผลิตในอุตสาหกรรมยางยานยนต์ในประเทศไทยพบว่าผู้บริหารการผลิตมีระดับการรับรู้และพฤติกรรมการใช้เทคนิคแบบไคเซ็นอยู่ในระดับสูง (จิรพงษ์ ผ่องแผ้ว, มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ, และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร, 2554, หน้า 28-38) ทั้งนี้กิจกรรมไคเซ็นถูกออกแบบมาเพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยการขับเคลื่อนให้กลายเป็นวัฒนธรรม ด้วยการสนับสนุนขององค์กร และการสื่อสารเพื่อทำให้เกิดการรับรู้ (Besterfield, et al., 199, pp. 120-121)

การรับรู้ (Perception) มีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมในองค์กร โดยนักจิตวิทยาทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกและการรับรู้ พบว่าความรู้สึกมีความแตกต่างและมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เนื่องจากแต่ละบุคคลให้ความสนใจที่แตกต่างกัน ทำให้มีแนวทางด้านความคิดที่แตกต่างกัน ซึ่งถ้าหากมีความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้

ของพนักงานจะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของพนักงานในองค์การได้และการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาดมีส่วนเกี่ยวข้องกับจัดการ และการแสดงออกทางพฤติกรรมโดยการรับรู้เป็นกระบวนการทางความคิดที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ และทำการจัดระเบียบข้อมูลที่ได้รับ โดยทำการเลือกตีความจากข้อมูลที่สนใจจากสิ่งแวดล้อมนั้นๆ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน (Luthans, 1973, p. 227; Ivancevich and Matteson, 1990, p. 71; Schermerhorn, Hunt, and Osborn, 1998, p. 50; Daft, 2000, p. 481)

ในด้านการสื่อสาร (Communication) ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ เนื่องจากการสื่อสารเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จ และพบว่าการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จมีเพียง 70% โดยการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ประสบความสำเร็จเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อนเนื่องจากความแตกต่างในด้าน ศาสนา ประเพณี การใช้ชีวิต แนวคิด ประสบการณ์ วัฒนธรรม ข้อมูลสนับสนุน รวมถึงสถานการณ์และปัจจัยอื่นๆ ทั้งนี้การสื่อสารเป็นหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารเนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและประสิทธิภาพขององค์กร รวมถึงการมีส่วนร่วมในองค์กร (Luthans, 1973, pp. 234-235; Wells and Spinks, 1992, p. 165; Guffey, 2003, p. 5; Greenberg, 2010, p. 222)

ในขณะเดียวกันการสนับสนุนขององค์กร (Organizational support) นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนด้านทรัพยากรในองค์การและการบริหารซึ่งทำให้องค์การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ สาเหตุหลักที่ทำให้การบริหารแบบมีส่วนร่วมไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ปัญหา รวมถึงการวางแผน และนโยบายขององค์กร จะเห็นได้ว่าการบริหารแบบทุกคนมีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการสนับสนุนขององค์กร และกระบวนการจัดการในองค์การ (Bowditch and Buono, 1990, p. 292; Wells and Spinks, 1992, p. 165)

ในสถานการณ์ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์จัดเป็นอุตสาหกรรมระดับต้นที่มีความสำคัญในการพัฒนาประเทศ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยเป็นที่ตั้งของบริษัทผลิตรถยนต์ชั้นนำ



ที่สำคัญของโลก (สถาบันยานยนต์, 2555, หน้า 1) และเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีผู้บริหารให้ความสำคัญกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมโดยใช้กิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) (จิรพงษ์ ผ่องแผ้ว, มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร, 2554, หน้า 28-29) ทั้งนี้นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง เป็นฐานการผลิตทุกชิ้นส่วนในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยมีบริษัทประกอบยานยนต์และบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับโลกมีฐานการผลิตอยู่ในนิคมแห่งนี้ (นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด, 2557)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง เนื่องจากพบว่า ผลงานวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่นักวิจัยท่านอื่นเคยศึกษา ยังมีความขัดแย้งกัน และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ายังไม่มีนักวิจัยท่านใดเคยศึกษาในเรื่องนี้ ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการบริหาร ซึ่งจะทำให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายที่กำหนดไว้ ได้แก่ การลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การขนส่ง การปรับปรุงและพัฒนาเครื่องจักร ลูกคามีความพึงพอใจ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหา และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนขององค์กรกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

4. เพื่อพยากรณ์ผลกระทบเกี่ยวกับการรับรู้ การสื่อสาร และการสนับสนุนขององค์กรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

วิธีดำเนินการ (Methods)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ รูปแบบการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทั้งนี้ลักษณะคำถามที่ใช้ในการทดสอบ ในครั้งนี้จะเป็นลักษณะประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ระดับ โดยประชากรเป้าหมาย (Target Population) ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง อย่างไรก็ตามเนื่องจากประชากรที่ใช้เป็นกรอบการศึกษา ไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนอน (Infinite Population) เพราะว่ายังไม่มีผู้ใดทำการสำรวจหรือหน่วยงานต่างๆ ไม่มีการเก็บรวบรวมสถิติจำนวนที่แน่นอนชัดเจน ดังนั้น ผู้ศึกษาได้กำหนดประชากรเป้าหมายคือพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งวันธรรมดา วันหยุด กลางวัน และกลางคืน โดยแบ่งพนักงานเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พนักงานระดับบริหาร ระดับหัวหน้างาน ระดับปฏิบัติการและสำนักงาน เพื่อให้เกิดการกระจายของประชากรเป้าหมายและเป็นตัวแทนที่แท้จริง โดยบริษัทที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 5 บริษัท คือ บริษัท คาเนมิสึ พูลเลย์ จำกัด, บริษัท โยโรซี (ไทยแลนด์) จำกัด, บริษัท ไทยซัมมิท ระยอง โอโตพาร์ท อินดัสตรี จำกัด, บริษัท ยานากาวา เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัท ไทยซัมมิท แหลมฉบัง ออโต้พาร์ท จำกัด

การสุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ผู้ทำการศึกษานำมากำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1960, pp. 1088-1089) ด้วยการทำนระดับความเชื่อมั่น ค่าความคลาดเคลื่อนและสัดส่วนของประชากร ดังนี้



1. Z แทน ค่าแจกแจงการกระจายแบบโค้งปกติที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 หรือ 1.96

2. π แทน ค่าประมาณของสัดส่วนของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองที่ทำการสำรวจ เท่ากับ ร้อยละ 50 หรือ 0.5

3. E แทน ความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ในการประมาณสัดส่วนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 5 หรือ 0.05

หากพิจารณาขนาดตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane ปรากฏว่า จำนวนขนาดตัวอย่างที่ได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดข้างต้นทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง สำหรับการสุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถหากรอบประชากร (Population Frame) ที่แน่นอนได้ ทั้งนี้การสุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกบังเอิญ (Convenience Sampling)

การทดสอบเครื่องมือและการหาค่าความเชื่อมั่น

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ว่าตรงหรือครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษาหรือไม่โดยได้รับคำแนะนำจากที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงเนื้อหาให้ครอบคลุมและมีความสมบูรณ์มากขึ้น และนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขแล้วให้ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) อีกครั้งก่อนนำไปใช้

2. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เมื่อได้แบบสอบถามที่ชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาแล้ว ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Try Out) กับพนักงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทองและนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วหาค่าความเชื่อมั่นจากแบบวัด สำหรับแบบสอบถามที่เป็นแบบทดสอบในการวัด ผู้ศึกษาจะทำการหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้การทดสอบสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) ผลการ

วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามทั้งฉบับพบว่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.846 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับสูงสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Theory)

1. การรับรู้

การรับรู้มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการจัดการ โดยจะรับข้อมูลแล้วทำการแปลความหมาย จากนั้น จะทำการตีความหมายของข้อมูล (Luthans, 1973, p. 227) ทั้งนี้กระบวนการรับรู้เกี่ยวข้องกับการได้รับข้อมูลของบุคคล ประกอบด้วยทัศนคติ แรงจูงใจ และความสนใจเป็นต้น และความสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow, ทฤษฎี ERG และทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จ (Schermerhorn et al., 1998, pp. 50-55)

2. การสื่อสาร

การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งและมีการกล่าวถึงอย่างมาก เนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมีความสำคัญต่อองค์การ ซึ่งการสื่อสารเป็นพื้นฐานสำคัญให้องค์การประสบความสำเร็จ (Luthans, 1973, p. 234) โดยการสื่อสารในองค์การประกอบด้วย 1) การสื่อสารจากบนสู่ล่าง 2) การสื่อสารล่างขึ้นบน 3) การสื่อสารแนวนอน 4) การสื่อสารแนวไขว้ (Ivancevich and Matteson, 1993, pp. 638-639) โดยบรรยากาศการสื่อสารในองค์การยังเป็นปัญหาที่สำคัญ เนื่องจากการสื่อสารจากพนักงานไปถึงผู้บริหารต้องผ่านการกลั่นกรองหลายชั้น ซึ่งทำให้ข่าวบิดเบือนได้ (อารี เพชรผุด, 2537, หน้า 91-92)



3. การสนับสนุนขององค์กร

การสนับสนุนขององค์กรทำให้พนักงานรับรู้อำนาจการให้ความสำคัญต่อพนักงานซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญทำให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Shanock and Eisenberger, 2006, p. 289) ทั้งนี้ การที่ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับพนักงานจะทำให้พนักงานมีความรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งในการบริหาร (Bowditch and Buono, 1990 pp. 288-290)

4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)

กิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ถูกออกแบบมาเพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์กรโดยการขับเคลื่อนให้กลายเป็นวัฒนธรรม (Besterfield, et al., 1999, pp. 120-121) และ ยังเป็นการจัดการทางการบริหารที่สำคัญอย่างยิ่งของคนญี่ปุ่นในการแข่งขันทางธุรกิจ (Evans, 2008, pp. 143-144) โดยกิจกรรมการปรับปรุงอย่าง

ต่อเนื่อง (ไคเซ็น) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาคน และเป็นเครื่องมือกลองนักคิดของลีน (Lean) ซึ่งกิจกรรมมีผลต่อการเกิดวัฒนธรรมทางธุรกิจ (Hafey, 2010, p. 58)

สมมติฐานการวิจัย (Research hypothesis)

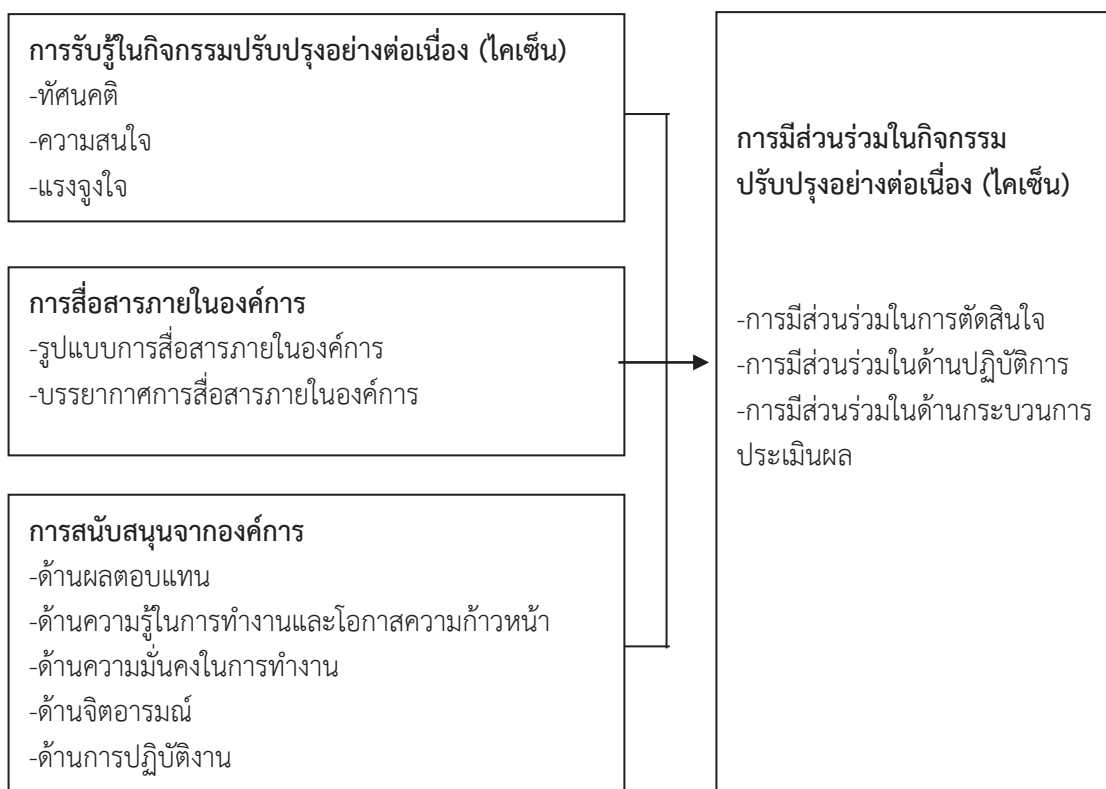
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)

สมมติฐานที่ 3 การสนับสนุนขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์กรมีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการศึกษา (Results)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 1 จำนวนร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

(n = 400)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	217	54.25
หญิง	179	44.75
ไม่ระบุ	4	1.00
อายุ		
อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30	229	57.25
อายุ 31 ปีถึง 40 ปี	137	34.25
อายุ 41 ปีขึ้นไป	20	5.00
ไม่ระบุ	14	3.50
อายุเฉลี่ย 30.31 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.879 อายุต่ำสุด 21 ปี อายุสูงสุด 54 ปี		
อายุงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	62	15.50
1 ปีขึ้นไป ถึง 5 ปี	237	59.25
5 ปีขึ้นไป ถึง 10 ปี	58	14.50
10 ปีขึ้นไป	3	0.75
ไม่ระบุ	40	10.00
อายุงานเฉลี่ย 3.49 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.983 อายุงานต่ำสุด 2 สัปดาห์ อายุงานสูงสุด 25 ปี		
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	291	72.75
ปริญญาตรี	99	24.75
สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.50
ไม่ระบุ	4	1.00
ตำแหน่งงาน		
ผู้บริหาร	8	2.00
หัวหน้างาน	83	20.75
พนักงานปฏิบัติการและสำนักงาน	304	76.00
ไม่ระบุ	5	1.25
ระดับรายได้		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	163	40.75
15,000 - 30,000 บาท	188	47.00
30,001 บาทขึ้นไป	6	1.50
ไม่ระบุ	43	10.75
รายได้เฉลี่ย 15,511.14 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6265.366 รายได้ต่ำสุด 8,000 บาท รายได้สูงสุด 52,000 บาท		



ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์กร และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับการรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์กร และการมีส่วนร่วมของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง
(n = 400)

ตัวแปร	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การรับรู้ในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)	ทัศนคติ	3.26	0.52
	แรงจูงใจ	3.34	0.70
	ความสนใจ	3.28	0.72
	ความสนใจ	3.18	0.75
การสื่อสารภายในองค์กร	รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรจากบนสู่ล่าง	3.18	0.53
	รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรจากล่างสู่บน	3.01	0.82
	รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรแนวนอน	3.20	0.71
	รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรแนวไขว้	3.01	0.82
	บรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กร	3.11	0.81
การสนับสนุนขององค์กร	บรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กร	3.44	0.84
	ด้านผลตอบแทน	3.32	0.52
	ด้านความรู้ในการทำงานและโอกาสความก้าวหน้า	3.15	0.81
	ด้านความมั่นคงในการทำงาน	3.14	0.76
	ด้านจิตอาารมณ์	3.22	0.71
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)	ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.16	0.81
	ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ	3.17	0.76
	ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.03	0.62
	ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.06	0.79
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)	ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ	2.98	0.77
	ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.05	0.79

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการรับรู้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่าถ้าพนักงานมีทัศนคติ แรงจูงใจ ความ

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) สนใจที่ดีจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ดีเช่นกัน

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการสื่อสารมี



ความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งการสื่อสารจากบนสู่ล่าง การสื่อสารแนวนอนและการสื่อสารแนวไขว้มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ส่วนการสื่อสารจากล่างขึ้นบนและบรรยากาศการสื่อสารมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ แสดงว่าถ้าการสื่อสารภายในองค์กรซึ่งประกอบไปด้วย การสื่อสารจากบนสู่ล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารแนวนอน การสื่อสารแนวไขว้ และบรรยากาศการสื่อสารที่ดีจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ดีเช่นกัน

สมมติฐานที่ 3 การสนับสนุนขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการสนับสนุนขององค์กรโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์

ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ซึ่งการสนับสนุนขององค์กรในด้านความรู้ในการทำงานและโอกาสความก้าวหน้า และด้านการปฏิบัติมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ส่วนการสนับสนุนขององค์กรในด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตอาารมณมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ เมื่อพิจารณาในรายองค์ประกอบพบว่า การสนับสนุนขององค์กรด้านผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แสดงว่าถ้าหากองค์กรให้การสนับสนุนในด้านความรู้ในการทำงาน และโอกาสความก้าวหน้า ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตอาารมณ ที่ดีจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ดีเช่นกัน

ตาราง 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

(n = 400)

ตัวแปร	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) (r)		
	การตัดสินใจ	การปฏิบัติ	ประเมินผล
การรับรู้			
- ทักษะคนดี	0.226**	0.234**	0.269**
- แรงจูงใจ	0.229**	0.299**	0.165**
- ความสนใจ	0.226**	0.348**	0.249**
การสื่อสาร			
- การสื่อสารภายในองค์กรจากบนสู่ล่าง	0.370**	0.399**	0.390**
- การสื่อสารภายในองค์กรจากล่างสู่บน	0.266**	0.358**	0.294**
- การสื่อสารภายในองค์กรแนวนอน	0.414**	0.382**	0.322**
- การสื่อสารภายในองค์กรแนวไขว้	0.332**	0.337**	0.341**
- บรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กร	0.273**	0.308**	0.246**
การสนับสนุนขององค์กร			
- ผลตอบแทน	0.086	0.220	0.054
- ความรู้ในการทำงานและโอกาสความก้าวหน้า	0.320**	0.315**	0.234**
- ความมั่นคงในการทำงาน	0.257**	0.342**	0.287**
- จิตอาารมณ	0.273**	0.390**	0.274**
- การปฏิบัติ	0.415**	0.372**	0.288**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์การส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำตัวแปรการรับรู้ การสื่อสาร รวมถึงการสนับสนุนขององค์การเป็นตัวแปรอิสระ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) เป็นตัวแปรตาม ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล (ดังตาราง 4) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.641 และการทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) การรับรู้ การสื่อสาร และการสนับสนุนขององค์การมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) เท่ากับ 0.411 แสดงว่าการรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์การมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ต่อเนื่อง (ไคเซ็น) 41.10 % และ 58.89% มาจากปัจจัยอื่น ทั้งนี้การสื่อสาร (b=0.530) มีผลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 รองลงมาคือการสนับสนุนขององค์การ (b=0.232) มีผลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในเชิงเส้นตรง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ในส่วนของการรับรู้ไม่สามารถทำนายการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) หรือการรับรู้ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) รวมถึงสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของการรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์การที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ได้ตั้งสมการดังนี้

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุง อย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น)	= 0.288 + 0.093 (การรับรู้) + 0.530 ** (การสื่อสาร) + 0.232 ** (การสนับสนุนขององค์การ)
--	--

ตาราง 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (n = 400)

ตัวทำนาย	B	t	Sig
Constant	0.288	1.622	0.106
การรับรู้	0.093	1.591	0.112
การสื่อสาร	0.530	8.523	0.000**
การสนับสนุนขององค์การ	0.232	3.696	0.000**
R = 0.641	R ² = 0.411	R ² adj = 0.407	Std. Error = 0.481
		F = 92.123	Sig 0.000**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการรับรู้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนั้นผลการวิเคราะห์จึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 สอดคล้องกับกอร์ดิตซิงท์ พุทธราชา และปัญญา ธีระวิทย์เลิศ (2552, หน้า 133-138) และสอดคล้องกับ จิรพงษ์

ผ่องแผ้ว, มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ และจิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2554, หน้า 28-38) ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐานมีความขัดแย้งกับ อติเรก เพ็ชรรัตน์ และ พุทธกาล รัชธร (2552, หน้า 185-197)

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการสื่อสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ระดับนัยสำคัญ



0.01 ดังนั้นผลการวิเคราะห์จึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 สอดคล้องกับ Shadur, Kienzle, and Rodwell (1999, pp. 479–503); อติเรก เพ็ชรรัตน์ และพุทธกาล รัชช (2552, หน้า 185-197); อรรถกร รุ่งเรืองพลุกษ์ และปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร (2554, หน้า 66-74) ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐานมีความขัดแย้งกับ Mahajan, Bishop, and Scott (2012, pp. 173–190), นพพล หามวงศ์, ณัฐวุฒิ โรจณีนิรุตติกุล และจิระเสกข์ ตริเมธสุนทร (2554, หน้า 175-183)

สมมติฐานที่ 3 การสนับสนุนขององค์การมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการสนับสนุนขององค์การมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และการสนับสนุนขององค์การด้านผลตอบแทนปฏิเสธสมมติฐานเพียงด้านเดียว สอดคล้องกับกิตติพงษ์ กลิ่นกุล และมณฑล ศาสนนันท์ (2552, หน้า 21-28); อติเรก เพ็ชรรัตน์ และพุทธกาล รัชช (2552, หน้า 185-197); Bhatt, Nawab, and Akbar (2011, pp. 15–23); Phipps, Prieto and Ndinguri (2013, pp. 107-121) ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐานมีความขัดแย้งกับนพพล หามวงศ์, ณัฐวุฒิ โรจณีนิรุตติกุล และจิระเสกข์ ตริเมธสุนทร (2554, หน้า 175-183)

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์การมีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์พบว่าการรับรู้ การสื่อสาร การสนับสนุนขององค์การสามารถพยากรณ์การมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ได้ร้อยละ 41.10 และ 58.89% มาจากปัจจัยอื่น เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบสรุปได้ว่าการสื่อสารและการสนับสนุนขององค์การมีผลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในเชิงเส้นตรง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนการรับรู้ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4 สอดคล้องกับกิตติพงษ์ กลิ่นกุล และมณฑล ศาสนนันท์ (2552, หน้า 21-28) ขัดแย้งกับนพพล หามวงศ์,

ณัฐวุฒิ โรจณีนิรุตติกุล และจิระเสกข์ ตริเมธสุนทร (2554, หน้า 175-183); Mahajan, Bishop and Scott (2012, pp. 173–190); Bhatt, Nawab, and Akbar (2011, pp. 15–23)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารและควรลดขั้นตอนการสื่อสาร โดยควรส่งเสริมให้มีความหลากหลายในการสื่อสาร รวมถึงควรใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร ทั้งนี้ควรพัฒนาทักษะการสื่อสารควบคู่ไปด้วย โดยผู้บริหารควรให้การสนับสนุนพนักงานซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจที่สำคัญในการทำงาน จากงานวิจัยในครั้งนี้พบว่าการสนับสนุนขององค์การในด้านผลตอบแทนไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ประสบผลสำเร็จเท่าการสนับสนุนด้านความรู้ในการทำงานและโอกาสความก้าวหน้า ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตอาวมณ์ และด้านการปฏิบัติ ทั้งนี้การสร้างแรงจูงใจที่ดีที่สุดคือ พนักงานสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานได้ด้วยตัวเอง ในระยะยาวผู้บริหารควรหาวิธีพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ด้วยตัวเอง ในขณะเดียวกันควรหาจุดตรวจสอบการทำงานของพนักงานควบคู่ไปด้วย และองค์การควรมีการจัดกิจกรรมหรือจัดการแข่งขันในองค์การเพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้นำเสนอผลงานโดยตรงกับผู้บริหาร และเปิดโอกาสให้ผู้บริหารให้ข้อเสนอแนะ ทำการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานได้พัฒนาความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน ในขณะเดียวกันการนำเสนอผลงานของพนักงานจะทำให้ผู้บริหารรับทราบปัญหาที่แท้จริง และเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับพนักงาน และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการรับรู้ไม่มีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ดังนั้นควรเน้นการสื่อสารและการสนับสนุนขององค์การเพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) มากยิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

(Suggestions for future research)

จากการศึกษาพบว่ายังมีตัวแปรด้านการรับรู้ที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในด้านอื่นๆ ดังนั้นควรมีการศึกษาตัวแปรด้านการรับรู้ที่น่าสนใจเพิ่มเติม ตัวอย่างเช่น ประสิทธิภาพ ความต้องการหรือแรงจูงใจ คุณค่า ภายนอก สังคม องค์การ พื้นฐานความเข้าใจ ความแปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งสามารถขยายขอบเขตในการวิจัยออกไปได้ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัยเฉพาะพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ ในนิคม

อุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง เนื่องจาก การทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบงานวิจัยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ในอุตสาหกรรมนี้ แต่ยังมีกลุ่มตัวอย่างในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมการบริการ รวมถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยพบว่าการใช้กิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ยังไม่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมนี้มากนัก ถ้าหากสามารถทำการศึกษาถึงปัญหาและหาวิธีการแก้ไขปัญหา จะทำให้ได้รับประโยชน์และเกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม (Bibliography)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงษ์ กลั่นกุล และ มณฑล ศาสนนันท์. (2552). การศึกษาปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ ของกระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในองค์กรที่บริหารแบบอเมริกันและแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**, 17(1), 15-30.
- กฤตติชงษ์ พุทธราชา และปัญญา ธีระวิทย์เลิศ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมปรับปรุงงานของพนักงานฝ่ายผลิตโดยระบบไคเซ็น กรณีศึกษาโรงงาน นากาฮารุ. **วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา**, 3(1), 133-138.
- จิรพงษ์ ผ่องแผ้ว , มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2554). การรับรู้และพฤติกรรมการใช้เทคนิคแบบไคเซ็นของผู้บริหารการผลิต อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย. **วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม**, 10(1), 28-38.
- นพพล หามวงศ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มวงจรควบคุมคุณภาพ (QCC) ของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทชิ้นส่วนยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. **วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม**, 10(พิเศษ), 175-183.
- นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด. (2557). **นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด (Online)**. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2557, จาก <http://goo.gl/e832Dh>.
- ยุวดี ศิริทรัพย์. (2553). **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ความยุติธรรมในองค์กร และพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐกรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยมหิดล**. วิทยานิพนธ์ กจ.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- วรุณรัตน์ ชันติธีระไธษิต. (2552). **การรับรู้ของข้าราชการตำรวจต่อร่างพระราชบัญญัติตำรวจแห่งชาติ พ.ศ...** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- สถาบันยานยนต์. (2555). **แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ.2555-2559**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2555, จาก http://www.thaiauto.or.th/2012/th/about-us/download/Master_Plan_Final_2555-2559.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). **สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อรรถกร รุ่งเรืองฤกษ์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมในองค์กรของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร. **วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา**, 23(79), 66-74.



- อดิเรก เพ็ชรรัตน์ และ พุทธกาล รัชชธ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (ไคเซ็น) ของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ทีซีแอล ทอมสัน อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด. **วารสาร ศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา**, 3(5), 185-198.
- อารี เพชรผุด. (2537). **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- Besterfield, D.H., Besterfield-Michna, C., Besterfield, G.H. and Besterfield-Sacre, M. (1999). **Total Quality Management** (2nd ed). Mexico: Printice – Hall.
- Bhatt, K.K., Nawab, S. and Akbar, A. (2011). Effect of Direct Participation on Organizational Commitment. **International Journal of Business and Social Science**, 2(9), 15-23.
- Bowditch, J.L. and Buono, A.F. (1990). **A Primer on Organizational Behavior** (2nd ed). New York: John Wiley, Sons.
- Daft, R.L. (2000). **The Dryden Press A Division of Harcourt** (5th ed). Orlando: College Publishers.
- Evans, J.R. (2008). **Quality Management, Organization and Strategy** (6th ed). Canada: Nelson Education.
- Greenberg, J. (2010). **Management Employee Behavior In Organizations** (5th ed). New York: Pearson Education.
- Guffey, M.E. (2003). **Business Communication** (4th ed). Ohio: Thomson South-Western.
- Hafey, R.B. (2010). **Lean Safety Transforming Your Safety Culture with Lean Management**. New York: Taylor and Francis Group.
- Ivancevich, J.M. and Matteson, M.T. (1990). **Organizational Behavior and Management** (2nd ed). New York: R.R. Donnelley& Sons Company.
- Luthans, F. (1973). **Organization Behavior a Modern Behavioral Approach to Management**. New York: McGraw-Hill.
- Mahajan, A., J., Bishop W. and Scott, D. (2012). Does Trust in Top Management Communication, Employee Involvement and Organizational Commitment Relationships. **Journal of Managerial**. (2), 173-190.
- Phipps, S.T.A., Prieto, L C. and Erastus. (2013). Understanding the Impact of Employee Involvement on Organizational Productivity: The Moderating Role of Organizational Commitment. **Journal of Organization Culture, Communications and Conflict**. 17(2), 107-121.
- Prativedwannakij, K. (2009). The Factors of Thai Workers' Behavioral Characteristics Kaizen Activities. **Kasetsart Journal Social Science**, 30(3), 313-322.
- Schermerhorn, J.R. Jr., Hunt, J.G. and Osborn, R.N. (1998). **Basic Organizational Behavior** (2nd ed). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Shadur, M.A., Kienzle, R. and Rodwell, J.J. (1999). The Relationship between Organizational Climate and Employee Perceptions of Involvement. **Group & Organization Management**, 24 (4), 479-503.
- Shanock, L.R. and Eisenberger, R. (2006). When Supervisors Feel Supported: Relationships With Subordinates' Perceived Supervisor Support, Perceived. **Journal of Applied Psychology**, 91(3), 689.
- Wells, B. and Spinks, N. (1992). **Organization Communication A Leadership Approach** (3th ed). Texas: Dame Publications, Inc.
- Yokozawa, K., Steenhuis, H. and Bruijn, E. (2012). Factors Affecting International Transfer of Kaizen. **Operation and Supply Chain Management**, 5 (1), 1-1.



Translated Thai References

- Adirek Phetruen and Buddhagarn Rutchatorn. (2011). Factor Affecting Employee's Participation in Continual Improvement (Kaizen) in Operation Department of TCL Thomson Electronics (Thailand) Co.,Ltd. **Srinakharinwirot Research and Development**, 3(5), 185-198.
- Ari Pechpooch. (1994). **Industrial Psychology**. Bangkok: Netikul Printing (1998).
- Attagorn Roongruangpruk. (2010). Relationship between Organizational Communication and Motivation to Participate in Organizational Activities of Employees in Food Processing Industry Club. **Journal of Technical Education Development**, 23(79), 66-74.
- Eastern Seaboard Industry Estates. 2014. **Eastern Seaboard Industry Estates (Online)**. Retrieved July 10, 2014, from <http://goo.gl/e832Dh>.
- Guraditsing Puddha-racha and Panya Theeravithhayalert. (2009). Factors affect the improving of behavior of production by using Kaizen employees, improve systems.A Case Study Na Autopart Company. **Journal of Industrial Education**, 3(1), 133-138.
- Jirapong Pongpaw, Manus Paitoonjarernlap and Jirasek Trimethsunthon. (2011). Perception and Behavior on Kaizen of Production Manager for Tires Industrial in Thailand. **Journal of Industrial Education**. 10(1), 28-38.
- Kanlaya Vanichbuncha. (2010). **Statistics for Analysis: Statistics for Management and Reserch** (12th ed). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Kittipong Klinkul and Montale Satsananun. (2009). Study of Critical Success Factors of Continuous Improvement Program in American-style versus Japanese-style Management: Case Studies of Electronics Industry. **Journal of Science and Technology**, 17(1), 15-30.
- Noppon Hamwong. (2011). Factors Affecting Participation in Quality Control Cycle Activity (QCC) of Operators in Automotive Part Company Amata Nakorn Industry Estate Chonburi Province. **Journal of Industrial Education**, 10(Special edition), 175-183.
- Office of the National Economics and Social Development Board. (2012). **The Eleventh National Economic and Social Development Plan Year 2012-2016**. Bangkok: The Prime Minister.
- Thailand Automobile Institute. (2012). **Thailand Automobile Industrial Plan Year 2012-2016**. Retrieved December 1, 2012, from http://www.thaiauto.or.th/2012/th/about-us/download/Master_Plan_Final_2555-2559.pdf
- Waroonrat Khuntitirakrosit. (2009). **The Perception of Police Officers Regarding the Draft National Act**. Master thesis, MA.M., Mahidol University, Bangkok.
- Yuvadee Siriyasub. (2010). **Relationships Among Perceived Organizational Support, Organizational Justice, and Organizational citizenship behaviour: A Case Study of Mahidol University**. **Human Resource Management**. Master thesis, M.M. (Human Resource Management), Burapha University, Chon Buri.