

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารกิจกรรม 5ส ในกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ สยามนิสสัน นี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 กิจกรรม 5ส
- ตอนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร
- ตอนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้
- ตอนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- ตอนที่ 5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- ตอนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 : กิจกรรม 5ส

ความเป็นมา

การจัดระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงาน ซึ่งชาวญี่ปุ่นได้ปฏิบัติกันเป็นกิจวัตร และถือเป็นเรื่องของสามัญสำนึก (common sense) ไม่ได้มีวิธีการที่เป็นระบบแต่อย่างใด เป็นการมุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างนิสัยในตัวเอง (self discipline) มาเป็นเป็นเวลานาน ในปี 1985 การจัดระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงานแบบญี่ปุ่นได้ถูกจัดระบบเรียกว่า 5S มีการจัดพิมพ์หนังสือ 5S เล่มแรกขึ้นเมื่อต้นปี 1986 และเป็นหนังสือที่ขายดีที่สุดเล่มหนึ่ง และมีการเขียนหนังสือเรื่อง 5S กับการปรับปรุงงาน การยกระดับคุณภาพ ประสิทธิภาพในโรงงานอีกหลายเล่มโดยสำนักพิมพ์ของประเทศทางตะวันตก

สำหรับประเทศไทย กิจกรรม 5ส ได้เข้ามาแพร่หลายประมาณปี 2526 (ปรีทรรศน์ พันธบุรุษรงค์, 2542:2) บริษัทแรกที่ดำเนินกิจกรรม 5S (โดยเริ่มใช้ 3S แรก) คือ บริษัท เอ็น เอช เค สบริง (ประเทศไทย) จำกัด ต่อมาก็เป็นบริษัทญี่ปุ่นหลายบริษัท บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด เป็นบริษัทไทยแห่งแรกที่นำ 5S มาใช้ และได้กำหนดคำภาษาไทยว่า 5ส (สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ และสร้างนิสัย) ซึ่งใช้กันมาจนถึงทุกวันนี้ แต่ก็มีบางบริษัทที่ดำเนินกิจกรรม 5ส แต่ไม่เรียก 5ส เช่น บริษัทบริดจ์สโตน จำกัด เรียก 4ก คือ กำจัด กำหนด เก็บกวาด และ กฎเกณฑ์ เป็นต้น

ปัจจุบัน 5ส กลายเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในเอเชีย ยุโรป และอเมริกา โดยรับเอากิจกรรม 5ส และกิจกรรมปรับปรุงอย่างต่อเนื่องรวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของเทคนิคการบริหารการผลิตและปรับปรุงการเพิ่มผลผลิต ส่วนในประเทศไทย มีหลายหน่วยงานทั้งภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ และราชการประสบความสำเร็จในการนำกิจกรรม 5ส มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพและพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานตลอดจนเพื่อความปลอดภัยในการทำงาน

5ส คืออะไร

กิจกรรม 5ส คือ การจัดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงานอันเป็นปัจจัยพื้นฐาน ในการเพิ่มผลผลิต เพราะในกระบวนการดำเนินกิจกรรมนั้น มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง โดยเชื่อว่ามนุษย์จะพัฒนางานในองค์กรตนเองต่อไป ซึ่งแนวทางนี้เป็นแนวทางการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ซึ่งองค์กรต่าง ๆ พยายามมุ่งเน้นมาโดยตลอด

ความหมาย

กิจกรรม 5ส มีความหมาย ดังต่อไปนี้

- ส 1 สะสาง (SEIRI) : การกำหนดให้ชัดเจนถึงสิ่งของที่จำเป็นและปริมาณที่ต้องมีในสถานที่ และต้องใช้งาน รวมทั้งกำจัดสิ่งของไม่จำเป็นที่อาจก่อให้เกิดปัญหา
- ส 2 สะดวก (SEITON) : การจัดสถานที่และจัดเก็บสิ่งของให้ให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมและถูกต้อง เพื่อสะดวกในการทำงานและหยิบใช้ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย
- ส 3 สะอาด (SEISO) : การดูแลรักษาสถานที่ เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ให้มีความสะอาด และเป็นปกติอยู่ตลอดเวลา
- ส 4 สุขลักษณะ (SEIKETSU) : สุขภาพอนามัยและความปลอดภัย รวมทั้งการรักษามาตรฐานการปฏิบัติ 3ส แรกที่ดีไว้ ป้องกันไม่ให้เกิดความสกปรก รวมทั้งรักษามาตรฐานสุขอนามัยที่ดี
- ส 5 สร้างนิสัย (SHITSUKE) : การปฏิบัติให้เป็นปกติตามระเบียบและมาตรฐานการปฏิบัติที่กำหนดไว้โดยสม่ำเสมออย่างเคร่งครัด

วัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการของกิจกรรม 5ส

- 1) พัฒนาความคิดในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- 2) สร้างทีมงานที่ดี โดยการให้ทุกคนมีส่วนร่วม
- 3) พัฒนาผู้บริหารและหัวหน้างาน โดยการฝึกความสามารถในการเป็นผู้นำ

- 4) เตรียมความพร้อมเพื่อการนำเทคโนโลยีด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องที่ยากกว่าขึ้นมาใช้

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม 5ส

1. ขั้นเตรียมการ (preparation)

- 1.1 สร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้บริหารระดับสูง โดยเชิญผู้รู้จริงจากหน่วยงานภายนอก อาจเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่อง 5ส ผู้บริหารระดับสูง หรือ 5S facilitators (เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกิจกรรม 5ส) ของหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรม 5ส ประสบผลสำเร็จแล้วในระดับหนึ่ง
- 1.2 ผู้บริหารระดับสูง เยี่ยมชมหน่วยงานที่ได้ดำเนินกิจกรรม 5ส อย่างต่อเนื่อง
- 1.3 กำหนดนโยบายการดำเนินกิจกรรม 5ส โดยผู้บริหารสูงสุด และแต่งตั้งคณะกรรมการ หรือ คณะทำงานดำเนินกิจกรรม 5ส
- 1.4 การกำหนดแผนการดำเนินกิจกรรม
- 1.5 ประกาศนโยบายให้ทุกคนทราบอย่างเป็นทางการ
- 1.6 อบรมให้ความรู้แก่พนักงานทุกคน ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงานทุกระดับทั้งหน่วยงาน
- 1.7 อบรมคณะทำงาน หรือ facilitators ที่ได้รับแต่งตั้งเพื่อให้สามารถส่งเสริมสนับสนุน และผลักดันให้กิจกรรม 5ส ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

2. ขั้นเริ่มดำเนินการ (kick off project)

จัดกิจกรรมวันทำความสะอาดใหญ่ (Big Cleaning Day) ถือเป็นวันเริ่มต้นของการดำเนินกิจกรรมบางหน่วยงานถือเป็นวันประกาศนโยบาย ที่สำคัญคือ ผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานต้องมีส่วนร่วมในวันนั้น เพื่อแสดงออกถึงเจตนารมณ์

3. ขั้นดำเนินการ (implementation)

- 3.1 แบ่งพื้นที่ความรับผิดชอบ ซึ่งคณะกรรมการจะเป็นผู้กำหนด ที่สำคัญพื้นที่ที่เป็นส่วนรวม เช่น ทางเดิน บันได สนามหญ้า ห้องน้ำ ต้องมีผู้รับผิดชอบอยู่
- 3.2 ทุกพื้นที่จะต้องกำหนดแผนปฏิบัติการ (action plan) โดยเริ่ม ส ที่ 1 คือ สะสาง ในเขต รับผิดชอบตามด้วย ส สะดวก และ ส สะอาด โดยแผนปฏิบัติการจะต้องสอดคล้องกับแผนหลักของหน่วยงานสำหรับแผนปฏิบัติของกลุ่มพื้นที่เป็นแผนงานที่จัดทำร่วมกันระหว่างหัวหน้ากลุ่มพื้นที่ 5ส กับสมาชิกกลุ่ม

หัวข้อต่าง ๆ ที่ควรมีอยู่ในการดำเนินกิจกรรม 5ส คือ

3.2.1 รายละเอียดกิจกรรม เป็นการกำหนดกิจกรรมในเรื่อง 5ส ของพื้นที่
ว่ามีอะไรบ้างตามขั้นตอน

3.2.2 ระยะเวลาดำเนินการ จะต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าช่วงใดจะทำอะไร
ใช้เวลาเท่าใดในการดำเนินงานและระยะเวลาสิ้นสุดของแผนเมื่อใด เช่น แผน 1 ปี แผน 2 ปี

3.2.3 กำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละหัวข้อ ซึ่งผู้รับผิดชอบอาจเป็นบุคคลหรือ
หน่วยงานก็ได้

3.2.4 งบประมาณ แต่ละขั้นตอนใช้งบประมาณเท่าใด

3.2.5 วันที่จัดทำแผน เพื่อให้ทราบว่าแผนการดำเนินการนั้นทำไว้เมื่อใด

3.3 มีการประชุมของสมาชิกที่อยู่ในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แผนปฏิบัติ
การที่ร่วมกันกำหนดเกิดผลในทางปฏิบัติ

3.4 ทุกคนในพื้นที่ต้องทำ 3ส แรก ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

3.5 ประเมินความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม โดยคณะกรรมการ 5ส
และที่ปรึกษาหรือกำหนดให้มีการตรวจติดตามภายในพื้นที่ การตรวจเป็นการประเมินความคืบ
หน้าของการดำเนินกิจกรรม คณะกรรมการจะต้องได้รับการอบรมเทคนิค วิธีการตรวจพร้อมเกณฑ์
การประเมิน

3.5.1 การประเมิน มี 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 คือ การให้คะแนนระดับผลการดำเนินกิจกรรม เช่น ระดับของความ
สะอาด การสะสม หรือ การจัดสะดวก ความปลอดภัย และ
ความร่วมมือร่วมใจ

ส่วนที่ 2 คือ ข้อเสนอแนะของกรรมการ ซึ่งพื้นที่จะต้องนำไปปรับปรุง หรือข้อ
ดีเด่นที่พบ ซึ่งสามารถนำไปเป็นตัวอย่าง หรือกำหนดเป็นมาตรฐาน
ฐานต่อไป

3.5.2 ควรจัดให้มีการปรับปรุงหรือแจ้งผลการดำเนินกิจกรรมให้ทุกคน
ได้รับทราบ

3.6 สำหรับหน่วยงานใหญ่ อาจจัดทำพื้นที่ตัวอย่าง (model area) เพื่อเป็น
แบบอย่างแก่ฝ่ายหรือแผนกอื่น ๆ โดยพื้นที่ตัวอย่างนี้จะต้องมีการจัดตู้เอกสาร แฟ้ม ลิ้นชัก โต๊ะ
ทำงาน ตามหลักการ 5ส และเครื่องมืออุปกรณ์สะอาด (มีแผนหรือมาตรฐานการทำความสะอาด
ประจำวัน ประจำสัปดาห์ ประจำเดือน เป็นต้น)

3.7 ระหว่างการดำเนินกิจกรรมทั้งในพื้นที่ตัวอย่าง และพื้นที่อื่น ๆ จำเป็นที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกิจกรรม 5ส หรือ 5S facilitator จะต้องช่วยประสานงาน ติดตาม ผลักดัน และช่วยเหลือสมาชิกในพื้นที่ นอกจากนั้น ยังต้องรายงานความคืบหน้า ปัญหาและอุปสรรคให้แก่ผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นหนึ่งในกรรมการของคณะกรรมการ 5ส ของหน่วยงานด้วย

3.8 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

จำเป็นต้องมีการรณรงค์ส่งเสริมเพื่อกระตุ้นให้ทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมให้ เป็นไปด้วยความพร้อมเพียงต่อเนื่อง และพัฒนาระดับความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงาน เพราะกิจกรรม 5ส เป็นกิจกรรมที่ทุกคนต้องทำ ถ้ามีคนใดคนหนึ่งเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามก็จะเกิดความเสียหายทั้งกลุ่ม เครื่องมือที่จะช่วยในการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมเพื่อเป็นการรณรงค์ และกระตุ้นให้ พนักงานมีส่วนร่วมแบ่งเป็น 3 ประเภท

1. เครื่องมือส่งเสริมกิจกรรม 5ส (promotion tools)

- โปสเตอร์ 5ส : อาจให้พนักงานคิดทำกันเอง หรือแข่งขันวาดภาพ
- โปสเตอร์ ภายในหน่วยงาน หรือขอจากหน่วยงานภายนอก
- คำขวัญ 5ส : อาจจัดให้มีการประกวดคำขวัญ และนำคำขวัญที่ชนะเลิศ มาจัดทำเป็นโปสเตอร์
- ข่าว 5ส : เป็นเอกสารเผยแพร่การดำเนินกิจกรรม 5ส ในหน่วยงาน เพื่อให้พนักงานได้รับทราบข่าวความเคลื่อนไหวภายในและภายนอก รวมทั้งมีเนื้อหาทางวิชาการแทรกอยู่ด้วย ซึ่งข่าว 5ส นี้จะเป็นสื่อในการประกาศผล การประเมินความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม 5ส ในแต่ละช่วงที่ตรวจติดตาม 5ส ด้วย
- เหรียญ 5ส : จัดทำเหรียญ 5ส ติดหน้าอกเสื้อ แสดงถือการดำเนินกิจกรรม 5ส หรือ เหรียญแสดงว่าผู้ติดอยู่ในกลุ่มพื้นที่ที่ชนะเลิศการดำเนินกิจกรรม 5ส ประจำเดือน/ประจำโครงการ ของบริษัทก็ได้

2. เครื่องมือในการดำเนินการ (implementing tools)

- การประกวดข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ 5ส กระตุ้นให้พนักงานนำเรื่อง 5ส มาเขียนเป็นข้อเสนอแนะ
- วัน 5ส (เดือนละครั้ง) หรือ กำหนดวันที่แน่นอน
- การดูงานด้าน 5ส นำพนักงานดูงาน 5ส ในหน่วยงาน ที่ดำเนินกิจกรรม 5ส จะทำให้พนักงานเชื่อถือและอยากปฏิบัติ ทั้งยังเปิดโอกาสให้สามารถนำเอาความคิดหรือลอกแบบที่ดีจากหน่วยงานอื่นมา ปรับให้เหมาะกับหน่วยงานต่อไป

- การบันทึกภาพ ควรทำเป็นประจำ อาจจะทำทุก 3 เดือน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างและการเปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าเป็นลำดับ และเพื่อจูงใจให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
3. เครื่องมือประเมินผลกิจกรรม (evaluation tools)
- management by walking around เป็นการตรวจติดตามโดยผู้บริหารสูงสุด นอกจากสร้างความคุ้นเคย ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน แล้วยังเป็นการแสดงออกถึงการเอาใจจริงเอาใจของผู้บริหารอีกด้วย
 - morning check rally เป็นการตรวจสอบโดยผู้บริหารระดับต้น/ระดับกลาง คือผู้จัดการแผนกหรือผู้จัดการส่วน เดินตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงานทุกเช้า ทุกวัน ๆ
 - การตรวจให้คะแนน เป็นสิ่งที่จะกระตุ้นส่งเสริมให้พนักงานร่วมมือร่วมใจกันทำกิจกรรม 5ส ที่ดีวิธีหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต้องมีการอบรม "เทคนิคการตรวจ 5ส" ให้กับกรรมการทุกคนก่อนทำหน้าที่ตรวจ 5สจริง มีตารางแสดงผลการให้คะแนนเพื่อเปรียบเทียบกับครั้งก่อน ๆ เพื่อดูการพัฒนาพื้นที่หรือยกระดับมาตรฐาน 5ส ของพื้นที่นั้น ๆ รวมทั้งข้อแนะนำที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุง และข้อดีเด่นที่ควรยกย่อง
 - ตัว 5ส มีลักษณะคล้ายกับใบแจ้งการดำเนินการแก้ไขและป้องกันของ ISO 9000 (Corrective Action Request) เป็นใบที่ผู้บริหารแจ้งให้พนักงานแก้ไขปรับปรุงในจุดที่ยังบกพร่องอยู่โดยกำหนดระยะเวลาเสร็จ
 - การประกาศเกียรติคุณและการให้รางวัล เช่น รางวัลพื้นที่ชนะเลิศ คะแนนสูงสุดประจำปี ประจำไตรมาส หรือประจำเดือน สำหรับประกาศเกียรติคุณ หรือโล่ที่มอบควรเป็นระบบเวียน ซึ่งวิธีนี้จะเป็นการลดที่เก็บประกาศเกียรติคุณหรือโล่ต่าง ๆ

4. ขั้นปรับปรุงและสร้างมาตรฐาน

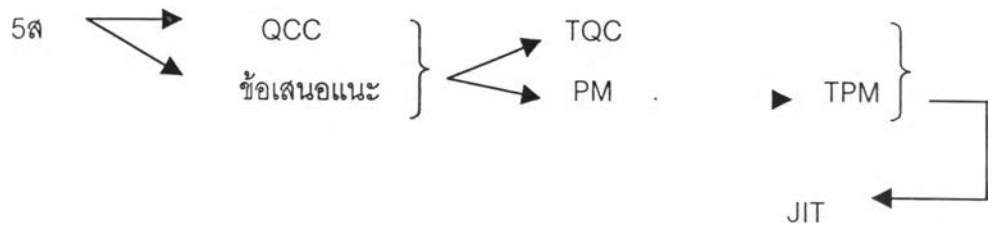
4.1 การนำผลการตรวจติดตามความคืบหน้ามาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นถือว่าเป็นขั้นตอนของการปรับปรุง ซึ่งเป็นไปตามหลักการของ PDCA คือเมื่อได้วางแผนไว้ (plan) แล้วลงมือปฏิบัติ (do) พร้อมทั้งต้องมีการตรวจสอบ (check) เพื่อหาข้อควรปรับปรุงแล้วจึงนำมาดำเนินการ

แก้ไข (act) ซึ่งจะส่งผลให้มีการปรับปรุง 5ส ในแต่ละพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น อันนำมาซึ่งประสิทธิภาพ คุณภาพ และการเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่อง

4.2 ข้อดีที่พบจากการตรวจติดตามการดำเนินกิจกรรม และสิ่งที่ได้แก้ไขปรับปรุง สามารถนำไปกำหนดเป็นมาตรฐานของหน่วยงานต่อไปได้ ดังนั้นการตรวจติดตามจึงมีประโยชน์ ต่อการปรับปรุงและสร้างมาตรฐาน (PDSA : plan do standard act)

5. ขั้นยกระดับ

กิจกรรม 5ส เป็นพื้นฐานของการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิต หากนำไปเชื่อมโยงและ ผสมผสานกับการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมข้อเสนอแนะ กิจกรรมกลุ่มคุณภาพ เทคนิค วิศวกรรมอุตสาหกรรม การบำรุงรักษาเครื่องจักรด้วยตนเอง ก็จะมุ่งสู่เทคนิคขั้นสูงอื่น ๆ เช่น TQM JIT TPM เป็นต้น ซึ่งพนักงานต้องมีพื้นฐานความรู้และทักษะในการดำเนินกิจกรรมแต่ละประเภท ด้วย ความสัมพันธ์ดังกล่าวเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



จะเห็นได้ว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานนั้นเริ่มจากระบบ 5ส แล้วจึงพัฒนาไปสู่ ระบบการควบคุมกลุ่มย่อย (QCC) และระบบข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงก้าวไปสู่ระบบการควบคุม คุณภาพสมบูรณ์แบบ(TQC) ด้านหนึ่ง ส่วนอีกด้านหนึ่งมุ่งไปสู่การการบำรุงรักษาที่วิผล (PM) และ การบำรุงรักษาที่ทุกคนมีส่วนร่วม (TPM) สุดท้ายมุ่งไปสู่ระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (JIT) ซึ่งสามารถจะลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้เป็นอย่างดี จะเห็นว่าแต่ละกิจกรรม ล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเพิ่มผลผลิต ซึ่งมุ่งพัฒนาองค์ประกอบหลักๆ ที่สำคัญดังนี้

P = Productivity	↔	การเพิ่มผลผลิต	➤	คุณภาพชีวิตของการทำงาน
Q = Quality	↔	คุณภาพ	➤	ไม่มีของเสีย
C = Cost	↔	ต้นทุนต่ำ	➤	ไม่เกิดการสูญเปล่า
D = Delivery	↔	การส่งมอบสินค้า	➤	ไม่เกิดการล่าช้า ตรงตามกำหนดเวลา
S = Safety	↔	ความปลอดภัย	➤	ไม่เกิดอุบัติเหตุ
M = Morale	↔	ขวัญกำลังใจ	➤	พนักงานมีขวัญและกำลังใจ ทำงานเป็นทีมที่ดี

ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรม 5ส

1. พนักงาน

- 1.1 พนักงานจะทำงานได้รวดเร็วขึ้น มีความปลอดภัยในการทำงานมากขึ้น รวมทั้งบรรยากาศและสภาพแวดล้อมดีขึ้น
- 1.2 ความร่วมมือร่วมใจ จะถูกสร้างให้เกิดขึ้น พนักงานจะรักหน่วยงานมากขึ้น
- 1.3 พนักงานจะมีระเบียบวินัยมากขึ้น ตระหนักถึงผลเสียของความไม่มีระเบียบในสถานที่ทำงาน ต่อการเพิ่มผลผลิตและถูกกระตุ้นให้ปรับปรุงระดับความสะอาดของสถานที่ทำงานให้ดีขึ้น
- 1.4 พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบ คู่มือความปลอดภัย และคู่มือปฏิบัติงาน ทำให้อุบัติเหตุและความเสี่ยงต่าง ๆ ลดลง
- 1.5 พนักงานจะมีจิตสำนึกของการปรับปรุงซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

2. เครื่องจักร เครื่องมือ

- 2.1 ปัญหาเครื่องจักรต่าง ๆ สามารถป้องกันได้ตั้งแต่เริ่มแรก ป้องกันการหยุดชะงักของเครื่องจักรเมื่อพนักงานที่ใช้เครื่องจักรนั้นหมั่นดูแลทำความสะอาดเครื่องจักรของตนเป็นประจำ
- 2.2 อุปกรณ์เครื่องมือวัดต่าง ๆ จะมีความเที่ยงตรง แม่นยำ เมื่อทำความสะอาดเป็นประจำ
- 2.3 เป็นการยืดอายุของเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ เมื่อใช้อย่างระมัดระวังมีการดูแลรักษาที่ดีและจัดเก็บอย่างถูกวิธีในที่ที่เหมาะสม

3. วัสดุและงานระหว่างกระบวนการผลิต (Work in process)

- 3.1 การไหลเวียนของวัสดุ และงานระหว่างกระบวนการผลิตจะราบรื่น
- 3.2 พื้นที่ในโรงงานมีระเบียบ โล่ง มีที่ว่าง สะอาด สามารถสังเกตสิ่งผิดปกติต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย เช่น น้ำมันรั่วเห็นได้ชัดเจน
- 3.3 การเก็บวัสดุคงคลัง เป็นระเบียบ หยิบใช้ง่าย ตรวจสอบเช็คสต็อกง่าย
- 3.4 การใช้วัสดุคุ้มค่าขึ้น ต้นทุนจะลดต่ำลง
- 3.5 ลดเวลาการเคลื่อนย้ายวัสดุ

4. สินค้าและลูกค้า

- 4.1 สถานที่ทำงานสะอาดเป็นหลักประกันว่าสินค้าที่ผลิตจะมีคุณภาพดี ปราศจากสิ่งสกปรก ฝุ่น
- 4.2 สถานที่ทำงานสะอาด ช่วยให้อัตราของเสียลดลง และเห็นปัญหาเรื่องคุณภาพชัดเจน
- 4.3 พนักงานขายมั่นใจที่จะนำลูกค้าชมโรงงาน และถือเอาเป็นจุดขาย เป็นเครื่องมือทางการตลาดได้ด้วย ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า และเชื่อถือบริษัท

ประโยชน์จากการทำกิจกรรมเพิ่มผลผลิต

1. พนักงาน

- 1.1 การแบ่งปันผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ
- 1.2 สภาพการทำงานดีขึ้น
- 1.3 ความมั่นคงในการทำงาน
- 1.4 การพัฒนาทักษะความสามารถ
- 1.5 คุณภาพชีวิตสูงขึ้น

2. ผู้บริโภค

- 2.1 สินค้า / บริการ ราคาถูก
- 2.2 สินค้า / บริการ คุณภาพสูงขึ้น

3. ผู้ผลิต

- 3.1 ต้นทุนต่ำ
- 3.2 ขยายรูปแบบการลงทุน
- 3.3 สร้างโอกาสในการทำงาน
- 3.4 ยกกระดับความสามารถทางเทคโนโลยี
- 3.5 ปรับปรุงสภาพการแข่งขัน

4. รัฐบาล

- 4.1 จัดการบริการสังคมให้มากขึ้น / ดีขึ้น
- 4.2 ดำเนินการโครงการพัฒนาต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ระดับชาติ

- 5.1 ลดผลกระทบของภาวะเงินเฟ้อ
- 5.2 มาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น
- 5.3 การจ้างงานสูงขึ้น / อำนาจในการซื้อสูงขึ้น

แม้ว่ากิจกรรม 5ส จะไม่ใช่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องการกับผลิตโดยตรง แต่ในหลายๆกรณี กิจกรรมนี้จะทำให้เราลดเวลาไร้ประสิทธิภาพและเวลาส่วนเกินในกระบวนการผลิตได้ เช่น ไม่ต้องเสียเวลารอค้นเครื่องมือ ไม่ต้องเสียเวลาเนื่องจากเครื่องจักรชำรุด ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการขาดการดูแลด้านความสะอาดและแก้ไขข้อบกพร่องได้ไม่ทัน กิจกรรม 5ส จึงเป็นกิจกรรมที่เพิ่มผลผลิตได้โดยปริยาย และการนำกิจกรรม 5ส มาใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ก็เป็นการสนับสนุนให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน และส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของชาติต่อไป

ตอนที่ 2 : แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร

ความหมาย ความสำคัญ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (2530:842) ได้ให้ความหมายว่า "สื่อสาร" หมายถึง "นำหนังสือ หรือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง"

โรเจอร์ส (Rogers, 1973:43) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารในเชิงปฏิบัติว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสาร ไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร"

ปรมะ สตะเวทิน (2538:30) กล่าวว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)"

เกศินี จุฑาวิจิตร (2542:4) กล่าวว่า "การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่อง ในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน"

กิติมา สุรสนธิ (2542:1) กล่าวว่า "การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่อง ในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน"

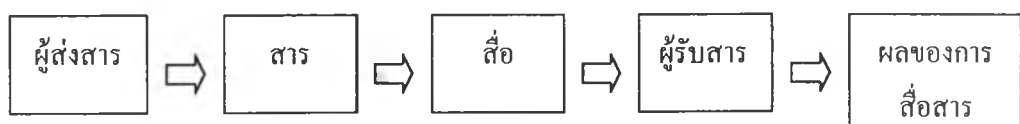
จากคำนิยามจากนักวิชาการแต่ละท่านข้างต้น ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหว (dynamic) ตลอดเวลาและมักมีผลกระทบต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร จึงมีความต่อเนื่อง (continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (changing) และปรับตัว (adaptive) ตลอดเวลา

องค์ประกอบสื่อสาร

การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (source) หมายถึง ผู้ผลิตหรือจัดรวบรวมข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ แล้วส่งออกไปยังผู้รับ ผู้ส่งสารอาจเป็นเพียงบุคคลหรือกลุ่มคนก็ได้
2. ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง ผู้ที่รับเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ จากผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคล กลุ่ม หรือมวลชนก็ได้
3. สาร (message) หมายถึง ข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับ อาจจะมีหลายรูปแบบ เป็นตัวหนังสือ รูปภาพหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ
4. ช่องทางการสื่อสารหรือวิธีการส่งข่าวสาร (channel) หรือสื่อ (media) เป็นรูปแบบของสื่อกลางหรือวิธีการที่ผู้ส่งสารจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งอาจจะส่งโดยการสื่อสารตัวต่อตัว ส่งในลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ ในลักษณะของรูปภาพ ส่งทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรเลข โทรศัพท์ หรือสื่ออื่นๆ ในกระบวนการของการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจะส่งข่าวสารโดยอาศัยวิธีการหรือสื่อประเภทต่างๆ เป็นตัวกลางส่งไปยังผู้รับ
5. การย้อนกลับ (feedback) หมายถึง การสนองตอบของผู้รับสารต่อผู้ส่งสารหรือสาร ซึ่งผลการสนองนี้มีทั้งพฤติกรรมที่เปิดเผยสังเกตเห็นได้ชัดจากคำพูด สีหน้า อากัปกริยา ฯลฯ และลักษณะพฤติกรรมปกปิดซ่อนเร้นภายในจิตใจ ซึ่งไม่สามารถสังเกตเห็นได้ชัดจากภายนอก แต่อาศัยการคาดคะเนโดยการอ่านใจและเดาใจซึ่งกันและกัน ดังนั้นผู้กระทำการสื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายต่างจำเป็นต้องพิจารณาการย้อนกลับของกันและกันด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อประโยชน์สำหรับการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลง เนื้อหาสาระของสารหรือรหัสที่ใช้ในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนให้เหมาะสม และสอดคล้องกับบุคลิกลักษณะ และสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ร่วมกระทำการสื่อสารอันจะนำมาซึ่งผลดีอย่างยิ่งต่อประสิทธิผล และประสิทธิภาพของการสื่อสาร

องค์ประกอบข้างต้นตรงกับความเห็นของ แฮโรลด์ ลาสเวลล์ ที่ว่าในการวิเคราะห์กระบวนการการสื่อสารนั้น วิธีที่ง่ายที่สุด คือการตอบคำถามที่ว่า ใคร (who) พูดอะไร (says what) ผ่านสื่อใด (in which channel) กับใคร (to whom) เกิดผลอย่างไร (with what effect?) แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Lasswell,1948:37) ซึ่งหากนำเอาความคิดของลาสเวลล์มาเขียนเป็นแบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร จะได้แบบจำลองในลักษณะดังนี้



วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ ประกอบไปด้วยฝ่ายผู้ส่งสาร กับ ฝ่ายผู้รับสาร ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงต้องมอง 2 แง่มุม คือ ในแง่มุมมองของฝ่ายผู้ส่งสาร (source) กับแง่มุมมองของฝ่ายผู้รับสาร (receiver)

ซึ่งโดยทั่วไป เราสรุปกันถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของทั้งสองฝ่ายได้ ดังนี้ คือ

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform)	1. เพื่อทราบ (inform)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach)	2. เพื่อศึกษา (learn)
3. เพื่อความบันเทิง (entertain)	3. เพื่อความพอใจ (enjoy)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (propose or persuade)	1. เพื่ยกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide)

ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

องค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วมีความสัมพันธ์และผลกระทบซึ่งกันและกัน หากผู้ส่งสารเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสภาพของผู้รับสาร ประสิทธิภาพในการส่งข่าวสารและการรับสารจะเกิดขึ้นเป็นผลสำเร็จของกระบวนการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสารจึงต้องมีประสิทธิภาพในตัวเอง ปัจจัยย่อยในแต่ละองค์ประกอบจะมีผลต่อความมีประสิทธิภาพของแต่ละองค์ประกอบเป็นอย่างมาก นั่นคือ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531:108-111)

1. ปัจจัยของผู้ส่งสาร ประกอบด้วย

1.1 ทักษะในการสื่อสาร (communication skill) หมายถึง ความสามารถหรือความชำนาญในการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารสามารถวิเคราะห์จุดประสงค์ และความต้องการในการสื่อสารได้ตามที่ต้องการ รวมถึงการสามารถเลือกภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร

1.2 ทศนคติหรือเจตคติ (attitude) ผู้ส่งสารจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งสาร ข่าวสาร และผู้รับสารจึงจะช่วยให้การส่งสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ระดับความรู้ (knowledge) ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในข่าวสารที่จะส่งไปก่อน เพื่อสามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับได้

1.4 สถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม (social system and culture) ได้แก่ บทบาท ตำแหน่งหน้าที่ ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ

2. ปัจจัยย่อยของข่าวสาร ประกอบด้วย ลักษณะของสาร เนื้อหาของสาร การจัดรูปแบบของสาร เพื่อให้สามารถถ่ายทอดไปยังผู้รับได้อย่างถูกต้องและง่ายแก่การเข้าใจ

3. ปัจจัยย่อยของช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ ได้แก่ ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ซึ่งสามารถเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของผู้รับสาร โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งก่อให้เกิดการได้ยิน การสัมผัส การเห็น การได้กลิ่น การลิ้มรส การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจะทำให้ข่าวสารไปถึงผู้รับได้ตามวัตถุประสงค์

4. ปัจจัยย่อยของผู้รับสาร ประกอบด้วย

4.1 ทักษะในการสื่อสาร ผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในการอ่าน ฟัง พูด และเขียนได้ รวมทั้งต้องสามารถคิดและใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์ข่าวสารด้วย

4.2 เจตคติหรือทัศนคติของผู้รับสาร จะมีผลต่อพฤติกรรมการรับข่าวสารว่าจะออกมาในรูปใด

4.3 ระดับความรู้ จะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อระดับความเข้าใจเนื้อหาของข่าวสาร

4.4 สถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม จะมีอิทธิพลต่อการตีความหมายของข่าวสาร นั่นคือจะเป็นตัวกำหนดกรอบความคิดของผู้รับสาร

ลักษณะและทิศทางของการสื่อสาร

การสื่อสารแบ่งได้เป็น 6 ประเภท โดยมีลักษณะและทิศทางการสื่อสารต่างกันดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2529:24-27; ระวีวรรณ ประกอบผล, 2529:225-263)

1. การสื่อสารภายในตัวบุคคล (intrapersonal communication) เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียวเกิดขึ้นในตัวบุคคลคนเดียวที่ทำหน้าที่ทั้งเป็นผู้ส่งสารและรับสาร เช่น การพูดกับตัวเอง การคิดถึงงานที่จะทำ เป็นต้น ทิศทางการสื่อสารจะมีการส่งข่าวสารและการตอบสนองกลับ (feedback) เกิดขึ้นตลอดเวลา

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปการสื่อสารที่เป็นลักษณะทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัวมีลักษณะเผชิญหน้า (face-to-face communication) และมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร อาจจะทำโดยการบอกกล่าว ชักถาม สนทนาฯ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) โดยบุคคลผู้ทำการสื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถจะส่งสารและรับสาร ตลอดจนมีปฏิริยาตอบสนองกลับ (feedback) ได้โดยทันทีและตลอดเวลา อันเป็นลักษณะเด่นของการสื่อสารประเภทนี้

ปฏิริยาตอบสนองกลับ (feedback) หมายถึง วิธีการหรือกิริยาท่าทางที่ฝ่ายผู้รับสาร

ใช้หรือแสดงออกมาให้ผู้รับสารทราบ ทั้งนี้ เนื่องมาจากผล (consequence) ของข่าวสาร ปฏิบัติการตอบสนองกลับจึงนับเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบได้ว่าข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้ผลตามเป้าหมายหรือไม่ เพียงใด ทำให้ผู้ส่งสารทราบว่าการส่งสารผิดพลาด ล้มเหลว หรือบกพร่องแค่ไหน เพียงไร เพื่อหาทางปรับปรุงให้ดีขึ้น

3. การสื่อสารกลุ่มขนาดเล็ก (small group communication) มีลักษณะคล้ายการสื่อสารระหว่างบุคคลแต่มีขนาดใหญ่กว่าขนาดของกลุ่มเล็กซึ่งตามอุดมคติของนักทฤษฎีการสื่อสารก็คือมีสมาชิกระหว่าง 5-9 คน หรืออาจเล็กหรือใหญ่กว่านี้ได้เล็กน้อย โดยปกติแล้วการสื่อสารประเภทนี้มักเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กันได้แก่ การทำความเข้าใจการร่วมกันคิด การวางแผนงานบางอย่าง และแสวงหาความตกลงใจร่วมกัน โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกของกลุ่ม มีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ส่งสารหลักทำหน้าที่ควบคุมกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่มซึ่งเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อให้การสื่อสารของกลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารแบบนี้ยังคงมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) แต่จะเกิดขึ้นมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารหลัก หรือบรรยากาศของการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น กลุ่มประชาชนคณะกรรมการกลุ่มประชุมระดมพลังความคิด (brain storming) กลุ่มวิจัย กลุ่มคณะทำงาน ฯลฯ

4. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (large group communication) หรือการสื่อสารสาธารณะ เป็นการสื่อสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากมารวมอยู่ที่เดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนข่าวสารกันโดยตรงมีน้อย เช่น การสอนในห้องเรียนขนาดใหญ่ การเสนอรายงาน การกล่าวสุนทรพจน์ การอภิปราย ฯลฯ การสื่อสารแบบนี้จึงมักเป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) อันเนื่องมาจากการที่มีปฏิกริยาป้อนกลับ (feedback) น้อยหรือไม่ชัดเจน

5. การสื่อสารในองค์กร (organizational communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานที่เป็นทางการ (formal or complex organization) ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ นโยบาย การจัดองค์กรมีการแบ่งงานกันทำ เพื่อปฏิบัติการกิจขององค์กรหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมายและเนื่องจากในการจัดองค์กรนั้น มีการแบ่งสายงาน ลำดับขั้นของความรับผิดชอบและการบังคับบัญชา การสื่อสารในองค์กรอาจมีรูปแบบที่เป็นทางการ (formal communication) ซึ่งเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ และการบังคับบัญชาแบบกึ่งทางการ (subformal communication) ที่เกิดจากโครงสร้างอำนาจที่ไม่เป็นทางการขององค์กร โดยสมาชิกอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวบางระดับ หรืออย่างไม่เป็นทางการและเป็นส่วนตัว (personal communication) โดยทั่วไปการสื่อสารในองค์กรแบ่งได้เป็น

- การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา (upward and downward communication)

- การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน (horizontal communication)
- การสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่อยู่คนละสายงานกันและต่างระดับกัน (diagonal communication)

ตัวอย่างการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารในบริษัท การสื่อสารในโรงงานอุตสาหกรรม การสื่อสารในหน่วยงานราชการ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในองค์กรยังถือได้ว่าเป็นการสื่อสารแบบสองทางเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากยังมีขอบเขตอยู่ภายในองค์กรของตน เว้นเสียแต่ว่าองค์กรนั้นมีขนาดใหญ่และสลับซับซ้อนมาก

6. การสื่อสารมวลชน (mass communication) มีความสลับซับซ้อนกว่าการสื่อสารทุกประเภท ผู้ส่งสารเป็นกลุ่มบุคคลหรือองค์กรสื่อสารมวลชนที่มีได้ทำการส่งสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ โดยส่งข่าวสารจำนวนมากไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากการสื่อสารจึงเป็นแบบทางเดียว (one-way communication) ซึ่งโอกาสที่ผู้รับสารจะมีปฏิกิริยาตอบกลับอาจไม่เกิดขึ้น หรือเกิดได้น้อยหรือเกิดขึ้นช้า

สื่อและประสิทธิภาพของสื่อ

สื่อ (channel) เป็นหนทางหรือวิธีการที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับหากไม่มีสื่อในการสื่อสารแล้วข่าวสารก็ไม่อาจไปถึงผู้รับได้

ในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ปกติสื่อที่ใช้ทั่วไป ได้แก่ สื่อมวลชน (mass media) และสื่อระหว่างบุคคล (interpersonal media) สื่อทั้งสองมีอิทธิพลแตกต่างกันไป ผลงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อแสดงถึงขีดความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิด (เสถียร เขยประทับ, 2526:25) ดังนี้

1. สื่อมวลชน (mass media) มีลักษณะเป็นตัวกลาง หรือตัวเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น สื่อมวลชนสามารถปฏิบัติภารกิจต่างๆ ได้ดีคือ

- 1.1 สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- 1.2 สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
- 1.3 สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

2. สื่อระหว่างบุคคล (interpersonal media) มีลักษณะเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคน หรือมากกว่าสองคน จะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านสารที่ผู้ส่งสารส่ง สื่อระหว่างบุคคลสามารถปฏิบัติภารกิจต่างๆ ต่อไปนี้ได้ดีคือ

- 2.1 สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบสองทาง (Two way

communication) ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน ทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร เลือกลงหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2.2 สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ จากการเปรียบเทียบ ช่องสารทั้งสองแบบ เราสามารถเขียนเป็นตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติหรือลักษณะของช่องสารทั้งสองได้ ดังนี้

ลักษณะ	ช่องสารระหว่างบุคคล	ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน
1. การไหลของข่าวสาร	สื่อสารสองทาง	สื่อสารทางเดียว
2. ลักษณะของการสื่อสาร	ลักษณะตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะตัวต่อตัว
3. ปริมาณของปฏิริยาตอบสนองในขณะที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
4. ความสามารถในการลดกระบวนการเลือกในทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
5. ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ๆ	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
6. ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อตัวของทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

งานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าในการใช้การสื่อสารในงานพัฒนา มักจะต้องใช้สื่อผสม คือการใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลร่วมกัน เนื่องมาจากข้อจำกัดและข้อได้เปรียบข้างต้น

นอกจากนี้ ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน กลุ่มบุคคล หรือบุคคล โดยสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (specialized media) ได้แก่สื่อประเภทโสตทัศนวัสดุอุปกรณ์ (audio visual media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (printed media) เช่น เสียงตามสาย สไลด์ โบปลิว โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือ เทปตลับ นิทรรศการ เป็นต้น คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจ (ประมะ สตะเวทิน, 2530:100) เพื่อการพัฒนาก็คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการพัฒนาที่ต้องการรณรงค์เฉพาะเรื่องไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้คู่มือโภชนาการสำหรับแนะนำแม่บ้าน การใช้จุลสารแนะ

นำวิธีวางแผนครอบครัวแก่สตรีภาวะเจริญพันธุ์ เป็นต้น การใช้สื่อเฉพาะกิจทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารและความรู้โดยตรงและถูกต้องช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี

นอกจากสื่อที่กล่าวมาแล้วยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่ง ได้แก่ สื่อประเภทกิจกรรม เช่น นิทรรศการ การสาธิต การประกวด การจัดงาน การรณรงค์ และการจัดตั้งกลุ่ม เป็นต้น

สื่อต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการชักจูงใจและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าสื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพแตกต่างกันไป สามารถจำแนกได้ 4 แบบ คือ

1. สื่อที่มองเห็นด้วยตา เช่น โปสเตอร์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
2. สื่อที่ได้ยิน เช่น วิทยุ เสียงตามสาย
3. สื่อที่เห็นและได้ยิน เช่น สไลด์ประกอบเสียง วีดีโอ ภาพยนตร์
4. สื่อบุคคล เช่น การสอนเป็นกลุ่ม หรือสอนเป็นรายบุคคล

ประสิทธิผลของการสื่อสาร

จุมพล รอดคำดี (2533:52) กล่าวถึงเรื่องการทดสอบประสิทธิผลของสื่อไว้ว่า คือ การวัดปฏิบัติการและพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลเป้าหมายหลังจากการใช้สื่อไปแล้วว่า สื่อ นั้น

1. สามารถทำให้เกิดความรู้ และความเข้าใจเพิ่มขึ้นหรือไม่
2. สามารถกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นเพิ่มขึ้นหรือไม่
3. สามารถโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนทัศนคติได้หรือไม่
4. สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมได้หรือไม่

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอร์ส (Rogers, 1973:43) ในเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิผลว่าจะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดผลบางประการในตัวผู้รับสาร โดยเกิดจากความตั้งใจของแหล่งสารใน 3 ประเด็นคือ

1. การเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ (change in receiver's knowledge)
2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (change in receiver's attitude)
3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (change in receiver's behavior)

นอกจากนี้ ปรมะ สตะเวทิน (2532 : 61) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร อันได้แก่ แหล่งสาร สาร ช่องสาร และผู้รับสาร ว่าเป็นตัวกำหนดถึงประสิทธิผลของการสื่อสาร

กล่าวคือ หากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพต่ำ การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพน้อย ในกระบวนการสื่อสารนั้น องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้น ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะมีมากที่สุดก็ต่อเมื่อทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด และยังคงกล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติของผู้รับสารทั้งต่อตนเอง ต่อสาร และต่อผู้ส่งสาร ก็เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสารได้

จากแนวคิดด้านการสื่อสาร กล่าวได้ว่า องค์ประกอบในการสื่อสารกิจกรรม 5ส ได้แก่ ผู้ส่งสารของกิจกรรม 5ส ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม 5ส สื่อที่ใช้ในกิจกรรม 5ส และผู้รับสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม 5ส นั้น นับเป็นองค์ประกอบหลักที่จำเป็นต้องมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารที่มีประสิทธิผล และสามารถทำให้กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายเกิดความรู้อย่างเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จนถึงขั้นเกิดพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรม 5ส ตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ในที่สุด และการสื่อสารจึงเป็นวิถีทางที่จะทำให้การบริหารงานกิจกรรม 5ส ของอุตสาหกรรมรถยนต์ และหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนสำเร็จลุล่วงได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ตอนที่ 3 : แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

การสื่อสารเป็นผลมาจากกระบวนการของการเรียนรู้ และการเรียนรู้ที่เป็นผลอย่างหนึ่งของการสื่อสาร นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้เน้นถึงหลักการเรียนรู้บางประการ ซึ่งเป็นประโยชน์มากสำหรับการทำการสื่อสาร กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใดๆ ก็ตามจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้นว่า คนหนุ่มสาว จะเรียนรู้ได้เร็วและง่ายกว่าคนแก่ คนฉลาดเข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่ซับซ้อนได้ง่ายกว่าคนโง่ เป็นต้น
2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ โดยทั่วไปแล้วการสรรเสริญจะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการถูกทำโทษก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรงเนื่องจากคนเรามักจะเรียนรู้ภายหลังจากได้รับความเจ็บปวดเสมอ
3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอย่างไรดีกว่าการบอกเฉยๆ เพราะการแสดงให้เห็นวิธีการให้ผู้รับสารเห็นว่าควรทำอย่างไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน
4. ทัศนคติที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางครั้งการที่

บอกว่า “ใครเป็นคนพูด” มีความสำคัญพอๆ กับบอกว่า “พูดว่าอะไร” อย่างไรก็ตามในระยะยาวตัวสารจะมีความสำคัญมากกว่า

5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความใหม่สด เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับสดๆ และการให้ข่าวสารซ้ำๆ กันจะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้

6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อได้มีการทดลองทำ

7. การนำเสนอด้วยวิธีแปลกใหม่ที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์สูงจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ครอนบาค (Cronbach, 1977: 72) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับผลมาจากประสบการณ์ ซึ่งองค์ประกอบของการเรียนรู้มีดังนี้

1. ความสามารถทางสติปัญญาในการเรียนรู้ใดๆ ก็ตาม ถ้าผู้เรียนขาดความสามารถทางสติปัญญาย่อมทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้นๆ ไม่ได้ผลหรือเรียนรู้ไม่ได้เลย การเรียนรู้ใดก็ตามจำต้องคำนึงถึงความสามารถทางสติปัญญาของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของเด็กที่มีอายุแรกเกิดจนถึงอายุ 18 ปี จะเป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางด้านระดับสติปัญญาอย่างรวดเร็ว เด็กแต่ละคนจะมีพัฒนาการทางสติปัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น ทำให้การเรียนรู้ของบุคคลที่มีระดับสติปัญญาแตกต่างกันจะมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป

2. แรงจูงใจ แรงจูงใจของแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไปจะทำให้ความจำ แรงขับ ความต้องการ เป้าหมาย หรือแรงกระตุ้นของแต่ละบุคคลนั้นมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจในการเรียนรู้ อาจเกิดได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการ คือ

2.1 แรงจูงใจเนื่องมาจากตัวผู้เรียน ลักษณะแรงจูงใจประเภทนี้ขึ้นอยู่กับธรรมชาติความต้องการ ลักษณะนิสัยของบุคคลนั่นเอง

2.2 แรงจูงใจอันเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ต่างๆ ที่มาบังคับให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เช่น การได้รับการเสริมแรง สถานที่ที่น่าสนใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจได้ง่าย

3. การจำและการลืม การจำจะมีส่วนช่วยให้การเรียนรู้ประสบผลสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ส่วนการลืมจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการลืมเลือน หรือทำให้การเรียนรู้ไม่เกิดขึ้น ลักษณะการจำเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีการรับรู้เข้าไปสะสมในสมอง บางครั้งอาจจะมีความรู้สึกทางอารมณ์เข้ามาผสม กลายเป็นความประทับใจ ซึ่งความประทับใจนี้มีผลต่อความจำทั้งสิ้น

4. ความสนใจ ความสนใจจะมีส่วนทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น ถ้าผู้เรียนไม่มีความสนใจแล้วจะทำให้ขาดความตั้งใจ และทำให้การเรียนรู้นั้นๆ ไม่มีประสิทธิภาพ

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1971:271) กล่าวว่า "ความรู้" เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่วไป ระลึกได้ถึงวิธีการกระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ

เจียร์ศรี วิวิธสิริ (2527:19-20) กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่ นั้นเกิดจากประสบการณ์ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ธรรมชาติ (natural setting) คือ การเรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว
2. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ทางสังคม (society setting) มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น
3. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (formal institutional setting) คือ มีผู้แทนจากสถาบัน จัดลำดับการเรียนรู้อย่างมีจุดมุ่งหมายและต่อเนื่อง

ปกิจ พรหมายน (2531:27) กล่าวว่า "ความรู้" หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับ รวมทั้งสิ่งเกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ และบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือการค้นคว้า การรับรู้สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ต้องอาศัยเวลา และมนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวมสะสมไว้

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533:118-122) ได้กล่าวถึง "ความรู้" จากความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ไว้ดังนี้

ความรู้ (knowledge) ในที่นี้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (ambiguity resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (attitude formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคติ นั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ ในฐานะความรู้

3. การกำหนดวาระ (agenda setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของ ประชาชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (expansion of the belief system) การสื่อสารสังคม มักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารทราบ ระบบความเชื่อที่หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (value clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดม การณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชา ชนผู้รับสารเข้าใจค่านิยมเหล่านี้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่างๆ ที่มนุษย์ได้มีการเก็บ รวบรวมสะสมไว้ ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือ รายงาน เอกสาร

ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำแนกได้ อาจโดยฝึกหรือโดยการมองเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎโครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น

ความรู้ หมายถึง ความสามารถทางพุทธิปัญญา (cognitive domain) ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถ และทักษะต่างๆ ทางสมอง 6 ขั้นตอน ได้แก่ ความรู้ ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล (อนันต์ ศรีโสภณ, 2530: 13-14)

แหล่งที่มาของความรู้

แหล่งที่มาของความรู้อาจแบ่งออกได้เป็น 5 แหล่ง (กิตติยา ปรีดาดีลก. 2520:29-30) ดังนี้

1. ความรู้ที่พระเจ้าเป็นผู้ให้ (resealed knowledge) เป็นความรู้อมตะ เป็นที่เชื่อกันว่าความรู้ประเภทนี้จะทำให้คนเป็นนักปราชญ์ได้ ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากคำสอนของศาสนาต่างๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจริงเพราะความเชื่อ ใครจะดัดแปลงแก้ไขไม่ได้

2. ความรู้ที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ (authoritative knowledge) เช่น หนังสือ พจนานุกรม การวิจัย เป็นต้น

3. ความรู้ที่เกิดจากการหยั่งรู้ (intuitive knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็น

จริงอยู่ในตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ และความชอบ

4. ความรู้ที่ได้จากการคิดหาเหตุผล (rational knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตนเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้องคือ ความลำเอียง ความสนใจ และความชอบ

5. ความรู้ที่ได้จากประสาทสัมผัส (empirical knowledge) ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้จับต้องและการสังเกต

ระดับความรู้

ความรู้แบ่งออกเป็น 4 ระดับ (อลิสซา วีรพัฒน์กุล, 2540:35-36) ดังนี้

1. ความรู้ระดับต่ำ ได้แก่ ความรู้อันเกิดจากการเดา หรือภาพลวงตาทางประสาทสัมผัส
2. ความรู้ระดับธรรมดา ได้แก่ ความรู้ทางประสาทสัมผัส หรือความเชื่อที่สูงกว่า แต่ยังไม่แน่นอน เป็นเพียงชั้นอาจเป็นไปได้
3. ระดับสมมติฐาน ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากความคิดหรือความเข้าใจ ซึ่งไม่ได้เกิดจากประสาทสัมผัส เช่น ความรู้ทางคณิตศาสตร์ ความรู้ขั้นนี้ถือว่าเป็นชั้นสมมติฐาน เพราะเกิดจากค่านิยมและสมมติฐานที่ไม่ได้พิสูจน์
4. ระดับเหตุผล ได้แก่ ความรู้จากตรรกวิทยา เป็นความรู้ที่ทำให้มองเห็นรูปหรือมโนภาพว่าเป็นเอกภาพ

การวัดความรู้

เนื่องจากความรู้ คือ ความสามารถทางพุทธิปัญญา ซึ่งแบ่งได้หลายระดับดังกล่าว ดังนั้น การวัดความรู้จึงควรวัดความสามารถในทุกระดับ

เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้จะต้องอาศัยแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ (achievement Test) ซึ่งจะเป็นการวัดความสามารถทางปัญญาและทักษะต่างๆ ตลอดจนสมรรถภาพด้านต่างๆ ที่ได้รับจากการเรียนรู้ในอดีต ยกเว้นการวัดทางด้านร่างกาย (วิเชียร เกตุสิงห์ .2543:16)

เบนจามิน บี บลูม (Benjamin B. Bloom, 1971) กล่าวถึงการวัดความรู้ใช้เครื่องมือแตกต่างกันตามความสามารถทางสติปัญญา ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ว่า

1. พฤติกรรมด้านความรู้ความจำ (knowledge)
ความรู้ความจำ หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นหลักเบื้องต้นของพฤติกรรมด้านอื่นๆ ซึ่ง

นอกจากความจำแล้วยังมีการระลึกได้ (recall) อีกด้วย แต่ไม่จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจไปที่ความหมายเรื่องนั้นๆ

2. พฤติกรรมด้านความเข้าใจ (comprehension)

ความเข้าใจ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ ได้ ทั้งเป็นรูปธรรมและนามธรรม

3. พฤติกรรมด้านการนำไปใช้ (application)

การนำไปใช้ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือนำไปแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. พฤติกรรมด้านการวิเคราะห์ (analysis)

การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อย หรือเป็นการหาความสำคัญ ความสัมพันธ์ และหลักการหรือทฤษฎีที่เป็นมูลเหตุของเรื่องราวต่างๆ ได้

5. พฤติกรรมด้านการสังเคราะห์ (synthesis)

การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการนำเอาเรื่องราวหรือส่วนประกอบย่อยๆ มาผูกสัมพันธ์กันเป็นเรื่องราวเดียวกัน โดยมีการดัดแปลง ริเริ่มสร้างสรรค์ ทำการปรับปรุงให้ดีขึ้น

6. พฤติกรรมด้านการประเมินค่า (evaluation)

การประเมินค่า หมายถึง การวินิจฉัยหรือการตีราคาอย่างมีหลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจว่าสิ่งใดดีหรือไม่ดีอย่างไร โดยใช้หลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

การทำความเข้าใจด้านความรู้เกี่ยวกับกิจกรรม 5ส ของบุคลากรในกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ จะทำให้การดำเนินกิจกรรม 5ส สามารถคัดเลือกสื่อและผลิตสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้รับสาร ช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรม 5ส มากขึ้นได้

ตอนที่ 4 : แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ดังนั้นจึงมีนักวิชาการทางสังคมวิทยาและจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติซึ่งแตกต่างกันต่างแนวความคิด ดังนี้

โฮวาร์ด เอช เคนเดลอร์ (Howard H. Kendler, 1963 : 572) กล่าวว่า "ทัศนคติ" หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถานการณ์หรือแนวความคิด

โรเซนเบิร์ก และ ฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960 : 1) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติไว้ว่า "ทัศนคติ โดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น"

จากความหมายต่างๆ อาจสรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดๆ อันได้จากการประสบการณ์ในการเรียนรู้ และเป็นแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในการสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งนั้นๆ ทฤษฎีทางทัศนคติที่สำคัญๆ มีดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความตรงกันและความเหมือนกันของ ซิมบาโด เอบบอร์สัน และ มาสลาซ (Zimbardo, Ebberson and Maslach, 1977)

ทฤษฎีนี้หมายถึง การที่นาย ก. ชอบนาย ข. และนาย ข. ชอบสิ่งของ ค. จะมีแนวโน้มทำให้นาย ก. ชอบสิ่งของ ค. ซึ่งสังเกตถึงความสัมพันธ์ว่าจะมีแนวโน้มไปในทางเดียวกันซึ่งจะทำให้เกิดภาวะสมดุล แต่ถ้าบุคคลมีปัญหาภาวะความไม่สมดุลแล้ว บุคคลก็จะพยายามแก้ปัญหาให้อยู่ในภาวะสมดุลได้หลายทาง เช่น เปลี่ยนความคิดตัวเองไม่ยอมรับเพื่อนคนนั้น พยายามลืมความขัดแย้ง

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งของความคิด

ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติกลไกของการปรับตัวของมนุษย์ ซึ่งสรุปว่ามนุษย์ไม่สามารถทนต่อสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ขัดแย้งหรือไม่ลงรอยกันคือ เมื่อใดมนุษย์มีสิ่งๆ ที่ขัดแย้งกันมนุษย์จะพยายามหาทางขจัดความขัดแย้งนั้นให้หมดไป โดยที่บุคคลนั้นมีกิจกรรมและทิศทางให้บุคคลนั้นมีปฏิกิริยาไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งการทำกิจกรรมนั้นๆ จะทำให้ภาวะความไม่สบายใจจากความขัดแย้งของความคิดลดลงได้

3. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการปรับตัวให้เข้ากับสังคม

ทฤษฎีนี้เชื่อว่าขบวนการในการปรับตัวของบุคคลนั้น เกิดจากปฏิกิริยาของทัศนคติของบุคคลนั้นกับสิ่งแวดล้อม และในขบวนการของการเปลี่ยนทัศนคตินี้มีขั้นของขบวนการเกิดขึ้นสองขั้นคือ

ขั้นที่ 1 บุคคลจะตัดสินใจและให้การวินิจฉัยข่าวสารที่เขาได้รับใหม่ โดยเอาความรู้หรือข่าวสารที่เขาเคยได้รับมามีส่วนเกี่ยวข้องกันด้วย

ขั้นที่ 2 ทัศนคติเกิดขึ้นหลังจากการได้ทำการวินิจฉัยแล้ว หรือตัดสินใจแล้ว

องค์ประกอบของทัศนคติ

แม้ว่านักจิตวิทยาจะได้ให้ความหมายของทัศนคติแตกต่างกัน แต่เมื่อพูดถึงองค์ประกอบของทัศนคติแล้ว นักจิตวิทยาต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ทัศนคติประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน 3 ส่วนคือ ซิมบาโด เอบบีเซน และ มาสลาซ (Zimbardo, Ebbeson and Maslah, 1977)

1. การเรียนรู้ (cognitive component) ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละคน

2. ความรู้สึก (affective component) ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจ เกิดจากอารมณ์ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางความคิด ถ้าบุคคลมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เขาก็มีสภาพจิตใจที่สนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งนั้นอย่างถาวรพอสมควร

3. พฤติกรรมแสดงออก (behavioral component) ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก เพราะถ้าบุคคลมีความรู้สึกสิ่งใดแล้วก็จะมีการทำที่ต่อสิ่งอื่นในลักษณะอันจำกัด

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด

2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด และการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก

3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตามทัศนคติก้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติอาจแบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. ทัศนคติทั่วไป (general attitude) ได้แก่ สภาพจิตใจอันกว้างขวางซึ่งเป็นแนวความคิดประจำตัวของบุคคลนั้น เป็นพฤติกรรมบุคลิกภาพอย่างกว้างๆ เช่น การมองโลกในแง่ดี การเคร่งในระเบียบประเพณี เป็นต้น

2. ทัศนคติเฉพาะอย่าง (specific attitude) ได้แก่ สภาพจิตใจที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคลอื่น สถานการณ์ และสิ่งอื่นๆ เป็นอย่างไร ไป ทัศนคติในวงแคบเช่นนี้ มักแสดงออกในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ดี ต่อสิ่งนั้น หรือบุคคลนั้น ถ้าไม่ชอบหรือเห็นว่าไม่ดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น

การเกิดทัศนคติ

ชาร์ล อาร์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster, 1952:119) ได้ให้แนวความคิดของการเกิดทัศนคติว่า มาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ (experience) ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล เรื่องราวหรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในบุคคล จากการได้พบเห็นคุ้นเคย ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง (direct experience) กับการได้ยินได้ฟังได้เห็นรูปภาพ หรือได้อ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ แต่ไม่ได้พบเห็น ไม่ได้ทดลองกับของจริงด้วยตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์โดยอ้อม (indirect experience) และเนื่องจากทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลรับทราบ ดังนั้น บุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งที่เขาไม่มีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมเลย

2. ระบบค่านิยมและการตัดสินตามค่านิยม (value system and judgement) เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยม และมาตรฐานเกี่ยวกับความดีและความชอบไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงอาจมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันได้ ดังนั้น การที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือมีความรู้สึกว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นใช้ชีวิตร่วมอยู่ด้วย

แหล่งของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (learning) จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้ ชาร์ล อาร์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster, 1952 : 119)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (specific experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้โดยขั้นแรกเมื่อเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องของสถาบัน (institutional factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมโยงทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการติดต่อสื่อสารแทรกอยู่เสมอ จึงอาจกล่าวได้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นได้

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ของ ซิมบาโด เอบบีเซน และ มาสลาซ (Zimbardo, Ebbeson and Maslah, 1977) ได้กล่าวไว้ว่า

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะมีวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่นหรือสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติด้านการเรียนรู้ เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าองค์ประกอบด้านการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกเปลี่ยนแปลงไปด้วย

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจเกิดขึ้นจากการรับรู้ของบุคคล ซึ่งได้จากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น อิทธิพลจากสื่อมวลชน จากบุคคลอื่น เป็นต้น หรืออาจเกิดได้จากการเปลี่ยนแปลงด้านแรงกระตุ้นในตัวบุคคล ซึ่งโดยปกติแล้ว ข่าวสารใหม่และการรับรู้จะช่วยจูงใจให้บุคคลเปลี่ยนแปลงไป และในทางตรงข้ามเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านแรงกระตุ้นภาวะการรับรู้รวมทั้งทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

จุมพล รอดคำดี (อ้างถึงใน ภาวี กริใจวัง, 2541:24-25) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดีมีอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูล ข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อสารมวลชนหรือบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกระทบ ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

การวัดทัศนคติ

ในการวัดทัศนคติ มีเทคนิควิธีการหลายวิธีซึ่งแตกต่างกันออกไป วิธีการเหล่านี้ได้แก่

1. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีช่วงปรากฏเท่ากัน (equal appearing intervals) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดย เทอร์สโตน (Thurstone) มีขั้นตอนในการสร้างคือ ขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคล ให้ได้ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อนำไปให้กรรมการพิจารณาให้ความคิดเห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้น โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างมาก จำนวน 11 ดีกรีแล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งได้จากการให้ดีกรีข้อความต่าง ๆ ทั้งหมดจากคณะกรรมการ
2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีลิเกิร์ต (Likert method or sumated ratings) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดย เรนซิส ลิเกิร์ต (Rensis Likert) โดยการสร้างข้อความ (attitude statements) ขึ้นหลาย ๆ ข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษาการตอบแบบสอบถามนี้มีข้อให้เลือก 5 ข้อ คือ 1. เห็นด้วยอย่างมาก 2. เห็นด้วย 3. ไม่แน่ใจ 4. ไม่เห็นด้วย 5. ไม่เห็นด้วยอย่างมาก การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้คะแนน 0-4 หรือ 1-5 การตีความหมายของคะแนนไม่แตกต่างกัน
3. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีวิเคราะห์สเกล (scalogram analysis) วิธีวิเคราะห์ สเกลนี้เป็นวิธีการที่อธิบายถึงขบวนการในการประเมินผลกลุ่มข้อความกลุ่มหนึ่ง ๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้อง ในการสร้างสเกลโดยวิธีของ Guttman หรือไม่เท่านั้น ตามความคิดเห็นของ Guttman เชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคตินั้นควรเลือกข้อความจำนวนเล็กน้อย (4-6 ข้อความ) โดยเลือกจากข้อความหลาย ๆ ข้อความซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4. การวัดทัศนคติโดยวิธีเทคนิคความหมายจำแนก (semantic differential) เป็นการศึกษเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มที่เราจะศึกษา โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนก จะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ ซึ่งจะให้กลุ่มบุคคลที่ศึกษาประเมินค่ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่ามากร้อย เช่น ดี-เลว ใหญ่-เล็ก ช้า-เร็ว เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ซึ่งตรงกันข้ามกัน ดังตัวอย่างที่กล่าวและมีลำดับของความ มาก-น้อย จากด้านหนึ่งไปสู่อีกด้านหนึ่งทั้งหมด 7 อันดับ

5. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีการเทคนิคการฉายภาพ (projective method) การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีเทคนิคการฉายภาพนี้ เป็นการศึกษาทางอ้อม (indirect method) จากกลุ่มบุคคลที่จะศึกษานั้นเอง ซึ่งมีวิธีการด้วยกันหลาย ๆ วิธี ได้แก่ การตอบประโยคให้สมบูรณ์ วิธีการใช้ภาพการ์ตูนเป็นสื่อ การแปลความหมายโดยใช้ภาพเป็นสื่อ การใช้นิทานหรือการแต่งเรื่องเป็นสื่อ เป็นต้น

ทัศนคติเป็นปัจจัยที่สำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งด้านบวกและลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อวัตถุ หรือปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นสำคัญ ดังนั้น ทัศนคติต่อกิจกรรม 5ส ของบุคลากรในกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความเชื่อต่อกิจกรรม 5ส จึงเป็นตัวแปรที่สำคัญในการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรม 5ส หรือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารนั้นๆ

ตอนที่ 5 : แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมแก้ปัญหาที่สมาชิกมีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมของกลุ่ม โดยอาจจะเกี่ยวข้องในลักษณะของการทำงานร่วมกัน การดำเนินงานร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายตามที่ต้องการ ได้มีผู้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ต่างๆ กัน แต่โดยส่วนใหญ่มักครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วมใน 4 มิติ คือ การวางแผน (planning) การดำเนินการ (implementation) การประเมินผล (evaluation) และการรับประโยชน์ (benefits) ดังนี้

นิรันดร์ จงวุฒิเวทย์ (อังกา ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527: 182-183) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสภาพการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุให้เกิดการกระทำทำให้ (contribution) บรรลุจุดมุ่งหมาย

ของกลุ่มนั้นกับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกที่ติดต่อกับกลุ่มดังกล่าวด้วย แนวความคิดเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ นั้น ได้บังเกิดขึ้นกับชุมชนต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิด 3 ประการ คือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลของบุคคลซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นลงมือกระทำร่วมกัน
3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมอาจจะเกิดจากแนวคิดอื่นๆ เช่น

1. ความศรัทธา ที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์
2. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือ หรือมีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้คนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้งๆ ที่ยังไม่มีศรัทธา หรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอแรงผู้น้อยก็จะช่วย
3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ปวงชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ เช่น บีบบังคับให้ทำงานเยี่ยงทาส

รูสโซ (Rousseau อ้างถึงในบุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่า จะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือจะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น จะต้องขึ้นอยู่กับพื้นฐานของความเสมอภาค และมีความสามารถพึ่งตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนัก รับรู้ ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

โคเฮน และ อัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1979) ได้อธิบายและวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในแง่ของรูปแบบการมีส่วนร่วมโดยได้แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ซึ่งอาจเป็นการตัดสินใจตั้งแต่ในระยะเริ่ม การตัดสินใจในช่วงของกิจกรรม และการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรม
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วม โดยการให้มีการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการร่วมมือรวมทั้งการเข้าร่วมในการร่วมแรงร่วมใจ
3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (benefits) ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ทางวัตถุ ทางสังคม หรือโดยส่วนตัว
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation) ซึ่งนับเป็นการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

ปธาน สุวรรณมงคล (2527:83) กล่าวว่า ชุมชนควรมีรูปแบบการมีส่วนร่วม 4 ลักษณะคือ

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงาน
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในผลประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผล

อคิน รพีพัฒน์ (2527:78-79) แบ่งแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 3 ระดับคือ

1. ประชาชนมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และความต้องการของชุมชนตลอดจนเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ร่วมกับผู้ปฏิบัติงานในสนาม (organizer)
2. ประชาชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุแห่งปัญหา และแนวทางต่างๆ ที่อาจนำมาใช้ในการแก้ปัญหา
3. ประชาชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแนวทาง และวิธีการที่จะใช้ในการแก้ปัญหา และวางแผนเพื่อแก้ปัญหาร่วมกันกับผู้ปฏิบัติงานนาม
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผนเพื่อแก้ปัญหา
5. ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามผลการปฏิบัติงานร่วมกับผู้ปฏิบัติงานในสนาม

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชน

กูดอินาฟ (Goodenough, 1966:12) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นได้ ต่อเมื่อบุคคลเหล่านั้น ได้รู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งกิดจากการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้เข้าร่วมด้วยกัน หรือจากการได้รับความช่วยเหลือจากผู้เข้าร่วมคนอื่นๆ ด้วย

แฮมตัน ซัมเมอร์ และ เวบเบอร์ (Hampton, Summer and Webber, 1973:14-15) ได้กล่าวว่าเงินเป็นแนวทางอย่างหนึ่งที่บุคคลและกลุ่มบุคคล ใช้เป็นแรงจูงใจเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ผู้ประสบความสำเร็จอย่างสูงมีแรงจูงใจจากด้านการเงินด้วย

วิลเลียม รีดเดอร์ (William Reeder, 1963:39-53) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ได้ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือไม่นำเข้ามามีส่วนร่วมไว้ดังนี้

1. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับความเชื่อพื้นฐาน ทศนคติและค่านิยมของตน
2. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีคุณค่าสอดคล้องกับผลประโยชน์ของตน
3. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมและปกป้องรักษาผลประโยชน์ของตน
4. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อตนเองได้เคยมีประสบการณ์ที่เป็นอคติต่อกิจกรรมนั้นมาแล้ว
5. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับสิ่งที่ตนเองได้มาหรือหวังเอาไว้
6. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของตนเองเป็นใหญ่
7. การเข้ามาส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลจะกระทำโดยการบีบบังคับหาไม่
8. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับอุปนิสัยและจารีตประเพณี
9. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะเอื้ออำนวย
10. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับ

ความสามารถ

11. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุน กระตุ้น ยั่วยุ และจูงใจให้เกิดขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการมีส่วนร่วม

การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จากองค์การไปให้ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย เกิดความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับและเข้าร่วมในกิจกรรมในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทาง (channel) ผู้รับสาร (receiver) นั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของผู้รับสาร หรือปฏิกิริยาของผู้รับสาร ได้แก่ การเปิดรับสัญญาณการสื่อสาร การแสดงออกมาซึ่งความสนใจ และการตอบสนองของบุคคลอันเกิดจากการแปรประสบการณ์ที่เก็บไว้ในระบบประสาทส่วนกลาง หลังจากที่มีสัญญาณเข้าไปกระตุ้น จากนั้นจะเกิดเป็นภาพขึ้นในสมอง แล้วจึงถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973: 193-195) คือ

แผนผังแสดงกระบวนการยอมรับของบุคคล

ขั้นตอนที่ 1 (การเปิดรับสื่อ)
ระบบประสาทของบุคคลได้รับสัญญาณการสื่อสาร และเริ่มจัดกระบวนการข่าว

ขั้นที่ 2 (ความสอดคล้องกับค่านิยม)
ข่าวสารไปมีผลต่อโครงสร้างของภาพและค่านิยมภายในตัวบุคคล

ขั้นที่ 3 (ความสนใจ)
กระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล

ขั้นที่ 4 (การยอมรับ-การมีส่วนร่วม)
บุคคลมีการกระทำแสดงออกมา

ขั้นตอนที่ 1 การเปิดรับสื่อ

คือ การที่ระบบประสาทของบุคคลได้รับสัญญาณการสื่อสาร ได้รับรู้ว่ามีข่าวสาร แต่ยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหาและรายละเอียดต่างๆ การเปิดรับสื่อเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ พร้อมที่จะเปิดรับกับไม่พร้อมที่จะเปิดรับถ้าข่าวสารนั้นปฏิเสธความรู้ที่มีอยู่แล้ว จะทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นมาได้ แต่ในกรณีที่เราร่วมจะรับข่าวสาร จะทำให้เราสนใจเนื้อหา เพราะเรามีจุดมุ่งหมายกำหนดไว้แล้ว ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผล แต่อย่างไรก็ตาม เราอาจพร้อมที่จะรับข่าวสาร เพื่อต้องการลดความขัดแย้งในสิ่งที่ได้ตัดสินใจไปแล้วก็ได้

แนวความคิดทางด้านจิตวิทยาเห็นว่า การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้น มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปมีประสิทธิภาพพออย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ควรใช้สื่อเพียงสื่อประเภทเดียว และควรเลือกใช้สื่อที่มีความรวดเร็วในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมากๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้แก่ แผ่นปลิว (leaflets) แผ่นพับ (folders) หนังสือเผยแพร่เล่มเล็กๆ (pamphlets) เอกสารแนะนำประกอบ (brochures) เอกสารเผยแพร่ (booklets) จดหมายติดต่อกัน (correspondence) ข่าวประกาศ (wall news) เป็นต้น ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้สามารถส่งข่าวสารถึงผู้รับได้ทันที

ขั้นตอนที่ 2 ความสอดคล้องกับค่านิยม

ข่าวสารที่ส่งไป มีผลต่อโครงสร้างของภาพและค่านิยมภายในบุคคล โดยเมื่อบุคคลได้รับข่าวสารนั้นแล้ว หากข่าวสารนั้นสอดคล้องกับค่านิยมในทางบวก เช่น ศีลธรรม ความพึงพอใจ หรือแนวทางปฏิบัติเดิม หรือเป็นข่าวสารที่มาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (preconceptions) หรือสอดคล้องกับอคติหรือคติของคนที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งเป็นท่าทีทางจิตใจ (predispositions) หรือสอดคล้องกับความเชื่อของคน (belief) เดิมที่มีอยู่ก่อน คนจะให้ความสนใจกับสื่อชิ้นนั้น และสนใจในสารที่ส่งผ่านสื่อชิ้นนั้นด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ความสนใจ

เป็นการเกิดกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล หลังจากที่ได้มีการเปิดรับข่าวสาร ข่าวสารที่จะกระตุ้นความสนใจได้ต้องเป็นเรื่องที่ตรงกับปัญหา หรือความต้องการของผู้รับสาร หรือเป็นสิ่งที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นประโยชน์ได้อย่างชัดเจน ในขั้นความสนใจนี้ผู้รับสารเกิดความต้องการศึกษาหาความรู้ใหม่ในข่าวสาร โดยการแสวงหาความรู้หรือข้อมูลข่าวสารนี้จะมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนมากกว่าในขั้นที่ 1 ดังนั้น การเพิ่มความรู้ของข่าวสารมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งกระตุ้นความสนใจของผู้รับสารมากขึ้นเท่านั้น ความสนใจในข่าวสารนี้จะขึ้นอยู่กับลักษณะบางประการ

ของผู้รับสาร เช่น ทักษะคิด และบรรทัดฐานของสังคม (attitude, social norm) และยิ่งขึ้นอยู่กับระบบการสื่อสารที่ดี เปิดโอกาสให้สิ่งแปลกใหม่เข้ามากระตุ้นการแสวงหาความรู้ได้เป็นอย่างดี

ขั้นตอนที่ 4 การยอมรับ-การมีส่วนร่วม

เป็นขั้นที่บุคคลมีการกระทำและแสดงออกมา ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการยอมรับของบุคคล ก่อนที่บุคคลจะยอมรับบุคคลจะใช้ความสามารถทางสังคมประเมินข่าวสารที่น่าสนใจนั้นว่ามีคุณค่า มีประโยชน์หากเขาไม่แน่ใจในผลที่จะได้รับเขาจะมีความรู้สึกที่ต้องเสี่ยง เนื่องจากความไม่รู้จักจริงและไม่เคยมีประสบการณ์ และหากได้รับการกระตุ้น ชักจูงใจเพิ่มมากขึ้นได้รับการชี้แนะให้เห็นถึงคุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับมากขึ้นคนก็จะยอมรับและมีพฤติกรรม การกระทำและแสดงออกมากเป็นการเข้ามามีส่วนร่วม

กล่าวโดยสรุป คนเราก่อนที่จะยอมรับสิ่งใด จะต้องรู้เรื่องราวในสิ่งนั้นๆ ก่อนว่าเป็นอะไร จะเกิดอะไรขึ้น หลังจากนั้นก็จะให้ความสนใจแล้วก็จะประเมินผลดูว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดี เป็นประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ เหมาะสมมากน้อยเพียงใด แล้วจึงตัดสินใจยอมรับหรือเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น ดังนั้น การมีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้ จึงหมายถึง การที่บุคลากรในกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติกิจกรรม 5ส ตามแนวคิดหลัก 5 ประการ คือ การสะสาง การทำสะอาด การทำความสะอาด การสร้างสุขลักษณะ และการสร้างนิสัย ของพนักงาน ในองค์กรนั่นเอง

ตอนที่ 6 : งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภูษิต เกียรติคุณ (2535) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมด้านความปลอดภัยของคณงาน ก่อนและหลังการส่งเสริมกิจกรรม 5ส และการอบรมความปลอดภัยในการทำงานในสถานประกอบการ พบว่า ผลการดำเนินงาน 5ส และการอบรมความปลอดภัยในการทำงาน ทำให้พฤติกรรมด้านความปลอดภัยของคณงานเปลี่ยนแปลงไปในทางดีขึ้น การดำเนินงาน 5ส และการอบรมความปลอดภัยในการทำงานสามารถทำให้อัตราความถี่ของการเกิดอุบัติเหตุลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ อายุงาน จำนวนบุตร มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ ความสัมพันธ์มีค่าร้อยละส่วนความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมด้านความปลอดภัย

สุภารักษ์ จุตระกูล (2536) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่จากสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ การเปิดรับข่าวสารจากบุคคลในครอบครัว ไปสเตอร์ งานนิทรรศการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2537) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันจะมีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารจากทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แต่ไม่พบความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมการเปิดรับสารในผู้ที่มีการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ และทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2537) ศึกษา การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนและสื่อโทรทัศน์ในระดับปานกลาง และมีระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางเท่านั้น นอกจากนี้ระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์ (2537) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการรักษาคุณภาพน้ำไม่แตกต่างกัน

วันทนี ศิริสุข (2538) ศึกษา ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์รอยัลลอร์ดคิด พลัส ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทักษะของสมาชิก และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการทั้งในด้านความสามารถในการให้ความรู้ และการนำเสนอข่าวสารที่ทำให้จดจำได้ โดยมีความคิดเห็นว่สื่อจดหมายที่ส่งโดยตรงถึงสมาชิก เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพทางด้านความสามารถในการนำเสนอข่าวสารที่ทำให้สมาชิกจดจำได้มากที่สุด

ศศิวิมล ปาลศรี (2538) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

กนกวรรณ มณฑิราช (2539) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ ของเยาวชนไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า เยาวชนมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และพบว่าเพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้จากทุกสื่อ คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล แต่ตัวแปรเรื่องอายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อวิทยุ และสื่อบุคคล และพบว่าเยาวชนเพศชายและหญิงมีความรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ต่างกัน แต่มีความตระหนักไม่ต่างกัน ส่วนตัวแปรในเรื่องอายุและการศึกษาที่ต่างกันนั้น พบว่ามีความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาหน้าเสี่ยในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ไขปัญหาหน้าเสี่ยจากสื่อมวลชน

และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสีย ในโครงการบำบัดน้ำเสีย ในระดับปานกลาง ความรู้ในเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย ความรู้ในเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย ระดับปานกลาง

วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2539) ศึกษา ประสิทธิภาพของระบบการประชุมทางไกลในการฝึกอบรม พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมผ่านระบบการประชุมทางไกล มีระดับความรู้ที่เพิ่มขึ้นสูงกว่าผู้เข้ารับ การอบรมแบบฟังบรรยายในห้องเรียน ความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับลักษณะของระบบการประชุมทางไกลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมผ่านระบบการประชุมทางไกล รูปแบบการนำเสนอของวิทยากร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมผ่านระบบการประชุมทางไกล

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) ศึกษา การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มมินิแบ (ประเทศไทย) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ความรู้เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ความรู้เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อ ความรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อการอนุรักษ์พลังงานในเชิงบวก และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับสูง กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ การศึกษา ตำแหน่ง/อาชีพต่างกัน มีการเปิดรับสื่อจากบุคคลจากผู้สัมมนา และผู้เข้าร่วมสัมมนาต่างกัน การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ทัศนคติต่อการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

นิศารัตน์ จันทระประภา (2540) ศึกษา แผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันสังคมของผู้ประกันตน ในสถานประกอบการขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าแผนการประชาสัมพันธ์มีการใช้สื่อเฉพาะกิจของสำนักงานประกันสังคมเป็นสื่อหลัก และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกยังไม่สามารถเข้าถึงสถานประกอบการขนาดเล็ก ในส่วนของการดำเนินการของสำนักงานประกันสังคมยังมีปัญหาในเรื่องของความยากของเนื้อหาและการเปลี่ยนแปลงสิทธิประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นบ่อยครั้ง ทำให้ยากแก่การทำความเข้าใจของผู้ประกันตนในสถานประกอบการขนาดเล็ก ผู้ประกันตนมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับต่ำ จากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับต่ำมาก ผู้ประกันตนมีความรู้และใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับในระดับปานกลาง ผู้ประกันตนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการประกันสังคม การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และความรู้เรื่องการประกันสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารของผู้ประกันตนในสถานประกอบการ

ปิยนุช เกตตะโกมล (2540) ศึกษา การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การขนาดใหญ่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน ส่วน เพศ ระดับการศึกษา ลักษณะงาน อายุงาน และค่างานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารมาก

ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ (2540) ศึกษา ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมบุญณ์ ศรีวัฒนตระกูล (2540) ศึกษา กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับสูงจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร และสื่อบุคคลตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ และรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการจากโทรทัศน์แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการจากวิทยุแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสารในกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพ และการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยผลของการเปิดรับสารของโครงการนั้น มีความสัมพันธ์ต่อระดับความรู้ในระดับสูง มีทัศนคติที่ดี และมีระดับการมีส่วนร่วมในระดับที่สูง โดยความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วม

สุธี สมุทระประภูต (2540) ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับมาตรฐาน ISO 9000 ของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม : ศึกษาเฉพาะกรณี โรงงานผลิตชิ้นส่วนตัวถังรถยนต์ บริษัท สยามกลการและนิสสัน จำกัด พบว่า ลักษณะทั่วไปของพนักงานด้านรายได้ ที่มีความแตกต่างกันพบว่า มีการยอมรับมาตรฐาน ISO 9000 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการทำงานกับบริษัท ไม่พบว่ามี การยอมรับมาตรฐาน ISO 9000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า ความรู้ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับมาตรฐาน ISO 9000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ISO 9000 ที่ระดับ .01

อลิสา วีรพัฒน์กุล (2540) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการจราจรในระดับต่ำมาก และมีความรู้เกี่ยวกับการจราจรอยู่ในระดับปานกลาง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการจราจรจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนร่วมสถาบันการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการปฏิบัติตามกฎจราจร และความรู้และความตระหนักในการปฏิบัติตามกฎจราจร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติตามกฎจราจร

ชนินทร์ ต่วนชะเอม (2541) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยว

กับโครงการ “รักไทยให้ถูกทาง” นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีความรู้และมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการ “รักไทยให้ถูกทาง” แตกต่างกัน แต่มีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ “รักไทยให้ถูกทาง” ไม่แตกต่างกัน

ภาวนา ทองศรี (2541) ศึกษา การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ “การบริหารคุณภาพโดยองค์รวม” ของบุคลากรในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับ TQM มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ความรู้ ทัศนคติ และลักษณะของ TQM มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM เพศและกลุ่มงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ต่างกัน

กรรชรัตน์ หรั่งเพชร (2542) ศึกษา การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในข่าวสาร เรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พบว่า พนักงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยที่มีอายุต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนพนักงานองค์การโทรศัพท์ที่มีเพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน ระดับพนักงาน และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

ช่อแก้ว ประสงค์สม (2542) ศึกษา การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครูและอาจารย์ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ และตำแหน่ง มีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวแตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา ระดับรายได้ หน่วยงานที่สังกัด ประเภทโรงเรียน และเขตที่ตั้ง มีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติต่อโครงการโรงเรียนสีขาว มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาว

อติมา วินัยโกศล (2542) ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่ง และความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างอายุของพนักงานกองสำรองที่นั่งในด้านทัศนคติ ต่องานบริการและต่อผู้โดยสาร

แคลปเปอร์ (Klapper, 1968) ได้อธิบายถึงบทบาทของสื่อที่มีต่อผู้รับสารว่า สื่อบุคคลเป็นประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดผลต่อผู้รับ และยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่าสื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญที่จะสกัดกั้นหรือส่งเสริมในสังคมนั้นๆ ให้อยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และถ้าสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็นในเรื่องที่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้วยแล้ว บทบาทของสื่อบุคคลจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง นับว่าสื่อบุคคลเป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และรวมกันทำกิจกรรมได้ดีที่สุด จึงสรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นตัวที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) พบว่า รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (face-to-face) นั้นมีผลต่อผู้รับสารในการที่จะยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้สามารถอนุมานได้ว่าองค์ประกอบด้านการสื่อสารได้แก่ ผู้ส่งสาร สื่อ ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร และองค์ประกอบทั้ง 4 ประการนี้มีผลต่อประสิทธิผลของกิจกรรม 5ส ด้วย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาองค์ประกอบด้านผู้รับสารที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับประสิทธิผลของกิจกรรม 5 ในแง่ของการเกิดความรู้ มีทัศนคติเชิงบวก และมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรม 5ส ซึ่งเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

