

บทที่ 4

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การบริหารคุณภาพโดยรวม กับ คุณลักษณะของ
องค์กร

บทนี้จะอธิบายถึงผลการศึกษาในส่วนของคุณลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การบริหารคุณภาพโดยรวม กับ คุณลักษณะขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยเนื้อหา 3 ส่วน คือ (1) การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างองค์กรที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้ และองค์กรที่ไม่ได้นำมาประยุกต์ใช้ (2) การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างขนาดขององค์กร และ (3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวใด ๆ ตามลำดับ

แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ที่ส่งให้กับผู้ผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำนวนทั้งหมด 590 ชุด มีจำนวนแบบสอบถามที่ตีกลับเนื่องจากไม่มีผู้รับและเอกสารเสียหายรวมจำนวน 11 ชุด โดยแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมีจำนวนทั้งสิ้น 247 ชุด แต่มีแบบสอบถามที่ใช้ได้จำนวน 231 ชุด (คิดเป็นร้อยละ 39.90 ของแบบสอบถามทั้งหมด) ซึ่งข้อมูล 5 จาก 9 อุตสาหกรรมที่ตอบกลับมา หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 85 ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ตอบกลับเป็นข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตหลักของประเทศไทย (ยานยนต์และชิ้นส่วน อิเลคทรอนิกส์ สิ่งทอ อาหารและเครื่องดื่ม อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องหนัง) (กระทรวงอุตสาหกรรม) ข้อมูลที่ได้จึงสามารถใช้เป็นตัวแทนของกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตในประเทศไทย นอกจากนี้แบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับ มาจากองค์กรขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่เท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการจัดกลุ่มปัจจัยต่าง ๆ ด้วยเทคนิค PCA จากข้อมูลของแบบสอบถามจำนวน 231 ชุด ซึ่งจากการหมุนแกนปัจจัยด้วยเทคนิค Varimax เพื่อแยกปัจจัยต่าง ๆ ออกจากกัน พบว่าทุกปัจจัยมีค่า Factor loading เกิน 0.5 (Hair และคณะ ฯ, 1998) และจากการวิเคราะห์ความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของแต่ละปัจจัย โดยการคำนวณสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของ Cronbach (Cronbach, 1951) พบว่าทุกปัจจัยมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) โดยมีค่าตั้งแต่ 0.746 ถึง 0.929 นอกจากนี้ยังแสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มคำถามในแต่ละปัจจัย โดยค่าเฉลี่ยที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ ที่จะกล่าวถึงต่อไป

ตารางที่ 4.1
แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม	คิดเป็นร้อยละ
กลุ่มผู้ผลิต	1. ยานยนต์	61	26.41
	2. อิเลคทรอนิกส์	53	22.94
	3. อาหารและเครื่องดื่ม	39	16.88
	4. สิ่งทอ	32	13.85
	5. ผลิตภัณฑ์เคมี	25	10.82
	6. เครื่องหนัง	13	5.63
	7. วัสดุก่อสร้าง	4	1.73
	8. เยื่อและผลิตภัณฑ์กระดาษ	3	1.30
	9. เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	1	0.43
จำนวนพนักงาน	1. น้อยกว่า 500 คน	101	43.72
	2. ตั้งแต่ 500 คน ขึ้นไป	130	56.28
การนำหลักการบริหาร	1. ไม่เคยนำมาประยุกต์ใช้	107	46.32
	2. นำมาประยุกต์ใช้แล้ว	121	52.38
คุณภาพโดยรวมมา	1. ไม่ระบุ	3	1.30
	2. ระบุ	81	35.06
ตำแหน่งงานของผู้กรอก	1. ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม	68	29.44
	2. ผู้จัดการฝ่ายคุณภาพ	42	18.18
ข้อมูล	3. ผู้จัดการฝ่ายอื่น ๆ	27	11.69
	4. ผู้จัดการโรงงาน	8	3.46
	5. ไม่ระบุ	5	2.16

ตารางที่ 4.2

การทดสอบความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของแต่ละปัจจัย

ปัจจัย	ตัวแปร	คำถาม	ค่าเฉลี่ย ของคำถาม	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานของ คำถาม	Factor loadings	ค่าเฉลี่ย ของปัจจัย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานของ ปัจจัย	สัมประสิทธิ์ ความเชื่อถือ ได้
ภาวะผู้นำ	V1	กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	3.623	0.987	0.840	3.653	0.892	0.794
		ส่งเสริมให้พนักงานแสดงความคิดเห็น เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน	3.652	0.998	0.823			
		สร้างความร่วมมือ และลดอุปสรรคในการทำงาน	3.299	0.881	0.751			
		ทิศทางขององค์กรได้ถูกอธิบายให้ทราบอย่างชัดเจน	4.056	0.914	0.730			
ยุทธศาสตร์ และ กระบวนการ วางแผน	V2	ทบทวนแผน และเป้าหมายที่วางไว้ อย่างต่อเนื่อง	3.651	0.964	0.836	3.664	0.981	0.819
		กลยุทธ์ขององค์กร มีความครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด	3.707	1.083	0.819			
		แผนและนโยบายองค์กร มีการพูดถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด	3.830	0.937	0.794			
การมุ่งเน้น ลูกค้า	V3	พนักงานทุกคนมีความเข้าใจ และปฏิบัติตามพันธกิจที่ตั้งไว้	3.463	0.960	0.771	3.839	1.089	0.824
		การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	3.930	1.064	0.775			
		การค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	4.070	0.941	0.772			
		การแก้ปัญหาข้อร้องเรียนจากลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	3.873	0.976	0.736			
		พนักงานทุกคนทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	3.659	0.968	0.730			
		มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.908	1.002	0.730			
		ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์	3.650	1.264	0.623			

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวแปร	คำถาม	ค่าเฉลี่ย ของคำถาม	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานของ คำถาม	Factor loadings	ค่าเฉลี่ย ของปัจจัย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานของ ปัจจัย	สัมประสิทธิ์ ความเชื่อถือ ได้
การวิเคราะห์ข้อมูล	V4	ข้อมูลผลการดำเนินงานของแผนกหรือองค์กรทันสมัยอยู่เสมอ	3.694	1.014	0.872	3.560	1.149	0.844
		องค์กรมีกิจกรรมการประเมินผลการดำเนินงานที่ชัดเจน	3.672	1.081	0.869			
		ผู้บริหารนำข้อมูลต่างๆ ไปใช้ในการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง	3.803	1.026	0.854			
		นำข้อมูลต่างๆ ไปเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน	3.070	1.160	0.704			
การจัดการบุคลากร	V5	การอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง	3.711	1.060	0.847	3.525	1.132	0.841
		การสื่อสารจากบนลงล่าง และจากล่างขึ้นบน	3.478	1.039	0.825			
		การเพิ่มทักษะที่หลากหลายให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง	3.689	1.022	0.788			
		การวัดความพึงพอใจของพนักงานอย่างต่อเนื่อง	2.904	1.138	0.748			
		การมุ่งเน้นสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานของพนักงาน	3.842	1.058	0.698			
การจัดการกระบวนการ	V6	มีเอกสารอธิบายมาตรฐานอย่างชัดเจน พนักงานสามารถเข้าใจได้	3.904	0.948	0.821	3.562	1.023	0.821
		มีการใช้เทคนิคทางสถิติ มาควบคุมและปรับปรุงกระบวนการผลิต	3.360	1.071	0.820			
		มีการใช้อุปกรณ์ป้องกันการผิดพลาดจากกระบวนการผลิต	3.561	0.994	0.813			
		พนักงานมีความเข้าใจในความสำคัญของหน่วยงานถัดไป	3.410	1.025	0.771			
การบริหารผู้ส่งมอบ	V7	มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ส่งมอบ	3.323	1.084	0.809	3.108	1.209	0.746
		องค์กรพยายามให้มีจำนวนผู้ส่งมอบขึ้นส่วนในการผลิตให้น้อยที่สุด	3.022	1.049	0.781			
		ประเมินความสามารถของผู้ส่งมอบ เพื่อให้เป็นเกณฑ์การคัดเลือก	3.550	1.117	0.717			
		ผู้ส่งมอบมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.537	1.145	0.704			

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวแปร	คำถาม	ค่าเฉลี่ย ของคำถาม	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานของ คำถาม	Factor loadings	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	สัมประสิทธิ์
คุณภาพ ของ ผลิตภัณฑ์	V8	ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	3.882	0.821	0.903	3.799	0.648	0.899
		อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	3.801	0.800	0.883			
		คุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์	3.787	0.837	0.861			
		ข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์	3.739	0.754	0.853			
นวัตกรรม ของ ผลิตภัณฑ์	V9	จำนวนของผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สามารถส่งเข้าสู่ตลาดได้ทันคู่แข่ง	3.166	1.002	0.920	3.181	1.055	0.929
		จำนวนของผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก	3.087	1.148	0.882			
		ความเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3.125	1.025	0.875			
		ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีล่าสุดพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3.228	1.001	0.869			
		ระดับของความแปลกใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์	3.250	0.975	0.854			
นวัตกรรม ของ กระบวนการ	V10	การปรับปรุงเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการ	3.263	0.896	0.916	3.238	0.801	0.922
		การเปลี่ยนแปลงกระบวนการ เทคนิค และเทคโนโลยีขององค์กร	3.268	0.897	0.905			
		ความเร็วในการนำเทคโนโลยีล่าสุดมาใช้ในกระบวนการผลิต	3.133	0.935	0.898			
		ความได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยีขององค์กร	3.314	0.881	0.869			

เทคนิคในการสกัดปัจจัย: Principal Component Analysis: Confirmatory Factor Analysis

4.1 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างองค์กรที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้ และองค์กรที่ไม่ได้นำมาประยุกต์ใช้

ผลการวิเคราะห์ t-test พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$) ระหว่างผู้ผลิตที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้ และผู้ผลิตที่ไม่ได้นำมาประยุกต์ใช้ โดยในตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้จะมีระดับการดำเนินกิจกรรมทั้ง 7 ด้าน รวมถึงความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ สูงกว่าผู้ผลิตที่ไม่ได้นำมาประยุกต์ใช้ จากผลที่เกิดขึ้นอาจกล่าวได้ว่า ผู้ผลิตที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง จะมีนัยสำคัญต่อระดับการดำเนินกิจกรรมบริหารคุณภาพ มากกว่าในผู้ผลิตที่ไม่ได้นำหลักการบริหารคุณภาพมาประยุกต์ใช้ โดยหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมจะมีผลในเชิงบวกต่อผู้ผลิต ด้านการเพิ่มพูนระสัณยฐานในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพขององค์กรสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ (Ahire และคณะ ฯ, 1996; Prajogo และ Brown, 2004) ในขณะเดียวกัน อาจอธิบายสาเหตุที่การประยุกต์ใช้หลักการบริหารคุณภาพโดยรวมไม่มีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ว่า คุณภาพได้กลายเป็นพื้นฐานที่องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า แต่ในปัจจุบัน นอกจากคุณภาพที่ได้รับแล้ว ลูกค้ายังคาดหวังถึงความแปลกใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์อีกด้วย การนำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวม ซึ่งเป็นหลักการที่มุ่งเน้นไปยังการสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นสำคัญ ไปประยุกต์ใช้ จึงส่งผลโดยตรงต่อนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ในตัวสินค้าหรือบริการให้เกิดขึ้น และส่งผลต่อนวัตกรรมของกระบวนการ เช่นการปรับปรุง หรือพัฒนา เทคนิคและเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่อไป

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่า ทั้งผู้ผลิตที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้ และผู้ผลิตที่ไม่ได้นำมาประยุกต์ใช้ จะให้ความสำคัญมากที่สุดกับกิจกรรม 3 ด้าน คือ ภาวะผู้นำ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการมุ่งเน้นลูกค้า ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าองค์กรเหล่านั้น ยังคงมองว่ากิจกรรมทั้งสามด้านเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ แต่ในขณะเดียวกัน กลับไม่ได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เกี่ยวกับผู้ส่งมอบมากนัก ทั้งที่จริงแล้วการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้นนั้น นอกจากปัจจัยทั้งสามด้านแล้ว ปัจจัยด้านผู้ส่งมอบก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในหลาย ๆ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร เนื่องจาก ถ้าผู้ส่งมอบมี

ตารางที่ 4.3

การนำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้กับ การบริหารคุณภาพโดยรวม และดัชนีบ่งชี้ประสิทธิภาพขององค์กร

การบริหารคุณภาพโดยรวม	การนำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้				ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ย	Sig. (2-tailed)
	ไม่เคยนำมาประยุกต์ใช้		นำมาประยุกต์ใช้			
	ค่าเฉลี่ย (-)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย (-)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน		
ภาวะผู้นำ	3.505 (2)	0.922	3.783 (3)	0.843	0.278	0.004
ยุทธศาสตร์และกระบวนการวางแผน	3.435 (3)	0.962	3.863 (2)	0.915	0.428	0.000
การมุ่งเน้นลูกค้า	3.665 (1)	1.167	3.987 (1)	0.976	0.322	0.002
การวิเคราะห์ข้อมูล	3.357 (4)	1.298	3.742 (5)	0.968	0.385	0.002
การจัดการบุคลากร	3.312 (6)	1.161	3.702 (6)	1.031	0.390	0.000
การจัดการกระบวนการ	3.330 (5)	1.034	3.761 (4)	0.917	0.431	0.000
การบริหารผู้ส่งมอบ	2.913 (7)	1.130	3.277 (7)	1.229	0.364	0.001
ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพ						
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.748 (1)	0.630	3.842 (1)	0.667	0.094	0.284
นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์	3.026 (3)	0.878	3.296 (3)	1.166	0.270	0.032
นวัตกรรมของกระบวนการ	3.132 (2)	0.731	3.342 (2)	0.818	0.210	0.052

ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05, (-) : ลำดับที่ของความสำคัญของแต่ละปัจจัย

ความสามารถ หรือประสิทธิภาพไม่ดีพอ องค์กรก็ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้เกิดการได้เปรียบทั้งด้านคุณภาพ และนวัตกรรมขึ้นมาได้เช่นกัน (Garvin, 1986; Braganza, 2002) และเมื่อพิจารณาจากความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระหว่างผู้ผลิตที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมาประยุกต์ใช้ กับผู้ผลิตที่ไม่ได้นำมา ประยุกต์ใช้ พบว่า กิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันมาก 4 กิจกรรมแรก คือ การจัดการกระบวนการ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การจัดการบุคลากร และการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผู้ผลิตที่นำหลักการบริหารคุณภาพโดยรวมไปใช้ จะมุ่งเน้นไปที่เทคนิค หรือระบบการดำเนินงาน มากกว่าทางด้านบุคคล

4.2 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างขนาดขององค์กร

การวิเคราะห์ t-test ในตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ($p > 0.05$) ในระดับการดำเนินกิจกรรม TQM และดัชนีวัดประสิทธิภาพขององค์กร ระหว่างองค์กรขนาดใหญ่ กับ องค์กรขนาดกลาง-เล็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมา (Powell, 1995; Sjoblom, 1995; Ahire และ Golhar, 1996; Ghobadian และ Gallear, 1997) ว่า การดำเนินกิจกรรมการบริหารคุณภาพโดยรวม ไม่ใช่กิจกรรมที่ดำเนินได้เฉพาะในองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งมีทรัพยากรมากกว่า แต่องค์กรขนาดเล็กก็สามารถดำเนินกิจกรรมการบริหารคุณภาพด้านต่าง ๆ และสร้างประสิทธิภาพได้เช่นเดียวกับองค์กรขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม รายละเอียดและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกันไป เนื่องจาก ขนาดขององค์กรจะมีผลต่อการนำกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไปมาใช้ อีกทั้งแนวทางในการบริหารงานของผู้บริหารในองค์กรขนาดต่าง ๆ ก็ไม่เหมือนกัน วิธีการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งในองค์กรขนาดใหญ่จะมีความยุ่งยากและซับซ้อนในการสื่อสารมากกว่าในองค์กรขนาดกลาง-เล็ก การฝึกอบรมและการพัฒนาความสามารถของบุคลากรและผู้ส่งมอบ ซึ่งปกติในองค์กรที่มีขนาดใหญ่ขึ้นจะให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวมากขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น วัฒนธรรมองค์กรก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะต้องพิจารณาด้วย (Ghobadian และ Gallear, 1997)

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ยังคล้ายกับผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.3 คือ ทั้งองค์กรขนาดใหญ่ และองค์กรขนาดกลาง-เล็กจะมีการดำเนินกิจกรรมด้านภาวะผู้นำ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการมุ่งเน้นลูกค้า มากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ ที่เหลือ และมีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งมอบน้อยที่สุดเหมือนกัน ซึ่งอาจอธิบายด้วยเหตุผลเดียวกับที่ได้อธิบายไว้แล้วในหัวข้อที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ในองค์กรขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกระบวนการ การ

ตารางที่ 4.4

ขนาดขององค์กรกับ การบริหารคุณภาพโดยรวม และดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพขององค์กร

การบริหารคุณภาพโดยรวม	ขนาดขององค์กร				ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ย	Sig. (2-tailed)
	องค์กรขนาดเล็กและกลาง		องค์กรขนาดใหญ่			
	(< 500 คน)		(> 500 คน)			
	ค่าเฉลี่ย (-)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย (-)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน		
ภาวะผู้นำ	3.628 (2)	0.878	3.673 (3)	0.907	0.045	0.727
ยุทธศาสตร์และกระบวนการวางแผน	3.599 (3)	1.180	3.716 (2)	0.821	0.117	0.289
การมุ่งเน้นลูกค้า	3.785 (1)	1.167	3.879 (1)	1.032	0.094	0.437
การวิเคราะห์ข้อมูล	3.478 (5)	1.176	3.625 (5)	1.121	0.147	0.263
การจัดการบุคลากร	3.481 (4)	1.165	3.559 (6)	1.105	0.078	0.439
การจัดการกระบวนการ	3.452 (6)	1.223	3.646 (4)	0.856	0.194	0.067
การบริหารผู้ส่งมอบ	3.100 (7)	1.452	3.114 (7)	1.025	0.014	0.861
ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพ						
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.773 (1)	0.700	3.818 (1)	0.612	0.045	0.682
นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์	3.122 (3)	1.142	3.228 (3)	0.987	0.106	0.448
นวัตกรรมของกระบวนการ	3.184 (2)	0.825	3.280 (2)	0.783	0.096	0.441

ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05, (-) : ลำดับที่ของความสำคัญของแต่ละปัจจัย

วิเคราะห์ข้อมูล และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ มากกว่า องค์กรขนาดกลาง-เล็ก ซึ่งอาจเนื่องมาจาก ในองค์กรขนาดใหญ่จะมีความซับซ้อน และมีความยุ่งยากในการดำเนินงานต่าง ๆ มากกว่า หากมีการผิดพลาด และมีความล่าช้าเกิดขึ้นไม่ว่าจากส่วนใดก็ตาม อาจส่งผลเสียต่อภาพรวมของ องค์กรเป็นอย่างมาก ดังนั้นในองค์กรขนาดใหญ่จึงพยายามดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อลดความ ล่าช้า และข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการทำงาน ขณะเดียวกันก็ต้องมีการวางแผนและ วิเคราะห์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับเปลี่ยนแนวทางและเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างทันท่วงที

4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวใด ๆ

จากตารางที่ 4.5 ซึ่งแสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เปียร์สันของแต่ละปัจจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวใด ๆ ทั้งหมดมีนัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.01 ซึ่งแสดงว่า แต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์กันเองภายใน และเมื่อพิจารณาในส่วนของปัจจัยด้านการบริหาร คุณภาพโดยรวมจะพบว่าทั้ง 7 ปัจจัย มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันและกันค่อนข้างมาก (สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป) (Tabachnick และ Fidell, 2001) ยกเว้นปัจจัยด้าน การบริหารผู้ส่งมอบ ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นในระดับปานกลาง โดยสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของทั้ง 7 ปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.428 - 0.661 ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่า การ ดำเนินกิจกรรมการบริหารคุณภาพโดยรวม จะต้องดำเนินทุกกิจกรรมไปพร้อม ๆ กัน ในลักษณะ ของกลุ่มกิจกรรม (Set of Practices) จึงจะส่งผลต่อการดำเนินงาน และเป้าหมายตามที่ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีการวางแผนไว้ และเมื่อพิจารณาในส่วนของปัจจัยด้านประสิทธิภาพของ องค์กรทั้ง 3 ปัจจัย จะพบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.561 - 0.659 ซึ่งถือ ว่ามีความสัมพันธ์กันมาก แต่เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสิทธิภาพของ องค์กร และปัจจัยด้านกิจกรรมการจัดการภายในองค์กรกับพบว่า ปัจจัยทั้งสองด้านมี ความสัมพันธ์กันไม่มาก โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองกลุ่มมีค่าตั้งแต่ 0.173 - 0.363 ซึ่งเป็นไปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองด้านอาจจำเป็นต้องอาศัยตัวแปรกลาง ก่อน โดยกลุ่มของกิจกรรมการจัดการองค์กรจะมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรกลาง (Latent variables) และตัวแปรนั้นจึงเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประสิทธิภาพขององค์กร อีกต่อหนึ่ง (Anderson และ Gerbing, 1988; Hoang และคณะ ฯ, 2006) ซึ่งการศึกษาในอนาคต ควรที่จะทำการทดสอบสมมุติฐานดังกล่าวโดยใช้เทคนิค Structural Equation Modeling (SEM) ต่อไป

ตารางที่ 4.5
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10
ภาวะผู้นำ	1.000									
การวางแผนเชิงกลยุทธ์	0.612**	1.000								
การมุ่งเน้นลูกค้า	0.497**	0.583**	1.000							
การวิเคราะห์ข้อมูล	0.575**	0.614**	0.614**	1.000						
การจัดการบุคลากร	0.618**	0.628**	0.547**	0.645**	1.000					
การจัดการกระบวนการ	0.580**	0.626**	0.590**	0.645**	0.661**	1.000				
การบริหารผู้ส่งมอบ	0.483**	0.437**	0.479**	0.428**	0.542**	0.454**	1.000			
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	0.255**	0.210**	0.173**	0.260**	0.284**	0.256**	0.176**	1.000		
นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์	0.258**	0.271**	0.190**	0.230**	0.322**	0.309**	0.217**	0.561**	1.000	
นวัตกรรมของกระบวนการ	0.289**	0.313**	0.229**	0.338**	0.358**	0.363**	0.265**	0.591**	0.659**	1.000

** ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (2-tailed)