

ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร
กับความคิดสร้างสรรค์บุคคล กรณีศึกษา บริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ณัฐจรินทร์ วงศาโรจน์

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2555

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SUPERVISORY TRUST AND
ORGANIZATIONAL TRUST WITH INDIVIDUAL EMPLOYEE'S CREATIVITY
CASE STUDY : THE COMPANY OF EXPORTED PRAWNS PRODUCTION
IN THAILAND

Natcharin Wongsarote

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai - Nichi Institute of Technology

Academic Year 2012

หัวข้อสารนิพนธ์

ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจใน

ผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์การกับความคิด
สร้างสรรค์บุคคล กรณีศึกษา บริษัทผลิตกุ้งเพื่อการ
ส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย

โดย

ณัฐจรินทร์ วงศาโรจน์

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทย์วิจิน

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ดร. วุฒิ สุขเจริญ)

..... กรรมการ

(อาจารย์ชาติชาญ โพธิ์พาด)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทย์วิจิน)

ณัฐจรินทร์ วงศาโรจน์ : ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์บุคคล กรณีศึกษา บริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทยวิจิน, 66 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยการสำรวจประชากรจำนวน 142 คน จากแบบประเมินที่เป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ได้ถูกตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแล้วว่ามีความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและวิเคราะห์เชิงอนุมาน

ผลการศึกษา พบว่า (1) คุณสมบัติส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันคือ อายุ การศึกษา หน่วยงานปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน และตำแหน่งงาน ส่วนคุณสมบัติส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกันคือ เพศ ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ ประสบการณ์การทำงานทั้งหมด และสถานภาพสมรส (2) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางระหว่างกัน

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2555



NATCHARIN WONGSAROTE : THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SUPERVISORY TRUST AND ORGANIZATIONAL TRUST WITH INDIVIDUAL EMPLOYEE'S CREATIVITY. CASE STUDY : THE COMPANY OF EXPORTED PRAWNS PRODUCTION IN THAILAND. ADVISOR : ASST. PROF. DR. AROONLUCK VITHYAVIJIN, 66 PP.

This research aims to study (1) Supervisory trust, organizational trust and individual employee's creativity in the organization of prawns production for export in Thailand. (2) Relationship between supervisory trust and organizational trust impact on the individual creativity of employees. In this quantitative research, the population, a total of 142, was surveyed. The researcher examined the quality of a data collection tool, which was an assessment form, to ensure validity and reliability. The data was analyzed using descriptive and inferential statistical analysis.

The study results revealed that (1) The Sample with different personal characteristic, i.e., age, education, work department, salary, job position have different individual creativity, but different sex, work experiences with the company, life work experiences and marital status will not have different creativity levels. (2) There was a positive relationship among supervisory trust, organizational trust and individual creativity.

Graduate School

Student's Signature

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor's Signature

Academic Year 2012



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทย์วิจิน ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาและแนะนำที่มีคุณค่าช่วยเหลือ อีกทั้งยังดูแลตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการศึกษาฉบับนี้ ด้วยความห่วงใย นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษารู้สึกทราบบ้างในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ใน คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ศึกษา อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน อาจารย์ประจำสาขาวิชา รัฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้กรุณานุญาตให้ใช้เครื่องมือที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่ได้กรุณาให้ผู้ศึกษาได้เข้าไปสำรวจการศึกษาครั้งนี้ รวมถึงพนักงานทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลจนทุกอย่างเป็นไปด้วยความราบรื่นและเรียบร้อยดี

กราบขอบพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนภรรยา และเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยห่วงใยดูแลและคอยช่วยเหลือทุกๆ ด้าน รวมทั้งยังคอยเป็นกำลังใจเสมอมา ทำให้ผู้ศึกษา มีความมุ่งมั่น พยายามจนประสบความสำเร็จในวันนี้

ณัฐจรินทร์ วงศาโรจน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูป.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	2
สมมติฐานการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ.....	5
ความหมายของความไว้วางใจ.....	5
ขอบเขตของความไว้วางใจ.....	6
ความสำคัญของความไว้วางใจ.....	7
แนวคิดที่เกี่ยวกับความไว้วางใจ.....	7
การสร้างความไว้วางใจ.....	10
การสร้างความไว้วางใจระหว่างบุคคล.....	11
รูปแบบของความไว้วางใจ.....	11
ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา.....	12
ความไว้วางใจในองค์กร.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์.....	13

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	ทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์.....	14
	องค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์.....	20
	เอกสารและงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	21
3	วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์.....	23
	วิธีการศึกษางานสารนิพนธ์.....	23
	ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	23
	ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	24
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	25
	เกณฑ์การประเมินผล.....	25
	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือศึกษา.....	27
	ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	27
	การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
	ผลของสถิติเชิงพรรณนา.....	29
	การศึกษาเปรียบเทียบแตกต่าง.....	37
	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	50
5	สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	52
	สรุปผลการศึกษา.....	52
	อภิปรายผล.....	54
	ข้อเสนอแนะ.....	56
	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	57
	บรรณานุกรม.....	58
	ภาคผนวก.....	63
	ภาคผนวก ก. โครงสร้างองค์กรบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย.....	64

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	66



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนร้อยละของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล.....	29
2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล.....	33
3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับคะแนนความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา.....	36
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับคะแนนความไว้วางใจในองค์กร.....	36
5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ.....	37
6 การเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศ.....	37
7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอายุ.....	38
8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอายุ.....	38
9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกกลุ่มตามช่วงอายุโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe.....	39
10 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	40
11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	40
12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe.....	41
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน.....	42
14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน.....	42
15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงานโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe.....	43

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
16 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน.....	44
17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด สร้างสรรค์ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กร จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน.....	44
18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ ความจำแนกกลุ่มตามระดับ ตำแหน่งงานโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe.....	45
19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานบริษัทนี้.....	46
20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้.....	46
21 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานทั้งหมด.....	47
22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานทั้งหมด.....	47
23 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	48
24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	48
25 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอัตราเงินเดือน.....	49
26 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามอัตราเงินเดือน.....	49
27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกกลุ่มตามอัตราเงินเดือน โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe.....	50
28 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร และความคิดสร้างสรรค์.....	51

สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	กรอบแนวคิดการศึกษา.....	3
2	แบบจำลองโครงสร้างทางสติปัญญาตามทฤษฎีของกิลฟอร์ด.....	15
3	โครงสร้างองค์การบริหารผลิตทั้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย.....	65



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจในปัจจุบันมีความรุนแรงและแข่งขันกันอย่างสูงมาก องค์กรต่าง ๆ จึงพยายามวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอย่างรอบคอบ ความสำเร็จขององค์กรโดยทั่วไปมีองค์ประกอบอย่างน้อย 2 ประการ คือ ชัยชนะของกลยุทธ์การแข่งขันและการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร และปัจจัยต่อความสำเร็จที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ความไว้วางใจและความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Healey, J. 2007)

ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้้องค์การดำรงอยู่และประสบผลสำเร็จ เนื่องจาก การทำงานร่วมกันต้องพึ่งพาอาศัยกัน ร่วมมือและประสานงานกัน ทุกคนมีความสามารถและรับผิดชอบในงานของตนเอง มีการแบ่งปันสารสนเทศระหว่างกัน การยอมรับความเสี่ยงซึ่งกันและกัน มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ความสามัคคีระหว่างกัน ก่อให้เกิดความเชื่อถือ และไว้วางใจระหว่างองค์กรกับพนักงาน หรือผู้บังคับบัญชากับพนักงาน หรือพนักงานกับพนักงานด้วยตนเอง ทำให้โอกาสที่จะบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กรได้ดีกว่าองค์กรที่ขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ดังนั้น องค์กรไหนที่ได้รับความไว้วางใจในระดับสูงจะทำให้้องค์นั้นสามารถแข่งขันในธุรกิจได้ต่อไป

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร ซึ่งก็คือ ความคิดริเริ่ม คิดหลากหลาย คิดดัดแปลง คิดแตกต่างไม่ซ้ำใคร ทั้งที่คิดขึ้นมาใหม่หรือคิดต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่เดิม และเมื่อความคิดสร้างสรรค์ถูกนำมาพัฒนาต่อไปเป็นรูปธรรมก็จะกลายเป็นนวัตกรรมใหม่ขององค์กร เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีตลาด เทคนิคและเทคโนโลยีที่สูงขึ้น รวมถึงกระบวนการทำงานใหม่ๆ เป็นต้น เป็นการสร้าง Value Creation และการดำรงอยู่อย่างมั่นคงขององค์กรในอนาคต

ด้วยความสำคัญของปัจจัยทั้งสองปัจจัย โดยเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของบุคคลและองค์กร ผู้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมของต่างประเทศ พบว่ามีผลงานที่ศึกษาความสัมพันธ์ของความไว้วางใจและความคิดสร้างสรรค์มีจำนวนไม่มากนักสำหรับบริบทของสังคมไทย ยังมีผู้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสองจำนวนน้อยมากเช่นเดียวกัน ทำให้มีคำถามว่าปัจจัยทั้งสองความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร ทำให้ผู้ศึกษาสนใจการศึกษานี้ เพราะการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการบริหาร กล่าวคือ ในเชิงวิชาการทำให้นักวิชาการหรือนักวิจัยสามารถตรวจสอบแนวคิดของตะวันตกและขยายองค์ความรู้ในบริบทของสังคมไทยเพื่อการพัฒนา สำหรับประโยชน์เชิงการบริหารทำให้นักบริหาร

สามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนอันจักส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาความสัมพันธ์ดังกล่าว กรณีศึกษา บริษัทตัวอย่างผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการบริหารงานในองค์กรสำหรับผู้บริหาร หรือหัวหน้างานทุกระดับโดยมีเป้าหมายหลัก คือ ความสำเร็จขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทกึ่งเพื่อการส่งออกหนึ่งในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กรที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ขอบเขตของการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตทางการศึกษา ดังนี้
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ เป็นพนักงานฝ่ายต่าง ๆ ของบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ ที่ (Yamane, T. 1967) เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจในองค์กรและความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา กับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ (Dependent Variables) ประกอบด้วย
 - 2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน หน่วยที่ปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน และระดับตำแหน่งงาน
 - 2.1.2 ความไว้วางใจ คือ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กร
 - 2.2 ตัวแปรตาม (Independent Variables) คือ ความคิดสร้างสรรค์
3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ เดือนตุลาคม 2555 - เมษายน 2556

สมมติฐานการศึกษา

1. คุณสมบัติส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน
2. ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทยโดยใช้ตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้ทราบผลความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. เป็นแนวทางสำหรับผู้บังคับบัญชาทุกระดับ ในการบริหารงานและปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้
3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตอบสนองความต้องการของพนักงาน และนำไปปรับใช้เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

นิยามศัพท์

1. ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา (Supervisory Trust) หมายถึง การรายงานของผู้ตอบแบบประเมินถึงระดับความไว้วางใจของตนเองที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงของตนเอง โดยแสดงถึงความเชื่อมั่น ความรู้สึกและการกระทำของตนต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงของตนเอง รวมทั้งพร้อมที่จะรับความเสี่ยงและผลกระทบทางด้านลบ เพราะรู้สึกไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาโดยตรงของตนเองว่าจะทำสิ่งที่มีประโยชน์ต่อตนเองหรือปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองคาดหวังหรือเชื่อมั่นว่าสามารถพึ่งพาผู้บังคับบัญชาได้
2. ความไว้วางใจในองค์กร (Organizational Trust) หมายถึง การรายงานของผู้ตอบแบบประเมินถึงระดับความไว้วางใจของตนเองที่มีต่อองค์กร แสดงถึงความเชื่อมั่น ความรู้สึกและการกระทำของผู้ตอบแบบประเมินที่มีต่อองค์กรที่ตนเองสังกัดว่า องค์กรมีระบบ กระบวนการบริหารจัดการที่ดี รวมทั้งพนักงานพร้อมที่จะรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการทำงานกับองค์กรและพนักงานในองค์กรพูดแต่ความจริง
3. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) หมายถึง การรายงานของผู้ตอบแบบประเมินถึงระดับความคิดสร้างสรรค์ของตนเองที่มีต่อองค์กร แสดงถึงกระบวนการทางสมองที่เกิดจากการกลั่นกรองความคิด จินตนาการ ความรู้สึกไวเข้าใจได้เร็ว แล้วรวบรวมออกมาในทางสร้างสรรค์ที่ไม่ซ้ำแบบใคร สามารถใช้แก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ความคิดคล่อง (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexible) ความคิดริเริ่ม (Original) และความคิดละเอียดละออ (Elaboration)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานฝ่ายต่างๆ ของบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาโดยครอบคลุมเนื้อหาทั้งหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ

แนวความคิดความไว้วางใจได้มีนักวิชาการสนใจศึกษา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Creed, W. D. ; and Miles, R. E. . 1996) ซึ่งในยุคแรกได้วิจัยเกี่ยวกับความไว้วางใจในองค์การสนใจศึกษาความมุ่งหมายและแรงจูงใจความไว้วางใจปัจจุบันนักวิจัยมุ่งสนใจต่อพฤติกรรม (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Lewicki, R. J. ; et al. 1998) ความไว้วางใจเป็นความรู้ที่กว้างขวางทั้งเป็นแนวคิดที่สำคัญในการศึกษาเพราะความไว้วางใจสร้างความร่วมมือของมนุษย์และเป็นกุญแจสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและองค์การ

เลวิกกี อาร์ เจ ; และคณะ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Lewicki, R. J. ; et al. 1998) เสนอว่า การศึกษาความไว้วางใจอาจจะต้องจำแนกความไว้วางใจในมิติที่ต่างกันที่แตกต่าง เช่น บุคคล ระหว่างบุคคลและหรือองค์การ นอกจากนี้การศึกษาของ Luhman (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Luhman, N. 1979) กลางถึง ความไว้วางใจในหลายมิติโดยเสนอองค์ประกอบของความไว้วางใจ 2 องค์ประกอบ คือ ความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Trust) และความไว้วางใจในระบบ (System Trust)

ความหมายของความไว้วางใจ

คำว่า Trust หรือความไว้วางใจ มีความหมายที่ลึกซึ้งและยิ่งใหญ่ ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ทรงพลัง และสร้างผลกระทบอย่างมากมายในเชิงพฤติกรรมและผลการปฏิบัติงาน หากสมาชิกในทีมงานหรือหน่วยงานใดทำงานร่วมกันในบรรยากาศของความเชื่อมั่น ไว้วางใจซึ่งกันและกัน การปฏิบัติงานย่อมดำเนินไปด้วยความราบรื่นไม่ต้องคอยวิตกกังวลว่า จะมีการแทงข้างหลัง หรือให้ร้ายกันลับหลัง การทำงานย่อมเป็นไปอย่างสอดคล้องประสานร่วมมือกัน สมาชิกในทีม

กล้าที่จะแสดงออก หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดกว้าง แม้ว่าจะมีปัญหาหรืออุปสรรคเกิดขึ้น ทุกคนต่างร่วมแรงร่วมใจกันแก้ไขปัญหานั้นจนสำเร็จลุล่วงไปได้ (ศิริรัตน์ ศิริวรรณ ; และ ธาดา บุญเกิด. 2552)

ความไว้วางใจ หมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเสี่ยงและการพึ่งพากัน (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Mayer, R. C. ; Davis, J. H. ; and Schoorman, F. D. 1995) ความไว้วางใจในที่ทำงานมีอยู่สองรูปแบบ คือ ความตั้งใจต่อความไว้วางใจและความเปิดเผยต่อผู้อื่น (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Gillespie, J. A. ; and Tang, T. L. 2003) ความไว้วางใจเป็นทั้งความเชื่อ การตัดสินใจและการกระทำ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Dietz, G. ; Hartog, D. ; and Deanne, N. 2006)

รอตเตอร์ เจ บี (Rotter, J. B. 1971) ได้ให้ความหมายความไว้วางใจว่า เป็นความคาดหวังของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในความน่าเชื่อถือต่อคำพูด คำสัญญา จากการเขียนหรือการพูดของบุคคลหรือกลุ่มอื่นว่าเชื่อถือได้

แม็คอัลลิสเตอร์ ดี เจ (McAllister, D. J. 1995) ให้ความหมายของความไว้วางใจว่า เป็นสิ่งที่บุคคลมีความมั่นใจและตั้งใจที่จะกระทำการที่อยู่บนพื้นฐานของคำพูด การกระทำ และการตัดสินใจของบุคคลอื่น

วิตนีย์ เจ โอ (อุซุมพร แก้วขุนทด. 2550 ; อ้างอิงจาก Whitney, J. O. 1996) ได้กล่าวถึงความไว้วางใจว่า หมายถึง ความเชื่อ ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ และความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใดๆ

มาร์แชลล์ อี เอ็ม (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Marshall, E. M. 2000) ให้ความหมายความไว้วางใจว่า ความไว้วางใจเป็นผลสะท้อนที่เกิดจากความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อลักษณะและความสามารถของบุคคลอื่น

จากความนิยามของนักวิชาการต่างๆ ผู้ศึกษาเห็นว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความมั่นใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนของแต่ละบุคคลต่อบุคคลหนึ่ง

ขอบเขตของความไว้วางใจ แบ่งเป็น 2 ประเภท (รัตนา ธนฤทธิพร. 2544)

1. ขอบเขตความไว้วางใจอย่างแคบ

1.1 ความไว้วางใจระหว่างสมาชิกในครอบครัว ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดสนิทสนม

1.2 ความไว้วางใจต่อคนที่เรารู้จัก บุคคลซึ่งเรารู้จักเป็นการส่วนตัว บุคคลที่เรารู้จักแค่เพียงชื่อ และบุคคลที่เราเคยพบหน้า เช่น เพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน

2. ขอบเขตความไว้วางใจอย่างกว้าง

คนที่อยู่ในชุมชนเดียวกับเรารวมถึงคนที่เชื่อว่าบางสิ่งที่เหมือนกับเรา เช่น สมาชิกในกลุ่มศีลธรรม กลุ่มศาสนา เชื้อชาติ เพศ อายุ มีความถนัดในด้านเดียวกับเรา

ความสำคัญของความไว้วางใจ

ทุกองค์การจำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นของความไว้วางใจ ที่มีต่อบุคคลในองค์การ องค์การใดๆ จะไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคล หรือ องค์การอื่นได้ หากองค์การนั้นปราศจากความเข้าใจในเรื่องความไว้วางใจ

ถ้าทุกคนในองค์การรู้ว่าต้องทำอะไร เมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และทำไมต้องทำ โครงสร้างองค์การจะเป็นอย่างไร ถ้าทุกคนสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนได้อย่างถูกต้อง ตรงเวลา และทุกคนเป็นที่เชื่อถือ และไว้วางใจกันได้ ทุกคนปฏิบัติงานเพื่อมุ่งเน้นการบรรลุ เป้าหมายขององค์การ จะทำให้องค์การจะมีระดับโครงสร้างองค์การแบนลง จำนวน ผู้บังคับบัญชาก็จะน้อยลง

องค์การต่างๆ ที่ประสบผลล้มเหลวในการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ก็ เนื่องมาจากการขาดการสนับสนุนจากพนักงานขององค์การ ซึ่งจุดเริ่มต้นของการเพิ่มการได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงานจากพนักงาน ก็คือ การสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นภายใน องค์การ พนักงานจะเต็มใจในการร่วมมือ ประสานงานกับผู้บริหารงานองค์การกับการ เปลี่ยนแปลงใดๆ เมื่อพนักงานมีความเชื่อมั่น และไว้วางใจในผู้บริหารขององค์การ และความ ไว้วางใจภายในองค์การนี้ไม่สามารถสร้างขึ้นมาได้ทันทีทันใด ผู้บริหารจะต้องเห็นความสำคัญ ของความไว้วางใจภายในองค์การ และสร้างความไว้วางใจ เชื่อมั่น แก่พนักงานในองค์การอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อว่าพนักงานจะได้เป็นกำลังสำคัญในการประสานงานในการทำกิจกรรมใดๆ เพื่อ ความสำเร็จขององค์การต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

แนวคิดของ ลูแมนน์ เอ็น (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Luhman, N. 1979) อธิบายความไว้วางใจว่า เป็นสิ่งที่ซ่อนเร้นและคงอยู่จากประสบการณ์ประจำวันที่มี อิทธิพลต่อความไว้วางใจในบุคคล (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Perry, R. W. ; and Mankin, L. D. 2007) การแบ่งแยกความไว้วางใจนี้สมมติว่า ระดับความไว้วางใจของ บุคคล ซึ่งเป็นข้อสัญญาทางจิตวิทยาจะแปรผันตามผู้บังคับบัญชาและองค์การโดยรวม (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Nyhan, R. C. ; and Marlowe, H. A. 1997) ภายใต้แนวคิดของ ลูแมนน์ ความไว้วางใจแสดงถึงระดับความมั่นใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อผู้อื่น ในการกระทำที่เป็นธรรม มีจริยธรรมและความสามารถพยากรณ์ได้ และยังมีคุณค่าสำคัญของ ความไว้วางใจ คือ ทำให้สมาชิกองค์การลดความซับซ้อนของชีวิตองค์การ (เฉลิมชัย

กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Hosmer, L. T. 1995) จากการศึกษาความไว้วางใจตาม แนวทฤษฎีองค์การและมองความไว้วางใจใน 5 แนวคิด คือ ความคาดหวังของบุคคล (Individual Expectation) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationships) การ แลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ (Economic Exchanges) โครงสร้างทางสังคม (Social Structures) และพฤติกรรมจริยธรรม (Ethical Behavior) เขาเห็นด้วยว่า ความไว้วางใจเป็นโครงสร้างสำคัญ ในการเข้าใจพฤติกรรมระหว่างบุคคลและกลุ่ม ประสิทธิภาพของการจัดการ การแลกเปลี่ยนทาง เศรษฐกิจและความมั่นคงของความสัมพันธ์ทางสังคม

ลูแมนส์ เอ็น (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Luhman, N. 1979) เสนอแนวคิดความไว้วางใจที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางถึงรูปแบบความไว้วางใจ คือ ความ ไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Trust) เป็นความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความ ไว้วางใจในระบบ (System Trust) เป็นความไว้วางใจในองค์การโดยภาพรวม โดยความ ไว้วางใจเป็นตัวแทนของระดับความมั่นใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อผู้อื่นในการกระทำที่เป็นธรรม มี จริยธรรมและสามารถพยากรณ์ได้

เลวิกกี อาร์ เจ ; และคณะ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Lewicki, R. J. ; et al. 1998) ได้กล่าวถึงรูปแบบพื้นฐานของความไว้วางใจ คือ ความไว้วางใจบน พื้นฐานการป้องกัน เป็นรูปแบบของความไว้วางใจที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความมั่นคงใน พฤติกรรมที่บุคคลทำในสิ่งที่พูดและมีการกระทำต่อกัน พฤติกรรมของบุคคลขึ้นอยู่กับทฤษฎี การลงโทษความไว้วางใจที่คงอยู่นั้นต้องมีระดับของการลงโทษที่ชัดเจน จะต้องมีการ ปกป้องการเกิดความไม่ไว้วางใจ ดังนั้น การลงโทษจะมีความสำคัญต่อผู้จงใจมากกว่าสัญญา จะ ให้อภัยเมื่อไม่สามารถที่จะทำตามคำมั่นสัญญานั้นได้ พื้นฐานที่สอง คือ ความไว้วางใจบน พื้นฐานจากความรู้ เป็นความไว้วางใจที่มีพื้นฐานในการคาดคะเนบุคคลอื่น รู้จักผู้อื่นดีเพียงพอ เพื่อที่จะรู้ถึงพฤติกรรมของผู้อื่น ความไว้วางใจที่มีรากฐานจากความรู้ขึ้นอยู่กับ การได้รับข้อมูล มากกว่าการลงโทษและเป็นการทำนายพฤติกรรมของบุคคลอื่นที่กระทำด้วยความจริงใจ และ พื้นฐานสุดท้าย คือ ความไว้วางใจบนพื้นฐานจากการวินิจฉัย เป็นความไว้วางใจที่มีความรู้สึก ร่วมในอารมณ์กับความปรารถนาและความตั้งใจของผู้อื่น โดยกลุ่มคนต้องมีความเข้าใจอย่างมี ประสิทธิภาพ มีข้อตกลงร่วมกัน การตระหนักร่วมกัน และเห็นคุณค่าซึ่งกันและกัน เนื่องจากมี ความเกี่ยวโยงของอารมณ์ระหว่างกัน

เลวิกกี อาร์ เจ ; และคณะ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; อ้างอิงจาก Lewicki, R. J. ; et al. 1998) มีความเห็นว่า ทั้งความไว้วางใจและความไม่ไว้วางใจ ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ตรง ข้ามกันหรืออยู่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง แต่แทนที่จะแยกออกจากกันแต่ทว่ามีความเกี่ยวพันกัน โครงสร้างมิติเดียวที่อาจจะอยู่ร่วมกันควบคู่กันไปภายในบุคคล

โรเบิร์ต บรูซ ชอร์ว (Robert, Bruce Shaw. 1997) ได้กล่าวถึงขอบเขตที่ทำให้เกิด ความไว้วางใจ และการสูญเสียความไว้วางใจ ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน กล่าวคือ บุคคล

ทีมงาน หรือองค์กรล้วนมีขอบเขตในการสร้าง และการถอนความไว้วางใจจากผู้อื่นออกไปแตกต่างกัน ปัจจัยหลัก 3 ประการ ที่มีผลต่อการกำหนดขอบเขต หรือจุดทางเข้า ทางออกของความไว้วางใจของแต่ละบุคคล ได้แก่

1. สถานการณ์ (The Situation) หากสถานการณ์นั้นๆ มีความเสี่ยงสูง ขอบเขต จุดทางเข้า ทางออกของความไว้วางใจย่อมสูงตามไปด้วย

2. ประสบการณ์ของบุคคลนั้นในเรื่องความไว้วางใจ (Those Giving Their Trust) หากบริษัท ธุรกิจ ทีมงานเคยมีประสบการณ์ในทางที่ไม่ดีเกิดจากความไว้วางใจ เช่น การถูกหลอกลวงก็จะทำให้บริษัท ธุรกิจ ทีมงานนั้น มีขอบเขต จุดทางเข้าทางออกของความไว้วางใจสูงตามไปด้วย

3. ประสบการณ์ของผู้อื่นในเรื่องความไว้วางใจ (Those Asking To Be Trusted) หากบริษัทหนึ่งต้องการมาเป็นหุ้นส่วนกับบริษัทเรา หากบริษัทนั้น เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงที่ดี ขอบเขต จุดทางเข้า ทางออกของความไว้วางใจ ก็อาจจะต่ำและในทางตรงข้ามกัน ในขณะที่บริษัทอื่นที่มาขอเป็นหุ้นส่วนกับเรามีชื่อเสียงที่ไม่ดีนัก ขอบเขต จุดทางเข้า ทางออกของความไว้วางใจ ย่อมสูงตามไปด้วย เป็นต้น

ซาโก มารี (อุซุมพร แก้วขุนทด. 2550 ; อ้างอิงจาก Sako, Mari. 1992) ได้สรุปแนวคิดเป็นเหตุผลที่ใช้พัฒนาความไว้วางใจ โดยเหตุผลนี้สามารถทำนายว่าผู้อื่นจะมีพฤติกรรม การยอมรับซึ่งกันและกัน เหตุผล 3 ประการ ได้แก่

1. ความคิดเห็นของกลุ่มที่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในข้อผูกพัน
2. ความเชื่อในความสามารถ
3. ความเชื่อในมิตรภาพที่ดี

แม็คอัลลิสเตอร์ ดี เจ (McAllister, D. J. 1995 ; อ้างอิงจาก อุซุมพร แก้วขุนทด. 2550) ได้สรุปแนวคิดของความไว้วางใจมีพื้นฐานมาจาก 2 ประการ

1. ความไว้วางใจมีพื้นฐานมาจากการรับรู้ (Cognition-Based Trust) หมายถึง การรับรู้ว่าคุณคนเลือกผู้ซึ่งไว้วางใจในสิ่งที่น่าเชื่อถือภายใต้สถานการณ์หนึ่ง และเลือกในสิ่งที่พิจารณาว่าเป็นเหตุผลที่ดี

2. ความไว้วางใจมีพื้นฐานเกี่ยวกับอารมณ์และความรู้สึก (Affective-Based Trust) หมายถึง ความผูกพันทางอารมณ์ของแต่ละบุคคล บุคคลที่จะทำให้เกิดอารมณ์ ความไว้วางใจในความสัมพันธ์นั้นจะแสดงออกซึ่งการดูแลและการเอาใจใส่อย่างแท้จริงที่จะได้สวัสดิการแก่หุ้นส่วนมีความเชื่อในคุณสมบัติที่ดีหรือนาสรรเสริญ และเชื่อว่าความรู้สึกเหล่านี้จะได้รับคำตอบแทน

การสร้างควมไว้วางใจ มีดังต่อไปนี้

1. พัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงาน หรือเป็นผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน แสดงผลงานที่ยอดเยี่ยมให้ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานเห็น พัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีความสามารถด้านใดด้านหนึ่ง เฉพาะทาง และสามารถให้คำปรึกษาและช่วยเหลือผู้อื่นได้เป็นประจำ

2. ยึดหลักการสากลต่อไปนี้ในการบริหารยึดหลักการสากล เช่น คุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความเมตตา ความยุติธรรม ความเป็นกลาง ความกล้าหาญ ความอดทน ความมีวินัย ความมุ่งมั่น เป็นหลักสำคัญในการบริหาร

3. ประพฤติตนเป็นแม่แบบที่ดี หากผู้บริหารอยากให้ลูกน้องปฏิบัติตนเช่นไร ผู้บริหารก็ควรปฏิบัติตนเช่นนั้น เช่น หากผู้บริหารไม่ต้องการให้ลูกน้องมาสาย ผู้บริหารก็ไม่ควรมาสายเสียเอง การทำให้ดูเป็นตัวอย่าง เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการจูงใจให้ลูกน้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

4. ยอมรับข้อผิดพลาดของตน คุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งของผู้นำ คือ การมีความกล้าหาญที่จะยอมรับข้อผิดพลาดของตน ซึ่งการทำเช่นนี้ สามารถทำให้ลูกน้องรู้สึกเคารพมากขึ้น

5. รักษาคำพูด รักษาสัญญา จงอย่าได้ให้คำมั่นสัญญาหรือข้อผูกมัดใดๆ หากไม่มั่นใจว่าจะสามารถทำตามสัญญาหรือข้อผูกมัดนั้นได้ “การกระทำย่อมสำคัญกว่าคำพูด”

6. ให้เกียรติผู้อื่น ให้เกียรติ เคารพและให้การสนับสนุนผู้อื่น ไม่ว่าคนๆ นั้นจะมีตำแหน่งใดก็ตาม สอบถาม เปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น รับฟังปัญหาและให้ความช่วยเหลือตามความเหมาะสม

7. ไม่พูดถึงบุคคลที่สามในทางที่ไม่ดีลับหลัง หากบุคคลที่พูดถึงในทางที่ไม่ดี ทราบว่าพูดถึงบุคคลนั้นอย่างไรลับหลัง บุคคลนั้นย่อมไม่ไว้วางใจต่อคนที่พูดถึงอีกต่อไป และอาจบอกคนอื่นต่อว่าเป็นคนที่ไม่น่าไว้วางใจ

8. แก้ปัญหาสำคัญๆ ที่มีความท้าทายได้ เข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่มีความท้าทาย ทั้งในระดับบุคคล ระดับหน่วยงาน และระดับองค์กร คิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระบวนการทำงาน หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาผลการปฏิบัติงานขององค์กร

วิธีปฏิบัติดังที่กล่าวมา เป็นรากฐานสำคัญของการสร้างความไว้วางใจในองค์กร และการเป็นบุคคลที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้อื่น ถือเป็นคุณสมบัติสำคัญสูงสุดประการหนึ่ง ในการเป็นผู้นำ ความไว้วางใจยังเป็นรากฐานของความสัมพันธ์อันดี เมื่อได้รับความไว้วางใจและมีความสัมพันธ์อันดี ย่อมส่งผลให้ท่านมีโอกาสประสบความสำเร็จในการใช้เหตุผลโน้มน้าว ให้ผู้อื่นสนับสนุนหรือกระทำการบางสิ่งบางอย่างตามความต้องการ การสร้างความไว้วางใจจึงเป็นรากฐานของความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้นำ (ศิริรัตน์ ศิริวรรณ ; และ ธาดา บุญเกิด. 2552)

การสร้างควมไว้วางใจระหว่างบุคคล

การสร้างไว้วางใจต้องมีความยึดมั่นต่อวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งผู้นำมีความสำคัญต่อการสร้างบรรยากาศความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน (อุซุมพร แก้วขุนทด. 2550)

1. การฝึกฝนให้เป็นคนเปิดเผย (Practice Openness) การเปิดเผยจะนำไปสู่ความเชื่อมั่น และความไว้วางใจ ให้บุคลากรอธิบายการตัดสินใจโดยตรงไปตรงมาและเปิดเผยเกี่ยวกับปัญหาข้อมูลต่างๆ อย่างเต็มที่

2. มีความยุติธรรม (Be Fair) ก่อนการตัดสินใจหรือกระทำการใดๆ ควรพิจารณาว่าบุคคลอื่นจะรับรู้หรือรู้สึกว่ามีคุณธรรมหรือไม่ ให้ความยุติธรรมในการประเมินผล โดยยึดหลักความเสมอภาคและยุติธรรมในการให้รางวัล และการให้ความสนใจห่วงใยบุคลากร

3. พูดตรงความรู้สึกตนเอง (Speak Your Feeling) มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การพูดอย่างจริงใจจะทำให้บุคคลอื่นเคารพในผู้พูดมากขึ้น

4. บอกความจริง (Tell The Truth) มีการติดต่อสื่อสารอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา นอกจากคำพูดแล้วหัวหน้าจะต้องพยายามสังเกตข่าวสารที่ไม่เป็นคำพูด (Non-Verbal Communication) หรือภาษาท่าทาง (Body Language)

5. แสดงความคงเส้นคงวา (Show Consistency) ให้เวลาคิดเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นคุณค่า และเป็นที่เชื่อถือแล้วนำมาเป็นเครื่องตัดสินใจโดยต้องรู้ถึงผลประโยชน์ มีการดำเนินการด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือไว้วางใจ

6. รักษาคำมั่นสัญญา (Fulfill Your Promises) ทำให้บุคคลเชื่อว่าได้กระทำตามสัญญาที่ได้ให้การกระทำและคำพูด

7. รักษาความเชื่อมั่น (Maintain Confidence) ปฏิบัติตนให้เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจจากบุคคลอื่น

8. แสดงให้เห็นถึงความสามารถ (Demonstrate Competence) ทำให้บุคคลอื่นชื่นชม และมีความเคารพนับถือโดยการแสดงให้เห็นถึงความสามารถด้านอาชีพและเทคนิคต่างๆ ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ให้ความสนใจในการพัฒนาการสื่อสาร การสร้างทีมงานและทักษะการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล และบุคลากรต้องการมากกว่าการมีงานทำเท่านั้น จะต้องทำงานของบุคลากรให้น่าสนใจมีความท้าทาย และใช้ความเฉลียวฉลาดของบุคลากรให้มากที่สุด

รูปแบบของความไว้วางใจ

1. ความไว้วางใจเป็นเหมือนความสัมพันธ์

ปัญหาสำหรับผู้ไว้วางใจผู้อื่นคือ การมีข้อมูลไม่เพียงพอเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น โดยผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจะมีข้อมูลมากกว่าและเป็นผู้ตัดสินใจ ถ้าเรามีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ เราก็อาจสามารถทำนายได้ว่าผู้ได้รับความไว้วางใจจะตัดสินใจอย่างไร

2. ความไว้วางใจและการร่วมมือกัน

ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่ต้องพิจารณา เพื่อก่อให้เกิดการร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ความไว้วางใจเป็นเหมือนลักษณะเฉพาะของแต่ละคน

แนวโน้มของความไว้วางใจเป็นส่วนที่ส่งเสริมให้ชีวิตมีความสุข ได้อยู่ในสถานะที่ดี เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

4. ความไว้วางใจเป็นเหมือนวัฒนธรรม

วัฒนธรรมความไว้วางใจเกิดขึ้นและเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของสังคม ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเท่ากับการตัดสินใจที่จะแสดงความไว้วางใจต่อผู้อื่นในบทบาททางสังคมที่แตกต่างกันและในหลายเหตุการณ์ (รัตนา ธนฤทธิพร. 2544)

ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา

ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาเป็นเรื่องสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าของผู้บริหาร (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; Butler, J. K. 1991) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจงที่บุคคลและเป็นส่วนหนึ่งของความไว้วางใจขององค์กร มีการอธิบายความหมายของความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา คือ ความเต็มใจของบุคคลที่พึ่งพาผู้อื่นด้วยความรู้สึกลึกซึ้ง แม้ว่าจะได้รับผลกระทบในทางลบ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาเป็นผลจากปัจจัยสำคัญสามประการ ดังนี้ ประการแรก คือ โอกาสของผลในทางลบ ประการที่สอง คือ การพึ่งพาผู้อื่น และประการสุดท้าย คือ ความไว้วางใจของบุคคลภายใต้ผลในทางลบที่พึ่งพิงกับผู้อื่นด้วยความรู้สึกลึกซึ้ง

ความไว้วางใจในองค์กร

ความไว้วางใจในองค์กร หมายถึง ความรู้สึกความมั่นใจและการสนับสนุนที่บุคคลมีต่อองค์กร เป็นความเชื่อที่องค์กรต้องซื่อตรงและสร้างความผูกพัน ความไว้วางใจในองค์กรเป็นพื้นฐานจากผลของโครงสร้างทางสังคม ในการลดความไม่แน่นอนและให้ความรู้สึกมั่นคงต่ออนาคต ซึ่งแตกต่างกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาตรงที่ความไว้วางใจในองค์กรไม่มุ่งเจาะจงที่บุคคล แต่เจาะจงที่สถานการณ์ เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความเชื่อของบุคคลที่ไม่เกี่ยวกับคน เช่น กฎระเบียบ การค้าประกันและสัญญา เป็นสถานที่ที่ทำให้บุคคลคาดหวังต่อความสำเร็จในอนาคต

ความไว้วางใจในองค์กรเป็นแนวคิดที่เป็นสหวิทยาการ การศึกษาความไว้วางใจอย่างกว้างขวางในหลายวิทยาการทั้งนักเศรษฐศาสตร์ นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยาและนักทฤษฎีการจัดการ ได้อธิบายความไว้วางใจเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่มั่นคง และเป็นลักษณะเฉพาะที่สำคัญของพฤติกรรมทางสังคม

แม้ว่าความไว้วางใจเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนทางโครงสร้างที่มีหลายด้านและหลายระดับ เช่น ความไว้วางใจอาจจะมิอยู่ในระดับบุคคล กลุ่มธุรกิจและสถาบัน รวมทั้งสามารถอธิบายได้ทั้งความไว้วางใจระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรหรือความไว้วางใจระหว่างองค์กร ความไว้วางใจระหว่างองค์กร ความไว้วางใจอาจจะสามารถอธิบายได้ในหลากหลายแบบ เช่น ความไว้วางใจเป็นสาเหตุ ผลลัพธ์ หรือตัวกลาง ความไว้วางใจมีแนวคิดทั้งความไว้วางใจและความไม่ไว้วางใจ จนกระทั่งถึงรูปแบบโครงสร้างที่ชัดเจนและตรงข้ามกัน (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นันวิน. 2552)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในความสามารถทางการคิดของมนุษย์ซึ่งมีหลายอย่าง อย่างไรก็ตามในการศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ จะประสบปัญหาเช่นเดียวกับตัวแปรทางจิตวิทยาอื่นๆ คือ มีความยากในการให้คำนิยาม และมีนิยามเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะขัดแย้งไม่สอดคล้องกันบ้าง หรือเป็นไปในแนวทางเดียวกันบ้าง (Parkhurst, H. B. 1999 : 1 ; and Taylor, C. W. 1988 : 99)

ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์จึงมีผู้ศึกษา และให้ความหมายไว้หลายแนวคิด ทั้งนักจิตวิทยาชาวต่างประเทศ และนักจิตวิทยาชาวไทย ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวม และสรุปได้ ดังนี้

นิยามความคิดสร้างสรรค์ของกิลต์ฟอร์ด เจ พี (Guilford, J. P. 1950) ได้กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถที่จะคิดได้หลายทิศทาง หรือเป็นแนวความคิดแบบอเนกนัย (Divergent Thinking) ซึ่งสามารถคิดได้หลายแบบจากสิ่งเร้าเดียวกัน โดยผู้ที่คิดได้มาก ได้แปลก คือ คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ความคิดคล่อง (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexible) ความคิดริเริ่ม (Original) และความคิดละเอียดลออ (Elaboration)

ทอแรนซ์ อี พี (Torrance, E. P. 1974) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการของความรู้สึกรู้สึ่วต่อปัญหา หรือสิ่งที่ขาดหายไป และรวบรวมความคิด ตั้งข้อสมมติฐาน แล้วจึงรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้จนเกิดการแก้ปัญหาแล้วเผยแพร่ผลผลิตที่ได้

เดอ โบโน อี (De, Bono E. 1970) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking) เพื่อสร้างแนวความคิดใหม่ ที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาได้หลายๆ แนวคิด และนำแนวคิดเหล่านั้นออกไปพัฒนาต่อเพื่อให้สามารถใช้แก้ปัญหาที่ต้องการได้

ส่วนนักจิตวิทยาชาวไทยได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2553 : 4-5) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม เป็นความคิดริเริ่มใหม่ๆ ไม่เคยเห็นที่ใดมาก่อน และใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม

อารี พันธุ์ณี (2544 : 35) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิดเอนกนัย ความคิดจินตนาการ ซึ่งเกิดจากความรูสึกไว เข้าใจได้เร็ว และมีปฏิกิริยาตอบสนอง อันนำไปสู่กระบวนการคิดค้นพบสิ่งประดิษฐ์แปลกใหม่ ทฤษฎีต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อสังคม และเป็นไปในทางสร้างสรรค์

สุวิทย์ มูลคำ (2547) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการทางปัญญาที่สามารถขยายขอบเขตความคิดที่มีอยู่เดิม สู่ความคิดแปลกใหม่แตกต่างไปจากความคิดเดิม และเป็นความคิดที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

อุษณีย์ โพธิสุข (2544) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการทางปัญญาระดับสูงที่ใช้กระบวนการทางความคิดหลายๆ อย่างมารวมกัน เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือแก้ปัญหาที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

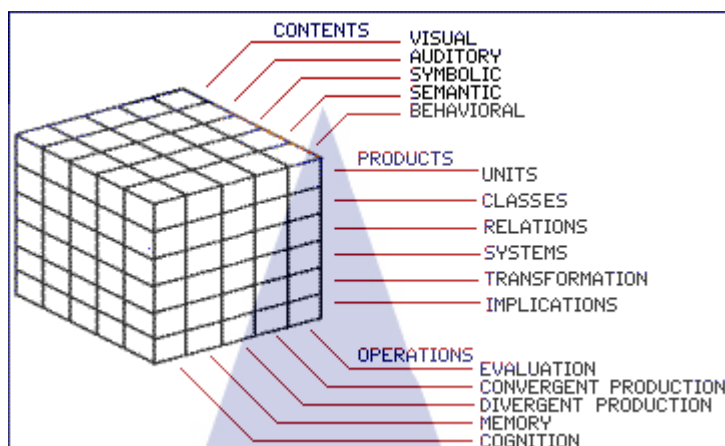
จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการทางสมองที่เกิดจากการกลั่นกรองความคิด จินตนาการ ความรูสึกไวเข้าใจได้เร็ว แล้วรวบรวมออกมาในทางสร้างสรรค์ ที่ไม่ซ้ำแบบใคร สามารถใช้แก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม และสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ความคิดคล่อง (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexible) ความคิดริเริ่ม (Original) และความคิดละเอียดละออ (Elaboration)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

นักจิตวิทยาหลายท่านได้ศึกษาวิจัย และทำการทดลองเกี่ยวกับทฤษฎีการเกิดความคิดสร้างสรรค์ และส่วนประกอบอันเป็นคุณลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (ณัฐพงษ์ เจริญพิทย์. 2539)

1. ทฤษฎีของกิลฟอร์ด

กิลฟอร์ด เจ พี (Guilford, J. P. 1959 : 471) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความมีเหตุผล การแก้ปัญหา และความคิดสร้างสรรค์ โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) จึงได้เสนอแบบจำลองโครงสร้างทางสติปัญญา (The Structure of Intellect Model หรือ SI Model) ขึ้น ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวใช้อธิบายโครงสร้างทางสติปัญญา (การคิด) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ในระบบของการคิดของมนุษย์นั้น มีประเด็นที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 มิติ คือ มิติว่าด้วย “เนื้อหา” (หรือสิ่งเร้า) มิติว่าด้วย “วิธีคิด” และมิติว่าด้วย “ผลของการคิด” (หรือลักษณะของคำตอบ)



รูปที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างทางสติปัญญาตามทฤษฎีของกิลฟอร์ด

ที่มา : Guilford, J. P. (1959). **Traits of Creativity in Creativity and Its Cultivation.** p. 471.

มิติที่ 1 ด้านเนื้อหา (Contents) หมายถึง วัตถุ หรือ ข้อมูลต่างๆ ที่รับรู้ ใช้เป็นสื่อ ก่อให้เกิดความคิด เนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ชนิด ดังนี้

1. เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ (Figural Content) ได้แก่ วัตถุที่เป็นรูปธรรมต่างๆ ซึ่งสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

1.1 การเห็น (Visual)

1.2 การได้ยิน (Auditory)

1.3 สัญลักษณ์ (Symbolic)

2. เนื้อหาที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic Content) ได้แก่ ตัวเลข ตัวอักษร และสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้น เช่น พยัญชนะ ระบบจำนวน ซึ่งตามปกติเมื่ออยู่ตามลำพังจะปราศจากความหมาย แต่เนื่องจากเรารับรู้ความหมายขึ้นจึงใช้สื่อความหมายได้

3. เนื้อหาที่เป็นเสียง (Auditory Content) ได้แก่ สิ่งที่อยู่ในรูปของเสียงที่มีความหมาย

4. เนื้อหาที่เป็นภาษา (Semantic Content) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร ที่มักจะอยู่ในรูปความหมายซึ่งแทนด้วยถ้อยคำหรือรูปภาพที่มีความหมาย

5. เนื้อหาที่เป็นพฤติกรรม (Behavior Content) ได้แก่ สิ่งที่ไม่ใช่ถ้อยคำเป็นการแสดงออกของมนุษย์ เจตคติ ความต้องการ รวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล บางครั้งเรียกว่า สติปัญญาทางสังคม (Social Intelligence)

มิติที่ 2 ด้านปฏิบัติการ (Operations) หมายถึง กระบวนการคิดต่างๆ ที่สร้างขึ้นมาจากซึ่งประกอบด้วยความสามารถ 5 ชนิด ดังนี้

1. การรับรู้ และการเข้าใจ (Cognition) เป็นความสามารถทางสติปัญญาของมนุษย์ในการรับรู้ และทำความเข้าใจ กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัว

2. การจำ (Memory) เป็นความสามารถทางสติปัญญาของมนุษย์ในการสะสมเรื่องราว หรือข่าวสาร และสามารถระลึกได้เมื่อเวลาผ่านไปในปี ค.ศ. 1988 กิลฟอร์ดได้แบ่งความจำเป็นเป็น 2 ชนิด คือ ความจำที่บันทึกไว้ (Recording) และ ความจำที่เก็บไว้ในความจำระยะยาว (Retention)

3. การคิดนอกเนกนัย (Divergent Thinking) เป็นความสามารถในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า และแสดงออกมาได้หลายๆ แบบ หลายวิธี ความคิดประเภทนี้มีความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์

4. การคิดเอกนัย (Convergent Thinking) เป็นความสามารถที่เน้นเรื่องความถูกต้องของคำตอบที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นคำตอบที่ดีที่สุด

5. การประเมินค่า (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินสิ่งที่รับรู้ จำได้ หรือกระบวนการคิดนั้นมีคุณค่า ความถูกต้อง ความเหมาะสม หรือมีความเพียงพอหรือไม่อย่างไร

มิติที่ 3 ด้านผลผลิต หมายถึง ความสามารถที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานมิติด้านเนื้อหา และด้านปฏิบัติการเข้าด้วยกันเป็นผลผลิต เมื่อสมองรับรู้วัตถุ/ข้อมูล ทำให้เกิดการคิดในรูปแบบต่างๆ กัน ซึ่งสามารถให้ผลออกต่างๆ กัน 6 ชนิด ดังนี้

1. แบบหน่วย (Units) เป็นสิ่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว และมีความแตกต่างจากสิ่งอื่นที่เป็นลักษณะเฉพาะ

2. แบบกลุ่ม (Classes) เป็นกลุ่มของสิ่งต่างๆ ซึ่งมีคุณสมบัติบางประการร่วมกัน

3. แบบความสัมพันธ์ (Relations) เป็นการเชื่อมโยง 2 สิ่งเข้าด้วยกัน เช่น เชื่อมโยงลูกโซ่ เชื่อมโยงคำ เชื่อมโยงความหมาย

4. ระบบ (System) เป็นแบบแผน หรือการรวมหน่วยจำพวกของข้อมูลข่าวสาร หรือการแสดงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของส่วนประกอบ ซึ่งอาจเป็นทฤษฎี หลักการ

5. การแปลงรูป (Transformation) เป็นการเปลี่ยนแปลงการหมุนกลับ การขยายความข้อมูลจากสภาพหนึ่งไปยังอีกสภาพหนึ่ง เป็นต้นว่าการให้คำจำกัดความใหม่หรือการคิดแปลงข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่แล้วเสียใหม่

6. การประยุกต์ (Implication) เป็นผลจากการคิดที่คาดหวัง หรือการทำนายจากข้อมูลที่กำหนดให้

2. ทฤษฎีของทอแรนซ์

ทอแรนซ์ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม โดยศึกษาระยะยาวเกี่ยวกับประสบการณ์ในการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน เกี่ยวกับองค์ประกอบว่าด้วย ความคิดริเริ่ม (Originality)

ความคิดคล่องตัว (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) และความคิดละเอียดลออ (Elaboration)

ทอแรนซ์ ได้สรุปว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็น “กระบวนการ” ของการมีความรู้สึกไวต่อปัญหา หรือต่อข้อมูล หรือสิ่งเร้าที่ไม่สมบูรณ์หรือลักษณะคลุมเครือ โดยผู้คิดมีความพยายามที่จะหาคำตอบให้แก่ปัญหาหรือทำความเข้าใจ หรือเติมเต็มให้แก่ข้อมูล หรือสิ่งเร้าที่คลุมเครือไม่สมบูรณ์นั้น รวมทั้งมีความพยายามที่จะสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจ อย่างไรก็ตามในส่วนกระบวนการคิดนั้น ทอแรนซ์ไม่ได้เน้นที่องค์ประกอบของการคิดด้านใดด้านหนึ่งเป็นการเฉพาะ หากแต่ให้ความสำคัญกับความคิดตามกระบวนการอันเป็นธรรมชาติ ซึ่งทอแรนซ์เชื่อว่า มีความซับซ้อนและเกี่ยวเนื่องกันระหว่างองค์ประกอบต่างๆ มากกว่าที่จะเกิดขึ้นแบบแยกส่วน

ทอแรนซ์ แบ่งกระบวนการเกิดความคิดสร้างสรรค์เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาข้อเท็จจริง (Fact-Finding) เริ่มเกิดจากความรู้สึกกังวล สับสน วุ่นวายภายในใจแต่ยังไม่สามารถระบุปัญหาได้
2. การค้นพบปัญหา (Problem-Finding) เมื่อคิดจนเข้าใจจะสามารถระบุได้ว่าปัญหาคืออะไร
3. การค้นพบแนวคิด (Idea-Finding) และตั้งสมมติฐานตลอดจนรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อทดสอบความคิด
4. การค้นพบคำตอบ (Solution-Finding) ทดสอบสมมติฐานจนค้นพบคำตอบ
5. การยอมรับผลจากการค้นพบ (Acceptance-Finding) ยอมรับคำตอบจากการค้นพบ

ทอแรนซ์ ได้อาศัยแนวคิดของกิลฟอร์ด ซึ่งอธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองที่คิดได้หลายทาง หรือ ที่เรียกว่าการคิดแบบอเนกนัย (Divergent Thinking) ซึ่งเขาได้นำมาศึกษาถึงองค์ประกอบ ดังนี้

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ลักษณะของความคิดแปลกใหม่แตกต่างจากความคิดธรรมดา และไม่ซ้ำกับที่มีอยู่ มีลักษณะความคิดที่ไม่ปกติธรรมดา (Wide Idea) เป็นความคิดที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากนำความรู้เดิมมาคิดดัดแปลงและประยุกต์ให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ขึ้น

2. ความคิดคล่อง (Fluency) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการคิดหาคำตอบได้อย่างคล่องแคล่ว รวดเร็ว และมีคำตอบในปริมาณมากในเวลาที่กำหนด ความคิดคล่องแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ (Wilson, Guilford ; et al. 1954)

2.1 ความคิดคล่องด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว

2.2 ความคิดคล่องด้านการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้มากที่สุดภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคิดคล่องด้านการแสดงออก (Expressional Fluency) เป็นความสามารถในการใช้วลีหรือประโยค กล่าวคือ สามารถที่จะนำคำมาเรียงต่อกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

2.4 ความคิดคล่องในการคิด (Ideational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด เช่น ให้คิดหาประโยชน์ของก้อนหินให้มากที่สุดภายในเวลาที่กำหนด ความคิดคล่องในการคิด มีความสำคัญต่อการแก้ปัญหา เพราะในการแก้ปัญหาจะต้องแสวงหาคำตอบหรือวิธีแก้ไขหลายวิธี และต้องนำวิธีการเหล่านั้นมาทดลองจนกว่าจะพบวิธีการที่ถูกต้องตามต้องการ

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการคิดหาคำตอบได้หลายประเภท หลายทิศทางไม่ซ้ำแบบ แบ่งออกเป็น

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่จะพยายามคิดให้หลายหลากรูปแบบอย่างเป็นอิสระ

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางด้านการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึง เป็นความสามารถในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์หลายๆ ด้าน ซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหา คนที่มีความคิดยืดหยุ่นจะคิดได้ไม่ซ้ำกัน ซึ่งจะเป็นตัวเสริมให้มีความคิดคล่อง แปลงแตกต่างออกไป หลีกเลียงการซ้ำซ้อน หรือเพิ่มคุณภาพความคิดให้มากขึ้น นับได้ว่าความคิดคล่อง และความยืดหยุ่น เป็นความคิดพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ คือเป็นการคิดหลายแง่มุมได้หลายหมวดหมู่ หลายประเภท ตลอดจนสามารถใช้เป็นการสร้างทางเลือกไว้หลายทาง ความยืดหยุ่นจึงเป็นความคิดเสริมคุณภาพให้ได้ดี

4. ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) หมายถึง ความสามารถที่จะให้รายละเอียดหรือตกแต่งเพื่อให้ความสมบูรณ์ หรือปรับปรุง หรือพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ทฤษฎีของวอลแลช และโคแกน

วอลแลช และโคแกน ได้ให้ความเห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความคิดแบบโยงสัมพันธ์ แนวคิดดังกล่าวนี้ สืบเนื่องมาจากแนวคิดที่ว่าด้วยการโยงความสัมพันธ์ของสิ่งที่อยู่ไกลกัน (Remote Associates) ทั้งนี้ หากสามารถนำสิ่งที่อยู่ไกลกันมาสัมพันธ์กันได้ ยิ่งแสดงว่ามีความคิดสร้างสรรค์สูง เช่น เปรียบเทียบกรณีของการระบุความแตกต่างของสิ่งที่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น นาย ก กับ นาย ข ซึ่งเป็นคนเหมือนกันว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งจะเห็นได้ว่าการระบุความแตกต่างของสิ่งที่เหมือนกันได้ ย่อมเป็นการแสดงออกว่ามีความคิดสร้างสรรค์ (ในความหมายของการคิดเชื่อมโยงความสัมพันธ์) สูงกว่าการระบุความแตกต่างของสิ่งที่แตกต่างกัน

ในทำนองเดียวกันการระบุความคล้ายกันของสิ่งที่แตกต่างกันได้ ก็ย่อมมีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าการระบุความเหมือนกันของสิ่งที่เหมือนกัน โดยนัยดังกล่าวหากสามารถระบุ

ความแตกต่างกันของสิ่งเหมือนกันมากๆ ได้หรือการระบุความเหมือนกันของสิ่งที่แตกต่างกันมากๆ ได้ ก็ยิ่งแสดงว่า มีความคิดสร้างสรรค์สูงมากขึ้น นอกจากนี้ กรณีกการคิดแบบเชื่อมโยงสัมพันธ์นี้ ยังครอบคลุมถึงการคิดโยงสัมพันธ์ใน “เครือข่าย” ที่กว้างขวางอีกด้วย

วอลแลชและโคแกน ได้อธิบายกระบวนการเกิดความคิดสร้างสรรค์ ว่าเกิดจากความคิดใหม่ๆ โดยการลองผิดลองถูก (Trial and Error) ซึ่งแบ่งเป็น 4 ขั้น คือ

1. ขั้นเตรียมตัว (Preparation) หมายถึง การเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา
2. ขั้นพักตัว (Incubation) หมายถึง เป็นขั้นที่ผู้คิดมีข้อมูลต่างๆ ทั้งใหม่และเก่าอย่างสะเปะสะปะยังไม่สามารถจะขมวดความคิดให้เป็นระบบได้ จึงปล่อยทิ้งความคิดไว้เฉยๆ
3. ขั้นความคิดกระจ่าง (Illumination) เป็นขั้นที่ใช้ความคิดในการเรียบเรียงและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ต่างๆ เข้าด้วยกันให้มีความกระจ่างชัดยิ่งขึ้น

4. ขั้นทดสอบความคิดและพิสูจน์ให้เห็นจริง (Verification) เป็นขั้นความคิดที่ได้จาก 3 ขั้นข้างต้นมาตรวจพิสูจน์ว่าเป็นจริง และถูกต้อง

4. ทฤษฎีของเดอ โบโน (De, Bono E. 1995)

เดอ โบโน อี ได้พัฒนากระบวนการคิดแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (Five Stages of Thinking) ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดเป้าหมาย (TO) เป็นขั้นกำหนดเป้าหมายของการคิดและต้องระบุเป้าหมายที่ต้องการอ่านอย่างชัดเจน เป้าหมายแบ่งเป็น 2 ประเภท

1. เป้าหมายที่ต้องการไปได้ถึงหรือให้บรรลุ เช่น การแก้ปัญหา
2. เป้าหมายที่ต้องการรู้ให้ชัดเจน ถูกต้องสมเหตุสมผล เป้าหมายดังกล่าวนี้ไม่ใช่การแก้ปัญหา

ขั้นที่ 2 รวบรวมข้อมูล (LO) เป็นขั้นของการรวบรวมข้อมูลที่เชื่อถือได้และให้ข้อมูลได้มากที่สุดพอ

ขั้นที่ 3 สร้างทางเลือกที่เป็นไปได้ (PO) เป็นขั้นการทำข้อมูลที่รวบรวมมาสร้างทางเลือกอย่างหลากหลาย และเป็นทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ ขั้นตอนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนเชื่อมโยงระหว่างขั้นที่ 1, 2 และ 3, 4

ขั้นที่ 4 เลือกทางเลือกที่เหมาะสม เป็นขั้นของการเลือก หรือประเมินทางเลือกจากขั้นที่ 3 โดยให้ได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ประกอบด้วยขั้นตอนย่อยๆ ต่อไปนี้

- 1) พิจารณาทางเลือกต่าง ๆ
- 2) ชั่งน้ำหนัก ข้อมูล โดยดูข้อดี ข้อด้อย ผลกระทบและถูกทาง
- 3) ตัดสินเลือกทางเลือกที่เหมาะสม

ขั้นที่ 5 ลงมือปฏิบัติ เป็นขั้นการนำทางเลือกสู่การปฏิบัติ และเป็นการปฏิบัติทางชอบหรือถูกทาง

องค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2553 : 20-26)

1. องค์ประกอบด้านทัศนคติ และบุคลิกลักษณะ

นักคิดสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะมีทัศนคติ และบุคลิกลักษณะดังต่อไปนี้ คือ เป็นคนที่เปิดกว้างรับประสบการณ์ใหม่ๆ มีอิสระในการคิดพินิจและตัดสินใจ กล้าเผชิญความเสี่ยง มีความเชื่อมั่น และเป็นตัวของตัวเอง มีทัศนคติเชิงบวกต่อสถานการณ์ มีแรงจูงใจอันสูงส่งที่จะทำให้สำเร็จ เป็นคนที่ทำงานหนัก มีความสนใจต่อสิ่งที่มีความลึกลับซับซ้อน อดทนต่อปัญหาที่มองไม่เห็นคำตอบ มีความสามารถปรับตัวด้านสุนทรียะ บากบั่นอดสาเหเรียนรู้จากประสบการณ์ความล้มเหลว และรับมือกับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี (Maslow, A. (1968 ; Barron, F. ; and Harrington, D. 1981)

2. องค์ประกอบด้าน ความสามารถทางสติปัญญา

ความคิดสร้างสรรค์จัดว่าเป็นทักษะระดับสูง (High-Level Skill) ของความสามารถทางสติปัญญา ความสามารถเหล่านี้ ได้แก่

2.1 ความสามารถในการกำหนดขอบเขตของปัญหา กล่าวคือ ผู้มีความคิดสร้างสรรค์จะไม่มองปัญหาเดิมๆ ด้วยสายตาสรรพตา แต่มองด้วยมุมมองแบบใหม่ เพื่อให้เห็นทางแก้ปัญหาแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกว่า

2.2 ความสามารถในการใช้จินตนาการ การพิจารณาเพื่อนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ การวาดภาพจากจินตนาการช่วยให้การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์เกิดได้ง่ายขึ้น

2.3 ความสามารถในการคัดเลือกรายการที่มียุทธศาสตร์ เช่น ความสามารถในการคิดแก้ปัญหาด้วยตนเอง ความสามารถในการมุ่งสู่หนทางแก้ปัญหาที่มีศักยภาพ ความสามารถในการทิ้งทางเลือกที่ไม่เกี่ยวข้อง ความสามารถในการรู้ว่าเวลาใดจะต้องใช้การคิดแบบใด เป็นต้น

2.4 ความสามารถในการประเมินอย่างมีประสิทธิภาพ คือ ความสามารถในการแยกแยะ และคัดเลือกความคิดที่ดี และเหมาะสม ท่ามกลางแนวคิดที่เป็นไปได้มากมาย โดยคัดเลือกเฉพาะความคิดที่มีความสอดคล้องกัน และนำความคิดนั้นมาพิจารณาประเมินคุณค่าในลำดับต่อไป

3. องค์ประกอบด้านความรู้

จากการวิจัยพบว่า ความรู้ที่สะสมมาเป็นเวลาหลายปีนั้น มีความสำคัญต่อการทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คนที่มีความรู้มักจะคิดสร้างสรรค์ได้ดีกว่าคนที่ไม่มีความรู้ เพราะทำให้เข้าใจธรรมชาติของปัญหาได้ดีกว่า ทำให้สามารถคิดงานที่มีคุณภาพ เพราะมีรากฐานของความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นรองรับ ทำให้รู้จักสังเกต และรู้จักฉกฉวยโอกาสที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาเป็นต้นกำเนิดของความคิด

4. องค์ประกอบด้านรูปแบบความคิด

รูปแบบการคิดจะช่วยให้เกิดการประยุกต์ความสามารถทางสติปัญญา และความรู้ของคนๆ หนึ่งในการแก้ปัญหา งานวิจัยหลายชิ้นบ่งบอกว่า รูปแบบการคิดของคนบางคนช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น ความสมดุลในการคิดแบบมองมุมกว้างกับการคิดแบบมองมุมแคบ การคิดในมุมแคบเป็นการคิดแบบลงรายละเอียดของปัญหา ส่วนการคิดในมุมกว้างเป็นการคิดแบบมองกว้างในระดับทั่วไปของปัญหา ซึ่งการแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์มักจะต้องมองในภาพกว้างก่อน หรือคิดในมุมกว้างก่อน จากนั้นค่อยพิจารณารายละเอียดปลีกย่อย เพื่อให้ได้ความคิดสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ที่สุด (Sternberg, R. J. ; and Lubart, T. I. 1991)

5. องค์ประกอบด้านแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่กระตุ้นให้คนต้องการคิดสร้างสรรค์ แรงจูงใจที่กระตุ้นจากภายใน มีประโยชน์ต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการสิ่งใหม่ๆ การตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น เป็นต้น ส่วนแรงกระตุ้นจากภายนอกจะมีลักษณะตรงกันข้าม คือ การที่สิ่งแวดล้อมภายนอกเป็นผู้ยั่วยุหรือชักจูง เช่น เงิน ความก้าวหน้าในการทำงาน การได้รับการยกย่อง และอำนาจ จากการศึกษา พบว่า คนที่ถูกกระตุ้นด้วยรางวัลนั้นจะมีความคิดสร้างสรรค์ต่ำกว่าคนที่มีการกระตุ้นจากความต้องการที่อยู่ภายใน หรือการได้รางวัลที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำอยู่ (Amabile, T. M. ; Hennessey, B. A. ; and Grossman, B. S. 1986) อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจจากภายในและภายนอกที่ผสมกันอย่างสมดุล จะช่วยให้การทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์บรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี (McClelland ; and et al. 1953)

6. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม

การที่คนเราจะสามารถคิดสร้างสรรค์ได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมร่วมด้วยเป็นสำคัญ คนมีลักษณะสร้างสรรค์มักเป็นผู้ที่ได้รับการกระตุ้น และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนโดยการสร้างบรรยากาศที่ไม่มีการสร้างกรอบมาตรฐานเพื่อบีบรัดจนเกินไป

องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเงื่อนไขสำคัญ ในการกำหนดความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคน ว่ามีมากน้อยเพียงใด ซึ่งการคิดสร้างสรรค์มีความจำเป็นอย่างมากในการพัฒนาสิ่งใหม่ โดยการนำสติปัญญาและความรู้ที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ในแนวทางที่ไม่เคยใช้มาก่อน ร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอยู่ในตัว

เอกสารและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์การที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบสำรวจ เครื่องมือสำหรับการวิจัยเป็นแบบประเมินที่ผ่าน

การตรวจสอบคุณภาพคือความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) เก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์กรต่างๆ มากกว่า 20 องค์กร กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรองค์กรภาครัฐจำนวน 520 คน (84.1%) บุคลากรองค์กรภาครัฐวิสาหกิจ จำนวน 61 คน (9.9%) และบุคลากรองค์กรภาคเอกชน จำนวน 37 คน (6%) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ มีเพศชายจำนวน 210 คน (34%) และเพศหญิงจำนวน 408 คน (66%) ผลการวิจัย พบว่า ผลการศึกษานี้ แสดงข้อมูลยืนยันว่าความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความไว้วางใจในองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล สอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของต่างประเทศว่า ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์

จิรวัฒน์ ปฐมพรวิวัฒน์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจในองค์กรกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ระดับปฏิบัติการของ บริษัท ธนากรกลสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 51 วัดตุประสงค์ (1) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร (2) ความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจในองค์กรกับความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความผูกพันต่อองค์กร (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของ บริษัท ธนากรกลสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 51 การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจประชากรจำนวน 160 คน จากแบบประเมินที่เป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือว่ามีความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ผลการวิจัย พบว่า (1) คุณสมบัติส่วนบุคคลต่างกันมีความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาแตกต่างกันคือ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงานและอัตราเงินเดือน ส่วนคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างกันมีความไว้วางใจในองค์กรแตกต่างกันคือ เพศ อายุ ระดับตำแหน่งงานและอัตราเงินเดือนและ คุณสมบัติส่วนบุคคลต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันคือ ระดับการศึกษาและระดับตำแหน่งงาน (2) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน (3) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความไว้วางใจในองค์กรไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์การกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เป็นการศึกษาเชิงปริมาณประกอบด้วยประชากรแหล่งที่มาของข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การประมวลผลข้อมูลและระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิธีการศึกษางานสารนิพนธ์

วิธีการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังกล่าว คือ การศึกษาเอกสาร และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยนำการศึกษา 2 รูปแบบมาเชื่อมโยงกัน ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนวรรณกรรมและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วารสาร บทความ หนังสือ และวิทยานิพนธ์ รวมทั้งเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อให้เข้าใจถึงแนวคิด ทฤษฎี หลักการที่เกี่ยวข้องเพื่อการสร้างกรอบแนวคิดของการศึกษานี้

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบประเมินความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา แบบประเมินความไว้วางใจในองค์การ และแบบประเมินความคิดสร้างสรรค์ของ เฉลิมาชัย กิตติศักดิ์นาวิน และได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแล้วนำมาใช้ในการศึกษานี้ (เฉลิมาชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552 ; และ 2554)

ขั้นตอนที่ 3 ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือศึกษาโดยการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบประเมิน

ขั้นตอนที่ 4 ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 5 ทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษา อภิปรายผลรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ

ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นพนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกรวมทั้งสิ้น

200 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่ง ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างจากวิธีของ Yamane (สุธรรม รัตนโชติ 2551 : 95) โดยใช้ระดับความผิดพลาดและจำนวนประชากร จะหาได้จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ระดับความผิดพลาด (0.05)

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0.05)^2}$$

แทนค่าได้ $n = 133.33$ คน

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ต้องไม่ต่ำกว่า 133.33 คน ซึ่งการศึกษานี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจริงทั้งสิ้น 142 คน

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบประเมินเพื่อสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออก ระหว่างเดือนเมษายน 2556 โดยใช้แบบประเมินความไว้วางใจผู้บังคับบัญชา และแบบประเมินความไว้วางใจในองค์การของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) และความความคิดสร้างสรรค์ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) โดยผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบประเมินทันทีที่ได้รับแบบประเมินคืนจากผู้ตอบแบบประเมินทุกรายก่อนนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ และสรุปผล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสาร บทความทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่นๆ จากห้องสมุดต่างๆ และข้อมูลเปิดในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นแบบประเมินความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และแบบประเมินความไว้วางใจในองค์กรของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) และความคิดสร้างสรรค์ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ได้ ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือศึกษา โดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อถือได้ของแบบประเมินแล้วนำมาใช้สำหรับงานศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออก ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ทำงาน อัตราเงินเดือน แผนกที่ปฏิบัติงาน สถานภาพสมรสและระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบประเมินความไว้วางใจของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออก ได้แก่ ความไว้วางใจในองค์กร และความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา

ส่วนที่ 3 เป็นแบบประเมินความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออก ข้อคำถามในส่วนที่ 2 เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ใช้สเกล 5 ระดับ (1-5) โดยให้คะแนน 1, 2, 3, 4, และ 5 ตามระดับในการตอบ ผู้ตอบจะตอบคำถามว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นต่อข้อคำถามมากน้อยเพียงใด ส่วนข้อคำถามนัยลบ ผู้ที่ตอบตามระดับสเกล โดยให้คะแนน 5, 4, 3, 2, และ 1 ตามลำดับ

ข้อคำถามในส่วนที่ 3 เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ใช้สเกล 5 ระดับ (1-5) โดยให้คะแนน 1, 2, 3, 4, และ 5 ตามระดับในการตอบ ผู้ตอบจะตอบคำถามว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นต่อข้อคำถามมากน้อยเพียงใด ส่วนข้อคำถามนัยลบ ผู้ที่ตอบตามระดับสเกล โดยให้คะแนน 5, 4, 3, 2, และ 1 ตามลำดับ

เกณฑ์การประเมินผล

1. การวัดระดับตัวแปรต้น คือ ความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา พิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบประเมิน ซึ่งได้มาจากการนำคะแนนรวมของแต่ละตัวแปรดังกล่าวข้างต้น มาหารด้วยจำนวนข้อคำถามของแบบประเมินแต่ละตัวแปรเพื่อปรับค่าเฉลี่ยของตัวแปรต่างๆ ที่มีจำนวนข้อคำถามไม่เท่ากันให้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วงเดียวกัน คือ มีค่าอยู่ในช่วง 1 ถึง 5 จากนั้นแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มระดับสูง กลุ่มระดับปานกลาง และกลุ่มระดับต่ำ โดยแบ่งช่วงแต่ละระดับด้วยวิธีหาความกว้างของอันตรภาคชั้นและใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2547 : 35-39 ; อ้างอิงจาก เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}\end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้ศึกษาได้กำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นตามระดับคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1 ถึง 2.6 คะแนน	จัดอยู่ในกลุ่มระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.6 แต่ไม่ถึง 3.4 คะแนน	จัดอยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.4 แต่ไม่ถึง 5 คะแนน	จัดอยู่ในกลุ่มระดับสูง

2. การวัดระดับตัวแปรตาม คือ ความความคิดสร้างสรรค์ มีค่าอยู่ในช่วง 1 ถึง 5 เรียงลำดับความคิดเห็นตามมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 99 - 100) ดังนี้

ระดับความเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวผู้ศึกษาได้กำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นตามระดับคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 แต่ไม่ถึง 2.60	จัดอยู่ในกลุ่มระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.60 แต่ไม่ถึง 3.40	จัดอยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.40 แต่ไม่ถึง 5.00	จัดอยู่ในกลุ่มระดับสูง

3. เกณฑ์ในการกำหนดระดับความสัมพันธ์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจในองค์กรและความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชากับความความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน เป็นดังนี้ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. 2552)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.00 ถึง 0.29	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.30 ถึง 0.70	มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.71 ถึง 1.00	มีระดับความสัมพันธ์สูง

ส่วนเครื่องหมาย + หรือ - แสดงถึงทิศทางของความสัมพันธ์ คือ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก หมายถึง ข้อมูลทั้งสองมีทิศทางของความสัมพันธ์เพิ่มหรือลดตามกัน ส่วนถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ หมายถึง ข้อมูลทั้งสองมีทิศทางของความสัมพันธ์เพิ่มหรือลดตรงข้ามกัน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือศึกษา

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาดำเนินการนำแบบประเมินที่ใช้ในการศึกษา มาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้ศึกษาได้นำแบบประเมินความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา แบบประเมินความไว้วางใจในองค์กร และความความคิดสร้างสรรค์ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552 ; และ 2554) ที่ได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือศึกษาโดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อถือได้ของแบบประเมินแล้วนำมาใช้สำหรับการศึกษานี้ รวมทั้งนำไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือศึกษา สำหรับการศึกษาอีกครั้งหนึ่งในขั้นตอนต่อไป

2. ตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบประเมิน (Reliability) โดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของคอนบาร์ต (Cronbach) โดยที่ $\alpha \geq 0.70$ (สุธรรมรัตน์โชติ. 2551 : 128)

3. นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มตั้งแต่ เดือนกันยายน 2555 – เมษายน 2556

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของตัวอย่าง เพื่อจำแนกลักษณะทั่วไปของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ แผนกที่ปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประสบการณ์ทำงาน และอัตราเงินเดือน
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคะแนน ในการจำแนกผลวิเคราะห์ทางสถิติของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์
3. การทดสอบค่า T (T-Test) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อคำถามเป็นรายข้อและเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม
4. ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่เป็นความแตกต่างที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป
5. การทดสอบค่า F (F-Test) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อคำถามเป็นรายข้อและเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป
6. ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์บุคคล ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กรที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน อันจะนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรต่อไป

การรายงานผลการศึกษานี้นำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ผลของสถิติเชิงพรรณนา
2. การศึกษาเปรียบเทียบแตกต่าง
3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลของสถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ร้อยละ
เพศ	
ชาย	34.5
หญิง	64.8
ไม่ระบุ	0.7
อายุ	
20 - 29.9 ปี	45.8
30 - 39.9 ปี	35.9
40 ปีขึ้นไป	18.3

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 3	9.2
มัธยมปีที่ 3 / ปวช.	9.2
มัธยมปีที่ 6 /ปวส.	26.1
ปริญญาตรี	51.4
ปริญญาโท	4.2
หน่วยงานที่ปฏิบัติงาน	
ฝ่ายผลิต	29.6
ฝ่ายจัดซื้อ	6.3
ฝ่ายการตลาด	2.8
ฝ่ายระบบคุณภาพ	19.0
ฝ่ายคลังสินค้า	5.6
ฝ่ายบัญชีการเงิน	2.1
ฝ่ายวิศวกรรม	11.3
ฝ่ายบุคคลและธุรการ	23.2
ระดับตำแหน่งงาน	
ระดับปฏิบัติงาน (Operator Level)	50.7
ระดับบังคับบัญชา (Staff Level)	38.0
ระดับผู้บริหาร (Management Level)	4.9
ไม่ระบุ	6.3
ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้	
0 - 0.99 ปี	11.3
1 - 2.99 ปี	33.8
3 - 4.99 ปี	10.6
5 - 9.99 ปี	19.7
10 ปีขึ้นไป	24.6

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ร้อยละ
ประสบการณ์การทำงานทั้งหมด	
0 - 0.99 ปี	2.8
1 - 2.99 ปี	21.1
3 - 4.99 ปี	7.7
5 - 9.99 ปี	25.4
10 ปีขึ้นไป	43.0
สถานภาพสมรส	
โสด	53.5
สมรส	40.1
หม้าย/หย่า	6.3
อัตราเงินเดือน	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	23.9
10,000 - 14,999 บาท	56.3
15,000 - 19,999 บาท	9.9
20,000 บาทขึ้นไป	9.9

จากตารางที่ 1 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 142 คน เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 34.5 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.8

อายุ พบว่า อายุระหว่าง 20 – 29.9 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด รองลงมา คือ อายุระหว่าง 30 – 39.9 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.9 และอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.3 เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุด

ระดับการศึกษา พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.4 เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด รองลงมา คือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 /ปวส. คิดเป็นร้อยละ 26.1 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 / ปวช. และต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.2

หน่วยงานที่ปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานฝ่ายผลิตเป็นกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา คือ พนักงานฝ่ายบุคคลและธุรการคิดเป็นร้อยละ 23.2

พนักงานฝ่ายระบบคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 19.0 พนักงานฝ่ายวิศวกรรม คิดเป็นร้อยละ 11.3 พนักงานฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 6.3 พนักงานฝ่ายคลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.6 พนักงานฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.8 และพนักงานฝ่ายบัญชีการเงินน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ระดับตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ระดับพนักงานปฏิบัติงาน (Operator Level) คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมา คือ ระดับบังคับบัญชา (Staff Level) คิดเป็นร้อยละ 38.0 และระดับผู้บริหาร (Management Level) น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.9

ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้มากที่สุดคือตั้งแต่ 1 ปี แต่น้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้มากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.6 อันดับที่สาม ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ตั้งแต่ 5 ปี แต่น้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.7 อันดับที่สี่ ได้แก่ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.3 และน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ตั้งแต่ 3 ปี แต่น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.6

ประสบการณ์การทำงานทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมดมากที่สุด คือ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.0รองลงมา คือ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมดตั้งแต่ 5 ปี แต่น้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.4 อันดับที่สาม ได้แก่ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมดตั้งแต่ 1 ปี แต่น้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.1 อันดับที่สี่ ได้แก่ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมดตั้งแต่ 3 ปี แต่น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.7 และน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมดต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.8

สถานภาพสมรส พบว่า มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 53.5 เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด รองลงมา คือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 40.1 และสถานภาพหม้าย/หย่า น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3

อัตราเงินเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเงินเดือนระหว่าง 10,000 – 14,999 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ได้แก่ ช่วงเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.9 โดยช่วงเงินเดือนระหว่าง 15,000 – 19,999 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.9

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาจึงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ คือ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล

คุณสมบัติส่วนบุคคล	ความคิดสร้างสรรค์	
	ค่าเฉลี่ย	SD
เพศ		
ชาย	3.93	0.41
หญิง	3.86	0.44
อายุ		
20 - 29.9 ปี	3.78	0.34
30 - 39.9 ปี	3.98	0.47
40 ปีขึ้นไป	3.94	0.48
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 3	3.91	0.42
มัธยมปีที่ 3 / ปวช.	3.78	0.38
มัธยมปีที่ 6 /ปวส.	3.93	0.37
ปริญญาตรี	3.81	0.42
ปริญญาโท	4.53	0.44
หน่วยงานที่ปฏิบัติงาน		
ฝ่ายผลิต	3.83	0.26
ฝ่ายจัดซื้อ	4.48	0.56
ฝ่ายการตลาด	4.38	0.28
ฝ่ายระบบคุณภาพ	3.80	0.40
ฝ่ายคลังสินค้า	4.27	0.45
ฝ่ายบัญชีการเงิน	3.78	0.19
ฝ่ายวิศวกรรม	3.92	0.37
ฝ่ายบุคคลและธุรการ	3.69	0.41

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล (ต่อ)

คุณสมบัติส่วนบุคคล	ความคิดสร้างสรรค์	
	ค่าเฉลี่ย	SD
ระดับตำแหน่งงาน		
ระดับปฏิบัติงาน (Operator Level)	3.78	0.35
ระดับบังคับบัญชา (Staff Level)	3.94	0.44
ระดับผู้บริหาร (Management Level)	4.50	0.58
ประสบการณ์การทำงานบริษัทนี้		
0 - 0.99 ปี	3.90	0.34
1 - 2.99 ปี	3.87	0.45
3 - 4.99 ปี	3.93	0.42
5 - 9.99 ปี	3.94	0.50
10 ปีขึ้นไป	3.85	0.39
ประสบการณ์การทำงานทั้งหมด		
0 - 0.99 ปี	3.88	0.25
1 - 2.99 ปี	3.79	0.35
3 - 4.99 ปี	3.64	0.29
5 - 9.99 ปี	3.90	0.46
10 ปีขึ้นไป	3.98	0.44
สถานภาพสมรส		
โสด	3.82	0.35
สมรส	3.97	0.50
หม้าย/หย่า	3.85	0.51
อัตราเงินเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.73	0.32
10,000 - 14,999 บาท	3.85	0.40
15,000 - 19,999 บาท	3.86	0.31
20,000 บาทขึ้นไป	4.42	0.53

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล พบว่า พนักงานเพศชายมีความคิดสร้างสรรค์ มากกว่าพนักงานเพศหญิงเล็กน้อยที่มีค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.86 ค่า SD เท่ากับ 0.41 และ 0.44 ตามลำดับ

ความคิดสร้างสรรค์ ของกลุ่มอายุระหว่าง 30-39.9 ปี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.98 และมีค่า SD เท่ากับ 0.47 และกลุ่มอายุระหว่าง 20-29.9 มีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ น้อยที่สุดเท่ากับ 3.78 และ มีค่า SD เท่ากับ 0.34

พนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์มากที่สุดเท่ากับ 4.53 และมีค่า SD เท่ากับ 0.44 และพนักงานที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 / ปวช. มีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ น้อยที่สุดเท่ากับ 3.78 และมีค่า SD เท่ากับ 0.38

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานที่พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด คือ ฝ่ายจัดซื้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และมีค่า SD เท่ากับ 0.56 รองลงมา ได้แก่ ฝ่ายการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีค่า SD เท่ากับ 0.28 อันดับที่สาม ได้แก่ ฝ่ายคลังสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีค่า SD เท่ากับ 0.45 อันดับที่สี่ ได้แก่ ฝ่ายวิศวกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และมีค่า SD เท่ากับ 0.37 อันดับที่ห้า ได้แก่ ฝ่ายผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และมีค่า SD เท่ากับ 0.26 และฝ่ายบุคคลและธุรการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.69 และมีค่า SD เท่ากับ 0.41

พนักงานที่มีระดับบริหาร (Management Level) มีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50, และมีค่า SD เท่ากับ 0.58 ส่วนพนักงานที่มีระดับปฏิบัติงาน (Operator Level) มีความคิดสร้างสรรค์น้อยที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และมีค่า SD เท่ากับ 0.35

ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานบริษัทนี้มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันโดยอายุงาน 5-9.99 ปี มีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และมีค่า SD เท่ากับ 0.50 และพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานบริษัทนี้ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีความคิดสร้างสรรค์น้อยที่สุดคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และมีค่า SD เท่ากับ 0.39

ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมด 10 ปีขึ้นไป มีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และมีค่า SD เท่ากับ 0.44 รองลงมา ได้แก่ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมด 5-9.99 ปี มีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์เท่ากับ 3.90 และมีค่า SD เท่ากับ 0.46 และพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมด 3-4.99 ปี มีความคิดสร้างสรรค์เฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และมีค่า SD เท่ากับ 0.29

สถานภาพสมรสและสถานภาพโสดมีความคิดสร้างสรรค์ใกล้เคียงกัน คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และ 3.82 และมีค่า SD เท่ากับ 0.50 และ 0.35 ตามลำดับ

ส่วนพนักงานที่มีอัตราเงินเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มีความคิดสร้างสรรค์ มากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีค่า SD เท่ากับ 0.53 และพนักงานที่อัตราเงินเดือนต่ำกว่า

10,000 บาท มีความคิดสร้างสรรค์น้อยที่สุด คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และมีค่า SD เท่ากับ 0.32

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับคะแนนความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์	
	ค่าเฉลี่ย	SD.
ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา		
1.00-1.99 คะแนน	N/A	N/A
2.00-2.99 คะแนน	3.63	0.48
3.00-3.99 คะแนน	3.76	0.37
4.00-4.99 คะแนน	3.90	0.40
5 คะแนน	4.52	0.44

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับคะแนนความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา พบว่า ยิ่งคะแนนความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาอยู่ในช่วงคะแนนที่สูงขึ้น ค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก็จะมีค่าสูงขึ้นตาม และถ้าคะแนนความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชามีค่าลดต่ำลง ค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก็จะลดต่ำลงเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับคะแนนความไว้วางใจในองค์กร

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์	
	ค่าเฉลี่ย	SD.
ความไว้วางใจในองค์กร		
1.00-1.99 คะแนน	3.83	0.71
2.00-2.99 คะแนน	3.70	0.35
3.00-3.99 คะแนน	3.81	0.34
4.00-4.99 คะแนน	4.07	0.42
5 คะแนน	5.00	0.00

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับคะแนนความไว้วางใจในองค์กร พบว่า ยิ่งคะแนนความไว้วางใจในองค์กรอยู่ในช่วงคะแนนที่สูงขึ้น ค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก็จะมีค่าสูงขึ้นตาม และคะแนนความไว้วางใจในองค์กรมีค่าลดต่ำลง ค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก็จะลดต่ำลงเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ

ตัวแปร	n = 142		
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
ความคิดสร้างสรรค์	3.88	0.43	สูง
ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา	3.97	0.65	สูง
ความไว้วางใจในองค์กร	3.4	0.78	สูง

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ พบว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.43 จัดอยู่ในระดับสูง ความไว้วางใจต่อผู้บังคับบัญชา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 จัดอยู่ในระดับสูงความไว้วางใจในองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 จัดอยู่ในระดับสูง

การศึกษาเปรียบเทียบแตกต่าง

สมมติฐานคุณสมบัติส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน

1. เพศแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ผู้ศึกษาจะใช้สถิติ T-Test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐานมีดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่า t	sig.
เพศชาย	3.9286	0.4054	0.9711	0.1666
เพศหญิง	3.8551	0.4394		

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศพบว่าค่าสถิติ T-Test เท่ากับ 0.9711 และค่า Sig. เท่ากับ 0.1666 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้น จึงสรุปว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า พนักงานเพศชายและเพศหญิงมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

2. อายุแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ ผู้ศึกษาจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐานมีดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
อายุ			3.642	0.029
20-29.9 ปี	3.78	0.34		
30-39.9 ปี	3.98	0.47		
40 ปีขึ้นไป	3.94	0.48		

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	1.273	2	0.636	3.624	0.029
	ภายในกลุ่ม	24.402	139	0.176		
	รวม	25.675	141			

ตารางที่ 7 และ 8 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอายุ พบว่า ค่าสถิติ F-Test เท่ากับ 3.624 และค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้น จึงสรุปว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า อายุ

แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกกลุ่มตามช่วงอายุโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe

ตัวแปร	อายุ	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย		
		1	2	3
ความคิด สร้างสรรค์	20-29.9 ปี		-.2002 [*]	
	30-39.9 ปี	.2002 [*]		
	40 ปีขึ้นไป			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์จำแนกกลุ่มตามอายุ โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe พบว่า พนักงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 30-39.9 ปี มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่า พนักงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-29.9 ปี เท่ากับ .2002 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐานมีดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์
จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
ระดับการศึกษา			4.650	0.001
ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 3	3.91	0.42		
มัธยมปีที่ 3 / ปวช.	3.78	0.38		
มัธยมปีที่ 6 / ปวส.	3.93	0.37		
ปริญญาตรี	3.81	0.42		
ปริญญาโท	4.53	0.44		

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด
สร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	3.069	4	0.767	4.650	0.001
	ภายในกลุ่ม	22.606	137	0.165		
	รวม	25.675	141			

ตารางที่ 10 และ 11 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าค่าสถิติ F-test เท่ากับ 4.650 และค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ศึกษาจึงได้นำไปทดสอบหาความแตกต่างรายคู่โดย Scheffe ดังนี้

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษาโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe

ตัวแปร	การศึกษา	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย				
		1	2	3	4	5
ความคิดสร้างสรรค์	ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 3					
	มัธยมปีที่ 3 / ปวช.					-.74573*
	มัธยมปีที่ 6 / ปวส.					-.59985*
	ปริญญาตรี					-.71499*
	ปริญญาโท		.74573*	.59985*	.71499*	

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์จำแนกกลุ่มตามระดับการศึกษาโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษา มัธยมปีที่ 3 / ปวช., มัธยมปีที่ 6 / ปวส. และปริญญาตรี เท่ากับ .74573, .59985 และ .71499 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. หน่วยงานที่ปฏิบัติงานต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

H_0 : หน่วยงานที่ปฏิบัติงานต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : หน่วยงานที่ปฏิบัติงานต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์
จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
หน่วยงานที่ปฏิบัติงาน			7.255	0.000
ฝ่ายผลิต	3.38	0.26		
ฝ่ายจัดซื้อ	4.48	0.56		
ฝ่ายการตลาด	4.38	0.28		
ฝ่ายระบบคุณภาพ	3.80	0.40		
ฝ่ายคลังสินค้า	4.27	0.45		
ฝ่ายบัญชีการเงิน	3.78	0.19		
ฝ่ายวิศวกรรม	3.92	0.37		
ฝ่ายบุคคลและธุรการ	3.69	0.41		

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด
สร้างสรรค์ จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	7.056	7	1.008	7.255	0.000
	ภายในกลุ่ม	18.619	134	0.139		
	รวม	25.675	141			

ตารางที่ 13 และ 14 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน พบว่า ค่าสถิติ F-Test เท่ากับ 7.255 และ ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า หน่วยงานที่ปฏิบัติงานต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ศึกษาจึงได้นำไปทดสอบหาความแตกต่างรายคู่โดย Scheffe ดังนี้

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe

ตัวแปร	หน่วยงาน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย							
		1	2	3	4	5	6	7	8
ความคิดสร้างสรรค์	ฝ่ายผลิต		-.65608*						
	ฝ่ายจัดซื้อ	.65608*			.68519*				.79461*
	ฝ่ายการตลาด								
	ฝ่ายระบบคุณภาพ		-.68519*						
	ฝ่ายคลังสินค้า								.58396*
	ฝ่ายบัญชีการเงิน								
	ฝ่ายวิศวกรรม								
	ฝ่ายบุคคลและธุรการ		-.79461*			-.58396*			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์จำแนกกลุ่มตามหน่วยที่ปฏิบัติงานโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe พบว่า พนักงานที่ฝ่ายจัดซื้อมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานฝ่ายผลิต ฝ่ายระบบคุณภาพ และฝ่ายบุคคลและธุรการ เท่ากับ .65608, .68519 และ .79461 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พนักงานที่ฝ่ายคลังสินค้านี้มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าฝ่ายบุคคลและธุรการ เท่ากับ .58396 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ระดับตำแหน่งงานต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

H_0 : ระดับตำแหน่งงานต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับตำแหน่งงานต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์
จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
ระดับตำแหน่งงาน			11.543	0.000
ระดับปฏิบัติงาน (Operator Level)	3.78	0.35		
ระดับบังคับบัญชา (Staff Level)	3.94	0.44		
ระดับผู้บริหาร (Management Level)	4.50	0.58		

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด
สร้างสรรค์ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กร จำแนกตามระดับ
ตำแหน่งงาน

ตัวแปร	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	3.701	2	1.851	11.543	0.000
	ภายในกลุ่ม	20.842	130	0.16		
	รวม	24.543	132			

ตารางที่ 16 และ 17 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน พบว่า ค่าสถิติ F-test เท่ากับ 11.543 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า หน่วยงานที่ปฏิบัติงานต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ศึกษาจึงได้นำไปทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ดังนี้

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ ความจำแนกกลุ่มตามระดับตำแหน่งงานโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe

ตัวแปร	ระดับตำแหน่งงาน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย		
		1	2	3
ความคิดสร้างสรรค์	ระดับปฏิบัติงาน (Operator Level)			-.72454 [*]
	ระดับบังคับบัญชา (Staff Level)			-.55556 [*]
	ระดับผู้บริหาร (Management Level)	.72454 [*]	.55556 [*]	

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์จำแนกกลุ่มตามระดับตำแหน่งงานโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe พบว่า พนักงานระดับผู้บริหาร (Management Level) มีความความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานระดับปฏิบัติงาน (Operator Level) และระดับบังคับบัญชา (Staff Level) เท่ากับ .72454 และ .55556 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ประสพการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ ผู้ศึกษาจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

H_0 : ประสพการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประสพการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์
จำแนกตามประสบการณ์การทำงานบริษัทนี้

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
ประสบการณ์การทำงานบริษัทนี้			0.339	0.851
0-99 ปี	3.90	0.34		
1-2.99 ปี	3.87	0.45		
3-4.99 ปี	3.93	0.42		
5-9.99 ปี	3.94	0.50		
10 ปีขึ้นไป	3.85	0.39		

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิด
สร้างสรรค์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	0.252	4	0.063	0.339	0.851
	ภายในกลุ่ม	25.423	137	0.186		
	รวม	25.675	141			

ตารางที่ 19 และ 20 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ พบว่าค่าสถิติ F-test เท่ากับ 0.339 และค่า Sig. เท่ากับ 0.851 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายความว่า ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมดกับบริษัทนี้ต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ ผู้ศึกษาจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

H_0 : ประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมดต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมดต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมด

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
ประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมด			1.781	0.136
0-99 ปี	3.88	0.25		
1-2.99 ปี	3.79	0.35		
3-4.99 ปี	3.64	0.29		
5-9.99 ปี	3.90	0.46		
10 ปีขึ้นไป	3.98	0.44		

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมด

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	1.269	4	0.317	1.781	0.136
	ภายในกลุ่ม	24.406	137	0.178		
	รวม	25.675	141			

ตารางที่ 21 และ 22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามประสิทธิภาพการทำงานทั้งหมดพบว่า ค่าสถิติ F-Test เท่ากับ 1.781 และค่า Sig. เท่ากับ 0.136 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่ายอมรับ H_0

ปฏิเสธ H_1 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานกับบริษัทนี้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. สถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ตัวแปร	ความความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
สถานภาพสมรส			2.192	0.092
สมรส	3.82	0.35		
โสด	3.97	0.50		
หย่า/หม้าย	3.85	0.51		

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	1.168	3	0.389	2.192	0.092
	ภายในกลุ่ม	24.507	138	0.178		
	รวม	25.675	141			

ตารางที่ 23 และ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ค่าสถิติ F-Test เท่ากับ 2.192 และค่า Sig. เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1

หมายความว่า สถานภาพสมรสต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. อัตราเงินเดือนต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันหรือไม่ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งลักษณะการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

H_0 : อัตราเงินเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อัตราเงินเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และ Sig F ของความความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอัตราเงินเดือน

ตัวแปร	ความความคิดสร้างสรรค์			
	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig.
อัตราเงินเดือน			10.862	0.000
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.73	0.32		
10,000 - 14,999 บาท	3.85	0.40		
15,000 - 19,999 บาท	3.86	0.31		
20,000 บาทขึ้นไป	4.42	0.53		

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอัตราเงินเดือน

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	4.904	3	1.635	10.862	0.000
	ภายในกลุ่ม	20.77	138	0.151		
	รวม	25.675	141			
	รวม	83.346	136			

ตารางที่ 25 และ 26 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามอัตราเงินเดือน พบว่า ค่าสถิติ F-Test เท่ากับ

10.862 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 ดังนั้นจึงสรุปว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า อัตราเงินเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 คู่ แตกต่างกัน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ศึกษาจึงได้นำไปทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกกลุ่มตามอัตราเงินเดือน โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe

ตัวแปร	อัตราเงินเดือน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย			
		1	2	3	4
ความคิด สร้างสรรค์	ต่ำกว่า 10,000 บาท				-.69118*
	10,001 - 14,999 บาท				-.56250*
	15,000 - 19,999 บาท				-.55952*
	20,000 บาทขึ้นไป	.69118*	.56250*	.55952*	

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์จำแนกกลุ่มตามอัตราเงินเดือนโดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe พบว่า พนักงานที่มีอัตราเงินเดือนในช่วง 20,000 บาทขึ้นไป มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานที่มีอัตราเงินเดือนในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,000 - 14,999 บาท และ 15,000 - 19,999 บาท เท่ากับ .69118, .56250 และ .55952 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

1. สมมติฐานความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร กับความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

การศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ คือ ความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร
และความคิดสร้างสรรค์

	ค่าเฉลี่ย	S.D	ความคิด สร้างสรรค์	ความไว้วางใจ ใน ผู้บังคับบัญชา	ความ ไว้วางใจใน องค์กร
ความคิดสร้างสรรค์	3.8791	.42672	1	.349**	.310**
ความไว้วางใจใน ผู้บังคับบัญชา	3.9745	.65415	.349**	1	
ความไว้วางใจใน องค์กร	3.4015	.78284	.310**		1

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ** เท่ากับ .01 *เท่ากับ .05

ตารางที่ 28 พบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .349 และ .310 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความไว้วางใจและความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อองค์การธุรกิจ การศึกษานี้จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ของความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์การกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาสามารถเข้าถึงได้ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการบริหารงานของผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาขององค์กรต่างๆ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด และเพื่อเป็นแบบอย่างในการนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง ทั้งต่อพนักงาน ต่อผู้บังคับบัญชา และต่อองค์การตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์การกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์การกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย

สรุปผลการศึกษา

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างพนักงานฝ่ายสำนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวน 142 คน จากจำนวนพนักงานฝ่ายต่างๆ ทั้งหมด 200 คน โดยกลุ่มขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการสุ่มมีความเหมาะสม และเป็นไปตามสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเนะ ที่ (Yamane, T. 1967 : 547) ที่ต้องมีขนาดกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 134 คน และเพื่อการได้มาของกลุ่มตัวอย่างการศึกษานี้ คือ พนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย แบ่งตามหน่วยที่ปฏิบัติงานประกอบด้วย ฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 29.6 ฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 6.3 ฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.8 ฝ่ายระบบคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 19.0 ฝ่ายคลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.6 ฝ่ายบัญชีการเงิน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ฝ่ายวิศวกรรม คิดเป็นร้อยละ 11.3 และฝ่ายบุคคลและธุรการ คิดเป็นร้อยละ 23.2

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาใช้แบบประเมินความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา แบบประเมินความไว้วางใจในองค์การ และแบบประเมินความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล ของเฉลิมชัย

กิตติศักดิ์นาวัน (2554) โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาสาระ และความเชื่อถือได้ แล้วประกอบด้วย แบบประเมินความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ มาตรฐาน 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-Point Likert Scale) แบบประเมินความไว้วางใจในองค์กร มีข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ มาตรฐาน 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-Point Likert Scale) และแบบประเมินความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ มาตรฐาน 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-Point Likert Scale)

3. ผลของสถิติเชิงพรรณนา

กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 64.8 เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 20– 29.9 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.8 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 เป็นพนักงานฝ่ายผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.6 เป็นระดับพนักงานปฏิบัติงาน (Operator Level) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.7 ประสบการณ์การทำงานในบริษัทนี้ตั้งแต่ 1 ปี แต่น้อยกว่า 3 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.8 ส่วนประสบการณ์การทำงานทั้งหมดมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 สถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 และอัตราเงินเดือนระหว่าง 10,000-14,999 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3

ผลการศึกษา ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล พบว่า ค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ของเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์สูงกว่า 20-29.9 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปริญญาตรี ปวส. มัธยมศึกษาปีที่ 6 ปวช. มัธยมศึกษาปีที่ 3 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 หน่วยงานที่มีความคิดสร้างสรรค์เฉลี่ยสูงกว่า 4.00 ได้แก่ ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายการตลาด และฝ่ายคลังสินค้า ส่วนฝ่ายผลิต ฝ่ายระบบคุณภาพ ฝ่ายบัญชีการเงิน ฝ่ายวิศวกรรม มีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ต่ำกว่า 4.0 และมีค่าใกล้เคียงกัน และฝ่ายงานที่มีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ต่ำที่สุด ได้แก่ ฝ่ายบุคคลและธุรการ คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ระดับตำแหน่งงานที่มีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์สูงสุด ได้แก่ ระดับบริหาร รองลงมา ได้แก่ ระดับบังคับบัญชา และน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับปฏิบัติงาน ประสบการณ์การทำงานในบริษัทนี้ ในแต่ละช่วงอายุงานมีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ใกล้เคียงกันคืออยู่ในช่วง 3.85-3.94 และประสบการณ์ทำงานทั้งหมด 10 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์มากที่สุดสถานภาพสมรส โสด หม้าย/หย่า มีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ใกล้เคียงกัน คือ อยู่ในช่วง 3.82-3.97 และสำหรับอัตราเงินเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์สูงที่สุด คือ เท่ากับ 4.42 ส่วนต่ำกว่า 20,000 บาทลงมามีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ใกล้เคียงกัน คือ อยู่ในช่วง 3.73-3.86

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์จำแนกตามระดับคะแนนของความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา พบว่า ยิ่งระดับคะแนนความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาสูงขึ้นคะแนนเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก็จะยิ่งมีค่าสูงขึ้นเช่นกัน

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์จำแนกตามระดับคะแนนของความไว้วางใจในองค์กร พบว่า ยิ่งระดับคะแนนความไว้วางใจในองค์กรสูงขึ้นคะแนนเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ก็จะมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความไว้วางใจในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกจากการสุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์สูง คือ เท่ากับ 3.88, 3.97, 3.40 และมีค่า SD เท่ากับ 0.43, 0.65, 0.78 ตามลำดับ

4. การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่าง

การศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยพิจารณาจากคุณสมบัติส่วนบุคคลกับตัวแปรต่างๆ คือ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความคิดสร้างสรรค์

4.1 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์

เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล พบว่า พนักงานที่มีอายุ การศึกษา หน่วยปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีเพศ ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ ประสบการณ์การทำงานทั้งหมด และสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson's Correlation Coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ พบว่า ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .349 และ .310

อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณสมบัติส่วนบุคคล ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายผลดังนี้

จากการทดสอบสมมติฐาน

1. การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่าง

1.1 ด้านเพศ พนักงานเพศชายกับเพศหญิงของพนักงานบริษัทผลิตกุ้งเพื่อการส่งออกมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.8) ซึ่งมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 34.5)

1.2 ด้านอายุ พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 29.9 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.8 และพนักงานที่มีช่วงอายุ 30-39.9 จะมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-29.9 ปี

1.3 ด้านการศึกษา พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.4 และพนักงานพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษา มัธยมปีที่ 3/ปวช., มัธยมปีที่ 6/ปวส. และปริญญาตรี

1.4 ด้านหน่วยที่ปฏิบัติงาน พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีหน่วยงานที่ปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างหน่วยที่มีพนักงานปฏิบัติงานอยู่ฝ่ายผลิตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 29.6 และพนักงานที่ฝ่ายจัดซื้อที่มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานฝ่ายผลิต ฝ่ายระบบคุณภาพ และฝ่ายบุคคลและธุรการ

1.5 ตำแหน่งงาน พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีอัตราเงินเดือนแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นระดับพนักงานปฏิบัติงาน (Operator Level) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.7 และพนักงานระดับผู้บริหาร (Management Level) มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานระดับปฏิบัติงาน (Operator Level) และระดับบังคับบัญชา (Staff Level)

1.6 ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทนี้ พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 1 ปี แต่น้อยกว่า 3 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.8

1.7 ประสบการณ์การทำงานทั้งหมด พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งหมดมากที่สุด คือ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.0

1.8 สถานภาพสมรส พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.5

1.9 อัตราเงินเดือน พนักงานบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกที่มีอัตราเงินเดือนแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างช่วงอัตราเงินเดือน ระหว่าง 10,000-14,999 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.3 และพนักงานที่มีอัตราเงินเดือน

ในช่วง 20,000 บาทขึ้นไป มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าพนักงานที่มีอัตราเงินเดือนในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,000-14,999 บาท และ 15,000-19,999 บาท

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson's Correlation Coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ โดยภาพรวม พบว่า ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับความคิดสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษา พบว่า พนักงานที่มีอายุ 20-29.9 ปี จบมัธยมศึกษา ม.3/ปวช. และเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงาน มีความคิดสร้างสรรค์เฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น ควรพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มนี้ในองค์กร

2. ฝ่ายการผลิตมีความสำคัญยิ่งกับบริษัทเนื่องจากเป็นฝ่ายงานที่มีจำนวนพนักงานมากที่สุด และใช้ทรัพยากรของกิจการสูงสุด ดังนั้น ธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือมียอดขายและกำไรสุทธิเพิ่มมากขึ้นนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเพื่อสร้างกระบวนการทำงานใหม่ (New Process) หรือมีแนวคิดแปลกใหม่ในการแก้ไขปัญหาในฝ่ายงานซึ่งจะทำให้ การทำงานเร็วขึ้น ปริมาณการผลิตกึ่งต่อคนเพิ่มขึ้น สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น และจำนวนของเสียหายลดลง เป็นต้น และจากผลการศึกษา พบว่า ฝ่ายผลิตพนักงานเชื่อมั่นว่ามีค่าเฉลี่ยของความคิดสร้างสรรค์มาเป็นอันดับห้าเมื่อเปรียบเทียบกับฝ่ายงานอื่นๆ จึงเห็นสมควรที่จะยกระดับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานให้สูงขึ้น ซึ่งผ่านกระบวนการฝึกอบรมหรือการนำเครื่องมือที่พนักงานมีส่วนร่วมมาพัฒนาองค์กร ได้แก่ Kaizen, กิจกรรม QCC และกิจกรรม 5ส. เป็นต้น

3. ผู้บริหารควรให้การสนับสนุน ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองในทุกฝ่ายงาน เช่น เมื่อพนักงานมีการคิดค้นเครื่องมือแบบใหม่ที่ทำให้การทำงานดีขึ้น เร็วขึ้น และคุณภาพงานสูงขึ้น จะได้รับรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ และประกาศให้ทุกคนในบริษัททราบ และหากต้องการนำเครื่องมือนี้ไปพัฒนาต่อบริษัทควรให้การสนับสนุน เช่น เงินลงทุนในการพัฒนาเครื่องมือ เป็นต้น

4. จากผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น ควรเสริมสร้างสนับสนุนหรือพัฒนาให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา เช่น การแสดงความสามารถในการบริหารงานให้พนักงานเกิดความไว้วางใจ หมั่นดูแลเอาใจใส่ลูกน้องของตนเอง การยกย่องชมเชยเมื่อ

พนักงานทำดี ให้ความยุติธรรมกับลูกน้องเท่าเทียมกัน รวมถึงการพัฒนาความรู้ให้พนักงานและส่งเสริมให้พนักงานที่มีผลงานดีได้รับตำแหน่งงานที่สูงขึ้น เป็นต้น

5. นอกจากนี้ตัวองค์กรเองต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงาน เช่น กฎระเบียบ การค้าประกัน และสัญญาต่างๆ เป็นไปด้วยความถูกต้องเรียบร้อย ซื่อสัตย์ ยุติธรรม เป็นองค์การที่ทำให้บุคคลปรารถนาที่อยากจะทำงานด้วยความจงรักภักดีต่อองค์กรตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ความคิดสร้างสรรค์ต่อธุรกิจนี้เป็นอย่างไร อะไร คือ Output/Outsource ของความคิดสร้างสรรค์ที่บริษัทต้องการ

2. รูปแบบการพัฒนาความไว้วางใจต่อผู้บังคับบัญชา/ต่อองค์กร ของบริษัทนี้ควรเป็นเช่นไร มีกระบวนการ มีกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาเป็นอย่างไร ซึ่งควรเหมาะสมกับบริบทของบริษัท





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2547). **หลักสถิติ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2553). **การคิดเชิงสร้างสรรค์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ชัคเชส มีเดีย.
- จิรวรรณ ปฐมพรวิวัฒน์. (2553). **ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชากับความไว้วางใจในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) เขต 51**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2552). **ความไว้วางใจในองค์กรของประเทศไทยศึกษาเปรียบเทียบองค์การภาครัฐภาครัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน**. ดุษฎีนิพนธ์ ร.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- (2554). **ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความไว้วางใจในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐพงษ์ เจริญทิพย์. (2539). **ทางเลือกในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์: แนวคิดและแนวปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ดวงกลม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- รัตนา ธนฤทธิพร. (2544). **ความไว้วางใจกับปัจจัยอเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาการซื้อขายสินค้าปลีกของผู้บริโภคในบุคคลที่มีการศึกษาสูงในเขตกทม.** วิทยานิพนธ์ บศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริรัตน์ ศิริวรรณ ; และ ธาดา บุญเกิด. (2552). **ผู้นำกับการสร้างความไว้วางใจในองค์กร**. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2556, จาก <http://www.oknation.net/blog/nationejobs/2009/09/14/entry-1>
- สุธรรม รัตนโชติ. (2551). **การวิจัยเชิงพฤติกรรมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : ท็อป.
- สุวิทย์ มูลคำ. (2547). **กลยุทธ์การสอนคิดวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษา.
- อารี พันธุ์ณี. (2544). **การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

อุทุมพร แก้วขุนทด. (2550). ความไว้วางใจในผู้นำองค์กร ความไว้วางใจภายในองค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เนตบีเคเค จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อุษณีย์ โพธิสุข. (2544). สร้างสรรค์นักคิด : คู่มือการจัดการศึกษาสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษด้านทักษะความคิดระดับสูง. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์แห่งชาติเพื่อพัฒนาผู้มีความสามารถพิเศษ.

Amabile, T. M. ; Hennessey, B. A. ; and Grossman, B. S. (1986). Social Influences On Creativity : The Effects of Contracted for Reward. **Journal of Personality and Social Psychology**. 50 : 14-23.

Aryee, S. ; Budhwar, P. S. ; and Chen, Z. X. (2002). Trust as a Mediator of the Relationship Between Organizational Justice and Work Outcomes : Test of a Social Exchange Model. **Journal of Organization Behavior**. 23 : 267-285.

Barron, F. ; and Harrington, D. (1981). **Creativity, Intelligence, and Personality**. California : University of California.

Bernthal, P. (1995). **A Survey of Trust in the Workplace : Executive Summary**. Pittsburgh : Development Dimensions International.

Butler, J. K. (1991). Toward Understanding and Measuring Conditions of Trust : Evolution of a Conditions of Trust Inventory. **Journal of Management**. 17(3) : 643-663.

Chiaburu, D. S. ; and Marinova, S. V. (2006). Employee Role Enlargement : Interactions of Trust and Organizational Fairness. **Leadership and Organizational Development Journal**. 27(3) : 168-182.

Cook, J. ; and Wall, T. (1980). New Work Attitude Measures of Trust, Organizational Commitment and Need Non-Fulfillment. **Journal of Occupational Psychology**. 53 : 39-52.

Creed, W. D. ; and Miles, R. E. (1996). **Trust in Organization : A Conceptual Framework Linking Organization Forms, Managerial Philosophies, and The Opportunity Cost of Controls** In R. M. Kramer & T. 17 R. Tyler (Eds.). Thousand Oaks : Sage Publications.

- De, Bono E. (1970). **Lateral Thinking : Creativity Step by Step**. New York : Harper and Row.
- (1995). **Teach Yourself to Think**. England : McQuaig Group.
- Dietz, G. ; Hartog, D. ; and Deanne, N. (2006). **Measuring Trust Inside Organizations**. Bingley : Emerald Group.
- Gillespie, J. A. ; and Tang, T. L. (2003). **Managing Trust During Organizational Transitions**. New York : MBS Alumni.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. **American Psychologist**. 5(9) : 444-454.
- (1959). **Traits of Creativity in Creativity and Its Cultivation**. New York : Harper and Row.
- Healey, J. (2007). **Radical Trust : How Today's Great Leaders Convert People to Learning**. New York : John Wiley and Sons.
- Hosmer, L. T. (1995). Trust : The Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics. **Journal of Management**. 20 (2) : 379-403.
- Kristin, L. Straiter. (2005). The Effects of Supervisors Trust of Subordinates and their Organization on Job Satisfaction and Organizational Commitment. **International Journal of Leadership Studies**. (1) : 86-97.
- Lewicki, R. J. ; et al. (1998). Trust and Distrust : New Relationships and Realities. **Journal of Management**. 23(3) : 438-458.
- Luhman, N. (1979). **Trust and Power : Two Works by NiklasLuhman**. New York : John Wiley and Sons.
- Marshall, E. M. (2000). **Building Trust at the Speed of Change : The Power of the Relationship-Based Corporation**. New York : Amacom.
- Maslow, A. (1968). **Toward a Psychology of Being**. New York : Van Nostrand.
- Mayer, R. C. ; Davis, J. H. ; and Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organization Trust. **Journal of Management**. 20(3) : 709-734.
- McAllister, D. J. (1995). Affective and Cognitive-Based Trust as Foundations of Interpersonal Cooperation in Organization. **Journal of Management**. 38(1) : 24-59.
- McClelland ; and et al. (1953). **The Achievement Motive**. New York : Appleton Century Crofts.

- Nyhan, R. C. ; and Marlowe, H. A. (1997). Development and Psychometric Properties of the Organizational Trust Inventory. **Evaluation Review**. 21(5) 614-635.
- Parkhurst, H. B. (1999). Confusion, Lack of Consensus and the Definition of Creativity as a Construct. **Journal of Creative Behavior**. 33 : 1-21.
- Perry, R. W. ; and Mankin, L. D. (2007). Organizational Trust, Trusts in the Chief Executive and Work Satisfaction. **Public Personal Management**. 36(2) : 165-179.
- Robbins, S. P. (2005). **Organization Behavior**. 11th ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall.
- Robert, Bruce Shaw. (1997). **Trust in Balance Building Successful Organizations on Results, Integrity, and Concerns**. San Francisco : Jossey-Bass.
- Robert, D. Costigan ; et al. (2006). The Effect of Employ Trust of the Supervisor on Enterprising Behavior : A Cross – Cultural Comparison. **Journal of Business and Psychology**. 21(2) : 273-290.
- Rotter, J. B. (1971). Generalized Expectancies for Interpersonal Trust. **American Psychologist**. 26(5) : 443-452.
- Sako, Mari. (1992). **Price, Quality, and Trust : Inter-Firm Relations in Britain and Japan**. New York : Cambridge University Press.
- Sternberg, R. J. ; and Lubart, T. I. (1991). **Creating Creative Minds**. Bloomington : The Phi Delta Kappan.
- Taylor, C. W. (1988). **Various Approaches to and Definitions of Creativity The Nature of Creativity : Contemporary Psychological Perspectives**. New York : Cambridge University Press.
- Torrance, E. P. (1974). **Norms-Technical Manual : Torrance Tests of Creative Thinking**. Lexington : Ginn and Co.
- Whitney, J. O. (1996). **The Economics of Trust Liberating Profits and Restoring Cooperate Validity**. New York : McGraw-Hill.
- Wilson, Guilford ; et al. (1954). A Factor Analytic Study of Creative Thinking Abilities. **Journal of Psychometrika**. 19(4) : 297-311.
- Yamane, T. (1967). **Elementary Sampling Theory**. New Jersey : Prentice-Hall.

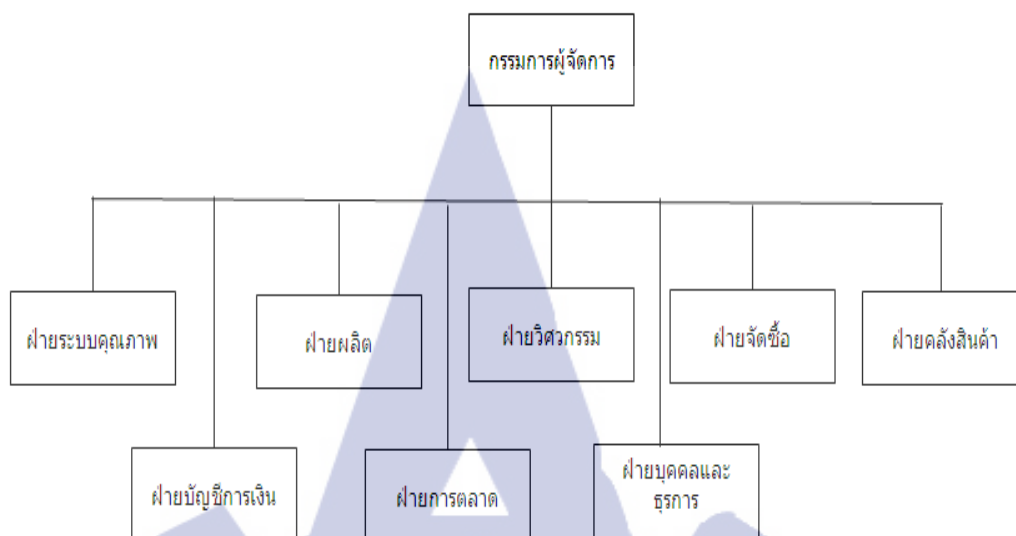


ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

โครงสร้างองค์กรบริษัทผลิตกึ่งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย



รูปที่ 3 โครงสร้างองค์การบริหารผลิตทั้งเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่งในประเทศไทย