

กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในการจัดการความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลด้านคุณภาพ



นางสาวปรุณียา ศิริประพุกทธิ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-53-2987-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PERSUASIVE COMMUNICATION PROCESS FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT  
OF THE ORGANIZATIONS WINNING QUALITY AWARD

Miss Pataneeya Siripraprut

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

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-53-2987-8



ปริญญานิพนธ์ : กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในการจัดการความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลด้านคุณภาพ. (PERSUASIVE COMMUNICATION PROCESS FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATIONS WINNING QUALITY AWARD) อ. ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ , 144 หน้า. ISBN 974-53-2987-8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษากระบวนการสื่อสารในการระดมและเผยแพร่ความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA) หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) 2. ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการระดมและเผยแพร่ความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA) หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) 3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ของพนักงานในองค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA) หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ดูแลการจัดการความรู้ 6 ท่านจาก 5 องค์กร การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, t-test, ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ตามลำดับ

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. กระบวนการสื่อสารในการจัดการความรู้ขององค์กรต่างๆ แบ่งเป็น 3 ชั้น ชั้นที่ 1 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ชั้นที่ 2 เชิญชวนให้พนักงานเข้าร่วมในกิจกรรมของการจัดการความรู้ และชั้นที่ 3 การกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ส่งสารที่สำคัญคือผู้บริหาร คณะกรรมการจัดการความรู้ และพนักงานในระดับหัวหน้างาน ในขณะที่ผู้รับสารคือพนักงานทุกระดับในองค์กร สารที่ใช้ในการโน้มน้าวใจมีทั้งสารที่เป็นวจนะภาษาและอวจนะภาษา ส่วนช่องทางการสื่อสาร ใช้ทั้งช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจให้พนักงานให้ความร่วมมือในกิจกรรมการจัดการความรู้ได้แก่ 1.การใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ 2.การให้สิ่งจูงใจ ทั้งที่เป็นที่เป็นเงินหรือของรางวัล และที่ไม่ใช่เงินหรือของรางวัล 3.การมีส่วนร่วมของพนักงาน 4.การเชื่อมโยงความคิดใหม่กับความคิดเก่า 5.การสร้างข้อผูกพันของการกระทำ 6.การสร้างบรรยากาศการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ของพนักงาน คือ เพศ ระดับการศึกษา และความพึงพอใจในการทำงาน

ภาควิชา .....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต.....  
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
 ปีการศึกษา.....2548..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 4785085128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: COMMUNICATION /ORGANIZATIONAL COMMUNICATION / KNOWLEDGE MANAGEMENT

PATANEeya SIRIPRAPRUT : PERSUASIVE COMMUNICATION PROCESS FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATIONS WINNING QUALITY AWARD. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROFESSOR JITRAPORN SUTHIVORASETH,Ph.D. , 144 pp. ISBN 974-53-2987-8.

The purposes of the research on Persuasive Communication Process for Knowledge Management were to examine: 1) the communication process for gathering and transferring knowledge of the organizations winning Thailand Quality Award (TQA) or Thailand Quality Class (TQC) ;2) the communication strategies for gathering and transferring knowledge of the organizations winning Thailand Quality Award (TQA) or Thailand Quality Class (TQC) ;3) the influential factors on employees' cooperation in gathering and transferring knowledge of the organizations winning Thailand Quality Award (TQA) or Thailand Quality Class (TQC).

The research methodologies were composed of qualitative and quantitative approach. To collect the data, an interview with 6 executives and knowledge management staffs from 5 organizations was conducted and a survey where 385 self-administered questionnaires with the sample who were employees under study was also used. Frequency distributions, percentage, mean, t-test, ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation were statistical techniques used to analyze the data through SPSS computer program. The findings were as follows :

1. The communication process was consisted of 3 steps: giving KM Information, persuading the employees to join KM activities and performing consistently. The executives, the KM Committee and supervisors were important sender meantime the receivers were all levels of employee. Verbal and non-verbal messages were used through formal and informal channel of communication.

2. Six communication strategies were used in KM management: communicator's credibility, rewarding, employees' participation, linking new KM and old working system, building performance commitment and organizational communication climate.

3. The factors which effected gathering and transferring knowledge cooperation were gender, education and job satisfaction.

Department .....Public Relations.....Student's signature.....*Pataneeya Siripraprut*.....  
Field of study..... Development Communication .....Advisor's signature.....*J. Sudhivoraseth*.....  
Academic year .....2005..... Co-advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงมาได้ด้วยความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ที่สละเวลาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา คอยกำกับดูแลให้อยู่ในกรอบเวลาและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่างๆมากมาย รวมถึงรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา ที่ให้เกียรติเป็นประธานและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ ทั้ง 3 ท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ คุณถาวร วิทรายคำ คุณปิยาภา ทวีศรี คุณชญานา อุบลชลเขตต์ คุณฉวีวรรณ วิษุภานันท์ คุณประทีป จิตรประทีป และคุณสิทธิเดช สิทธิประณีต ที่สละเวลาให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปสัมภาษณ์ และขอขอบคุณพี่ๆพนักงานทั้ง 5 บริษัท ที่อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาวิจัยได้สำเร็จทันเวลา

ขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน

และขอขอบคุณคุณแม่ ที่แม้ไม่ได้อยู่ด้วยกันขณะที่เรียนและทำวิทยานิพนธ์ แต่ก็ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจผู้วิจัยด้วยความเป็นห่วงอยู่เสมอ

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ

### บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11

### บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการสื่อสาร.....	12
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารภายในองค์การ.....	16
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้.....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย.....	52
ประชากรในการสัมภาษณ์.....	52
กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์.....	52

เครื่องมือในการสัมภาษณ์.....	53
ประชากรในการสำรวจ.....	54
กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ.....	54
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	55
เครื่องมือในการสำรวจ.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	58
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	
กระบวนการสื่อสารในการโน้มน้าวใจให้พนักงานร่วมมือใน การระดมและเผยแพร่ความรู้.....	61
กลยุทธ์การสื่อสารในการโน้มน้าวใจให้พนักงานร่วมมือใน การระดมและเผยแพร่ความรู้.....	73
ปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ของพนักงาน.....	83
การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา.....	83
การทดสอบสมมติฐาน.....	97
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการวิจัย.....	105
อภิปรายผล.....	108
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	121
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	122
รายการอ้างอิง.....	123
ภาคผนวก.....	128
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	144



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 หัวข้อทางธุรกิจที่ผู้บริหารระดับสูงให้ความสนใจ.....	6
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	83
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	84
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	84
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาทำงาน.....	85
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับตำแหน่งงาน....	85
ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ.....	86
ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความมั่นคงและความก้าวหน้าในการงาน.....	87
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจในด้านการได้รับการยอมรับนับถือ.....	88
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน.....	89
ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน.....	90
ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจในด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา.....	91
ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจในด้านเงินเดือน รางวัล และสิ่งตอบแทน.....	92
ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความเป็นจริงในด้านความร่วมมือในการจัดการความรู้.....	93
ตารางที่ 15 แสดงข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่ให้ความร่วมมือ ในการจัดการความรู้/การระดมและเผยแพร่ความรู้.....	95
ตารางที่ 16 แสดงข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่ไม่ให้ความร่วมมือ ในการจัดการความรู้/การระดมและเผยแพร่ความรู้.....	95

ตารางที่ 17 แสดงข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ในการดำเนินการขององค์การ.....	96
ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ.....	97
ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ.....	98
ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	98
ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานของ การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ ความรู้ของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงาน.....	99
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพด้านระดับตำแหน่งงาน.....	99
ตารางที่ 23 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน กับระดับความพึงพอใจในลักษณะงานที่ทำ.....	100
ตารางที่ 24 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน กับระดับความพึงพอใจในความมั่นคงและ ความก้าวหน้าในการทำงาน.....	100
ตารางที่ 25 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ ความรู้ของพนักงานกับระดับความพึงพอใจในการได้รับการยอมรับนับถือ.....	101
ตารางที่ 26 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่ความรู้ของพนักงาน กับระดับความพึงพอใจในสภาพแวดล้อม ในการทำงาน.....	102

ตารางที่ 27 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดมและ เผยแพร่มารู้ของพนักงาน กับระดับความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับ เพื่อนร่วมงาน.....	102
ตารางที่ 28 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดม และเผยแพร่มารู้ของพนักงาน กับระดับความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับ ผู้บังคับบัญชา.....	103
ตารางที่ 29 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับความร่วมมือในการระดม และเผยแพร่มารู้ของพนักงาน กับระดับความพึงพอใจในเงินเดือน รางวัล และสิ่งตอบแทน.....	103

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงแบบเครือข่ายของการสื่อสาร.....	23
ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อทัศนคติกับการเปลี่ยนแปลงภายในและ การเปลี่ยนแปลงภายนอก ของ Rosenberg และ Hovland.....	31
ภาพที่ 3 แสดงลำดับความต้องการของมาสโลว์.....	37
ภาพที่ 4 การสร้างความรู้ของ Nonaka และ Takeuchi .....	44
ภาพที่ 5 Websiteการจัดการความรู้ของบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด.....	71