

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ กับการยอมรับ
ระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานในโรงงาน
บริษัทเอเชียน ออโต้ พาร์ท จำกัด



นางสาววีระนันท์ นนทะนาคร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-1271-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND ACCEPTANCE
OF ISO 9001:2000 STANDARD AMONG MANUFACTURE EMPLOYEES
IN ASIAN AUTO PARTS CO.,LTD.



Ms.Veranun Nontanakorn

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-1271-5

วีระนันท์ นนทะนาคร : การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ กับการยอมรับระบบ
 คุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานในโรงงานบริษัทเอเชียัน ออโตพาร์ท จำกัด.
 (INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND ACCEPTANCE
 OF ISO 9001:2000 STANDARD AMONG MANUFACTURE EMPLOYEES
 IN ASIAN AUTOPARTS CO.,LTD.) อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ธนวดี บุญลี้อ
 จำนวนหน้า 102 หน้า. ISBN 974-17-1271-5.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000
 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับความรู้ ทักษะคติและการยอมรับระบบคุณภาพ ตลอดจน
 ความสำเร็จความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน ของพนักงานในโรงงานบริษัทเอเชียัน
 ออโตพาร์ท จำกัด โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 419 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อ
 มูลคือ แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่า t-test ,ค่า
 one-way ANOVA, ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ แบบ stepwise
 ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

ผลการวิจัยพบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, นิตยสาร และเพื่อนมีความแตกต่างกันในเพศที่ต่างกัน แต่ใน
 อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้และตำแหน่งที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน เพศ, อายุ, ระดับ
 การศึกษาต่างก็มีความรู้, ทักษะคติ และการยอมรับระบบคุณภาพไม่แตกต่างกัน แต่ตำแหน่งงานตั้งแต่ผู้ช่วยหัว
 หนาแผนกขึ้นไปมีทัศนคติในเชิงบวกมากกว่าในระดับพนักงาน
2. การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ
3. การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ
4. การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ
5. ความรู้เรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ
6. ความรู้เรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการยอมรับในระบบคุณภาพ
7. ทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ
8. ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพได้ดีที่สุดคือ ทักษะคติ

ภาควิชา _____ การประชาสัมพันธ์ _____ ลายมือชื่อนิสิต _____

สาขาวิชา _____ นิเทศศาสตร์พัฒนาการ _____ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

ปีการศึกษา _____ 2545 _____ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

4485256928 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: INFORMATION EXPOSURE / KNOWLEDGE / ATTITUDE / ACCEPTANCE / ISO

9001:2000

VERANUN NONTANAKORN : INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND ACCEPTANCE OF ISO 9001:2000 STANDARD AMONG MANUFACTURE EMPLOYEES IN ASIAN AUTOPARTS CO.,LTD. (THESIS TITLE)

THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. TANAVADEE BUNLAE .PhD, 102 pp.

ISBN 974-17-1271-5.

The purpose of this research is to study information exposure to ISO 9001:2000 Quality Management System (QMS), correlations among media exposure and knowledge, attitude and acceptance in QMS and correlations among sex, age, education levels, income, job position and media exposure to general information and to the QMS information of the workers of industrial factories in Asian Autoparts Co.,Ltd. Questionnaires were used to collect the data from a total of 419 samples. Frequency, percentage, mean, t-test, one-way ANOVA, Pearson's Product Moment Correlation Coefficients and multiple regression analysis were employed for analysis of data. SPSS/PC program was used for data processing.

The results of the study were as follows :

1.Exposure to QMS information through newspaper, megazine and friends was significantly different between male and female employee. For employees with various ages, education levels, income and job position were not significantly different in information exposure. Workers with various sex, ages and education levels were not significantly different in knowledge, attitude and acceptance of ISO 9001:2000 Standard. Employees with supervisory position have better positive attitude than staff levels.

2. Exposure to QMS information correlated significantly with knowledge towards QMS.

3.Exposure to QMS information did not correlate significantly with attitude towards QMS.

4.Exposure to QMS information significantly correlated with acceptance in QMS.

5.Knowledge about QMS correleted significantly with attitude on QMS.

6.Knowledge about QMS correlated with acceptance in QMS significantly.

7.Attitude towards QMS correlated with acceptance in QMS significantly.

8. The attitude is the only variable best explain the acceptance in QMS.

Department/Program Public Relations Student's signature _____

Field of study Development Communication Advisor's signature _____

Academic year 2002 Co-advisor's signature _____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรเม สตะเวทิน ซึ่งกรุณามาเป็นกรรมการพร้อมทั้งให้คำแนะนำทางด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อสมชาติ, คุณแม่จุไรลักษณ์, คุณแม่จินตนาญาติ ๆ ทุกท่าน ตลอดจนผู้มีพระคุณโดยเฉพาะ คุณสมชัย จงเจริญทวีสุข ตัวแทนบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด ที่ได้สละเวลาให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวก คุณศักดิ์สิทธิ์ วัฒนากุล ที่ปรึกษาบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด ที่ให้คำปรึกษาและแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ทุกท่าน รวมทั้งบุตรชายจักรพล ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วย

วีระนันท์ นนทะนาคร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	42
รูปแบบการวิจัย.....	42
ประชากร.....	42
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	42
ตัวแปรในการวิจัย.....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การวัดค่าตัวแปรและการแปลความหมาย.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	52
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	53
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน.....	66
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	72
สรุปผลการวิจัย.....	72
อภิปรายผล.....	76
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	84
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	85
รายการอ้างอิง.....	86
ภาคผนวก ก.....	89
แบบสอบถามงานวิจัย.....	90
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	95

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	53
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	53
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	54
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	55
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ และสื่อบุคคล.....	56
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป.....	57
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ.....	57
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ.....	58
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับ ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบคุณภาพ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ.....	59
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวน ที่ตอบถูกและตอบผิดเกี่ยวกับระบบคุณภาพ.....	60
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้ เกี่ยวกับระบบคุณภาพ.....	61
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติ ต่อเรื่องระบบคุณภาพ.....	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติ ต่อเรื่องระบบคุณภาพ.....	63
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการยอมรับ ระบบคุณภาพ.....	64
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการยอมรับ ระบบคุณภาพ.....	65
ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้ ความสำคัญ.....	66
ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ระหว่าง กลุ่มพนักงานเพศชายและหญิง.....	67
ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ จำแนกตามอายุ.....	67
ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	68
ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ จำแนกตาม รายได้.....	68
ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ จำแนกตาม ตำแหน่งงาน.....	69
ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ.....	70
ตารางที่ 24 สรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัย สำคัญระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ การยอมรับ ระบบคุณภาพ.....	71

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โลกอยู่ในภาวะไร้พรมแดน ภาวะเข้าสู่ยุคแห่งการจัดระเบียบโลกใหม่ ทั้งทางเศรษฐกิจ การค้า สังคม การเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดทั้งโอกาส และภัยคุกคามต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนถาวรของประเทศไทย โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจและการค้า กระแสโลกาภิวัตน์ได้ทำให้ตลาดของโลกกว้างขวางขึ้น มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตและการลงทุนข้ามชาติทั่วโลก มีการจัดตั้งองค์การการค้าโลก การรวมกลุ่มการค้าเพื่อช่วยสร้างเสถียรภาพ และความเป็นธรรมทางด้านเศรษฐกิจและการค้าให้แก่ทุกประเทศ ตลอดจนการที่ระบบเศรษฐกิจของโลก ได้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยทุก ๆ ประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับนโยบายการค้าเสรี ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรงขึ้น นอกจากนี้กระแสโลกาภิวัตน์จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดค่านิยมสากล เช่น กระแสประชาธิปไตย กระแสด้านสิทธิมนุษยชนกล่าวกันว่า ปัจจัยที่ทำให้ประเทศมีความมั่นคงและมั่งคั่ง คือการส่งสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม แม้ระบบการค้าของโลกปัจจุบันจะถูกบีบบังคับ จากองค์การการค้าโลก World Trade Organization (WTO) ให้เปิดเสรี แต่เพื่อปกป้องตลาดและผู้ผลิตภายในประเทศของตนประเทศต่างๆ จึงได้สร้างเงื่อนไขเพื่อเป็นเกราะป้องกันการบุกรุกของสินค้าจากต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ดันต่อการผลิต จนถึงการจัดจ้างแรงงานเด็ก

แต่ไม่ว่าจะมีมาตรการกีดกันอย่างไร ผู้ประกอบการค้าก็ยังสามารถหาอาวุธมาเจาะตลาดเหล่านั้นได้ และอาวุธสำหรับเจาะตลาดที่ถูกคิดกันคือ ระบบคุณภาพ ISO 9000 (ซึ่งปัจจุบันจะต้องใช้ ISO 9001 : 2000) ซึ่งได้รับการขนานนามว่าเป็นภาษาการค้าที่ใช้กันในโลกปัจจุบัน

ธุรกิจไทยจะแข่งขันกับทั่วโลกได้ ก็ต้องมีระบบบริหารคุณภาพ ดังที่ รศ.พูลพร แสงบางปลา กล่าวไว้ว่า การบริหารคุณภาพยุคโลกาภิวัตน์ นี้เน้นที่ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับระบบคุณภาพ การจัดการองค์การสำหรับคุณภาพ การประกันคุณภาพ เทคนิคการควบคุมคุณภาพ รวมทั้งการบริหารคุณภาพรูปแบบต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจในหลักการและสามารถนำไปพัฒนาองค์การของตนเองให้ดีขึ้นได้ (พูลพร แสงบางปลา, 2539)

คุณภาพ เป็นสิ่งจำเป็นทั้งในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม และเป็นไปตามที่ความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งแนวทางที่นิยมกันมากในปัจจุบัน คือ ระบบบริหารงานคุณภาพ (Quality Management System) หรือ ISO 9000 โดย ISO 9000 Series คือ

อนุกรมมาตรฐานคุณภาพ ซึ่งเป็นมาตรฐานว่าด้วยระบบการบริหารคุณภาพของโรงงาน หรือผู้ให้บริการ ซึ่งประเทศอังกฤษเป็นต้นคิดกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับระบบการบริหารคุณภาพและนำมาใช้ตั้งแต่ปี 2522 ต่อมาในปี 2530 องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานระหว่างประเทศจึงได้นำมาปรับปรุง และประกาศให้เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศ คืออนุกรมมาตรฐานระบบคุณภาพ หรือ ISO 9000

ประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรปได้ให้ความสำคัญกับระบบคุณภาพมาก ถึงกับกำหนดว่าในการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมจากประเทศต่างๆ หลังปี 2535 จะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9000

ประโยชน์ของระบบคุณภาพ ISO 9000 สามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และทุกฝ่ายได้ประโยชน์ และความพึงพอใจ คือ ผู้ประกอบการสามารถใช้มาตรฐานนี้เป็นเครื่องทำลายการกีดกันทางการค้าได้ ในส่วนผู้บริโภคจะมีความมั่นใจว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับนั้น ได้มาตรฐานพนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร จะเป็นส่วนสำคัญในการจัดทำระบบและรักษาระบบ ISO 9001 : 2000 ดังนั้นการมีพนักงานในองค์กร ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคนที่ถูกต้องในการจัดทำระบบ และรักษาระบบ ร่วมกัน จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และความคิดเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วมในระบบ ISO 9001 : 2000 ในลำดับต่อมา

ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเปิดรับข่าวสารกับการให้ความร่วมมือในระบบ ISO 9001 : 2000 เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เรื่องระบบ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานว่าเป็นอย่างไร มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคน และการให้ความร่วมมือในระบบ ISO 9001 : 2000 อย่างไร เพื่อนำไปใช้ปรับแผนการประชาสัมพันธ์และการกระจายข้อมูลข่าวสารในเรื่องระบบ ISO 9001 : 2000 เพื่อการแก้ไข การกีดกันทางการค้าในรูปแบบ การกำหนดมาตรฐานการจัดการธุรกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมส่งออกของประเทศไทย อันจะทำให้การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่จะทำให้ประชาชนมีรายได้ ความเป็นอยู่ที่ยกระดับให้ดีขึ้น ทัดเทียมอารยประเทศในโลกได้

ISO ย่อมาจาก International Organization for Standardization หรือองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ.1946 ที่ทำการอยู่ที่กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เพื่อทำการส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานสากลสำหรับการผลิต (Manufacturing) การค้า (Trade) และการสื่อสาร (Communication) ปัจจุบันมีสำนักงานมาตรฐานของแต่ละประเทศทั่วโลก เป็นสมาชิกกว่า 110 ประเทศ สำหรับประเทศไทยมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นตัวแทน

มาตรฐานใด ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจะต้องส่งผ่านตัวแทนของแต่ละประเทศไปยังรัฐบาลและองค์กรต่างๆ ที่สนใจเพื่อขอความเห็นก่อนที่จะตีพิมพ์ การนำไปใช้งานของมาตรฐานแต่ละฉบับจะต้องเป็นไปอย่างสมัครใจ และไม่ถือเป็นกฎหมายการค้า อย่างไรก็ตาม คู่ค้าต่างๆ มักใช้มาตรฐาน ISO เหล่านี้เป็นข้อกำหนดสำหรับข้อตกลงในการทำธุรกิจด้วยกัน

ข้อกำหนดในมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 มีดังนี้ (ข้อกำหนดที่องค์กรจะต้องปฏิบัติตาม จะเริ่มตั้งแต่ข้อ 4 ถึงข้อ 8)

4. ระบบบริหารคุณภาพ

- 4.1 ข้อกำหนดทั่วไป
- 4.2 ข้อกำหนดทางด้านเอกสาร

5. ความรับผิดชอบด้านการบริหาร

- 5.1 ความมุ่งมั่นของฝ่ายบริหาร
- 5.2 การมุ่งเน้นที่ลูกค้า
- 5.3 นโยบายคุณภาพ
- 5.4 การวางแผน
- 5.5 ความรับผิดชอบ อำนาจ และการสื่อสาร
- 5.6 การทบทวนของฝ่ายบริหาร

6. การบริหารทรัพยากร

- 6.1 การจัดให้มีทรัพยากร
- 6.2 ทรัพยากรบุคคล
- 6.3 Infrastructure
- 6.4 สภาพแวดล้อมในการทำงาน

7. การดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- 7.1 การวางแผนการดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 7.2 กระบวนการที่เกี่ยวกับลูกค้า
- 7.3 การออกแบบและพัฒนา
- 7.4 การจัดซื้อ
- 7.5 การดำเนินการผลิตและให้บริการ
- 7.6 การควบคุมเครื่องมือวัดและเฝ้าติดตาม

8. การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุง

- 8.1 บททั่วไป
- 8.2 การเฝ้าติดตามและการวัด
- 8.3 การควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด
- 8.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 8.5 การปรับปรุง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานใน บริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานในบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ตำแหน่งงาน รายได้ และการศึกษากับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติและการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000
4. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000 ของพนักงาน

ได้คิดที่สุด

ปัญหาการวิจัย

1. การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบ ISO 9001:2000 ของพนักงานในบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด แตกต่างกันตามลักษณะประชากรหรือไม่
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่อง ระบบคุณภาพ ISO 9001::2000 มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบ ISO 9001:2000 หรือไม่
3. ลักษณะทางประชากรของพนักงานในโรงงาน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบ ISO 9001: 2000 หรือไม่อย่างไร
4. ตัวแปรใดระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และลักษณะทางประชากร ที่สามารถอธิบาย หรือมีผลต่อการยอมรับระบบ ISO 9001:2000 ดีที่สุด

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของพนักงานในโรงงาน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ

2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000
3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000
4. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000
5. ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000
6. ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000
7. ทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000
8. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ พนักงานในในบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ เลขที่ 4/1 หมู่ 1 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางโฉลง จังหวัดสมุทรปราการ 10540
2. ศึกษาเฉพาะการสื่อสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9000 หมายถึง

มาตรฐานที่องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO : International Organization for Standardization) กำหนดขึ้นมาแล้วประเทศไทยโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ซึ่งเป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติได้รับมาใช้

2. ระบบคุณภาพ หมายถึง

ระบบที่ประกอบด้วยโครงสร้างขององค์กร หน้าที่ความรับผิดชอบ วิธีการ กระบวนการ และทรัพยากร สำหรับนำการบริหารงานคุณภาพไปปฏิบัติ

3. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อภายในบริษัทฯ ได้แก่ สื่อบุคคล คือ ผู้บังคับบัญชา ,ผู้ตรวจติดตามระบบ, เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ บอร์ดข่าวสาร, ประกาศ, การประชุมฝ่าย/แผนก ฯลฯ

4. ทักษะคน หมายถึง

ความรู้สึกรู้สึก ความคิดเห็น ความเชื่อ เกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

5. การยอมรับ หมายถึง

การให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นกฎกติกาหรือเงื่อนไขของระบบ ISO 9001 : 2000

6. พนักงาน หมายถึง

พนักงานของบริษัทเอเซีย ออโตพาร์ท จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ เลขที่ 4/1 หมู่ 1 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางโฉลง จังหวัดสมุทรปราการ 10540 มีจำนวนพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้

ผู้จัดการแผนก / ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก	จำนวน	10	คน
หัวหน้าแผนก / ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก	จำนวน	11	คน
หัวหน้างาน / ผู้ช่วยหัวหน้างาน	จำนวน	37	คน
Technician	จำนวน	47	คน
พนักงาน	จำนวน	770	คน
รวมทั้งหมด	จำนวน	875	คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ดำเนินการประชาสัมพันธ์ และปรับปรุง ในเรื่องการจัดการระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ในบริษัทเอเซีย ออโตพาร์ท จำกัด ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น วางแผนการผลิตและใช้สื่อต่าง ๆ เลือกใช้ช่องทางการติดต่อที่เหมาะสม กับองค์การ และเหมาะสมกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในองค์การ
- เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงการดำเนินการในเรื่อง การให้ข้อมูลข่าวสาร , การให้ความรู้, การสร้างทัศนคติ และให้เกิดการยอมรับในระบบ ISO 9001:2000 ได้อย่างถูกต้อง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ของพนักงานในบริษัทเอกชน ออโตพาร์ท จำกัด นี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร
2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารในองค์การ
3. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการสื่อสาร
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้
6. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
7. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการยอมรับ
8. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารนวงกรรม
9. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการโน้มน้าวใจ
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร

การสื่อสาร หรือ Communication นั้น มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน เช่น

อริสโตเติล (Aristotle) ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ส และเอฟ ฟลอยด์ ชูเมกเกอร์ (Everett M.Rogers and F.Floyd Shoemaker) การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood) ในความหมายโดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสารโดยใช้สัญญาณต่าง ๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงว่า ข่าวสาร (Informational signs)

ดร.ปรมะ สตะเวทิน ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

เสถียร เขยประทับ ให้คำจำกัดความว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

จากคำจำกัดความดังกล่าว จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” แตกต่างกันไป แต่ทุกคำนิยามหรือคำจำกัดความ จะอยู่บนพื้นฐานแนวความคิดเดียวกัน คือ “การสื่อสารของมนุษย์ จะต้องประกอบไปด้วยสองฝ่ายที่มีความสัมพันธ์ คือ ฝ่ายผู้ส่งสารฝ่ายหนึ่ง กับ ฝ่ายผู้รับสารอีกฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารจึงจะเกิดขึ้นได้โดยส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (Message) ผ่านทางสื่อ (Channel)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ จะต้องมองใน 2 แง่มุม คือ ในแง่มุมของฝ่ายผู้ส่งสาร (Source) กับแง่มุมของฝ่ายผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งจะมีวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเป็นดังนี้

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach)
3. เพื่อความบันเทิง (Entertain)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or persuade)

วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

1. เพื่อทราบ (Inform)
2. เพื่อศึกษา (Learn)
3. เพื่อความพอใจ (Enjoy)
4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or decide)

กิจกรรมทุกชนิดในองค์การต่างก็ต้องการติดต่อสื่อสารทั้งสิ้น ทั้งนี้เพราะการติดต่อสื่อสารจะเป็นวิธีเดียวเท่านั้น ที่ใช้สำหรับสั่งการงานต่าง ๆ ไปให้แก่ตัวบุคคลหรือกลุ่มคนในองค์การ ไม่ว่าจะเป็นกำหนดมอบหมายงาน การเปลี่ยนแปลงงาน หรือโครงการต่าง ๆ การชี้แจงให้

ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชารับทราบ และการประสานงานในกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การก็ต้องอาศัยวิธีการติดต่อสื่อสารในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ในทำนองเดียวกันขณะที่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชานำรายงานหรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานไปนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาของตน ก็จะต้องใช้การติดต่อสื่อสารด้วยเช่นกัน

แบบจำลองทางการสื่อสารแรกสุดคือ แบบจำลองของอริสโตเติล (Aristotle) ได้กล่าวถึงส่วนสำคัญของการพูด มี 4 อย่างได้แก่ ผู้พูด ผู้ฟัง สาร และโอกาส จากนั้นปี ค.ศ.1940 ลาสเวล (Lasswell) ได้เสนอแบบจำลองทางการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย **ใคร** (การศึกษาถึงการควบคุม) **กล่าวอะไร** (การวิเคราะห์เนื้อหา) **ผ่านช่องทางใด** (การวิเคราะห์สื่อ) **ถึงใคร** (การวิเคราะห์ผู้รับสาร) **พร้อมด้วยผลอะไร** (การวิเคราะห์ผล) จากนั้นแบบจำลองทางการสื่อสารได้รับการพัฒนาต่อมาเรื่อย ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่กระทำการสื่อสาร โดยแบบจำลองมีบทบาทสำคัญ ได้รับการอ้างอิงอย่างกว้างขวาง คือ แบบจำลองของเบอร์โล

ในปี ค.ศ.1960 เดวิด เค เบอร์โล (David K Berlo) ได้เขียนหนังสือเป็นพื้นฐานทางการสื่อสารชื่อ The process of Communication โดยกล่าวถึงขอบเขตและวัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร บทบาทของภาษาหรือความหมายในพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ทางการสื่อสาร เบอร์โลอธิบายว่ากระบวนการสื่อสารของมนุษย์ประกอบด้วยปัจจัยหรือองค์ประกอบ (ingredients) ที่สำคัญ 6 ประการ คือ

1. แหล่งสาร (Communication source)
2. ผู้เข้ารหัส (encoder)
3. สาร (message)
4. สื่อ (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication receiver)

เบอร์โล เห็นว่าในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น แหล่งสารและผู้ทำหน้าที่เข้ารหัสสารสามารถเป็นคนเดียวกันได้ รวมเรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ในลักษณะเดียวกันนี้ ผู้ทำหน้าที่ในการถอดรหัส และผู้รับสารก็สามารถเป็นคนเดียวกันได้ รวมเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) ตามแนวคิดของเบอร์โล องค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารมี 4 องค์ประกอบคือ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) สื่อ (channel) และผู้รับสาร (receiver) แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โล เรียกกันว่า **SMCR Model**

ผู้ส่งสาร (source)

ผู้ส่งสาร คือ บุคคลผู้เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังผู้อื่น โดยทำหน้าที่เข้ารหัส (encoding) อันเป็นการแปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและท่าทางต่าง ๆ สารที่เข้ารหัสแล้วจะถูกส่งไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ

เบอร์โกลกล่าวว่าการสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 4 ประการว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ซึ่งประสิทธิภาพขององค์ประกอบขึ้นกับปัจจัยต่อไปนี้ (ประมะสตะเวทิน, 2540 : 54) ปัจจัยของผู้ส่งสารประกอบด้วย

- ก. ทักษะในการสื่อสาร (communication skill)
- ข. ทักษะคติ (attitudes)
- ค. ความรู้ (knowledge)
- ง. ระบบสังคม (Social system)
- จ. วัฒนธรรม (culture)

ปัจจัยสำคัญในการสื่อสารของผู้ส่งสาร ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะที่ดี ความรู้เพียงพอในเรื่องราวที่จะทำการสื่อสาร ตลอดจนระบบสังคมและวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับเรื่องโอกาส และผู้รับสาร

สาร (message)

สาร คือ เรื่องราวอันมีความหมาย แสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้

ความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร คือการทำหน้าที่เร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง

ปัจจัยของสารประกอบด้วย รหัส (code) เนื้อหา (content) และการจัดเสนอ treatment)

เนื้อหาของข่าวสารที่จะมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร (เสถียร เชยประทับ : 2525, 253) คือ

- 1) สารด้านเดียวและสารสองด้าน การจูงใจผู้รับสารให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมจะทำได้ง่าย ถ้าผู้รับสารเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงหรือเป็นผู้ที่มีความคิดความอ่านดี (ผู้รับสารทราบว่าสารที่ถูกเผยแพร่ให้แก่ตนนั้นมีทั้งด้านบวกและด้านลบ) ในการนำเสนอสารนั้น ต้องมีการเสนอสารทั้งสองด้าน โดยกล่าวว่าสารที่เผยแพร่ นั้นมีข้อเสียอยู่ด้วย อย่างไรก็ตาม ข้อเสียที่มีอยู่นั้นเป็นเพียงส่วนเล็กน้อยเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่จะได้รับ

- 2) ลำดับของการเสนอสาร โดยทั่ว ๆ ไปการเสนอสารก่อนหรือหลัง อะไรจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจผู้รับสารให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มากกว่ากันนั้น ขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาระหว่างการได้รับสารและประเมินทัศนคติของผู้รับสาร
- 3) ขนาดของความขัดแย้ง สารที่มีความขัดแย้งกับความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้รับสารมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ไม่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ สารที่มีขัดแย้งกับทัศนคติของผู้รับสารในระดับปานกลางมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการจูงใจ
- 4) การกล่าวสรุปสารที่ส่ง ทำให้ผู้รับสารเกิดการจดจำได้ง่ายขึ้น เช่นการนำเสนอคำขวัญ
- 5) ผลของสิ่งเสริม การจัดให้มีสิ่งเสริมในขณะที่ส่งสารจะช่วยให้สารที่ส่งไปมีประสิทธิภาพในการจูงใจผู้รับสารมากขึ้น
- 6) ความใหม่ของสาร สารที่มีเนื้อหาเป็นนวัตกรรมที่ใหม่ไปจากเดิม จะมีประสิทธิภาพในการจูงใจผู้รับสารมากกว่าสารที่ผู้รับสารคุ้นเคยแล้ว
- 7) การใช้สารที่ทำให้เกิดความกลัว จะเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการจูงใจ อย่างไรก็ตาม การใช้สารที่ทำให้เกิดความกลัว มากเกินไปอาจทำให้เกิดผลเสียต่อการสื่อสารเพื่อการจูงใจได้
- 8) การส่งสารซ้ำ โดยทั่วไปการส่งสารซ้ำจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจูงใจของสารนั้น เช่น การเผยแพร่แนวคิด ระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ผ่านสื่อต่าง ๆ บ่อย ๆ จะทำให้บุคลากรเกิดความสนใจมากขึ้น

3. สื่อ (channel)

สื่อ เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการสื่อสาร ทำหน้าที่เป็นพาหะหรือเป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ในกระบวนการสื่อสารนั้น คำว่า “สื่อ” หรือ “ช่องทางการสื่อสาร” และ “สาร” ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน

การส่งสารใด ๆ ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับ โดยทั่วไปสารที่ถูกถ่ายทอดไปยังผู้รับสารจะเข้าสู่ระบบการรับรู้ทางประสาทสัมผัสของมนุษย์ ได้แก่

- 1) ทางการเห็น โดยประสาทตา
- 2) ทางการได้ยิน โดยประสาทหู
- 3) ทางการได้กลิ่น โดยประสาทจมูก
- 4) ทางการสัมผัส โดยประสาทกาย
- 5) ทางการลิ้มรส โดยประสาทลิ้น

คำว่า “สื่อ” มาจากภาษาอังกฤษว่า “medium” (เอกพจน์) “media” (พหูพจน์) หรือ

“channel” ซึ่งหมายถึง “ช่องทางการสื่อสาร”

เดวิด เค เบอร์โล ได้แยกความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประการ คือ

- 1) วิธีการเข้ารหัสและการถอดรหัส (mode of encoding and decoding)
 - การเข้ารหัส คือการสร้างสาร เช่น การพูด การเขียน เป็นต้น
 - การถอดรหัส คือ การตีความสาร เช่น การตีความคำพูดมาสู่ความคิด
- 2) สิ่งที่น่าสาร (message – vehicle) คือ พาหนะที่นำข่าวสารไปสู่ผู้รับ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ คลื่นเสียง เป็นต้น
- 3) พาหนะของสิ่งที่น่าสาร (vehicle – carrier) คือ ตัวนำซึ่งทำหน้าที่นำพาหะอีกทีหนึ่ง เช่น อากาศ สายเคเบิล ที่ใช้ส่งสัญญาณเคเบิลโทรทัศน์ตามสายไปยังบ้านสมาชิก เป็นต้น

ประเภทของสื่อ (Types of communication channels)

การศึกษาถึงการเผยแพร่ข่าวสาร จะต้องศึกษาถึงกระบวนการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาถึงบทบาทของสื่อที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ชนิดของสื่อจะเชื่อมบุคคลทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งเป็นลักษณะทางธรรมชาติของความสัมพันธ์ของสังคม สื่อที่ใช้กันทั่ว ๆ ไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1) สื่อที่เป็นสื่อมวลชน, สื่อที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ
- 2) สื่อที่มาจากแหล่งภายนอก (Cosmopolite) และสื่อที่มาจากแหล่งภายใน (Localite) ของระบบสังคม

การเผยแพร่ข่าวสารจำเป็นต้องใช้สื่อเป็นเครื่องมือ โดยปกติสื่อที่ใช้ในการแพร่ข่าวสาร ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อระหว่างบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

1. สื่อมวลชน (Mass media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

จำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาใกล้เคียงกัน สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์ (ปรเม สตะเวทิน, 2535 : 28)

สื่อมวลชน มีคุณสมบัติที่ดี 3 ประการ (Rogers and Shoemaker, 1971) คือ

- 1) สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- 2) สามารถให้ความรู้และข่าวสารกับประชาชนได้เป็นอย่างดี
- 3) สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้

2. สื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal media) เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งขึ้นใจ และตัดสินใจในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

การใช้สื่อระหว่างบุคคลในการเผยแพร่ นวัตกรรมมีผลดี 3 ประการ (ปรมะ สตะเวทิน, 2537 : 99)

- 1) สามารถเผยแพร่ นวัตกรรมไปสู่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง เนื่องจากบุคลากรในองค์กรมีการติดต่อสื่อสารสนทนากันเป็นประจำ มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ใช้ชีวิตการทำงานร่วมกัน บุคคลที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ นวัตกรรมจึงได้รับความไว้วางใจ และสามารถชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยวิธีการพูดคุยแบบเป็นกันเอง
- 2) สามารถทำให้การเผยแพร่ นวัตกรรมเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคลได้ อีกทั้งยังสามารถได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายได้ทันที
- 3) เมื่อมีการตัดสินใจตามคำแนะนำของผู้เผยแพร่แล้ว ก็จะเกิดความรู้สึกว่าตนได้รับรางวัลเป็นส่วนตัว จากการที่ผู้เผยแพร่เห็นชอบด้วยกับการตัดสินใจของตน

3. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized media) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม สื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดอบรม การจัดประชุม แผ่นปิดประกาศ เสี่ยงตายสาย คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพ สไลด์ เป็นต้น

คุณลักษณะที่ดีของสื่อเฉพาะกิจเพื่อการเผยแพร่ นวัตกรรมคือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารเฉพาะเรื่องไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมสอดคล้อง เป็นการให้ความรู้โดยตรงและถูกต้องช่วยให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง (ปรมะ สตะเวทิน, 2537 : 99)

4. ผู้รับสาร (receiver)

บทบาทขั้นพื้นฐานของผู้รับสาร คือ

- 1) การกำหนดรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารผ่านสื่อมาถึงตน
- 2) การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร

ปัจจัยของผู้รับสารประกอบด้วย

- ก. ทักษะในการสื่อสาร (Communication skill)
- ข. ทักษะคติ (attitude)
- ค. ความรู้ (Knowledge)

ง. ระบบสังคม (Social system)

จ. วัฒนธรรม (culture)

การสื่อสารจะเกิดประสิทธิผลได้ เมื่อผู้รับสารพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนสามารถคิดและรับรู้ความหมายได้ การมีทัศนคติที่ดีต่อผู้สื่อสาร ต่อเรื่องราวที่ทำการสื่อสาร และสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย

ผู้รับสารที่มีลักษณะต่างกันส่งผลให้มีพฤติกรรมในการสื่อสารต่างกันด้วย ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ในการวิจัยเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ของพนักงานในบริษัทเอเซีย ออโตพาร์ท จำกัด เป็นศึกษาความแตกต่างของผู้รับสารด้าน ลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับตำแหน่ง

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Wilo Goldhabors and Yates, 1980 อ้างถึงใน ภาวนา ทองศรี, 2541:28)
2. อายุ หรือวัย เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการสื่อสารต่าง ๆ จากคนที่มีอายุน้อยกว่า และเมื่อคนเรามีอายุมากขึ้น พฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารก็จะเปลี่ยนแปลงไป (Myer Myer, 1982 อ้างถึงใน ภาวนา ทองศรี, 2541:28)
3. ระดับการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป
4. อัตราเงินเดือน บุคคลที่มีอัตราเงินเดือนสูง โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีตำแหน่งภายในองค์กรสูงด้วย จึงมีแนวโน้มที่จะได้รับข่าวสารที่จำเป็นในการปฏิบัติงานได้มากกว่า บุคคลที่มีระดับตำแหน่งภายในองค์กรต่ำกว่า ฉะนั้นบุคคลที่มีระดับตำแหน่งภายในองค์กรต่ำ จึงมักเป็นผู้ที่ขาดข่าวสารอยู่เสมอ (Wafford and others, 1977 อ้างถึงใน สมศรี ศาสติเกษม, 2539:19)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทุกอย่างขององค์การ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมในฐานะที่เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการบริหารงาน ไม่ใช่เพียงเท่านั้นในแง่ของบุคคลกับองค์การการสื่อสารทำให้บุคคลเข้าใจตัวเอง ผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม

การสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของกลุ่มคน องค์การ หรือสังคมใด ๆ การขาดระบบการสื่อสารที่ดีไม่เพียงแต่จะกระทบต่อการประสานงานระหว่างปฏิบัติงานเท่านั้น แต่จะทำให้หน้าที่ต่าง ๆ ในองค์การไม่อาจดำเนินงานต่อไปได้ การสื่อสารจึงเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงานในองค์การและในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการทำงานการสื่อสารจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจบทบาทของแต่ละคนและทำให้กิจกรรมของแต่ละหน่วยงานในองค์การมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน องค์การเป็นระบบสังคมหนึ่ง ซึ่งแต่ละคนทำงานร่วมกัน โดยอาศัยระบบการจัดอำนาจบังคับบัญชา และการแบ่งงานกันทำเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

การสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหาร ที่นำมาใช้ในการตัดสินใจ การติดตามงาน และการแก้ไขงานให้ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์และให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในขณะนั้น ตามปกติโครงสร้างขององค์การย่อมส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในองค์การนั้น และมีผลต่อพฤติกรรมทางการสื่อสารของบุคคลในองค์การนั้นด้วย เช่นการสื่อสารในทางขึ้น และในทางลงระหว่างผู้บังคับบัญชากับ ผู้ใต้บังคับบัญชา ย่อมจะมีผลแตกต่างกันกับการสื่อสารในแนวนอน ระหว่างบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกัน

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ อาจพิจารณาได้ 3 ลักษณะด้วยกันคือ (เสนาะ ดิยาวี, 2538 , หน้า 5)

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย

การที่บุคคลมีความเข้าใจ ความหมายของการสื่อสารก็เพราะคนใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารให้เหมาะสมกับข้อมูลและเหตุการณ์ที่ต้องการ นั่นคือแต่ละคนมีความคิดอยู่ในหัวแล้วว่าจะใช้การสื่อสารอย่างไรจึงจะแสดงความหมายตามที่ต้องการได้

2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้

บุคคลย่อมจะเรียนรู้จากประสบการณ์ว่า รูปแบบการสื่อสารอย่างหนึ่งเกิดจากความคิดอย่างหนึ่ง และหากใช้รูปแบบและวิธีการอีกอย่างหนึ่งซึ่งแตกต่างกัน

3. การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน

มีอยู่ 2 ลักษณะคือ

- 3.1 เป็นรูปแบบของการสื่อสาร รูปแบบของการสื่อสารที่สำคัญมี 2 อย่างคือ การสื่อสารด้วยการใช้คำพูด ได้แก่การพูดหรือเขียน ส่วนอีกแบบหนึ่งก็คือการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด เช่น การแสดงออกทางสีหน้า น้ำเสียงที่พูด กิริยาท่าทาง การแต่งตัว การใช้เครื่องประดับ และการจัดโต๊ะเก้าอี้ในที่ทำงาน เป็นต้น
- 3.2 เป็นสภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กร สภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้นได้แก่
- การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การออกคำสั่งที่กระทำในลักษณะตัวต่อตัว หรือการสัมภาษณ์พนักงานในลักษณะพบหน้ากันระหว่าง คน 2 คน
 - การสื่อสารในกลุ่มย่อย ก็เป็นอีกสภาพหนึ่งของการสื่อสารในองค์กร เช่น การพบปะกันระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการประสานงานกัน การปรึกษาหารือกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน การประชุมเพื่อแก้ปัญหาบางอย่างในการทำงาน ตลอดจนการทำงานเป็นกลุ่มในหน่วยงาน เป็นต้น
 - การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ภายในองค์กรและการสื่อสารของสมาชิกในองค์กรกับบุคคลภายนอกองค์กร เช่น การประชุมคนในฝ่าย หรือองค์กร การติดต่อกับลูกค้า ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ลงทุน เจ้าหน้าที่ของรัฐบาล ตัวแทนจำหน่ายและสมาคมต่าง ๆ ในสังคมที่องค์กรตั้งอยู่ เป็นต้น การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่กระทำในรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกันของการสื่อสาร

การสื่อสารกับกิจกรรมขององค์กร

องค์กรต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นมานั้น ก็เพื่อดำเนินการต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น องค์กรจึงต้องอาศัยเครื่องมือหลายอย่าง จึงจะทำให้งานนั้น ๆ สำเร็จลง ในบรรดาเครื่องมือต่าง ๆ นั้นการสื่อสารเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่จำเป็นสำหรับองค์กร พิจารณากิจกรรมต่าง ๆ ออกเป็น 6 ส่วนด้วยกันคือ

1. การตัดสินใจ ผู้บริหารจะตัดสินใจโดยอาศัยเทคนิคต่าง ๆ จะต้องมีความรู้ในการหาข้อมูลมาเป็นส่วนประกอบความรู้ความชำนาญทางการสื่อสารจะเข้ามามีบทบาทอย่างมาก จะต้องมีความพร้อมเลือกข้อมูลที่ตรงกับเรื่องที่จะตัดสินใจสามารถวิเคราะห์แปลความหมายของข้อมูลและประมวลผลของข้อมูล ได้อย่างถูกต้องตลอดจนการส่งต่อข้อมูลไปยังบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

2. **ความเจริญและพัฒนา** องค์กรที่ต้งขึ้นจะต้องมีความเจริญก้าวหน้าต่อไป การเจริญขององค์กรก็เกิดจากการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ทางด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด การผลิต บุคลากร และวิธีการใหม่ ๆ การที่คนจะพัฒนาได้มากน้อยเพียงใด นอกจากจะขึ้นอยู่กับตัวบุคคล แล้วองค์กรก็มีส่วนสำคัญอย่างมากในการจัดให้มีโครงการอบรม มีการสอนงาน สร้างบรรยากาศในการทำงานและอื่น ๆ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ ในการทำงาน หัวหน้างานหรือผู้บริหารจะต้องมีส่วนสนับสนุนผู้ได้บังคับบัญชาและพนักงานให้มีโอกาสได้ก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง
3. **ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน** องค์กรแต่ละแห่งมักจะได้อาศัยเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านใดด้านหนึ่ง ตามลักษณะของงาน หรือบริการที่องค์กรนั้นจัดขึ้น คุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้ปฏิบัติงานย่อมขึ้นกับความคิด ทักษะคติ ความรู้สึก และความเชื่อมั่นของแต่ละคน นอกจากจะอาศัยการฝึกอบรมแล้ว การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือกันระหว่างกันจะเป็นหนทางหนึ่งที่เสริมสร้างทัศนคติ ระบบการสื่อสารที่ดีจะช่วยให้เกิดบรรยากาศความเข้าใจระหว่างกัน ช่วยจูงใจให้เกิดความรู้สึกทางด้านดี เพราะทุกคนรู้ว่าเขาจะได้รับผลตอบแทนอะไร หากเขาทำดี และจะเกิดผลเสียอะไร หากเขาไม่ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ
4. **เทคโนโลยี** การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้ทางด้านเทคโนโลยี โดยองค์กรจะต้องจัดให้มีคู่มือการแนะแนว และเอกสารหลักฐานต่าง ๆ เพื่อเก็บบันทึกความรู้เหล่านี้ไว้อย่างถูกต้องเหมาะสม จะต้องจัดให้มีโครงการฝึกอบรมสัมมนาให้พนักงานขององค์กรได้รับความรู้เพิ่มเติม
5. **การควบคุมและการประสานงาน** งานหลักของผู้บริหารคือ การควบคุมและชักจูงพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปตามที่ต้องการ
6. **สภาพแวดล้อม** เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า องค์กรเกิดขึ้นและดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมจึงมีอิทธิพลทั้งโดยตรง และโดยทางอ้อมต่อองค์กร สภาพแวดล้อมเหล่านี้ได้แก่ สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และธรรมชาติ การดำเนินงานขององค์กรจะเกิดขึ้นและมีผลอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้

ลักษณะของการสื่อสารในองค์กร

อาจแบ่งโดยถือตามทัศนคติขององค์กรในแง่มุมต่าง ๆ กัน เป็น 3 ประเภท คือ

1. ระบบรวม (Macro Approach) ถือว่าองค์กรเป็นระบบรวม ซึ่งต้องมีการติดต่อกับองค์กรอื่น หรือหน่วยงานภายนอก กิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรกระทำถือว่าเป็นกิจกรรมโดยส่วนรวม หรือเป็นงานที่กระทำโดยคนในองค์กรทั้งหมด แบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ
 - ก. การติดตามรายงานและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดขึ้นภายนอก
 - ข. การพิสูจน์ให้เห็นจริง
 - ค. การติดต่อกับองค์กรอื่น
 - ง. การกำหนดวัตถุประสงค์
2. ระบบย่อย (Micro Approach) จะเน้นความสำคัญของหน่วยงาน หรือส่วนย่อยขององค์กร ภายในองค์กรจะประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ แต่ละหน่วยก็มีการติดต่อสื่อสารกัน การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือที่สร้างประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน การสื่อสารในระดับนี้แบ่งเป็น 6 ลักษณะคือ
 - ก. การเป็นสมาชิกของกลุ่ม
 - ข. การปฐมนิเทศและการฝึกอบรม
 - ค. ความเกี่ยวข้องกันของสมาชิก
 - ง. การสร้างบรรยากาศในการทำงาน
 - จ. การควบคุมและการสั่งงาน
 - ฉ. การสร้างความพอใจ
3. ระบบเฉพาะบุคคล (Individual Approach) พิจารณในแง่ของพฤติกรรมทางการสื่อสารของแต่ละบุคคลในองค์กร งานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับ การสื่อสารของสมาชิกทุกคน รูปลักษณะของการสื่อสารในระบบเฉพาะบุคคลนี้ อาจแบ่งได้เป็น 6 แบบด้วยกันคือ
 - ก. การพูดคุยกันในกลุ่มที่ทำงานด้วยกัน
 - ข. การเข้าร่วมประชุม
 - ค. การเขียนคู่มือ
 - ง. การร่างจดหมาย
 - จ. การทำสัญญาขาย
 - ฉ. การโต้แย้ง

ลักษณะขององค์การ

องค์การต่าง ๆ มีองค์ประกอบที่เหมือนกันอยู่ 5 ประการคือ

1. **โครงสร้าง** องค์การประกอบด้วยคนและงาน การที่จะให้คนทำงานให้ประสบผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้จะต้องกำหนดความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ในองค์การ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างคน อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและงานต่าง ๆ ในองค์การ นั่นคือ องค์การจะต้องมีกฎเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับ มีมาตรฐานซึ่งจะแสดงให้เห็นรูปแบบของความสัมพันธ์ต่าง ๆ ในองค์การ
2. **วัตถุประสงค์** เพื่อให้รู้ว่าบุคคลที่อยู่ในองค์การนั้น จะทำงานอะไร และทำอย่างไรจึงจะได้ผลงานตามที่กำหนด
3. **การแบ่งงานกันทำ** มีความหมาย 2 อย่างคือ การแบ่งงานในแนวตั้งกับการแบ่งงานในแนวนอน
4. **การเปลี่ยนแปลง** เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ทัศนคติ ความเชื่อของคนเปลี่ยนไป จึงมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ รสนิยมในการบริโภคสินค้าก็เปลี่ยนแปลงด้วย มีผลต่อการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในสังคมนั้น
5. **ข้อมูล** ต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อให้รู้งานและกิจกรรมต่าง ๆ

หน้าที่ของการสื่อสารในองค์การ อาจสรุปได้เป็น 3 ประการคือ

1. จัดหาข้อมูลเพื่อสามารถแข่งขันกับองค์การอื่น
2. ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ
3. สร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์การ

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร หรือ สื่อ หรือ Channel หมายความว่า เป็นวิธีการ หรือเครื่องมือที่ (สาร Message) ไหลจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร

อ.เสถียร เขยประทับ ได้กล่าวไว้ในหนังสือ “การสื่อสารและการพัฒนา” ว่า นักวิจัยแบ่งช่องสาร หรือสื่อออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ สองประเภทดังนี้คือ

1. ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน และช่องสารที่เป็นสื่อบุคคล
2. ช่องสารที่มาจากแหล่งภายนอก และช่องสารที่มาจากแหล่งภายในระบบของสังคม

ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน (Mass media) คือ ช่องทางที่ทำการสื่อสารกับมวลชน ซึ่งเป็นผู้รับสารจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน ซึ่งแต่ละคนอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ กัน ในเวลาอันรวดเร็ว ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวกลาง หรือตัวเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มประชากร เป้าหมาย

ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล (Inter personal communication) คือ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัว (person-to person) คือ ทั้งฝ่ายผู้รับสารและฝ่ายผู้ส่งสาร สามารถที่จะแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) เป็น two way communication เกิดขึ้นได้ทั้งในกรณี คน 2 คน และกรณีของคนกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรงได้ด้วย เช่น การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น ช่องทางแบบนี้มีประสิทธิภาพในการจูงใจ โน้มน้าวใจผู้รับสารได้มากกว่า ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน

ลักษณะของความแตกต่างของช่องทางทั้งสองแบบ อาจเปรียบเทียบได้ดังนี้

ช่องทางระหว่างบุคคล	ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน
การไหลของข่าวสารเป็นแบบสื่อสารสองทาง	การไหลของข่าวสารเป็นแบบสื่อสารทางเดียว
ลักษณะการสื่อสารเป็นแบบตัวต่อตัว	ลักษณะการสื่อสารไม่มีลักษณะตัวต่อตัว
ปฏิริยาตอบสนองในขณะที่ทำการสื่อสารกันจะสูง	ปฏิริยาตอบสนองในขณะที่ทำการสื่อสารกันจะต่ำ
ความสามารถในการเลือกรับสารจะสูง	ความสามารถในการเลือกรับสารจะต่ำ
ผลที่อาจเกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	ผลที่อาจเกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงความรู้

ปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อประชาชน ดังนี้

1. ความมีใจโน้มเอียง
2. การเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน
3. อิทธิพลของบุคคล
4. กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม
5. ระบบสื่อมวลชน

ปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ดังนี้

1. สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เพราะผู้ฟังจะหลีกเลี่ยงการสนทนาได้ยาก
2. ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าเนื้อหา นั้นไม่ได้รับความสนใจจากคู่สนทนา

3. มีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง ง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารจะเชื่อถือในผู้ที่เขารู้จัก หรือ นับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน ทำให้เชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็น

นอกจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลแล้ว ยังมีอีกสื่อหนึ่ง คือ “สื่อเฉพาะกิจ” สมควร กวี ยะ กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) คือสื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์กรใดองค์หนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ เช่น นิตยสาร หรือวารสารขององค์กร ภาพยนตร์ หรือวิดีโอเทปที่สร้างเอง ทำเอง เสียงตามสาย ระบบโทรทัศน์วงจรปิด

สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ เพื่อช่วยถ่ายทอดข่าวสารให้พนักงานได้รับทราบในระยะเวลาอันรวดเร็ว

สื่อเฉพาะกิจ ทำหน้าที่ชี้แจงการดำเนินงานบอกข่าวสารความคืบหน้า และรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานได้อีกทางหนึ่ง การใช้สื่อเฉพาะกิจนี้ ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การรับข่าวสารของพนักงานไม่หยุดชะงัก รูปแบบของสื่อที่ใช้ อาจเป็นสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ วัสดุทัศน หรือสื่อผสม

นอกจากนี้การใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารนั้น สื่อมวลชนจะเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าไปเปลี่ยนแปลงความรู้ ในขณะที่สื่อระหว่างบุคคล จะเข้าไปช่วยในด้านการจูงใจ มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ดังนั้น การใช้ช่องทางการสื่อสารขององค์กร จึงควรใช้สื่อระหว่างบุคคล ผสมผสานกับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้ความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ และการดำเนินชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความต้องการข่าวสาร และการเปิดรับข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็น เพราะมนุษย์ต้องการนำข่าวสารนั้นมาเป็นปัจจัย เพื่อพิจารณาประกอบความคิดและการตัดสินใจของตน แต่มนุษย์จะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้าสู่ตนทั้งหมด แต่จะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เอง และจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของข่าวสารที่ตนสนใจ โดยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ของตน โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารเองเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความรู้สึคนึกคิด ตามทัศนคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

การศึกษาการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่างๆ ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน แคลปเปอร์ (Klapper : 1960) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับข่าวสารไว้ดังนี้

- 1.1 การรับ หรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน ซึ่งโดยทั่วไปในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ นอกจากนั้นการเลือกรับข่าวสารยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) รวมทั้งศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมด้วย
- 1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึก จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ อันก่อให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล (Cognitive Dissonance) และสับสนได้
- 1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน เพราะความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ สภาวะอารมณ์ และแรงจูงใจของคนในขณะนั้น
- 1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากทีบุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์

ในขณะที่เดียวกันก็มักจะสืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้น มีปัจจัยหลายอย่างที่น่าสนใจ สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารจากสื่อใด ๆ โดยมิ้นักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องดังนี้

ชาร์ลส์ แอตกิน (Atkin : 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่จะได้รับ สูงกว่าการลงทุน หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์น้อยกว่า บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวนั้น (Information Ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าข่าวสารนั้น จะก่อให้เกิดภาระผูกพันก็จะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) และในบางครั้งก็ต้องยอมรับข่าวสารทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับข่าวสารนั้น ๆ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสรรรับข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟลอร์ (Defleur, M.L. : 1966) ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

2. **เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล** สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่ง การสื่อสารระหว่างบุคคล แบ่งเป็น 2 ประเภท (เสถียร เขย ประทับ, 2536) คือ

- 2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร
- 2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่าง ๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนา ก็คือ การจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับ หรือปฏิเสธข่าวสารได้

เดอเฟลอร์ (Deffleur : 1970) ได้กล่าวถึงทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ว่าประชาชนมีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ เป็นต้น ส่วนในทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) เดอเฟลอร์ แสดงให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยที่ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence) โดยจะมีทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอด (Two-Step Flow of Communication) ที่ความคิดเห็นต่าง ๆ จะไหลผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ก่อน แล้วจึงมีการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้จะก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (Interpersonal network) ซึ่งในการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีหน้าที่คือ

1. เป็นช่องทางการถ่ายทอดข่าวสารเข้าในสังคม
2. เป็นแหล่งของอิทธิพลกลุ่มหรืออิทธิบุคคลที่มีผลต่อความคิดและการกระทำของสมาชิกในสังคม

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของผู้ฟัง

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของประชาชน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อ ซึ่งเมอร์ริลล์ และโรเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971:134-135) ได้สรุปไว้ว่า มี ปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม คนเราจึงมีการรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง คนเราก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คนเราอยากรู้อยากเห็นตั้งแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัว จนกระทั่งสิ่งที่อยู่ไกลตัวออกไปตามลำดับ ทั้งที่เป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ ของผู้อื่น ซึ่งสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในสิ่งเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self – Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านใดไหน ก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward) โดยผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Preconceptions) รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน

4. “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป เนื่องจากสื่อมวลชนแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียด ราคาถูก และสามารถนำติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคมภายนอก ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้แข่งขันและสามารถเอาชนะผู้อื่น (เช่น รายการแข่งขันเกมโชว์ม รายการทายปัญหา) สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good, อ้างใน โสภิตสุตา มงคลเกษม : 2539) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลจะต้องรู้ในเรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆ มาสนับสนุนและให้คำตอบต่อข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2533) กล่าวว่า ความรู้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลจะได้รับผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ที่สอดคล้องกับสภาพจิตใจของแต่ละคน และ **สิ่งที่ผู้รับสารได้รับในเชิงความรู้ทางทฤษฎีการสื่อสาร** อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) ผู้รับสารมักแสวงหาข้อมูลจากสื่อมวลชนเพื่อตอบข้อสงสัยและความสงสัยของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formulation) สื่อมวลชนเสนอข่าวสารความรู้ต่าง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติเพื่อผลในการยอมรับเรื่องนั้น ๆ
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของบุคคลและค่านิยมของสังคม ผู้รับสารก็จะเลือกรับสารนั้น
4. การเพิ่มพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ต่าง ๆ สู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นเรื่อย ๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

การประเมินความรู้ คือ การประเมินความเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาที่เรียนรู้ และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ ซึ่ง บลูม เอส เบนจามิน (Bloom S. Benjamin:1956) กล่าวว่า มี 6 ระดับ คือ ระดับระลึกได้ ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ ระดับการนำไปใช้ ระดับการวิเคราะห์ ระดับการสังเคราะห์ และระดับการประเมินผล ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ระดับระลึกได้ (Recall) เป็นการที่บุคคลเรียนรู้ จดจำเรื่องราว กระบวนการ และแบบแผนได้ สามารถดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้ เช่น เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพจากสื่อมวลชน หรือสื่ออื่น ๆ แล้วบุคคลนั้นสามารถจำเนื้อหาที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับระบบคุณภาพได้
2. ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึงว่า บุคคลสามารถเขียนข้อคิดเห็นจากเนื้อหาได้โดยการใช้ถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นความหมายและเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลได้ ถือเป็นความสามารถของบุคคลในการทำบางสิ่งบางอย่างที่มากกว่าการจำเนื้อหา
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม (abstract) มาปฏิบัติในเชิงรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) คือ การที่บุคคลสามารถใช้ความคิดโดยนำความคิดมาแยกเป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง การนำข้อมูลมาประกอบกับแนวคิดแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creating) สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมินผล (Evaluation) หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (criteria) การรวบรวมผลและวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อดูว่าสิ่งที่นำมาเสนอ มีประสิทธิผลอย่างไร

ระดับความรู้ของพนักงานในเรื่องระบบคุณภาพ อาจยังมีความแตกต่างกันอยู่ค่อนข้างชัดเจน คือ มีทั้งพนักงานที่มีความรู้มาก ความรู้ปานกลาง และน้อยหรือไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้เลย โดยการที่บุคคลใดอาจจะมีระดับความรู้เป็นอย่างไรนั้น ส่วนหนึ่งอาจมาจากการเปิดรับและรับรู้ข่าวสารของบุคคลนั้นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับสาร ถ้าหากบุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ก็มีโอกาที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับระบบคุณภาพได้ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชนเกิดความรู้ เกี่ยวกับเรื่องระบบคุณภาพ ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามแล้ว สิ่งที่จะเกิดตามมาก็คือ ทักษะคิด ความคิดเห็นในลักษณะต่าง ๆ

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Conceptual Attitude)

ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” หรือ Attitude (Webster : 1960) มาจากภาษาละตินว่า “Aptus” ซึ่งแปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสม นำมาใช้ในความหมายของคำว่า ทัศนคติ หมายถึง ท่าที่

ที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพของจิตใจ ได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Gardon W. Allport, 1976)

องค์ประกอบของทัศนคติ โดย ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbeson, 1970) ได้กล่าวถึง **องค์ประกอบของทัศนคติ** ว่ามี 3 ประการ คือ

1. **องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The cognitive Component)** เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. **องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component)** เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล เป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกมาในขณะที่คิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน
 - ความรู้สึกในด้านบวก (Positive Affective Component) ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวก เป็นไปในทางที่ดี
 - ความรู้สึกในด้านลบ (Negative Affective Component) ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบ เป็นไปในทางที่ไม่ดี
3. **องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component)** คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

แหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience)
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with others)
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models)
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors)

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอด ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือ เกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมาก ที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

จุมพล รอดคำดี (พ.ศ.2532) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อสารมวลชน หรือบุคคลอื่น ๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทัศนคติเดิมที่เคยมีอยู่ไม่เป็นที่พอใจ หรือไม่สามารถสนองความต้องการของบุคคลได้ โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ “การสื่อสาร” คือ เครื่องมือจำเป็น สำคัญ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

โดยสรุป “ทัศนคติ” ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สภาพจิตใจของพนักงาน ซึ่งได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังที่ การ์ดอน ดับบลิว (Gardon W.Aallport) กล่าวว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ภาวะทางจิตใจซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ ต่อสภาวะแวดล้อม ที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนอง ต่อสิ่งของ และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

การวัดทัศนคติ

เทอร์สโตน (Thurstone) ได้สรุป คุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการวัดทัศนคติ ไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตามเราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม
2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึกความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่น ๆ ต่อเรื่องนั้น
3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่าการกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้บ่งชี้ถึงทัศนคติ

3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่าการกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้บ่งชี้ถึงทัศนคติ
4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เครื่องบ่งชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่างเครื่องบ่งชี้และความจริงถือว่าเป็น “สากล” (Universal)
5. ทัศนคติของคนคนหนึ่ง ไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนนั้น ได้ถูกต้องเสมอไป
6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ อาจเกิดจาก (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัด จากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง
7. ไม่สามารถใช้คำว่า “มาก” หรือ “น้อย” อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติอย่างไรก็ตามความคิดที่จะวัดทัศนคตินี้ มีความพยายามที่จะวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการยอมรับ

การสื่อสารโดยทั่วไป ทำให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) ของผู้รับสารที่มีต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งทัศนคตินี้เองที่จะก่อให้เกิดการกระทำตามมา
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่แสดงออก (Practice) (หรือการมีส่วนร่วม)

การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารรับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ดังคำนิยามของ เอฟเวอเรทท์ เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers, 1973) ที่กล่าวถึงการสื่อสารว่า คือ กระบวนการที่ความคิด ข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยที่ผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมของผู้รับสาร (Practice) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสื่อสารจะทำให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่ นั้น แต่ในขั้นการยอมรับและนำไปปฏิบัติ บุคคลอาจจะไม่ปฏิบัติตาม

ทัศนคติของตนเองเสมอไปในทุกกรณีก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว มักจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-gap ขึ้นได้ เช่น ผลการศึกษาของ Lapham และ Parker (1971) เกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่การวางแผนครอบครัวในประเทศ ส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวก ต่อวิธีการวางแผนครอบครัว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติกลับเป็นไปในทางตรงข้าม กล่าวคือ มีผู้มีความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวประมาณ ร้อยละ 70-90 แต่มีผู้มาเข้ารับบริการวางแผนครอบครัวเพียงร้อยละ 8 เท่านั้น (quoted in Rogers, 1973)

การสื่อสารเพื่อให้เกิดผลในด้านทำให้ความรู้แก่ผู้รับสารนั้น ส่วนใหญ่แล้วมักจะประสบความสำเร็จ แต่เมื่อถึงขั้นการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ ผลกลับเป็นไปในทางตรงกันข้าม ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ หรือ **KAP gap** กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความรู้และทัศนคติเช่นไร ก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่นั้น คือ

K = Knowledge

A = Attitude

P = Practice

แต่ใช้ว่าความสัมพันธ์สอดคล้องเช่นนี้จะเกิดขึ้นเสมอไป ดังนี้ Rogers (Everett M. Rogers, 1973) ได้เสนอทางแก้ไขเพื่อปิดช่องว่างของ KAP gap นี้ไว้ 4 ทางคือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงวิธีการใช้ หรือการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการให้ความร่วมมือในการนำไปปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

โดยสรุป “ทัศนคติ” หมายถึง ความรู้สึก หรืออารมณ์ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร เรื่องระบบคุณภาพ และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังที่ การ์ดอน ดับบลิว (Gardon W. Allport) กล่าวว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ภาวะทางจิตใจซึ่งทำให้แต่ละบุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนอง ต่อสิ่งของและ

เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารนวัตกรรม

อีเอ็ม โรเจอร์ส และเอฟ เอฟ ชูเมคเกอร์ (E.M. Rogers & F.F. Shoemaker, 1971) มองว่าการที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม จะต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่ต้องผ่านขั้นตอน

ต่าง ๆ ได้แก่

1. **ขั้นการให้ความรู้ (Knowledge Stage)** ในขั้นนี้บุคคลจะทราบว่านวัตกรรมเกิดขึ้น และมีความเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้าง
2. **ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage)** บุคคลจะสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบ
3. **ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage)** บุคคลจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ
4. **ขั้นการยืนยันการตัดสินใจ (Confirmation Stage)** บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำลงไปแล้ว

นอกจากนี้ โรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (E.M. Rogers & F.F. Shoemaker, 1971) ยังได้แบ่งผู้ยอมรับนวัตกรรม ตามเกณฑ์ของการยอมรับได้เป็น 5 ประเภท คือ

- พวกแนะนำนวัตกรรม (Innovators) คือผู้ชอบการเปลี่ยนแปลง เป็นกลุ่มแรกที่ยอมรับนวัตกรรม และมีบทบาทในการแนะนำนวัตกรรมแก่ผู้อื่นด้วย
- พวกยอมรับได้เร็ว (Early Adopters) เป็นผู้มีอิทธิพลในการชักชวนคนอื่นให้คล้อยตาม เป็นกลุ่มที่มีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรมจากบุคคลอื่น
- พวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับได้เร็ว (Early Majority) เป็นกลุ่มคล้อยตามได้เร็ว
- พวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับได้ช้า (Late Majority) เป็นกลุ่มคล้อยตามยอมรับได้ช้า
- พวกล่าช้า (Laggards) เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามได้ช้าที่สุด

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ สรุปถึงการเปรียบเทียบลักษณะของผู้ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมได้ช้ากว่า ไว้ดังนี้คือ

ผู้ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่า

- มีแนวโน้มที่จะมีการศึกษาและมีสถานะทางสังคมสูง
- มีทรัพย์สินมากกว่า
- มีแนวความคิดที่มีเหตุผลมากกว่า

- กล้าเสี่ยงมากกว่า
- มีระดับของแรงกระตุ้นในการใฝ่สัมฤทธิผลสูงกว่า
- เปิดรับสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลมากกว่า
- แสวงหาข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่า

ซึ่งจากผลสรุปการวิจัยเผยแพร่ นวัตกรรมของ อีเอ็ม โรเจอร์ส และเอฟ เอฟ ชูเมกเกอร์ (E.M. Rogers & F.F. Shoemaker, 1971) ก็คือ การที่จะโน้มน้าวใจให้คนยอมรับในนวัตกรรมได้ จะต้องเป็นผู้ที่มีการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนมาก เพราะว่าผู้ที่รับสารจากสื่อมวลชนมากจะสามารถทำการสร้างการยอมรับได้มากกว่าผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนน้อย

ในการสร้างสารเพื่อจูงใจจึงต้องใช้การเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารผ่านทางสื่อมวลชน โดยกลุ่มที่จะโน้มน้าวใจให้ยอมรับนวัตกรรมได้ดี จะเป็นผู้มีการศึกษาสูง มีความคิดเป็นเหตุเป็นผล มีความกล้าเสี่ยงที่จะลองสิ่งแปลกใหม่ รู้จักการแสวงหาข่าวสารข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ

การเลือกที่จะใช้แนวคิดนี้เพื่อใช้ในการสร้างการโน้มน้าวใจให้ยอมรับนวัตกรรมใหม่ จึงทำให้สามารถกำหนดกลุ่มผู้รับข่าวสาร การก่อให้เกิดการเข้าถึงว่าควรจะใช้สื่อใดจึงจะเข้าถึงจิตใจของผู้รับสาร และมีประสิทธิภาพที่สุดต่อการโน้มน้าวใจให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมมาให้ความร่วมมือต่อระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ในบริษัท เพราะถ้าสามารถใช้การสื่อสารเพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมได้ ก็เป็นการสามารถโน้มน้าวใจได้

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการโน้มน้าวใจ

ความหมายของการโน้มน้าวใจ ในหนังสือทฤษฎีการจูงใจของ ออคูลย์ จาคุงคกุล (2526) ได้กล่าวถึงการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจว่า การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นและพบได้บ่อยในชีวิตประจำวัน ซึ่งคำว่า การโน้มน้าวใจ และการจูงใจต่างมีความหมายที่เหมือนกัน คือมนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งในการจูงใจบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสารเพื่อจูงใจ (Persuasive Communication Situation) อันเป็นสถานการณ์ที่บุคคลที่เป็นแหล่งข่าวสาร หวังที่จะให้ผู้รับสารก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อข่าวสาร มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารให้ดำเนินไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

เซอร์เบอร์ต ดับบลิว ซีมอน (Herbert W. Simons :1968) การโน้มน้าวใจ หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ

คิวลิปส์ เอ็ม สก็อต และ แอลเลน เอช เซ็นเตอร์ (Cutlips M. Scott & Allen H. Center :1964) ได้ให้ความหมายของการโน้มน้าวใจไว้ว่า การโน้มน้าวใจทางด้านประชาสัมพันธ์ มี

วัตถุประสงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นสลายไป เพื่อก่อให้เกิดความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเรา หรือหน่วยงานของเรา หรือเพื่อรักษาความคิดเห็นที่ได้อยู่แล้วให้คงอยู่ตลอดไป

กล่าวโดยสรุป การโน้มน้าวใจ มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้ คือ

(อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537)

1. ผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
2. โดยปกติ ผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งเสมอ และผู้โน้มน้าวจะพยายามชักจูงใจให้ผู้ถูกโน้มน้าวให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ
3. สิ่ง que ผู้โน้มน้าวต้องการ คือ การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้าง หรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อปัจจัยอื่น ได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

ซึ่งการจะทำให้เกิดความสำเร็จในการโน้มน้าวใจได้ จะต้องอาศัย องค์ประกอบ ดังนี้ คือ

1. จากมุมมองของผู้รับสาร

- 1.1 ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารแต่ละคนมีปัจจัยต่าง ๆ กัน ซึ่งทำให้มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน อาทิ ความน่าเชื่อถือ อำนาจทางสังคม บทบาทในสังคม สัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากรอื่น ๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ
- 1.2 ความแตกต่างภายในสาร สารแต่ละชิ้นจะมีความน่าโน้มน้าวใจแตกต่างกัน การพูดหรือการเขียนมีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน ความแตกต่างในหัวข้อ หรือเนื้อหาสาระ ลักษณะของการโน้มน้าวที่ใช้ การจัดเรียบเรียงสาร ข้อโต้แย้งที่ใช้ ภาษา ตลอดจนลักษณะของท่วงทำนองลีลา
- 1.3 ความแตกต่างของสื่อ ความน่าโน้มน้าวใจของสารจะแตกต่างกัน เมื่อเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเปรียบเทียบกับ การสื่อสารโดยผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น
- 1.4 ความแตกต่างภายในสถานการณ์ สภาพการณ์ที่มีบุคคลหนึ่งบุคคลใด หรือขาดบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ความคุ้นเคยหรือไม่คุ้นเคยต่อสภาพการณ์

2. ตัวผู้ส่งสาร

- ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษา อาชีพ
- ทรรศนะ และทัศนคติ
- ความรู้ซึ่งผู้รับสารมีความเกี่ยวกับสารนั้น ๆ
- ลักษณะด้านอารมณ์
- ความสำคัญที่ผู้รับสารให้แก่หัวข้อหนึ่ง ๆ

- วิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์หนึ่ง ๆ

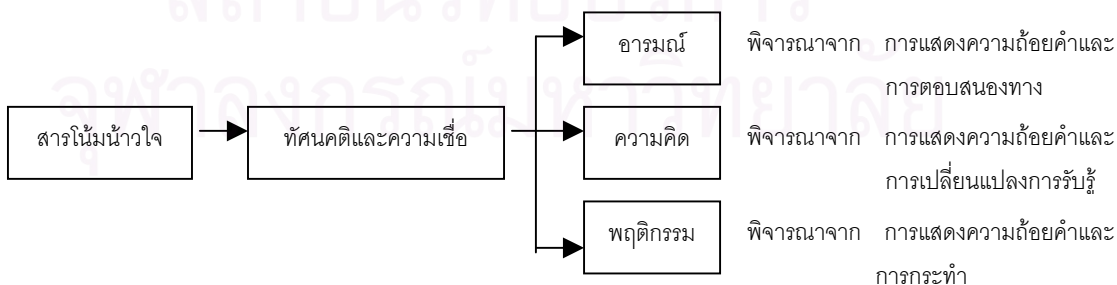
ในการโน้มน้าวใจบุคคลหนึ่งบุคคลใดจะประกอบด้วย ขั้นตอนของกระบวนการโน้มน้าวใจ ดังต่อไปนี้ คือ

วิลเลียม แมคไกว (William Mcguire :1973) ได้เสนอขั้นตอนในการโน้มน้าวใจไว้

6 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นนำเสนอ (Presentation)** การนำเสนอข่าวสารในการโน้มน้าวใจ ผู้โน้มน้าวใจต้องคำนึงถึงวิธีนำเสนอสารให้เหมาะสม โดยเลือกช่องทางในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเนื้อหาข่าวสาร ตลอดจนต้องให้ผู้รับสารอยู่ในสถานที่และเวลาที่เหมาะสมในการรับสารด้วย
2. **ขั้นความสนใจ (Attending)** การโน้มน้าวใจจะต้องก่อให้เกิดความสนใจจากผู้รับสารอีกด้วย
3. **ขั้นความเข้าใจ (Comprehending)** เป็นขั้นที่มีความสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจ และถ้าผู้รับไม่เข้าใจความหมายของสาร การโน้มน้าวจะไม่ประสบความสำเร็จ
4. **ขั้นคล้อยตาม (Yielding)** เมื่อผู้รับสารเกิดความเข้าใจในสารแล้ว ควรให้ผู้รับสารคล้อยตามสารนั้นด้วย เช่น คำนึงถึงผลดีที่จะได้รับ หรือเกิดประทับใจในสาร เป็นต้น
5. **ขั้นการยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่ (Retaining the new position)** เมื่อผู้รับสารเกิดความคล้อยตามแล้ว ขั้นตอนต่อไปนี้ คือ ผู้รับสารเกิดการยึดเหนี่ยวในสิ่งใหม่ เช่น การย้ายสารก่อนที่ผู้รับสารจะลืมสารนั้น เป็นต้น
6. **การกระทำ (Acting)** คือ การนำเอาแนวความคิดใหม่นั้นไปกระทำ อาจจะเป็นการกระทำทันที หรือทิ้งระยะไว้ แล้วจึงค่อยนำไปสู่การกระทำก็ได้

ผลของการโน้มน้าวใจที่มีผลต่อผู้รับสารในการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและทางภายนอก



ในด้านปฏิกริยาสนองตอบ (Feedback and Reaction) ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) (อ้างในมารีสา แสนกุลศักดิ์, 2532)

ปฏิริยาสนองตอบ (Feedback and Reaction) เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบข่าวสารที่ส่งไปนั้นได้ผลตามเป้าหมายหรือไม่ และประเมินความสำเร็จของสารได้ โดยผู้รับสารสามารถแสดงให้ผู้ส่งสารทราบ การสนองตอบจะช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถตรวจสอบองค์ประกอบของการสื่อสารได้ทั้งหมด รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการสื่อสารด้วย ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และการสนองตอบนั้นจะต้องเกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ด้วยความตั้งใจ มิใช่ความบังเอิญ

ประเภทของปฏิริยาสนองตอบ มีทั้งปฏิริยาสนองตอบที่เป็นคำพูด (Verbal feedback) และปฏิริยาสนองตอบที่ไม่ใช่คำพูด (Non-verbal feedback) ปฏิริยาสนองตอบอาจเกิดขึ้นด้วยความตั้งใจของผู้รับสาร (Intentional feedback) หรืออาจเกิดขึ้นอย่างไม่ได้ตั้งใจ (Non-intentional feedback)

นอกจากนี้ผลของปฏิริยาสนองตอบอาจเป็นผลทางบวก (Positive feedback) คือ การยอมรับการสนองตอบตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ หรือเป็นผลในทางลบ (Negative feedback) เช่น การปฏิเสธการแสดงความไม่พึงพอใจ เป็นต้น

การแสดงปฏิริยาสนองตอบแสดงออกโดยตรง (Direct feedback) หรืออาจเป็นการแสดงออกโดยอ้อม (Indirect feedback)

ความฉับไวของการแสดงปฏิริยาสนองตอบอาจแสดงออกได้ในทันที (Immediate feedback) หลังจากที่ได้รับสาร หรืออาจแสดงออกในเวลาต่อมา เป็นปฏิริยาสนองตอบแบบล่าช้า (Delayed feedback)

และในการวาง จุดมุ่งหมายของการโน้มน้าวใจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 อย่าง คือ (นันทา ชุนภักดี, 2529)

1. เพื่อย้าและเสริมสร้างทัศนคติ และความเชื่อที่ผู้รับสารมีอยู่ แต่ยังไม่มั่นใจให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้หนักแน่นขึ้น
2. ให้เกิดการคล้อยตามโดยมีจุดมุ่งหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมให้หันมาเชื่อ หรือมีความเห็นคล้อยตาม
3. ให้เกิดการปฏิบัติตาม เพื่อต้องการให้เกิดการกระทำขึ้นอย่างจริงจัง

ดังนั้นในการโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตาม จึงมีวิธีการกระทำได้ 3 ประการ คือ

1. การโน้มน้าวด้วยหลักฐานและเหตุผล ได้แก่ ข้อเท็จจริงที่ปรากฏ
2. การโน้มน้าวใจด้วยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

3. การโน้มน้าวใจด้วยความต้องการหรือความจำเป็นพื้นฐานทางสังคม ทางร่างกาย และจิตใจ หรือการโน้มน้าวใจจากความปรารถนานั้นเอง เช่น การดำรงชีวิตอยู่ ความเป็นอยู่ของชีวิตที่ดี ความอยากรู้อยากเห็น ความมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ สุขภาพ จิตและสุขภาพกายที่ดี เป็นต้น

การโน้มน้าวใจในการสื่อสาร เป็นสิ่งที่เป็ทั้งศาสตร์และศิลป์ ในการโน้มน้าวใจจึงมี ลักษณะที่ประกอบด้วย

1. ผู้จูงใจ (Persuader) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความต้องการที่จะกระทำการด้วยวิธีหนึ่งวิธีใด เพื่อให้บุคคลอีกฝ่ายเกิดการคล้อยตามในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมตามที่ต้องการ
2. การโน้มน้าวใจเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้วยความสมัครใจ (Desired Change)

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและ/หรือพฤติกรรมของผู้ฟัง ผู้พูดสามารถตั้งความปรารถนา หรือความมุ่งหมายได้หลายลักษณะ ดังนี้คือ (อัญชลี ลีสวรรค์, 2522)

1. ให้ผู้ฟังเชื่อหรือปฏิบัติตาม
2. เปลี่ยนแปลงความเชื่อหรือการกระทำบางอย่าง
3. เสริมสร้างความเชื่อและ/หรือการกระทำบางอย่างที่ดำเนินอยู่ให้มั่นคงแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น
4. ให้ผู้ฟังเลิกเชื่อ หรือเลิกประพฤติในบางสิ่งบางอย่าง

การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนี้ เกิดขึ้นได้ทุกระดับของการสื่อสาร คือ

1. ระดับการสื่อสารเฉพาะบุคคล
2. ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล
3. ระดับการสื่อสารในที่สาธารณะ

ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จากการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ความรู้สึกและพฤติกรรมซึ่งอาจจะไม่เกิดขึ้นทันที แต่ผลอาจจะยังคงอยู่ในระยะยาวกว่าจะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม เพราะสารเพื่อโน้มน้าวใจจะต้องทำปฏิกริยากับทัศนคติและความเชื่อก่อน และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการรับรู้และอารมณ์ความรู้สึกและพฤติกรรม (อรวรรณ ปิณฑน์ โกวาท, 2537)

การศึกษาเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจ จึงเป็นสิ่งที่จะต้องมีการศึกษา ซึ่ง Hovland และ Janis (1960) ได้กล่าวถึงความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจว่า “ความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจนั้นสามารถพิจารณาได้จากผู้รับสาร ถ้าผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitud Change) ซึ่งเป็นตัวที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านความคิด (Opinion Change) การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ (Perception Change) การเปลี่ยนแปลงการกระทำ (Action Change)

ซึ่งแนวคิดนี้สามารถที่จะโยงเข้ามาใช้ในการทำการศึกษในเรื่องการโน้มน้าวใจได้ด้วยการสร้างสารที่จะก่อให้เกิดอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารให้มีการเปลี่ยนความคิด ทัศนคติที่ไม่ลงรอยกันให้เป็นทัศนคติที่ดี นำไปสู่พฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดการกระทำ นั่นคือ ในการวิจัยนี้จะต้องนำเอาทฤษฎีการโน้มน้าวใจมาใช้ในการหาปัจจัยที่จะทำให้คนมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนทัศนคติ และมีพฤติกรรมที่จะมีส่วนร่วม ในระบบคุณภาพ ISO 9001 เมื่อพนักงานตระหนักเห็นความสำคัญ มีทัศนคติที่ดีต่อระบบคุณภาพ และมีการเปลี่ยนพฤติกรรม โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในระบบคุณภาพ ISO 9001 ก็ถือว่าการสื่อสารมีสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจ

ดังนั้น ในการศึกษาในครั้งนี้ จึงมุ่งเป้าหมายที่ การสื่อสารในองค์กรกับการให้ความร่วมมือในระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อันเป็นผลจากการสื่อสารของบริษัททั้งสองสู่กลุ่มพนักงาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรรณเพ็ญ วยเจริญ (2539) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่มีต่ออนุกรมมาตรฐาน มอก. – ISO 9000 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่นำเอามาตรฐานดังกล่าวไปใช้มีทัศนคติที่แตกต่างจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้นำเอามาตรฐานดังกล่าวไปใช้ โดยที่ผู้นำเอาอนุกรมมาตรฐาน มอก.- ISO 9000 ไปใช้ มีทัศนคติที่ดีต่ออนุกรมมาตรฐาน มอก. – ISO 9000 มากกว่าผู้ที่ไม่ได้นำไปใช้

เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์ (2540) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000 ของพนักงานบริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิส จำกัด และบริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาและระดับรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ, การสื่อสารในองค์กร และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS) ของพนักงานโรงงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) ผลการวิจัยพบว่า

- การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกันในเพศที่ต่างกัน สำหรับในอายุที่ต่างกัน
- การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม, ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
- ความรู้เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
- ทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

สุภารักษ์ จุฑระกุล (2536) ศึกษาพฤติกรรม的开รับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภท การเปิดรับ

ข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

ภาวนา ทองศรี (2541) ศึกษาการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ “การบริหารคุณภาพโดยองค์กรร่วม” ของบุคลากรในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ผลการวิจัยมีดังนี้ การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวก กับความรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ความรู้, ทัศนคติ และลักษณะของ TQM มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM เพศและกลุ่มงานต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ต่างกัน แต่อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อัตราเงินเดือน, อายุการทำงาน, และระยะเวลาการปฏิบัติ TQM แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ไม่แตกต่างกัน

ชนินาท เจริญผล (2537) วิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการสื่อสาร การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย พบว่า รูปแบบการสื่อสารเป็นการสื่อสารสองทาง การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร พนักงานส่วนใหญ่รับรู้เรื่องการปฏิบัติงานของผู้บัญชาชั้นต้นมากที่สุด อายุ และระยะเวลาของการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ผู้บริหารมีการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านนโยบาย และการบริหารแตกต่างจากผู้ปฏิบัติการ คือ ผู้บริหารมีมากกว่าผู้ปฏิบัติการ ส่วนการรับรู้ด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

พีระนันท์ บุรณโสภณ (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและในส่วนของทัศนคตินั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สาลซ์ ดี ชุครีย์ และเจย์ แอล โอติส (Saleh D.Shoukry and Jay L. Otis, 1964) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของบุคคลกับความพึงพอใจในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ในลักษณะงานอย่างเดียวกัน บุคคลที่มีอายุมากจะมีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย โดยความพึงพอใจในการทำงานจะสูงขึ้นตามอายุของบุคคลที่เพิ่มขึ้น

เมลทเซอร์ (Meltzer, 1981 อ้างถึงในสานิต ศรีรัตน์, 2535 : 35) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของบุคคลกับความพึงพอใจในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า บุคคลเมื่อมีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจในการทำงานสูงขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเมื่ออายุมากขึ้น ความคาดหวังเรื่องต่าง ๆ จะลดน้อยลง ประกอบกับมีประสบการณ์มากขึ้น ทำให้สามารถปรับตัวต่อสภาพการทำงานได้ดีขึ้น ตรงกันข้ามกับคนอายุน้อย มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจในการทำงานต่ำกว่า ทั้งนี้เนื่องจากยังมีความคาดหวังสูงและการปรับตัวไม่เหมาะสม

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1995) พบว่า รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Face to Face Communication) นั้น มีผลต่อผู้รับสารในการที่จะยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้ทำการศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนนั้น ไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียว ที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกันหรือมีปัจจัยหรืออิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่าและประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ของการสื่อสารด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลสาร ความรู้ ทักษะ ทักษะ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานในบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด” ในครั้งนี้ เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเป็นการวัดเพียงครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study)

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาคือ ได้แก่ พนักงานในบริษัทเอเชียน ออโต้ พาร์ท จำกัด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 4/1 หมู่ 1 ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 มีจำนวนดังนี้

ผู้จัดการแผนก / ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก	จำนวน	10	คน
หัวหน้าแผนก / ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก	จำนวน	11	คน
หัวหน้างาน / ผู้ช่วยหัวหน้างาน	จำนวน	37	คน
Technician	จำนวน	47	คน
พนักงาน	จำนวน	770	คน
รวมทั้งหมด	จำนวน	875	คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (เป็นเกณฑ์) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และเพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ ผู้วิจัย จึงกำหนดขนาดของตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนประชากรที่เป็นพนักงานในโรงงานบริษัท เอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด 875 คน ในตารางสำเร็จรูปของ Yamane นั้น กำหนดจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 286 ในจำนวนประชากร 1,000 คน (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537:29)

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ผู้จัดการแผนก / ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก	จำนวน	2	คน
หัวหน้าแผนก / ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก	จำนวน	5	คน
หัวหน้างาน / ผู้ช่วยหัวหน้างาน	จำนวน	32	คน

Technician	จำนวน	27	คน
พนักงาน	จำนวน	353	คน
รวมทั้งหมด	จำนวน	419	คน

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยแจกแจงตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของพนักงานในโรงงาน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ตัวแปรอิสระ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับความรู้อันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม ความรู้อันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสาร เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับทักษะอันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม ทักษะอันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้อันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับทักษะอันเนื่องมาจากระบบ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรอิสระ ความรู้อันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม ทักษะอันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้อันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรอิสระ ความรู้อันเนื่องมาจากระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 7 ทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรอิสระ ทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 8 การเปิดรับข่าวสารเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000 : 2001 ได้ดีที่สุด

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสาร, ความรู้และทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตัวแปรตาม การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้เพื่อการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจากพนักงานในโรงงานบริษัทเอเชียน ออโต้ พาร์ท จำกัด

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นจากการค้นคว้า และดัดแปลงจากเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา ตลอดจนงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่มีผู้เคยวิจัยมาก่อนหน้านี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นมากที่สุด โดยลักษณะของแบบสอบถามมีทั้งแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) และคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) โดยเนื้อหาของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ ตำแหน่งงาน จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

1.1 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไป จากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ การติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล จำนวน 6 ข้อ

1.2 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไป คิดเป็นระยะเวลาการเปิดรับนานเท่าใด ได้แก่ น้อยกว่า 15 นาที/ไม่เคยเลย, 15 นาที, 30 นาที, 1 ชม., มากกว่า 1 ชม.

1.3 ช่องทางในการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบ ISO 9001 : 2000 จากสื่อต่าง ๆ ภายในบริษัท ได้แก่ การอบรม, ผู้บังคับบัญชา, เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน, บอร์ดข่าวสาร, ประกาศ, Mail network ฯลฯ ให้เลือกจำนวน 11 ข้อ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1.4 สื่อที่ให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบ ISO 9001:2000 มากที่สุด ให้เลือกตอบ 1 ข้อ จาก 17 ข้อ

- ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องระบบ ISO 9001 : 2000 จำนวน 14 ข้อ
 ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อระบบ ISO 9001 : 2000 จำนวน 16 ข้อ
 ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000 จำนวน 13 ข้อ
 (โดยในข้อที่ 13 จะถามถึงระดับการให้ความสำคัญในเรื่องการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ในองค์กรโดยตรง)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

- นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้คณะกรรมการที่ปรึกษาตรวจ พร้อมทั้งขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม
- ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามในตอน 3 และ ตอนที่ 4 ให้ที่ปรึกษาด้านการจัดทำระบบ ISO 9001:2000 ตรวจสอบ และให้คำแนะนำแก้ไขข้อความให้ถูกต้อง
- นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับพนักงานโรงงานอื่น ๆ จำนวน 47 ชุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
 - ตรวจสอบความเข้าใจในแบบสอบถาม และภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม เมื่อผู้ตอบอ่านแล้วมีปัญหาหรือ อุปสรรคในการตอบประการใดบ้าง เพื่อแก้ไขให้ดีขึ้น
 - ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาและวัตถุประสงค์ โดยตรวจสอบคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม ทำให้ผู้ตอบเข้าใจแจ่มแจ้ง ตรงกับเนื้อหาและความหมายที่ผู้วิจัยตั้งไว้หรือไม่
 - ทดสอบความเชื่อถือได้โดย คำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 คำนวณค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้วิธีของ Kuder Richardson's Method สำหรับแบบสอบถามที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 0,1 (วิเชียร เกตุสิงห์ 2537:115)

$$\text{สูตร KR}_{21} \quad r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\bar{X}(K - \bar{X})}{KS^2} \right]$$

เมื่อ	r_{tt}	คือ	ค่าความเชื่อถือได้
	K	คือ	จำนวนข้อ (ในที่นี้เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ จำนวน 14 ข้อ)
	S ²	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ
	X	คือ	คะแนนเฉลี่ยของทั้งฉบับ

ผลจากการคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของความรู้ = 0.7543

3.4 ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ กับการยอมรับระบบคุณภาพ ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อได้ (Reliability) ตามแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) ของครอนแบค (Cronbaach) สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วน โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2537:116)

$$\text{สูตร Alpha Coefficient } \alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าความเชื่อได้
	K	คือ	จำนวนข้อ
	V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลจากการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ในส่วนของทัศนคติ = 0.76

ผลจากการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ในส่วนของการยอมรับระบบคุณภาพ = 0.9125

สำหรับคำถามในส่วนอื่น ๆ เนื่องจากเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ จึงมิได้นำมา

คำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ทั้งคำถามซึ่งมีลักษณะเป็นข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีการประสานงานระหว่างผู้วิจัย กับ General Manager ที่ปรึกษาบริษัทและ เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ ซึ่งได้ทำการชี้แจงอธิบายทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ก่อนออกไปเก็บข้อมูลจริง การเก็บข้อมูลใช้ระยะเวลาประมาณ 3 สัปดาห์

เมื่อผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ แล้วนำมาดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำรายชื่อพนักงานจำนวน 419 คน มาใส่รหัส 001-419
2. ทำหนังสือขอความร่วมมือ ในการให้พนักงานตอบแบบสอบถามจากผู้จัดการ โรงงาน บริษัทเอเซีย ออโตพาร์ท จำกัด และฝ่ายทรัพยากรบุคคล
3. ส่งแบบสอบถามให้กับพนักงานในแต่ละฝ่าย โดยให้พนักงานเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง และ เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพของบริษัท เป็นผู้ นำแบบสอบถามกลับมาเมื่อมีการตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว

การวัดค่าตัวแปรและการแปลความหมาย

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดค่าตัวแปร และการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับ ระบบ ISO 9001 : 2000

2.1 วัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป ที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ได้แก่ โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, เพื่อน บุคคลในครอบครัว โดยให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ทุกสัปดาห์หรือทุกวัน	=	5	คะแนน
3-4 ครั้งต่อเดือน	=	4	คะแนน
1-2 ครั้งต่อเดือน	=	3	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง หรือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก
2. คะแนนระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
3. คะแนนระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
4. คะแนนระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง
5. คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก

2.2 ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร คิดเป็นระยะเวลาการเปิดรับนานเท่าใด โดยให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากกว่า 1 ชม.	=	5	คะแนน
1 ชม.	=	4	คะแนน
30 นาที	=	3	คะแนน
15 นาที	=	2	คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที/ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก
2. คะแนนระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
3. คะแนนระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
4. คะแนนระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง
5. คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก

2.3 ปริมาณในการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จากสื่อต่าง ๆ ภายในบริษัท ได้แก่ การอบรม, ผู้บังคับบัญชา, เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน, เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ, บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป ฯลฯ เป็นคำตอบแบบให้เลือกรายงาน 11 ข้อ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เลือกตอบได้ข้อละ 1 คะแนน ข้อใดมีคะแนนมากที่สุด หมายความว่า เป็นสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องระบบคุณภาพมากที่สุด

2.4 แบบสอบถามสื่อใดที่ให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มากที่สุด เป็นแบบให้เลือกรายงานเพียง 1 ข้อ ข้อใดมีคะแนนมากที่สุด หมายความว่า เป็นสื่อที่ให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบคุณภาพมากที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000

ในการวัดความรู้เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 จำนวน 14 ข้อ ถ้าผู้ตอบถูกต้องจะได้ 1 คะแนน และถ้าผู้ตอบผิด หรือตอบว่าไม่แน่ใจ จะได้ 0 คะแนน

ตอบถูกต้อง = 1 คะแนน

ตอบผิด / ไม่แน่ใจ = 0 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาจัดระดับความรู้ เป็น 3 ระดับ คือ

มีความรู้มาก = คะแนนมากกว่า $\bar{X} + 0.5 SD$

มีความรู้ปานกลาง = คะแนนระหว่าง $\bar{X} \pm 0.5 SD$

มีความรู้น้อย = คะแนนน้อยกว่า $\bar{X} - 0.5 SD$

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อระบบ ISO 9001 : 2000

ทัศนคติต่อระบบคุณภาพจากแบบสอบถาม 16 ข้อ เป็นการวัดโดยมาตรวัดแบบ Likert Scale ทั้งเชิงลบ 6 ข้อ และเชิงบวก 10 ข้อ เพื่อให้สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ข้อความที่เป็นเชิงบวก

เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้ 5 คะแนน

เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

ข้อความที่เป็นเชิงลบ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน

ผลรวมของคะแนนทั้ง 12 ข้อ นำมาหาค่าเฉลี่ย และจัดระดับของค่าเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ

คือ

1. คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบอย่างมาก
2. คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบ
3. คะแนนระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีทัศนคติปานกลาง
4. คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวก
5. คะแนนระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก

ตอนที่ 5 แบบสอบถามการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000

การให้คะแนนการยอมรับระบบคุณภาพ จากแบบสอบถาม 12 ข้อ มีการกำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

ผลรวมของคะแนนทั้ง 12 ข้อ นำมาหาค่าเฉลี่ย และจัดระดับของค่าเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ

คือ

1. คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีการยอมรับน้อยที่สุด
2. คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีการยอมรับน้อย
3. คะแนนระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีการยอมรับปานกลาง

4. คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีการยอมรับมาก
5. คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีการยอมรับมากที่สุด

ส่วนข้อ 13 เป็นคำถามตรงถึงระดับของการให้ความสำคัญในการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000 ในองค์การให้คะแนนดังนี้

ไม่มีความสำคัญ	ให้	1	คะแนน
มีความสำคัญน้อยมาก	ให้	2	คะแนน
มีความสำคัญปานกลาง	ให้	3	คะแนน
มีความสำคัญมาก	ให้	4	คะแนน
มีความสำคัญอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน

ผลรวมของคะแนนนำมาหาค่าเฉลี่ย และจัดระดับของค่าเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ คือ

1. คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีการยอมรับน้อยที่สุด
2. คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีการยอมรับน้อย
3. คะแนนระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีการยอมรับปานกลาง
4. คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีการยอมรับมาก
5. คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีการยอมรับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลลงรหัส และประมวลข้อมูลในคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC เพื่อคำนวณค่าสถิติที่ต้องการ จัดทำตารางวิเคราะห์ข้อมูล แปลความหมายที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเป็น 2 ประเภทคือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method)

อธิบายถึงลักษณะของข้อมูลความแตกต่างกันในลักษณะต่าง ๆ โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลโดยตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนตัวและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics)

ใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test (2 กลุ่ม) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Anova มากกว่า 2 กลุ่ม) เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะประชากรกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานต่าง ๆ

ใช้การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ แบบ stepwise เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	286	68.3
หญิง	133	31.7
รวม	419	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้เป็น ชาย ร้อยละ 68.3 และเป็นหญิง ร้อยละ 31.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	13	3.1
20 – 30 ปี	251	59.9
31 – 40 ปี	124	29.6
41 - 50 ปี	26	6.2
สูงกว่า 50 ปี	5	1.2
ไม่ระบุ	5	1.2
รวม	419	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นพนักงานที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มากที่สุด คือ ร้อยละ 59.9 อันดับรองลงมาคือ 31-40 ปี (ร้อยละ 29.6) อันดับสามคือ 41.50 ปี (ร้อยละ 6.2) และอันดับสุดท้าย คือ ช่วงอายุ สูงกว่า 50 ปี (ร้อยละ 1.2)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา-มัธยมศึกษา	322	76.9
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	41	9.8
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	37	8.8
ปริญญาตรี-สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.1
อื่น ๆ โปรดระบุ...	2	0.5
รวม	419	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ส่วนมากมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา - มัธยมศึกษา (ร้อยละ 76.9) รองลงมาคือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ร้อยละ 9.8) และกลุ่มที่น้อยที่สุด คือ ปริญญาตรี - สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 4.1)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	45	10.7
5,000 – 10,000 บาท	240	57.3
10,001 – 20,000 บาท	123	29.4
20,001 บาท ขึ้นไป	11	2.6
รวม	419	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนมาก คือกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท (ร้อยละ 57.3) รองลงมา คือ ผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ (29.4) และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 2.6)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการแผนก / ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก หรือ หัวหน้าแผนก / ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก	7	1.7
หัวหน้างาน / ผู้ช่วยหัวหน้างาน	32	7.6
Technician	25	6.0
พนักงาน	353	84.2
ไม่ระบุ	2	0.5
รวม	419	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนมาก เป็นผู้มีตำแหน่งระดับพนักงาน (ร้อยละ 84.2) รองลงมาคือ ผู้มีตำแหน่ง หัวหน้างาน / ผู้ช่วยหัวหน้างาน (ร้อยละ 7.6) และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก (ร้อยละ 1.7)

1.2 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

1.2.1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไป

- สื่อมวลชนและสื่อบุคคล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ และสื่อบุคคล

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ (ระดับของการเปิดรับข่าวสาร)	โทร ทัศน์	วิทยุ	หนังสือ พิมพ์	นิตยสาร	สื่อ บุคคล
ทุกสัปดาห์หรือทุกวัน	29 (6.9)	42 (10.0)	78 (18.6)	61 (14.6)	36 (8.6)
3-4 ครั้งต่อเดือน	20 (4.8)	119 (28.4)	52 (12.4)	115 (27.4)	57 (13.6)
1-2 ครั้งต่อเดือน	81 (19.3)	87 (20.8)	73 (17.4)	121 (28.9)	93 (22.2)
นาน ๆ ครั้ง/น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	23 (5.5)	73 (17.4)	111 (26.5)	103 (24.6)	55 (13.1)
ไม่เคยเลย	266 (63.5)	98 (23.4)	105 (25.1)	19 (4.5)	178 (42.5)
รวม	419 (100)	419 (100)	419 (100)	419 (100)	419 (100)
ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	1.86	2.84	2.73	3.23	2.33
แปลความหมาย	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ในระดับปานกลาง ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ และสื่อบุคคลอยู่ในระดับต่ำ สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับบ่อยครั้งที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.23) วิทยุ (ค่าเฉลี่ย = 2.84) และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย = 2.73) สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย = 1.86)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป

ระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที/ไม่เคยเลย	25	6.0
15 นาที	50	11.9
30 นาที	106	25.3
ประมาณ 1 ชม.	104	24.8
มากกว่า 1 ชม.	110	26.3
ไม่ตอบ	24	5.7
รวม	419	100

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มที่ศึกษาในครั้งนี มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารที่พบมากที่สุด 3 อันดับคือ อยู่ในช่วง 30 นาที, ประมาณ 1 ชม., มากกว่า 1 ชม. คิดเป็นร้อยละ 25.3, 24.8, 26.3 ตามลำดับ และมีระยะเวลาการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 15 นาที/ไม่เคยเลย คิดเป็นร้อยละ 6.0

นำผลการวิจัยในส่วนของการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มาจัดแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด เปิดรับข่าวสารน้อย เปิดรับข่าวสารปานกลาง เปิดรับข่าวสารมาก และเปิดรับข่าวสารมากที่สุด ปรากฏดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	47	11.2
น้อย	101	24.1
ปานกลาง	146	34.8
มาก	82	19.6
มากที่สุด	19	4.5
ไม่จำแนกระดับ	24	5.7
รวม	419	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 อยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คือ ร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ น้อย (ร้อยละ 24.1) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คือร้อยละ 4.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก ตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

สื่อประเภทต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
การอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ	183	43.7
ผู้บังคับบัญชา	104	24.8
เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน	23	5.5
เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ (แผนก DO)	27	6.4
เพื่อนร่วมงาน	30	7.2
บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป	65	15.5
ประกาศ	51	12.2
การประชุมฝ่าย / แผนก	32	7.6
Mail network (Mail ภายในบริษัท)	22	5.3
การประชุมนิเทศพนักงานใหม่	120	28.6

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จาก การอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ มากที่สุด (ร้อยละ 43.7) รองลงมาคือ การประชุมนิเทศพนักงานใหม่ (ร้อยละ 28.6) สื่อเจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน และ Mail network น้อยที่สุด (ร้อยละ 5.5, ร้อยละ 5.3)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบ ISO 9001:2000 จากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อประเภทต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	17	4.1
วิทยุ	2	0.5
หนังสือพิมพ์	2	0.5
นิตยสาร	6	1.4
เพื่อน บุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จัก	4	1.0
การอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ	190	45.3
ผู้บังคับบัญชา	58	13.8
การประชุมนิเทศพนักงานใหม่	36	8.6
เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน	6	1.4
เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ	5	1.2
เพื่อนร่วมงาน	9	2.1
บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป	32	7.6
ประกาศ	7	1.7
การประชุมฝ่าย / แผนก	11	2.6
Mail network (Mail ภายในบริษัท)	10	2.4
เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมประจำบริษัท	5	1.2
ไม่ตอบ	19	4.5
รวม	419	100

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากการอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ มากที่สุด (ร้อยละ 45.3) รองลงมาคือ ผู้บังคับบัญชา ซึ่งจัดว่าเป็นสื่อบุคคล และการประชุมนิเทศพนักงานใหม่ ร้อยละ 13.8 และ 8.6 ตามลำดับ และสื่อที่สร้างความรู้ ความเข้าใจน้อยที่สุด คือ วิทยุ และโทรทัศน์ (ร้อยละ 0.5)

1.2 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนที่ตอบถูกและตอบผิด เกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ข้อความ	จำนวนที่ตอบถูก	จำนวนที่ตอบผิด/ไม่ทราบ
1. การจัดทำระบบ ISO 9001:2000 เป็นหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ไม่เกี่ยวข้องกับพนักงานระดับล่าง	348 (83.1)	71 (16.9)
2. เรื่องระบบ ISO 9001:2000 นี้เป็นการดำเนินการด้วยความสมัครใจของแต่ละบริษัท ไม่มีกฎหมายอะไรมาบังคับ	259 (61.8)	160 (38.2)
3. ISO 9001:2000 ทำเพื่อให้บรรลุถึงข้อกำหนดตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า	272 (64.9)	147 (35.1)
4. ข้อกำหนดของ ISO 9001:2000 มี 20 ข้อ (ข้อ 4.1 ถึง 4.20)	86 (20.5)	333 (79.5)
5. มีกฎหมายบังคับให้ทุกบริษัทจะต้องจัดทำระบบ ISO 9001:2000	92 (22.0)	327 (78.0)
6. พนักงานทุกระดับมีความสำคัญในการจัดทำระบบ ISO 9001:2000	365 (87.1)	54 (12.9)
7. ระบบ ISO 9001:2000 เป็นระบบที่เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม	250 (59.7)	169 (40.3)
8. ระบบ ISO 9001:2000 เป็นระบบที่เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการ	343 (81.9)	76 (18.1)
9. ระบบ ISO 9001:2000 เป็นระบบที่เกี่ยวกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	192 (45.8)	227 (54.2)
10. ISO 9001:2000 เน้นในเรื่องลูกค้า, การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง, วัตถุประสงค์และเป้าหมาย	338 (80.7)	81 (19.3)
11. ISO 9001:2000 ช่วยให้ระบบในการทำงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น	364 (86.9)	55 (13.1)
12. ISO 9001 เป็นระบบที่เน้นการทำเอกสารเป็นหลัก	109 (26.0)	310 (74.0)
13. ระบบ ISO 9001 จะเน้นให้มีการปฏิบัติเฉพาะพนักงานระดับล่างเท่านั้น	331 (79.0)	88 (21.0)
14. ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการรับรองระบบ ISO 9001:2000 เป็นที่ต้องการของลูกค้ามากกว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ได้รับการรับรอง	328 (78.3)	91 (21.7)

ค่าความรู้เฉลี่ย $(\bar{X}) = 8.71$

ระดับความรู้ = มาก

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 โดยเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 8.71)

นำผลการวิจัยในส่วนของความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มาจัดแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ มีความรู้มาก มีความรู้ปานกลาง มีความรู้น้อย ลงในตารางที่ 12 ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้มาก	195	46.5
ความรู้ปานกลาง	185	44.2
ความรู้น้อย	39	9.3
รวม	419	100

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ในระดับมาก ร้อยละ 46.5 ความรู้ปานกลาง ร้อยละ 44.2 และมีความรู้ น้อย ร้อยละ 9.3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4 ทิศนคติต่อเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทิศนคติต่อเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การจัดทำระบบคุณภาพ ทำให้เพิ่มขึ้น ตอนที่ยุ่งยากและมีค่าใช้จ่ายสูงโดยไม่จำเป็น	40 (9.5)	202 (48.2)	85 (20.3)	63 (15.0)	29 (6.9)
2. เชื่อว่าระบบคุณภาพ ทำให้ใช้ทรัพยากร และบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	133 (31.7)	237 (56.6)	38 (9.1)	11 (2.6)	0
3. เสียเวลาและกระดาษเป็นจำนวนมากใน การจัดทำแบบฟอร์มและขั้นตอนการปฏิบัติงาน งาน	18 (4.3)	215 (51.3)	79 (18.9)	75 (17.9)	32 (7.6)
4. บริษัทที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ แล้ว จะได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทที่มีคุณ ภาพ	142 (33.9)	226 (53.9)	35 (8.4)	15 (3.6)	1 (0.2)
5. ทำให้สินค้าและบริการได้รับการยอมรับ เชื่อถือทั้งในระดับประเทศและระดับนานา ชาติ	173 (41.3)	208 (49.6)	30 (7.2)	6 (1.4)	2 (0.5)
6. ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้า และบริการมากขึ้น	166 (39.6)	218 (52.0)	31 (7.4)	4 (1.0)	0
7. เกิดความเบื่อก่อนหน้าเมื่อต้องปฏิบัติตามขั้น ตอนที่กำหนดไว้ในการทำงาน	38 (9.1)	231 (55.1)	76 (18.1)	56 (13.4)	18 (4.3)
8. ทำให้ระบบการปฏิบัติมีความยุ่งยากขึ้น	23 (5.5)	223 (53.2)	87 (20.8)	71 (16.9)	15 (3.6)
9. การดำเนินงานมีขั้นตอนการทำงาน มากเกินไปโดยไม่จำเป็น	28 (6.7)	210 (50.1)	97 (23.2)	70 (16.7)	14 (3.3)
10. ISO 9001:2000 ช่วยให้มีระบบการ ทำงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น	177 (42.2)	194 (46.3)	38 (9.1)	7 (1.7)	3 (0.7)
11. ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น	173 (41.3)	192 (45.8)	51 (12.2)	3 (0.7)	0

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
12. การควบคุมการทำงานทำได้ง่ายขึ้น	153 (36.5)	212 (50.6)	46 (11.0)	7 (1.7)	1 (0.2)
13. การจัดเอกสารในการทำงานเป็นระบบ มากขึ้น	158 (37.7)	200 (47.7)	51 (12.2)	8 (1.9)	2 (0.5)
14. มีความรู้สึกมั่นคงและปลอดภัยที่ได้ ทำงานกับบริษัทที่ได้รับการรับรองระบบ บริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2000	174 (41.5)	168 (40.1)	61 (14.6)	16 (3.8)	0
15. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับ คำกล่าวที่ว่า “คุณภาพไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดขึ้น จากความพยายามที่จะปรับปรุงและพัฒนา อย่างต่อเนื่อง”	229 (54.7)	152 (36.3)	31 (7.4)	5 (1.2)	2 (0.5)
16. เป็นข้ออ้างเพื่อจะกีดกันสินค้าและการ แข่งขันเท่านั้น	36 (8.6)	184 (43.9)	109 (26.0)	62 (14.8)	28 (6.7)

ค่าทัศนคติเฉลี่ย (\bar{X}) = 3.928

ระดับทัศนคติ = เชิงบวก

ทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 สามารถนำมาแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มี ทัศนคติในเชิงลบอย่างมาก มีทัศนคติในเชิงลบ มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีทัศนคติในเชิงบวก มีทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก ปรากฏดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติต่อเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ระดับทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
เชิงลบอย่างมาก	0	0
เชิงลบ	0	0
ปานกลาง	100	23.9
เชิงบวก	284	67.8
เชิงบวกอย่างมาก	35	8.4
รวม	419	100

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ในเชิงบวก มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ ผู้ที่มีทัศนคติในระดับปานกลาง มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และมีทัศนคติเชิงบวกอย่างมากจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

1.6 การยอมรับในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านจะปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับ นโยบายคุณภาพ ISO 9001 : 2000	74 (17.7)	290 (69.2)	49 (11.7)	4 (1.0)	2 (0.5)
2. ท่านเข้าร่วมการอบรมที่เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 ทุกครั้ง	46 (11.0)	234 (55.8)	122 (29.1)	16 (3.8)	1 (0.2)
3. ท่านให้ความสนใจเมื่อมีบริษัทมี นโยบายในการจัดทำระบบ ISO 9001 : 2000	82 (19.6)	282 (67.3)	52 (12.4)	3 (0.7)	0
4. ท่านเข้าร่วมการประชุมที่เกี่ยวกับ ระบบ ISO 9001 : 2000 ทุกครั้ง	38 (9.1)	217 (51.8)	136 (32.5)	27 (6.4)	1 (0.2)
5. ท่านเข้าร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับ ระบบ ISO 9001 : 2000 อย่างเต็มที่	58 (13.8)	243 (58.0)	110 (26.3)	7 (1.7)	1 (0.2)
6. ท่านให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เมื่อ หน่วยงานของท่านจะต้องถูกตรวจติดตาม ตามคุณภาพภายใน ของระบบ ISO 9001 : 2000	74 (17.7)	288 (68.7)	51 (12.2)	4 (1.0)	2 (0.5)
7. ท่านมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบ การทำงานอย่างต่อเนื่อง	79 (18.9)	255 (60.9)	81 (19.3)	4 (1.0)	0
8. ท่านพยายามปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดทำ ระบบ ISO 9001 : 2000	97 (23.2)	268 (64.0)	50 (11.9)	4 (1.0)	0

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
9. เมื่อท่านพบว่ามิใช่ไม่ปฏิบัติตามระบบ ISO 9001 : 2000เนื่องจากไม่ทราบวิธี ปฏิบัติ ท่านจะรีบอธิบายให้ผู้นั้นทราบ ทันที	43 (10.3)	255 (60.9)	111 (26.5)	10 (2.4)	0
10. ท่านจะไม่ปฏิบัติตามที่เห็นว่าขัดกับ ระบบ ISO 9001 : 2000	53 (12.6)	251 (59.9)	88 (21.0)	21 (5.0)	6 (1.4)
11. ท่านได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับระบบ คุณภาพแก่เพื่อนร่วมงานเสมอเมื่อมี โอกาส	51 (12.2)	249 (59.4)	107 (25.5)	11 (2.6)	1 (0.2)
12. ท่านได้ปฏิบัติตามขั้นตอนและวิธี การปฏิบัติงานของระบบคุณภาพอย่าง เคร่งครัด	63 (15.0)	254 (60.6)	96 (22.9)	5 (1.2)	1 (0.2)
ค่าการยอมรับเฉลี่ย (\bar{X}) = 3.88		ระดับการยอมรับ = มาก			

การยอมรับในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 สามารถนำมาแบ่งเป็น 5 ระดับคือ มี การยอมรับน้อยที่สุด มีการยอมรับน้อย มีการยอมรับปานกลาง มีการยอมรับมาก และมีการยอมรับ มากที่สุด ตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ระดับการยอมรับ	จำนวน	ร้อยละ
การยอมรับน้อยที่สุด	0	0
การยอมรับน้อย	2	0.5
การยอมรับปานกลาง	75	17.9
การยอมรับมาก	299	71.4
การยอมรับมากที่สุด	43	10.3
รวม	419	100

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ในระดับมาก มีจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ ผู้ที่มีการยอมรับระดับปานกลาง คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และมีการยอมรับระดับมากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้ความสำคัญกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ระดับการยอมรับ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	2	0.5
น้อย	16	3.8
ปานกลาง	79	18.9
มาก	176	42.0
มากที่สุด	100	23.9
ไม่ตอบ	46	11
รวม	419	100

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการยอมรับในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ในระดับมาก มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา คือ ระดับมากที่สุด มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และให้ความสำคัญกับการยอมรับระบบ ฯ น้อยที่สุด ร้อยละ 0.5

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของพนักงานในโรงงาน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

เพศ

การทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อต่าง ๆ ของพนักงานเพศชายกับหญิง ปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

	ชาย		หญิง		t	p
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
การเปิดรับข่าวสาร	2.74	0.97	2.82	1.04	-0.71	0.479
ความรู้	8.62	3.01	9.12	2.79	-1.64	0.103
ทักษะคิด	3.91	0.50	3.96	0.50	-0.91	0.361
การยอมรับระบบฯ	3.91	0.47	3.84	0.47	1.29	0.198

จากตารางที่ 18 พบว่า พนักงานเพศชายและเพศหญิง มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุ

การทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อต่าง ๆ ของพนักงานจำแนกตามอายุ ปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จำแนกตามอายุ

	< 20 ปี		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		F	F prob (sig)
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
การเปิดรับข่าวสาร	2.38	0.75	2.75	0.91	2.88	1.14	2.49	1.03	1.7821	0.1500
ความรู้	7.77	3.70	8.93	2.84	8.71	2.93	8.00	3.22	1.3962	0.2434
ทักษะคิด	3.69	0.54	3.98	0.46	3.89	0.57	3.80	0.50	2.5629	0.0544
การยอมรับระบบฯ	3.79	0.40	3.90	0.44	3.90	0.53	3.73	0.46	1.1621	0.3239

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา

การทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อต่าง ๆ ของพนักงานจำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จำแนกตามระดับการศึกษา

	ประถม-มัธยม		ปวช.		ปวส.		ปริญญาตรีขึ้นไป		F	F prob (sig)
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
การเปิดรับข่าวสาร	2.74	0.97	2.68	1.07	2.90	1.03	3.03	1.07	0.7992	0.4949
ความรู้	8.79	3.00	8.59	2.54	8.35	3.25	9.59	2.03	0.7405	0.5283
ทักษะคิด	3.93	0.51	3.89	0.56	3.93	0.40	3.91	0.47	0.1083	0.9552
การยอมรับระบบฯ	3.87	0.46	3.96	0.53	3.86	0.54	4.04	0.42	1.0990	0.3493

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้

การทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อต่าง ๆ ของพนักงานจำแนกตามรายได้ ปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จำแนกตามรายได้

รายการ	< 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		30,001 ขึ้นไป		F	F prob (sig)
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
การเปิดรับข่าวสาร	2.60	0.94	2.73	0.95	2.88	1.07	3.02	1.19	1.2416	0.2943
ความรู้	8.18	3.01	8.96	2.89	8.58	3.00	9.45	3.39	1.3072	0.2716
ทักษะคิด	3.80	0.48	3.96	0.49	3.92	0.52	3.82	0.67	1.4420	0.2300
การยอมรับ	3.86	0.52	3.92	0.42	3.80	0.53	4.08	0.61	2.4599	0.0623

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตำแหน่งงาน

การทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อต่าง ๆ ของพนักงานจำแนกตามตำแหน่งงาน ปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จำแนกตามตำแหน่งงาน

รายการ	พนักงาน		Technician		หัวหน้างาน		ผู้ช่วยหัวหน้า /ผู้ช่วย		F	F prob (sig)	คู่ที่ แตกต่าง
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.			
การเปิดรับ ข่าวสาร	3.25	1.61	2.72	1.04	2.95	1.18	2.76	0.97	0.6004	0.6151	-
ความรู้	6.57	3.69	8.69	2.63	8.04	3.06	8.89	2.93	2.0145	0.1113	-
ทักษะ	3.40	0.40	3.78	0.60	3.84	0.57	3.96	0.49	4.2107*	0.0060	(4) > (7)
การยอมรับ ระบบฯ	3.87	0.42	3.90	0.55	3.79	0.59	3.89	0.46	0.3552	0.7854	-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีทักษะที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่าตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าแผนกขึ้นไป มีทักษะในเชิงบวกมากกว่าตำแหน่งพนักงาน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับทักษะเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ ทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 7 ทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000

สมมติฐานข้อที่ 2 ถึงสมมติฐานข้อ 7 ปรากฏผลดังตารางที่ 28

ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ตัวแปร	การเปิดรับข่าวสาร	ความรู้	ทักษะคิด	การยอมรับ
การเปิดรับข่าวสาร	-	0.118*	0.075	0.104*
ความรู้	-	-	0.499*	0.359*
ทักษะคิด	-	-	-	0.577*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้และการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อยจะมีความรู้และการยอมรับน้อย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้น ความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สำหรับความรู้เกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 พบว่ามีความสัมพันธ์กับทักษะคิดและการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้มากจะมีทักษะคิดในเชิงบวก และกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้มากจะมีการยอมรับมาก ในทางตรงข้าม กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้น้อยจะมีทักษะคิดในเชิงลบและ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้น้อยจะมีการยอมรับน้อย อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่าทักษะคิดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีทักษะคิดในเชิงบวกจะมีการยอมรับ

มาก ในทางตรงข้ามกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติในเชิงลบจะมีการยอมรับน้อย อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าในระดับปานกลาง ดังนั้นความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงมีเพียงปานกลางเท่านั้น

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6

ทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7

สมมติฐานข้อที่ 8 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด

ตารางที่ 24 สรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ลดอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ การยอมรับ ISO 9001:2000

ตัวแปรตาม (Dev. Var)	ตัวแปรอิสระ (Indep. Var)	R	R ²	R ² ที่เพิ่ม	B	Beta	t	P
การยอมรับ	ทัศนคติ	0.557	0.3102	0.3102	0.527	0.556	13.29	0.00

F = 176.74 (p < 0.05)

จากตารางที่ 24 พบว่า การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 นั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติ ซึ่งทัศนคติเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายหรืออธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตาม คือ การยอมรับได้ร้อยละ 31.02

ดังนั้น ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด คือ ทัศนคติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

- การเปิดรับข่าวสารทั่วไป

พนักงานมีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ทุกสัปดาห์หรือทุกวัน รองลงมาคือ นิตยสารและวิทยุ พนักงานส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ 3-4 ครั้งต่อเดือน และพบว่าพนักงานจะเปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร 1-2 ครั้งต่อเดือน และพบว่าพนักงานส่วนใหญ่จะไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ และสื่อบุคคล

พนักงานส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไป โดยมีระยะเวลามากกว่า 1 ชม.

พนักงานส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด

- การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

พนักงานส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพจากการสื่อสารภายในโรงงานจาก การอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ จากการปฐมนิเทศ พนักงานใหม่, ผู้บังคับบัญชา, บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป ประกาศต่าง ๆ ตามลำดับ

พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จากสื่อเฉพาะกิจ ที่เป็นการอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้บังคับบัญชา การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป ตามลำดับ

1.3 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

โดยภาพรวมพนักงานมีความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 อยู่ในระดับมาก มีจำนวนมากที่สุด

1.4 ทักษะติดต่อเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

โดยภาพรวมพนักงานมีทักษะติดต่อระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ในระดับเชิงบวก มีจำนวนมากที่สุด

1.5 การยอมรับในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

พนักงานส่วนใหญ่มีระดับการยอมรับในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 อยู่ในระดับการยอมรับมาก มีจำนวนมากที่สุด

พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการยอมรับในเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 อยู่ในระดับมาก มีจำนวนมากที่สุด

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของพนักงานในโรงงาน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ

การทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานชายและหญิง มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบความแตกต่างระหว่างตำแหน่งงาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีทัศนคติที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่าตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าแผนกขึ้นไป มีทัศนคติในเชิงบวกมากกว่าตำแหน่งพนักงาน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับความรู้อะไรเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับความรู้อะไรเรื่องระบบคุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อยจะมีความรู้น้อย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้น ความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับความการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อยจะมีการยอมรับระบบคุณภาพน้อย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้อะไรเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้อะไรเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในเรื่องระบบคุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้มาก จะมีทัศนคติในเชิงบวก ในทางตรงข้าม กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้น้อยจะมีทัศนคติในเชิงลบ อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้มาก จะมีการยอมรับมาก ในทางตรงข้าม กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้น้อยจะมีการยอมรับน้อย อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 7 ทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติในเชิงบวก จะมีการยอมรับมาก ในทางตรงข้ามกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติในเชิงลบจะมีการยอมรับน้อย อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าในระดับปานกลาง ดังนั้นความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงมีเพียงปานกลางเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 8 การเปิดรับข่าวสารเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่ได้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่พบว่าทัศนคติเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายหรืออธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ได้ดีที่สุด

อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของพนักงานในโรงงาน มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

1.1 พนักงานที่มีเพศต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

เนื่องมาจากว่าพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งระดับพนักงาน ร้อยละ 84.2 และส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา ร้อยละ 76.9 ดังนั้นเมื่อมีตำแหน่งงานเท่าเทียมกัน ความรู้ที่มีก็ใกล้เคียงกัน และเป็นเพื่อนพนักงานด้วยกัน มีการสนทนากันในเรื่องที่คล้าย ๆ กัน เพราะฉะนั้นจึงมีความใกล้เคียงกันในเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด รวมถึงการยอมรับระบบก็จะอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน และ ระบบคุณภาพนั้นเป็นสิ่งใหม่ หรือ เป็นนวัตกรรมเพราะฉะนั้นไม่ว่าจะเป็นเพศใด จึงได้รับข่าวสาร ข้อมูล ในปริมาณเท่า ๆ กัน

1.2 พนักงานที่มีกลุ่มอายุต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจจะเนื่องมาจาก ช่วงอายุต่าง ๆ จะต้องทำงานอยู่ใน โรงงาน เดียวกัน และพนักงานในโรงงานไม่มีความคิดที่จะเปลี่ยนงาน เพราะสังเกตได้ว่า มีพนักงานลาออก จำนวนน้อยมาก พนักงานต่าง ๆ จะมีอายุงาน 5 ปีขึ้นไป จึงทำให้มีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน ความคิด, ความรู้, ทักษะคิดในเรื่องการทำงานจึงใกล้เคียงกัน ไม่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด และระบบคุณภาพเป็นนวัตกรรม จึงทำให้คนที่มีอายุต่างกัน ได้รับข้อมูลข่าวสาร ในปริมาณเท่า ๆ กัน

1.3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แตกต่างจากผลงานวิจัยของ เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์ (2540) ผลการวิจัยพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ อาจจะเป็นเพราะพนักงานเน้นที่จะทำงานประจำ และทำงานล่วงเวลา เพื่อให้มีรายได้มากที่สุด และระบบคุณภาพเป็นนวัตกรรม ซึ่งไม่ว่าคนจะมีระดับการศึกษาอย่างไร เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารในปริมาณเท่าเทียมกัน จึงไม่มีความแตกต่างกัน

1.4 พนักงานที่มีรายได้ต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แตกต่างไปจากงานวิจัยของ เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์ (2540) ที่ผลการวิจัยพบว่า ระดับรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ อาจ

เนื่องจาก ในทุกกลุ่มรายได้ ยังไม่เห็นความจำเป็นของการรู้เรื่องระบบคุณภาพ หรือจะต้องเกี่ยวข้องกับอะไร ดังนั้นจึงอาจจะคิดว่า การทำงานในปัจจุบันก็สามารถทำให้เขาดำรงชีวิตได้โดยปกติ

1.5 พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีทัศนคติที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่าตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าแผนกขึ้นไป มีทัศนคติในเชิงบวกมากกว่าตำแหน่งพนักงาน อธิบายได้ว่า พนักงานที่ไม่ได้เป็นพนักงานปฏิบัติการ จะมีความเข้าใจในระบบคุณภาพ มากกว่า เพราะพนักงานระดับนี้จะได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัทใกล้เคียง ที่มีการทำระบบคุณภาพ และในปัจจุบัน บริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น โรงงาน หรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็ตาม ก็จะต้องขอการรับรองระบบคุณภาพ เพื่อให้มีการทำธุรกิจได้กว้างขวาง และได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงทำให้มีทัศนคติและการยอมรับในเรื่องนี้ค่อนข้างดี เพราะจะเห็นประโยชน์ของการทำระบบคุณภาพอย่างชัดเจน เช่น ทำให้มีการซื้อขายที่สามารถขยายตลาดการส่งออกได้มากขึ้น และปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่จะตั้งข้อจำกัดในการคิดกันทางการค้า ว่า บริษัทใดที่ไม่ได้การรับรองระบบคุณภาพ ISO 9000 ก็จะไม่พิจารณาที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบคุณภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อยจะมีความรู้ที่น้อย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ ดังนั้น ความสัมพันธ์ที่กล่าวมาจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น อธิบายได้จาก การฝึกอบรมเรื่องระบบคุณภาพ หรือ การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนจะต้องได้รับการฝึกอบรมและการปฐมนิเทศ หรือจะเรียกว่าเป็นการเปิดรับข่าวสารที่บังคับให้พนักงานทุกคนต้องเข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้นจึงทำให้เกิดความรู้เรื่องระบบคุณภาพขึ้น โดยอัตโนมัติ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good, อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม : 2539) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มีมนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลจะต้องรู้ในเรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อ

ประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆ มาสนับสนุนและให้คำตอบต่อข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลจากการวิจัยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนยังไม่สามารถสร้างทัศนคติในเรื่องนี้ได้ดี เนื่องจากเสนอสารน้อยไป ไม่มากเพียงพอที่จะสร้างทัศนคติได้ตามต้องการ สอดคล้องกับแนวความคิดของ ซิมบาโด (Zimbardo) ที่ว่า อิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อย ๆ ครั้งไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับ Familiarity ไว้ว่า การที่สารนั้น ๆ มีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่าง ๆ ซ้ำกันบ่อย ๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสารอันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจและการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอ นั้น ๆ หากเป็นเนื้อหาในทางดีมีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตาม ก็จะมีการปฏิบัติตามคำแนะนำนั้น ๆ ส่วนสื่อบุคคลก็อาจจะเป็นเพราะพนักงานยังไม่สามารถตัดความรู้สึกที่ผูกติดกับตัวบุคคลออกจากเรื่องที่สื่อสารได้ อีกทั้ง การเปิดรับข่าวสารอย่างเดียวไม่เป็นการเพียงพอ ต้องให้เขาเข้ามามีส่วนร่วมในระบบฯ ด้วย จึงจะทำให้เขาได้รับข้อมูลข่าวสาร ที่เราต้องการให้เขาได้รับได้

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับความการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพ จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ทั้งนี้อาจเพราะว่าสื่อมวลชนเหล่านี้เป็นสื่อที่มีรูปหรือลายลักษณ์อักษรที่ถาวรซึ่งพนักงานสามารถดูทบทวนได้ ส่วนสื่อบุคคล ผู้บังคับบัญชา เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจให้พนักงานปฏิบัติในการให้ความร่วมมือ ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า พฤติกรรมคล้อยตามดังกล่าว เป็นพฤติกรรมการคล้อยตามเพื่อหวังผลประโยชน์ (Expedient Conformity) ซึ่งอรวรรณ ปิลันธน์โอวาท กล่าวว่า บุคคลที่ยอมละทิ้งปรารถนาและทัศนคติของตนเอง หรือไม่กล้าสนับสนุนความคิดเห็นของตนเอง และยอมตามปทัสสถาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ๆ ได้ชื่อว่าเป็นผู้ทำตาม ซึ่งมีการคล้อยตามอยู่ 2 แบบคือการคล้อยตามแท้จริง (True Conformity) และการคล้อยตามเพื่อหวังผล (Expedient Conformity) โดยในแบบแรกบุคคลเปลี่ยนทั้งพฤติกรรม และทัศนคติ ตามความกดดันของกลุ่ม หรือคู่สื่อสาร ซึ่ง

ในที่นี้คือ หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ส่วนในแบบสื่อบุคคลยอมทำตาม ปทัสถานด้วยถ้อยคำเท่านั้น แต่ใจจริงแล้วยังคงถือในทัศนคติของตนอยู่

ส่วนในทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) เดอเฟลอร์ อธิบาย ได้ว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนที่เป็นเรื่องระบบคุณภาพ จะมีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจาก ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยที่ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อ มวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ โดย สื่อมวลชนจะยอมรับระบบคุณภาพ เพราะเป็นมาตรฐานสากลที่ต่างประเทศยอมรับ อิทธิพลที่มีผล ต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence) โดยจะมีทฤษฎี การสื่อสารมวลชนสองทอด (Two-Step Flow of Communication) ที่ความคิดเห็นต่าง ๆ จะไหล ผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ก่อน แล้วจึงมีการถ่ายทอดข่าวสารไปยัง กลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้อาจก่อให้เกิด เป็นเครือข่าย (Interpersonal network) ซึ่งมีหน้าที่คือ

1. เป็นช่องทางการถ่ายทอดข่าวสารเข้าในสังคม
2. เป็นแหล่งของอิทธิพลกลุ่มหรืออิทธิพลบุคคลที่มีผลต่อความคิดและการกระทำของ สมาชิกในสังคม

ดังนั้น เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารมาก จะทำให้ได้รับอิทธิพลจากสังคม ที่ยอมรับในเรื่อง ระบบคุณภาพ ที่เป็นมาตรฐานสากล

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เรื่องระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ซึ่งแนวความคิดที่สามารถอธิบายถึงผลการทดสอบสมมติฐานนี้ได้ก็คือแนวความคิดเกี่ยวกับ ทัศนคติของซิมบาโด และ มาร์ลาซ (Zimbardo and Marlach) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของ ทัศนคติมี 3 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component)
2. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Affective Component)
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Component)

โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด นั้นเป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็ มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

นอกจากนี้ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น บุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้ หรือความคิด (Cognitive Component) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความรู้เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สำหรับงานวิจัยที่สามารถนำมาสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานข้อนี้ ได้แก่ งานวิจัยของพีระนันท์ บุรณะโสภณ ที่ศึกษาถึง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อุนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออุนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการ ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออุนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ซึ่งตามทฤษฎีและแนวความคิดเรื่องการสื่อสารนวัตกรม ของโรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้พูดถึงความป้องกันหรือการไปด้วยกันระหว่างความรู้กับพฤติกรรม เน้นสองสิ่งที่แตกต่างกันคือ บุคคลส่วนมากมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมหลาย ๆ อย่างที่เขาไม่เคยยอมรับนำไปใช้เลย เพราะเห็นว่าไม่มีประโยชน์กับตัวเขา ความคิดเรื่องนวัตกรรมก็จะหยุดแค่ความรู้ แต่ถ้าเขาเห็นว่ามีความประโยชน์กับเขาก็จะนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมและนำไปปฏิบัติต่อไป

การสื่อสารเพื่อให้เกิดผลในด้านทำให้ความรู้แก่ผู้รับสารนั้น จะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ หรือเรียกว่า **KAP**

K = Knowlegde

A = Attitude

P = Practice

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers, 1973) ได้เสนอทางแก้เพื่อปิดช่องว่างของ KAP gap นี้ไว้ 4 ทางคือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงวิธีการใช้ หรือการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้

2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการให้ความร่วมมือในการนำไปปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

สมมติฐานข้อที่ 7 ทศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000

ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 สามารถอธิบายตามแนวความคิดของเคท และ สโตแลน (Katz and Stoland) ในเรื่องทศนคติในส่วนที่ 3 ของทศนคติหรือส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ที่มีแนวโน้มไปในทางกระทำ หรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งเกิดขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงมา หรือการยอมรับก็จะเป็นไปในทางที่ดี

สมมติฐานข้อที่ 8 การเปิดรับข่าวสารเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่ได้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ได้ดีที่สุด แต่พบว่าทศนคติเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ได้ดีที่สุด ดังแนวความคิดเรื่องกระบวนการเปลี่ยนแปลงความคิด ของจุมพล รอดคำดี (2532) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทศนคติมีอยู่ 3 ระดับ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อสารมวลชน หรือบุคคลอื่น ๆ พนักงานอาจจะได้รับข้อมูลข่าวสารในเรื่องระบบคุณภาพว่าสามารถทำให้ระบบงานต่าง ๆ ดีขึ้น จึงมีความคิดที่ดีต่อระบบนี้เมื่อจะต้องปฏิบัติงานในองค์กรที่ทำระบบคุณภาพ ISO 9001:2000
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ พนักงานอาจจะได้รับความประทับใจจาก

การที่บริษัทได้จัดงานฉลองการได้รับใบรับรองระบบคุณภาพจาก สถาบันที่ให้การรับรอง โดยมีการจัดงานเลี้ยง แจกของขวัญที่ระลึก พนักงานจึงมีความรู้สึกที่ดีต่อระบบคุณภาพ

3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่ พนักงานอาจจะต้องมีการทำงานที่เปลี่ยนไปจากเดิม เมื่อระบบการปฏิบัติงานจะต้องอยู่ภายใต้ระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 และเมื่อมีการปฏิบัติงาน ไปสักระยะหนึ่ง จะเห็นว่า ระบบงานที่ได้คุณภาพเป็นสิ่งที่ดี

การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทัศนคติเดิมที่เคยมีอยู่ไม่เป็นที่พอใจ หรือไม่สามารถสนองความต้องการของบุคคลได้ โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ “การสื่อสาร” คือเครื่องมือจำเป็น สำคัญ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การ์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ต (Gordon W.Allport) กล่าวว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ภาวะทางจิตใจซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ ต่อสภาวะแวดล้อม ที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนอง ต่อสิ่งของ และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกัน พนักงานอาจจะมีประสบการณ์ว่า เมื่ออยู่ในองค์กรที่มีระบบคุณภาพ การปฏิบัติงานทุกอย่างจะต้องมีแบบแผน เป็นขั้นตอนที่ชัดเจน และเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ข้อกำหนดของระบบคุณภาพจะกำหนดให้มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และคิดวิธีป้องกันปัญหานั้น ๆ ไม่ให้มาเกิดซ้ำขึ้นอีก เพราะฉะนั้นพนักงานจึงมีทัศนคติที่ดีต่อระบบคุณภาพว่าทำให้ระบบการทำงานดี และลดปัญหาที่เคยเกิดขึ้นลงได้ด้วย

จากผลการวิจัยที่ว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรที่อธิบายการยอมรับระบบคุณภาพ ได้ดีที่สุด ถ้าลองมองย้อนกลับไปตั้งแต่สมมติฐานข้อที่ 2 ถึงสมมติฐานข้อที่ 7 จะพบว่า ถ้ามีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องระบบคุณภาพมาก ก็จะส่งผลให้มีความรู้ในเรื่องระบบคุณภาพมากขึ้น และเมื่อมีความรู้ในระบบคุณภาพมากขึ้น ก็จะทำให้มีทัศนคติในเรื่องระบบคุณภาพดีขึ้น เพราะฉะนั้น ถ้าในองค์กรพยายามเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับข่าวสาร สามารถได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ มากขึ้น ความรู้ของผู้รับข่าวสารก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และจะส่งผลถึงทัศนคติที่ดี และก่อให้เกิดการยอมรับระบบคุณภาพ และนำไปปฏิบัติเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดกับองค์กรด้วย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผนงาน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระบบคุณภาพ และเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ผ่านสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด และมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ จากผลการวิจัยก็คือ หนังสือพิมพ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องการจัดการระบบคุณภาพในระดับประเทศ เช่น ศูนย์เพิ่มผลผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม หน่วยงานที่ให้การรับรองระบบคุณภาพต่าง ๆ เป็นต้น จึงควรผลิตข้อความที่มีรูปแบบและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบคุณภาพ เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเผยแพร่เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ไปยังประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้ ความเข้าใจมากขึ้น เป็นต้น ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่มีการเปิดรับข่าวสารระบบคุณภาพมากที่สุด จากการวิจัยคือ บอร์ดข่าวสารทั่วไป และประกาศ ของบริษัท ฉะนั้น ในการณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เรื่องระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จึงควรมีการปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบวิธีการนำเสนอ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่กล่าวมาให้มากขึ้น

2. จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสื่อมวลชน ยังไม่สัมพันธ์กับทัศนคติ ซึ่งอาจเป็นเพราะมีการสื่อสารทางด้านนี้น้อยเกินไป หรือทางผู้รับสารเปิดรับสารนี้น้อยไป จึงเห็นควรให้มีการเสนอสารทางด้านนี้ซ้ำ ๆ ตามทฤษฎีของซิมบาโด (Zimbardo) ที่ว่า การเพิ่มความถี่ในการเสนอประเด็นเกี่ยวกับระบบคุณภาพ อันอาจนำไปสู่การก่อตัวของทัศนคติในทางที่เราต้องการได้ และผู้วิจัยก็เห็นว่า สารถึงแม้จะมีเนื้อหาซ้ำ แต่ก็ควรมีความหลากหลายเพื่อดึงความสนใจ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องระบบคุณภาพ เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายบริหาร ฝ่ายบุคคล ฝ่ายบริหารคุณภาพ หรือฝ่าย ISO ของบริษัทต่าง ๆ ศูนย์เพิ่มผลผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม ควรนำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยของผู้รับสาร และสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ระบบคุณภาพ ไปปรับใช้หรือนำไปวางแผนการปฏิบัติงาน พัฒนาปรับปรุงหน่วยงาน หรือเพื่อใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เรื่องระบบคุณภาพ ของหน่วยงานต่อไป กล่าวคือ นำลักษณะทางประชากร (Demographic characteristic) ทั้งทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และสื่อทั้งทางด้านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ที่จับคู่กันแล้ว มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร เผยแพร่ระบบคุณภาพ ไปใช้ในการวางแผนงานและปฏิบัติงาน เช่น จากผลการวิจัย พนักงานเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะมีความ

รายได้ที่แตกต่างกัน และการเปิดรับส่วนใหญ่จะเป็นการเปิดรับข่าวสารในลักษณะที่เป็นข่าวสาร
 บันเทิงมากกว่าในลักษณะที่เป็นข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ ดังนั้น เราจึงควรวางแผนงานและปฏิบัติ
 งานโดยคำนึงว่า การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ควรให้ในลักษณะไม่เป็นวิชาการจนเกินไป แต่
 ควรเป็นลักษณะบันเทิงที่แฝงไปด้วยความรู้ และไม่ต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านเพศ และรายได้
 ได้เป็นต้น ตลอดจนสามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปปรับปรุงในหน่วยงาน เพื่อให้หน่วยงานมีประสิทธิภาพ
 ภาพในการบริหาร เช่น การใช้ทรัพยากรการบริหาร การบริหารการผลิต ไม่ว่าจะเป็น งบประมาณ
 การเงิน กำลังคน หรือวัสดุอุปกรณ์ให้เกิดผลคุ้มค่า ประหยัด และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทเอเชียน ออโตพาร์ท จำกัด เท่านั้น จึงควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้บริหาร หรือผู้อบรมระบบคุณภาพ ในฐานะผู้ส่งสาร ว่ามีรูปแบบ วิธี ปัญหาและอุปสรรค ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ธรรมชาติให้ ความรู้และเชิญชวนให้มีการปฏิบัติตามระบบคุณภาพอย่างไร
3. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ที่นำเสนอผ่านสื่อว่ามีประเด็นในการประชาสัมพันธ์เพียงใด และมีความน่าโน้มน้าวใจเพียงใด

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง. การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ของพนักงานในโรงงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จาระไน แกลดโกศล. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540.

จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2532.

คาริกา จรุงวัฒนิกิจ. ปัจจัยการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์. การสื่อสารในองค์กรกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ประมะ สตะเวทิน. ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประเภทของการสื่อสาร. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 1-8) นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.

ประมะ สตะเวทิน. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. สื่อสารเพื่อการพัฒนา (หน่วยที่ 1-8) นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.

ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2539.

ภาวนา ทองศรี. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ “การบริหารคุณภาพโดยองค์กรร่วม” ของบุคลากรในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541 หน้า 28.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2537.

สมศรี ศาสติเกษม. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบุคคล ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร และ ความพึงพอใจในการทำงานของอาจารย์แพทย์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

สุภารักษ์ จุตระกูล. ศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

โสภิตสุดา มงคลเกษม. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมกรคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539 หน้า 42.

เสนาะ ดิยาวี. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. การใช้นุกรมมาตรฐานระบบคุณภาพ มอก.-ISO 9000 : 2000. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2544.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

เสถียร เขยประทีป. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2538.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. New Model of Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

Benjamin, Bloom S., et al. Taxonomy of Educational Objective , Handbook1 : Cognitive Domain. New York, 1956 หน้า 82.

De Fleur, Melvin L.. Theories of Mass Communication. New York : David Mckay Company, Inc., 1970.

Dennis Mcquail and Sven Wildahl. Communication Models for the study of Mass Communication . (New York : Longman Publishing, 1930) P.19-20

Klapper, Joseph T.. The Effects of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.

Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations. New York : The Free Press, 1995.

Rogers Everett. M., and F. Floyd Shoemaker. Communication of Innovation. New York : The Free Press, 1971.

Wilbur Schramm. The process and effect of Mass Communication. (Urbana III : University of Illinois Press, 1960) P.9



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 : ด้านการเปิดรับข่าวสาร

2.1 ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลทั่วไป จากสื่อต่าง ๆ บ่อยเพียงใด

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ท่านเลือก

สื่อ	ทุกสัปดาห์ หรือ ทุกวัน (5)	3-4 ครั้ง ต่อเดือน (4)	1-2 ครั้ง ต่อเดือน (3)	นาน ๆ ครั้ง หรือ น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน (2)	ไม่เคยเลย (1)
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือพิมพ์					
4. นิตยสาร					
5. เพื่อน บุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จัก					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

2.2 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไป ระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้ง นานเท่าใด (โดยประมาณ)

น้อยกว่า 15 นาที/ไม่เคยเลย (1)

15 นาที (2)

30 นาที (3)

ประมาณ 1 ชม. (4)

มากกว่า 1 ชม. (5)

2.3 ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ภายในบริษัทของท่านด้วยวิธีการใดบ้าง

(ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ) กรุณาทำเครื่องหมาย X ใน [] (จำนวนครั้งเป็นการประมาณการต่อเดือน)

1. [] การอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 จำนวน.....ครั้ง

2. [] ผู้บังคับบัญชา จำนวน.....ครั้ง

3. [] เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน (Internal Auditor) จำนวน.....ครั้ง

4. [] เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ (แผนก DO) จำนวน.....ครั้ง

5. [] เพื่อนร่วมงาน จำนวน.....ครั้ง

6. [] บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป จำนวน.....ครั้ง

7. [] ประกาศ จำนวน.....ครั้ง

8. [] การประชุมฝ่าย / แผนก จำนวน.....ครั้ง

9. [] Mail Network (Mail ภายในบริษัท) จำนวน.....ครั้ง

10. [] การปฐมนิเทศน์พนักงานใหม่ จำนวน.....ครั้ง

11. [] อื่น ๆ โปรดระบุ

2.3 ท่านคิดว่าท่านได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 จากสื่อใดมากที่สุด

วงกลม เลือกเพียงคำตอบเดียว กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ท่านเลือก

- | | |
|--|---|
| 1. [] โทรทัศน์ | 2. [] วิทยุ |
| 3. [] หนังสือพิมพ์ | 4. [] นิตยสาร |
| 5. [] เพื่อน บุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จัก | 6. [] การอบรมเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 |
| 7. [] ผู้บังคับบัญชา | 8. [] การปฐมนิเทศน์พนักงานใหม่ |
| 9. [] เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน (Internal Auditor) | 10. [] เจ้าหน้าที่บริหารคุณภาพ (แผนก DO) |
| 11. [] เพื่อนร่วมงาน | 12. [] บอร์ดข่าวสารข้อมูลทั่วไป |
| 13. [] ประกาศ | 14. [] การประชุมฝ่าย / แผนก |
| 15. [] Mail Network (Mail ภายในบริษัท) | 16. [] เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมประจำบริษัท |
| 17. [] อื่น ๆ โปรดระบุ | |

ตอนที่ 3 : ความรู้เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ท่านเลือก

หัวข้อ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
1. การจัดทำระบบ ISO 9001:2000 เป็นหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ไม่เกี่ยวข้องกับพนักงานระดับล่าง			
2. เรื่องระบบ ISO 9001:2000 นี้เป็นการดำเนินการด้วยความสมัครใจของแต่ละบริษัท ไม่มีกฎหมายอะไรมาบังคับ			
3. ISO 9001:2000 ทำให้บรรลุถึงข้อกำหนดตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า			
4. ข้อกำหนดของ ISO 9001:2000 มี 20 ข้อ (ข้อ 4.1 ถึง 4.20)			
5. มีกฎหมายบังคับให้ทุกบริษัทจะต้องจัดทำระบบ ISO 9001:2000			
6. พนักงานทุกระดับมีความสำคัญในการจัดทำระบบ ISO 9001:2000			
7. ระบบ ISO 9001:2000 เป็นระบบที่เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม			
8. ระบบ ISO 9001:2000 เป็นระบบที่เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการ			
9. ระบบ ISO 9001:2000 เป็นระบบที่เกี่ยวกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัย			
10. ISO 9001:2000 เน้นในเรื่องลูกค้า, การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง, วัตถุประสงค์และเป้าหมาย			
11. ISO 9001:2000 ช่วยให้มีระบบในการทำงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น			
12. ISO 9001 เป็นระบบที่เน้นการทำเอกสารเป็นหลัก			
13. ระบบ ISO 9001 จะเน้นให้มีการปฏิบัติแต่เฉพาะพนักงานระดับล่างเท่านั้น			
14. ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการรับรองระบบ ISO 9001:2000 เป็นที่ต้องการของลูกค้ามากกว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ได้รับการรับรอง			

ตอนที่ 4 : ทัศนคติเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ท่านเลือก

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความเกี่ยวกับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ต่อไปนี้	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. การจัดทำระบบคุณภาพ ทำให้เพิ่มขึ้นตอนที่ยุ่งยากและมีค่าใช้จ่ายสูงโดยไม่จำเป็น					
2. เชื่อว่าระบบคุณภาพ ทำให้ใช้ทรัพยากรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
3. เสียเวลาและกระดาษเป็นจำนวนมากในการจัดทำแบบฟอร์มและขั้นตอนการปฏิบัติงาน					
4. บริษัทที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพแล้ว จะได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทที่มีคุณภาพ					
5. ทำให้สินค้าและบริการได้รับการยอมรับเชื่อถือทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ					
6. ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการมากขึ้น					
7. เกิดความเบื่อก่อนหน้าเมื่อต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในการปฏิบัติงาน					
8. ทำให้ระบบการปฏิบัติงานมีความยุ่งยากขึ้น					
9. การดำเนินงานมีขั้นตอนการปฏิบัติงานมากเกินไปโดยไม่จำเป็น					
10. ISO 9001:2000 ช่วยให้มีระบบการทำงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น					
11. ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น					
12. การควบคุมการทำงานทำได้ง่ายขึ้น					
13. การจัดเอกสารในการทำงานเป็นระบบมากขึ้น					
14. มีความรู้สึกมั่นคงและปลอดภัยที่ได้ทำงานกับบริษัทที่ได้รับการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2000					
15. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับ คำกล่าวที่ว่า “คุณภาพไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดขึ้นจากความพยายามที่จะปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง”					
16. เป็นข้ออ้างเพื่อจะกีดกันสินค้าและการแข่งขันเท่านั้น					

ตอนที่ 5 : การยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ท่านเลือก

ท่านมีพฤติกรรมอย่างไรกับข้อความเกี่ยวกับ ระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ต่อไปนี้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านจะปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายคุณภาพ ISO 9001 : 2000					
2. ท่านเข้าร่วมการอบรมที่เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 ทุกครั้ง					
3. ท่านให้ความสนใจเมื่อบริษัทมีนโยบายในการจัดทำระบบ ISO 9001 : 2000					
4. ท่านเข้าร่วมการประชุมที่เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 ทุกครั้ง					
5. ท่านเข้าร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับระบบ ISO 9001 : 2000 อย่างเต็มที่					
6. ท่านให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เมื่อหน่วยงานของท่านจะต้อง ถูกตรวจติดตามคุณภาพภายใน ของระบบ ISO 9001 : 2000					
7. ท่านมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานอย่างต่อเนื่อง					
8. ท่านพยายามปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ในการจัดทำระบบ ISO 9001 : 2000					
9. เมื่อท่านพบว่า มีผู้ไม่ปฏิบัติตามระบบ ISO 9001 : 2000 เนื่องจากไม่ ทราบวิธีปฏิบัติ ท่านจะรีบอธิบายให้ผู้นั้นทราบทันที					
10. ท่านจะไม่ปฏิบัติงานที่เห็นว่าขัดกับระบบ ISO 9001 : 2000					
11. ท่านได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับระบบคุณภาพแก่เพื่อนร่วมงาน เสมอเมื่อมีโอกาส					
12. ท่านได้ปฏิบัติตามขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานของระบบ คุณภาพอย่างเคร่งครัด					

13. ท่านให้ความสำคัญ เรื่องการยอมรับระบบ ISO 9001 : 2000 ในองค์กร ระดับใด

- [] ไม่มีความสำคัญ (1)
 [] มีความสำคัญน้อยมาก (2)
 [] มีความสำคัญปานกลาง (3)
 [] มีความสำคัญมาก (4)
 [] มีความสำคัญอย่างยิ่ง (5)

ขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววีระนันท์ นนทะนาคร เกิดเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2516 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร จบปริญญาตรีรัฐศาสตร์บัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ.2538 เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.2544 มีประสบการณ์ ในการทำงานเกี่ยวกับระบบ ISO 9000, ISO 14000 และ OHSAS 18000 ในองค์กรมาโดยตลอด ปัจจุบันปฏิบัติงานอยู่ที่ บริษัท Schenker (Thai) Ltd. ในตำแหน่ง Assistance to Quality Assurance Manager



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย