

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ซึ่งองค์การของตนสังกัดอยู่ รวมทั้งศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมฯ ว่ามีมากน้อยเพียงใด เพื่อที่สมาคมฯ ในบทบาทผู้นำความคิดเห็น ดำเนินกิจกรรมเพื่อประโยชน์โดยรวมของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย จะสามารถนำผลในการศึกษานี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ตรงตามความต้องการของสมาชิก โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้วางไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม และการใช้ประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมและความพึงพอใจในการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Shot case Study) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ หน่วยงานที่มีชื่อขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย จำนวน 548 บริษัท ผู้ศึกษาได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 235 บริษัท ซึ่งสมาชิก 1 บริษัทถือเป็น 1 ตัวอย่าง และผู้แทนของสมาชิกแต่ละบริษัทเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

จากสมาคม ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกของสมาคม ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากสมาชิกต่อการปรับปรุงด้านการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน - มิถุนายน 2551

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม แล้วนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ 2 ส่วน คือ

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ขนาดองค์กร ประเภทธุรกิจหลัก ลักษณะการถือหุ้นในหน่วยงาน ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสมาคม การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์จากการเป็นสมาชิกของสมาคม ความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างสำหรับประชากร 2 กลุ่ม (T-test) การทดสอบความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) โดยใช้วิธีทดสอบชนิด LSD (Least Significant Difference) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 235 บริษัท โดยมีผู้แทนของแต่ละหน่วยงานตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 เพศหญิง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 พบว่าเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงถึง 2 เท่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 หน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีพนักงานในหน่วยงาน 200 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.6 โดยกิจการมากกว่าครึ่งมีคนไทยถือหุ้น 100% คิด

เป็นร้อยละ 59.6 นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 83.4 ดำเนินธุรกิจหลักในรูปแบบโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นสัดส่วนมากที่สุด ทั้งยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสมาคมมา 1-5 ปี ร้อยละ 37.0 และอีกร้อยละ 31.1 เป็นสมาชิกสมาคมตั้งแต่ 6-10 ปี

ตอนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาได้รับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวนร้อยละ 21.3

ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสมาคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับทางอีเมลล์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมาเคยได้รับทราบจากจดหมาย คิดเป็นร้อยละ 63.0

ความสะดวกในการรับทราบข่าวสารจากสมาคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สะดวกรับทางอีเมลล์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมาสะดวกที่จะรับข่าวสารทางจดหมายเช่นกัน แต่เป็นเพียงร้อยละ 28.9

กลุ่มตัวอย่างมีต้องการให้สมาคมสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร ประเภทการวิเคราะห์ด้านการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมา คือ ข้อมูลข่าวสารประเภทสรุปความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 74.0 และด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 54.9

ตอนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.10 โดยพบว่า สมาชิกใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงมากกว่าประโยชน์ด้านการสนับสนุนธุรกิจของสมาชิก และด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน

พิจารณาระดับค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.26 จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างได้เพิ่มพูนและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มากที่สุด โดยใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาคือ ได้รับทราบข่าวสารและความเคลื่อนไหวของวงการอย่างทันต่อเหตุการณ์ โดยใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนำข้อมูลจากสมาคมไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานของหน่วยงานน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.15 โดยเป็นการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลางเช่นกัน

2. ด้านการสนับสนุนธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.05 จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างได้รับสิทธิพิเศษเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่สมาคมจัดขึ้นมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.46 เป็นการให้ประโยชน์ในระดับมาก รองลงมาคือ ได้เพิ่มโอกาสติดต่อขอรับบริการหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ย 3.31 และได้รับทราบกลยุทธ์การบริหารธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.17 โดยใช้ประโยชน์ระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประโยชน์จากการเพิ่มโอกาสทางการตลาดน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.68 โดยใช้ประโยชน์ระดับปานกลาง

3. ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 3.05 จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาคอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีสมาคมเป็นศูนย์กลางของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.70 โดยเป็นการใช้ประโยชน์ในระดับมาก รองลงมา คือ เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานร่วมกัน ค่าเฉลี่ย 3.09 และทำให้เกิดอำนาจต่อรองซึ่งเป็นผลจากการรวมกลุ่มของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ค่าเฉลี่ย 2.93 โดยใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสมาคมช่วยแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของสมาชิกในเชิงนโยบายอุตสาหกรรมน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.74 โดยใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง ต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 ซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับสูง โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผู้บริหารและบุคลากรของสมาคมมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจต่อเนื้อหาข้อมูลข่าวสารของสมาคมมากกว่าการบริหาร/การจัดการสมาคม และพบว่าการบริหาร/การจัดการการสื่อสารของสมาคมนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

พิจารณาระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ด้านการบริหาร/การจัดการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.32 เป็นความพึงพอใจในระดับปานกลางจำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดต่อการที่สมาคมมีการเชื่อมต่อกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ และมีบทบาทเป็นผู้นำความคิดเห็นที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.43 โดยพึงพอใจในระดับสูง รองลงมา คือ มีความพึงพอใจที่สมาคมเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนทัศนะและข้อมูลต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 3.42 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจน้อยที่สุดต่อปริมาณการจัดจ้างบุคลากรเพื่อให้บริการสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.13

2. ด้านผู้บริหารและบุคลากรของสมาคม ค่าเฉลี่ยรวม 3.72 เป็นความพึงพอใจในระดับสูง จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดต่อการที่เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความเป็นกันเอง โดยพึงพอใจในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา คือ พึงพอใจที่เจ้าหน้าที่มีความสุภาพในการติดต่อประสานงาน ค่าเฉลี่ย 3.86 และเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.75 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อความสามารถของคณะกรรมการในบทบาทการเป็นผู้นำความคิดเห็นแทนสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.58 แต่ยังเป็นความพึงพอใจในระดับสูง

3. ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ยรวม 3.33 เป็นความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อการใช้ภาษาที่มีความกระชับเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมา คือ พึงพอใจที่ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เทียบตรงแม่นยำถูกต้องสามารถใช้อ้างอิงได้ มีค่าเฉลี่ย 3.46 โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ในขณะที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อปริมาณของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.04

4. ด้านการบริการ/การจัดการการสื่อสาร ค่าเฉลี่ยรวม 3.31 เป็นความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดที่ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับสมาคม โดยมีความพึงพอใจในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมา คือ พึงพอใจที่สมาคมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ค่าเฉลี่ย 3.45 และสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน ค่าเฉลี่ย 3.43 ซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับสูง ในขณะที่เดียวกันก็พึงพอใจระดับปานกลางในความร่วมมือของสมาคมที่มีต่อสื่อมวลชนและองค์กรระหว่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.15 และ 3.14 ตามลำดับ และพึงพอใจน้อยที่สุดต่อความน่าสนใจและความน่าดึงดูดของสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมของสมาคม มีค่าเฉลี่ย 3.12

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งแจ้งปัญหา อุปสรรคที่ผ่านมา และได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก่สมาคม สำหรับนำมาปรับปรุงด้านการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม สรุปเป็นประเด็นดังนี้

5.1 ด้านการจัดการการสื่อสาร

สมาชิกส่วนใหญ่ที่ตอบข้อเสนอแนะในส่วนนี้เห็นว่า การติดต่อสื่อสารหรือการเผยแพร่ข้อมูลระหว่างสมาคมกับสมาชิกยังมีน้อยเกินไป ไม่มีความต่อเนื่อง และไม่ทั่วถึงสมาชิกส่วนใหญ่ อีกทั้งมีความเห็นว่า ที่ผ่านมาสมาคมมักจะส่งข่าวสารหรือแจ้งกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ไปยังเฉพาะกลุ่มที่ใกล้ชิดเท่านั้น จึงเสนอแนะว่าควรเพิ่มความถี่ในการติดต่อสื่อสารกับสมาชิก

โดยรวมอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เช่น รายงานสรุปความเคลื่อนไหวในวงการยานยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นระยะ ๆ รายงานความคืบหน้าโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่สมาคมจัดขึ้น โดยเพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและเข้าถึงสมาชิกอย่างแท้จริง

ทั้งนี้สมาชิกบางรายแจ้งว่าได้รับข้อมูลจากสมาคมน้อยมาก โดยตั้งข้อสังเกตว่าอาจมีความผิดพลาดเกี่ยวกับรายละเอียดข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก เช่น อีเมลและที่ตั้งสำนักงานสมาชิก จึงเสนอแนะให้สมาคมตรวจสอบและปรับปรุงข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวให้ถูกต้องอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นช่องทางหลักที่สมาคมใช้สื่อสารไปยังสมาชิก เพื่อสมาชิกได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคมอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ สมาชิกเห็นว่าสมาคมควรปรับปรุงข้อมูลในเว็บไซต์ให้สมาชิกและผู้สนใจทั่วไปได้ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ของสมาคมมากขึ้น สามารถเข้าชมได้สะดวก ซึ่งจะช่วยลดภาระการดำเนินการของสมาคมในการตอบคำถามและจัดส่งข้อมูลต่าง ๆ ได้มาก และยังเป็นการเพิ่มช่องทางที่สมาชิกจะติดตามรับข่าวสารจากสมาคมอย่างต่อเนื่องได้ด้วย

5.2 ด้านเนื้อหาข้อมูล

สมาชิกเห็นว่า ข้อมูลที่สมาคมทำการเผยแพร่ไปนั้นมีหลายส่วนที่เข้าใจยาก เพราะเป็นเชิงวิชาการเกินไป เช่น ด้านมาตรฐาน คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ เป็นต้น บางครั้งเป็นข้อมูลที่ไม่ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งสถิติการวิเคราะห์ไม่ชัดเจน เป็นข้อมูลพื้นฐานที่สมาชิกต้องนำไปวิเคราะห์เอง ดังนั้น สมาคมควรปรับปรุงลักษณะข้อมูลข่าวสารให้มีหลากหลาย และมีเนื้อหาและการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ทันต่อสถานการณ์ และมีการเปรียบเทียบวิเคราะห์เจาะลึกที่สมาชิกมีความเห็นดังกล่าว อาจเป็นเพราะสมาชิกมีความคาดหวังต่อสมาคมว่าจะสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่สมาชิกรับไปใช้ประโยชน์ในงานได้จริง

5.3 ด้านการบริหารจัดการ

สมาชิกเห็นว่า ผู้บริหารสมาคมควรมีวิสัยทัศน์และมีความเข้าใจในศักยภาพและความต้องการของสมาชิกทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs และกลุ่ม Aftermarket อย่างแท้จริง ทั้งนี้ คณะกรรมการสมาคมควรจัดลำดับความสำคัญ โดยให้ความช่วยเหลือสมาชิกที่มีขนาดกลางและขนาดย่อมก่อนสมาชิกขนาดใหญ่ เนื่องจากสมาชิกขนาดใหญ่ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาด้านการเงินด้านแรงงาน การจัดการระบบคุณภาพ หรือด้านเทคโนโลยีการผลิต ดังนั้น สมาคมควรวางแผนดำเนินงานประจำปีหรือเพิ่มการจัดกิจกรรมที่ช่วยยกระดับความสามารถของสมาชิกกลุ่ม SMEs รวมถึงกำหนดแผนงานเพื่อส่งเสริมสมาชิกกลุ่ม Aftermarket ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การ

ส่งเสริมขยายตลาด การแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน การสนับสนุนเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่

สมาชิกรายรายมีความเห็นว่า สมาคมดำเนินงานไม่ทันเหตุการณ์กับสถานการณ์ เศรษฐกิจปัจจุบัน ทั้งนี้สมาชิกเห็นว่า บทบาทหลักของสมาคมนั้นคือเป็นตัวแทนสมาชิกติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจยานยนต์ ดังนั้นควรสรุปวิเคราะห์สถานการณ์การดำเนินงาน หรือนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยสรุปแจ้งสมาชิกเป็นระยะ ๆ เพื่อสมาชิกได้ทราบแนวทางนโยบายดังกล่าวแล้วนำมาวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจการตลาดและวางแผนการดำเนินงานของบริษัทได้

ในอีกประเด็นหนึ่ง สมาชิกเห็นว่า สถานที่สำนักงานสมาคมมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด ควรขยายพื้นที่และจัดรูปแบบสำนักงานพร้อมให้สมาชิกและบุคคลทั่วไปมาใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าได้บ้าง เช่น จัดมุมห้องสมุด หนังสือ สื่อทางวิชาการ ฯลฯ สาเหตุที่สมาชิกเสนอแนะดังกล่าว เนื่องจากเห็นว่า สมาคมเป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สมาคมได้ติดต่อเชื่อมโยงจำนวนมาก แต่ข้อมูลเหล่านั้นไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ต่อสมาชิกมากเท่าที่ควร จึงน่าจะเปิดโอกาสเพิ่มเติมแหล่งค้นคว้าข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ให้มากขึ้น

5.4 ด้านการบริการ

มีสมาชิกให้ความเห็นว่า บางครั้งเจ้าหน้าที่ขาดความสุภาพและขาดความตั้งใจ ในการให้บริการแก่สมาชิก เมื่อติดต่อสอบถามข้อมูลจะได้รับการตอบกลับช้ามากและสมาคมไม่แจ้งผลหรือความคืบหน้ากลับยังผู้สอบถาม จึงต้องติดต่อกลับมาสอบถามอีกครั้งแต่ก็ยังไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ อาจเป็นเพราะสมาคมไม่มีข้อมูลนั้น ๆ อยู่ หรือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบต้องออกไปปฏิบัติงานนอกสถานที่จึงไม่มีผู้อื่นที่จะให้คำตอบแทนได้ ในบางครั้งมีการประสานงานไม่ชัดเจน ไม่มีทิศทางการดำเนินงานที่แน่นอน ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นนี้อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและความร่วมมือของสมาชิกที่มีต่อสมาคมได้

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ลักษณะทางประชากรของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

1.1 เพศของผู้แทนสมาชิก ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

1.2 อายุของผู้แทนสมาชิก ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

1.3 ขนาดองค์กรของสมาชิก มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

โดยสมาชิกที่มีทุกขนาดองค์กรจะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม 1 - 2 ครั้ง / เดือน

1.4 ลักษณะการถือหุ้นในหน่วยงานของสมาชิก ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

1.5 ประเภทธุรกิจหลักของสมาชิก ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

1.6 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสมาคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

โดยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกไม่เกิน 10 ปี จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม 1 - 2 ครั้ง / เดือน ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคมมากกว่า 4 ครั้ง / เดือน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 สมาชิกที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

2.1 ผู้แทนสมาชิกเพศชายและหญิง มีการใช้ประโยชน์จากการสมาคม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้าน พบว่าสมาชิกชายและหญิง มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง ด้านการสนับสนุนธุรกิจ และด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานไม่ต่างกัน

2.2 สมาชิกที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่มีอายุต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคม ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง ด้านการสนับสนุนธุรกิจ และด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ไม่ต่างกัน

2.3 สมาชิกที่มีขนาดองค์กรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านจะพบว่าโดยสมาชิกที่มีขนาดองค์กร 200 คนขึ้นไป มีการใช้ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานสูง

กว่าสมาชิกที่มีขนาดองค์กร 1-50 คน ในขณะที่สมาชิกที่มีขนาดองค์กรแตกต่างกันใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงและด้านการสนับสนุนธุรกิจไม่ต่างกัน

2.4 สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่ต่างชาติถือหุ้น 100% มีการใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่อการอ้างอิงสูงกว่าสมาชิกที่คนไทยถือหุ้น 100% ในขณะที่สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นต่างกันใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการสนับสนุนธุรกิจ และด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ไม่ต่างกัน

2.5 สมาชิกที่มีประเภทธุรกิจหลักแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่มีประเภทธุรกิจหลักต่างกันจะมีการใช้ประโยชน์จากสมาคม ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่างกัน ในขณะที่ใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง ด้านการสนับสนุนธุรกิจไม่ต่างกัน

2.6 สมาชิกที่มีระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิกแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน

โดยสมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี จะมีการใช้ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกสมาคมสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิก ไม่เกิน 10 ปี

เมื่อพิจารณารายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้าน พบว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี จะใช้ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกไม่เกิน 10 ปี ในขณะที่ใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงและด้านการสนับสนุนธุรกิจ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 3 สมาชิกที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมแตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

3.1 ผู้แทนสมาชิกชายและหญิง มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกชายและหญิง จะมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ด้านบุคลากร

ของสมาคมและด้านการจัดการการสื่อสารต่างกัน ในขณะที่มีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการ และด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ไม่ต่างกัน

3.2 ผู้แทนสมาชิกที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ด้านการบริหารจัดการ ด้าน บุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสาร ไม่ต่างกัน

3.3 สมาชิกที่มีขนาดองค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่มีขนาดองค์กร 200 คนขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการสูงกว่าสมาชิกที่มีขนาดองค์กร 1-50 คน ในขณะที่สมาชิกที่มีขนาดองค์กรแตกต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านผู้บุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสาร ไม่ต่างกัน

3.4 สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นต่างกัน จะมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสาร ไม่ต่างกัน

3.5 สมาชิกที่มีประเภทธุรกิจหลักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน จะพบว่า สมาชิกที่มีประเภทธุรกิจหลักต่างกัน จะมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสาร ไม่ต่างกัน

3.6 สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน จะพบว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน โดยสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 5 ปี และ มากกว่า 10 ปี จะมีความพึงพอใจสูงกว่า

สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 5-10 ปี ในขณะที่สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม และด้านการจัดการสื่อสาร ไม่ต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 4 การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคม สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้ คือ

4.1 ความถี่ที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากสมาคม ($r=0.350$)

การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคม โดยสัมพันธ์ในทางบวก หมายถึง ยิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมมากขึ้นตามไปด้วย

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมกับการใช้ประโยชน์จากสมาคมในแต่ละด้าน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกสมาคม โดยสัมพันธ์ทางบวกกับทุกด้าน ซึ่งหมายความว่า ยิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีการใช้ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกสมาคม ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง ด้านการสนับสนุนธุรกิจ และด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานมากขึ้นตามไปด้วย โดยมีผลต่อการใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงมากที่สุด

สมมติฐานการศึกษาที่ 5 การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้ คือ

5.1 ความถี่ที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ($r=0.191$)

การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม โดยสัมพันธ์ในทางบวก หมายถึง ยิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมมากขึ้นตามไปด้วย

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมกับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมในแต่ละด้าน พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม โดยสัมพันธ์ในทางบวกกับทุกด้านซึ่งอธิบายได้ว่า ยิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจาก

สมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสาร มากขึ้นตามไปด้วย โดยมีผลต่อความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการมากที่สุด

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของสมาชิกสมาคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ขนาดองค์กรของสมาชิกสมาคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม โดยสมาชิกที่มีทุกขนาดองค์กรจะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม 1 - 2 ครั้ง / เดือน และ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสมาคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม โดยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกไม่เกิน 10 ปี จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม 1 - 2 ครั้ง / เดือน ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม มากกว่า 4 ครั้ง / เดือน ในขณะที่ เพศ อายุ ลักษณะการถือหุ้นของหน่วยงาน ประเภทธุรกิจหลักของสมาชิก ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม

จากผลการศึกษานั้น พบว่าสมาชิกทุกขนาดได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคมเป็นปริมาณที่ค่อนข้างน้อยเพียง 1-2 ครั้ง/เดือนเท่านั้น ถึงแม้ในความเป็นจริงสมาคมจะทำการส่งข่าวสารไปยังสมาชิกเป็นประจำในความถี่อย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้งทางอีเมลเป็นหลัก จึงอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นได้ว่า สมาชิกไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ขนาดกลาง หรือขนาดย่อม มีแนวโน้มจะเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สามารถนำมาใช้ได้จริงกับหน่วยงานของตนเป็นหลัก หากพบว่าข้อมูลนั้นสามารถเข้าใจได้ง่ายสอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังขององค์กรหรือความพร้อมทางอารมณ์ของตัวผู้รับข่าวสารประจำขององค์กรในขณะนั้น ก็จะทำให้เกิดความสนใจและจดจำ

ได้ว่าสมาคมได้ส่งข่าวสารมาถึงหน่วยงานตนเองบ่อยเพียงใด สอดคล้องกับที่ แคลปเปอร์¹ กล่าวว่ากระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร (Selective Process) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเปิดรับ การสนใจ การตีความ การจดจำ หรือกรณีที่สมาชิกเปิดรับแล้วพบว่าข่าวสารจากสมาคมไม่สอดคล้องกับความรู้ของตนหรือความต้องการของหน่วยงานของตน ก็จะไม่สนใจข่าวสารนั้นหรือเปิดรับต่อแต่ก็ไม่ได้สนใจอย่างจริงจัง ถึงแม้ว่าข่าวสารจะถูกส่งมาอย่างต่อเนื่องหรือมีปริมาณมากก็ตาม จากนั้นก็จะตีความว่าข่าวสารจากสมาคมส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จริงกับองค์กรของตนจึงไม่จำเป็นต้องให้ความสนใจอีกต่อไป และเกิดการจดจำว่าได้รับในปริมาณไม่มาก

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างบริษัทขนาดย่อม (พนักงานไม่เกิน 50 คน) ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสมาคม 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.7 และผลอันดับรองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารจากสมาคมน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.2 จากผลดังกล่าวสอดคล้องกับที่ ถาวร และ ธนะเวช ศรีสุขะโต ได้สรุปปัญหาและข้อจำกัดของ SMEs ในภาพรวม² ซึ่งอธิบายได้ว่า SMEs โดยทั่วไปค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ อันเป็นทั้งสาเหตุและผลลัพธ์ของปัญหาที่ SMEs ต้องประสบในหลายด้าน อาทิ ปัญหาด้านการตลาดเนื่องจากตอบสนองตลาดในประเทศเท่านั้น ในขณะที่เดียวกับที่สินค้าต่างประเทศเข้ามาแข่งขันมากขึ้น ปัญหาขาดแคลนเงินทุนต้องพึ่งพาเงินกู้ยืมจากระบบดอกเบี้ยสูง ปัญหาด้านแรงงานมีการเข้าออกของพนักงานสูง ส่งผลถึงคุณภาพแรงงานและประสิทธิภาพการผลิตสินค้า ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตทำให้ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัญหาข้อจำกัดด้านการจัดการที่บริหารแบบครอบครัวใช้ประสบการณ์ลองผิดลองถูกจึงอาจเกิดปัญหาเมื่อจำเป็นต้องขยายกิจการ

จากผลการศึกษเกี่ยวกับช่องทางการเปิดรับข่าวสาร พบว่า สมาชิกเคยได้รับและสะดวกเปิดรับข่าวสารจากสมาคมทางอีเมลมากที่สุด ถึงกว่าร้อยละ 70 ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่สมาคมใช้มากที่สุดในการส่งข่าวสารถึงสมาชิก การที่ทุกองค์กรต่างคิดค้นพัฒนากลยุทธ์การ

¹ Joseph T. Klapper, อ้างถึงใน เอื้อบังอร นันทมนตรี, “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์ในข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานในองค์กร : กรณีศึกษา เครือเคมีภัณฑ์ซีเมนต์ไทย,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ

² ถาวร และ ธนะเวช ศรีสุขะโต. เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs : ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์, 2543), น. 16-18

จัดการการสื่อสารรองรับการแข่งขันปัจจุบัน เน้นความรวดเร็วมุ่งลดต้นทุนค่าใช้จ่ายดำเนินการ อีกทั้งพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงทำให้การสื่อความหมาย การสร้างทัศนคติ รวมทั้งการเข้าถึงก็ต้องปรับเปลี่ยนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ดังนั้นการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ เช่น อีเมลล์และเว็บไซต์ ถูกใช้อย่างแพร่หลายเพราะตอบสนองด้านความเร็วและประหยัด รับส่งข้อมูลข่าวสารถึงกันได้ทั่วโลก จึงเป็นหนึ่งในแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรแบบ Below the line เพื่อมุ่งเข้าถึงและช่วงชิงความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งทำให้ปริมาณอีเมลล์มากตามไปด้วยแต่ผู้รับสารก็จะเลือกเปิดรับเฉพาะข้อมูลน่าสนใจตรงกับความต้องการขององค์กรอย่างแท้จริงเท่านั้น อีกทั้งผลสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์จากสมาคมยังไม่น่าสนใจและไม่ดึงดูดใจมากเท่าที่ควร ซึ่งอาจมีผลต่อการที่สมาชิกจะเข้ามาใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจ รวมถึงส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินงานของสมาคมแต่ละฝ่ายด้วย

ดังนั้นสมาคมจำเป็นต้องวางกลยุทธ์พัฒนาปรับปรุงออกแบบอีเมลล์หรือเว็บไซต์ให้น่าสนใจ นำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจที่ต้องการผ่านระบบออนไลน์อย่างสม่ำเสมอหรืออย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง อาทิ สรุปลิเคราะห์การตลาด ความเคลื่อนไหวในวงการ ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น เพื่อดึงดูดให้สมาชิกโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs เปิดรับข่าวสารจากสมาคมมากขึ้น

ส่วนการเปิดรับทางจดหมายหรือ Direct Mail นั้นพบว่าสมาชิกเคยได้รับทางจดหมายร้อยละ 63 แต่ก็มีเพียงร้อยละ 28.9 เท่านั้นที่สะดวกเปิดรับช่องทางนี้ เมื่อพิจารณาถึงข้อจำกัดของจดหมายคือมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และมีความน่าสนใจน้อย จึงไม่ค่อยสอดคล้องกับสถานการณ์การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มักจะเน้นความเร็ว สีสันและความน่าสนใจ ดังนั้นจึงตั้งข้อสังเกตว่าสาเหตุและข้อจำกัดของสื่อเหล่านี้จากสมาคมน่าจะมีผลต่อการเปิดรับและการให้ความสนใจข่าวสารจากสมาคมด้วย

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสมาคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม โดยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมไม่เกิน 10 ปี จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคม 1 - 2 ครั้ง / เดือน ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก มากกว่า 10 ปี จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสมาคมมากกว่า 4 ครั้ง / เดือน สอดคล้องกับแนวคิดประสบการณ์ร่วม (Field of Experience) ของวิลเบอร์ แชรรมมี³ ที่เน้นความสำคัญใน

³Schramm Wilber, "How Communication Works," in Chapter in the Process and Effects of Mass Communication (Urbana: University of Illinois Press, Copyright 1954), p. 68. อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักส์, 2548), น. 73.

ประสบการณ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือ หากสมาคมและสมาชิกมีประสบการณ์ร่วมกันยิ่งนานเท่าใด การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมก็จะมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะส่งผลให้การสื่อสารระหว่างกันประสบผลสำเร็จง่ายขึ้น ความเข้าใจตรงกันก็จะเกิดขึ้นได้มาก จึงอาจจะกล่าวได้ว่า องค์กรที่เข้ามาเป็นสมาชิกระยะเวลาสั้นๆ ก็จะได้รับทราบผลการดำเนินงานสมาคมอย่างต่อเนื่องกว่าองค์กรที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกน้อยกว่า และได้เห็นความสำคัญในข่าวสารที่ส่งมาว่าสามารถนำมาใช้ประโยชน์กับหน่วยงานของตนได้จริง จึงเพิ่มความสนใจและจดจำข่าวสารจากสมาคมมากกว่าสมาชิกที่มีประสบการณ์ร่วมกับสมาคมน้อยกว่า ซึ่งเมื่อพิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปีมีเพียงร้อยละ 26 เท่านั้น ซึ่งเป็นเพียงประมาณ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่เปิดรับข่าวสารจากสมาคมในปริมาณมาก ทั้งยังพบว่า สมาชิกต้องการให้สมาคมสนับสนุนข้อมูลข่าวสารประเภทวิเคราะห์ด้านการตลาด สรุปความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมและด้านเทคโนโลยี ดังนั้นสมาคมควรจัดทำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่สมาชิกเกี่ยวกับด้านเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง น่าจะทำให้สมาชิกส่วนใหญ่ที่มีระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิกไม่ถึง 10 ปีมีการเปิดรับข่าวสารข่าวสารจากสมาคมมากขึ้น

ในขณะที่การทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า เพศ อายุ ลักษณะการถือหุ้นของหน่วยงานประเภทธุรกิจหลักของสมาชิกสมาคมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม ผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวดี พลศักดิ์⁴ ที่พบว่า เพศและอายุไม่มีความต่างในเรื่องความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ธุรกิจแต่อย่างใด

สมมติฐานข้อที่ 2 สมาชิกที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้แทนสมาชิกที่มีเพศและอายุ สมาชิกที่มีขนาดขององค์กร และลักษณะการถือหุ้นแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะสมาคมมีนโยบายการดำเนินงานเพื่อสมาชิกโดยรวม ไม่มีการแบ่งแยกว่าสมาชิกระดับใด องค์กรใดจะได้ประโยชน์มากหรือน้อยกว่ากัน อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกรายมีส่วนร่วมขึ้นอยู่กับความ

⁴พัชราวดี พลศักดิ์, “พฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ

สนใจของสมาชิกเองโดยไม่มีกำบังคับ โดยเฉพาะการเผยแพร่ส่งข่าวสารนั้นจะส่งไปโดยไม่ได้แบ่งแยก คือ สมาชิกทุกรายจะได้รับข่าวสารเหมือนกันหมด สมาชิกรายใดที่ให้ความสนใจ มีความเกี่ยวข้องหรือสามารถใช้ประโยชน์จากข่าวสารเหล่านั้น ก็จะได้รับประโยชน์ไป

จากการทดสอบสมมติฐาน เพศชายและหญิงมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมไม่แตกต่างกัน ซึ่งดูจากค่าเฉลี่ยที่พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.13 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.05 อธิบายได้ว่าเพศชายและหญิงมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมในระดับที่ไม่ต่างกันมากนัก อาจเป็นเพราะชายและหญิงมีความถนัดในการได้รับข้อมูลจากสมาคมใกล้เคียงกันเมื่อพิจารณาการใช้ประโยชน์แต่ละด้านก็มีความใกล้เคียงกันด้วย ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ นิชดา เตรียมชัยศรี⁵ ที่พบว่า ลักษณะทางด้านประชากรที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านเครือข่ายไม่แตกต่างกัน และ ชัชฎาภรณ์ สุขสวัสดิ์⁶ พบว่าเพศมีการใช้ประโยชน์จากระบบอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ผู้แทนสมาชิกที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมไม่แตกต่างกัน โดยอายุไม่เกิน 35 ปีมีค่าเฉลี่ยรวม 3.10 อายุระหว่าง 36-45 ปี ค่าเฉลี่ยรวม 3.09 และอายุมากกว่า 45 ปี ค่าเฉลี่ย 3.11 จะเห็นได้ว่าเป็นค่าเฉลี่ยในการใช้ประโยชน์ที่ใกล้เคียงกันมาก เพราะบุคลากรในหน่วยงานสมาชิกแต่ละแห่ง ไม่ว่าจะเป็ตำแหน่งระดับผู้บริหารหรือระดับปฏิบัติการ ทุกคนก็ต้องดำเนินงานภายใต้แนวนโยบายบริหารองค์กรแบบเดียวกัน หากเห็นว่าสิ่งที่สมาคมดำเนินการมีประโยชน์กับองค์กรที่ตนสังกัดอยู่ ก็จะเข้ามาใช้ประโยชน์ทุก ๆ ด้านจากสมาคมเช่นเดียวกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรชรัตน์ หรั่งเพชร⁷ ที่พบว่า พนักงานองค์กรโทรศัพทแห่งประเทศไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากข่าวสารไม่แตกต่างกัน

⁵นิชดา เตรียมชัยศรี, “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน),”

(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ

⁶ชัชฎาภรณ์ สุขสวัสดิ์, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ซีเมนต์ จำกัด (ประเทศไทย) ต่อการสื่อสารในองค์กรโดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ต,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. 118.

⁷กรรชรัตน์ หรั่งเพชร, “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสาร เรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานองค์กรโทรศัพทแห่งประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. บทคัดย่อ

สมาชิกที่มีขนาดองค์กรและลักษณะการถือหุ้นแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะการดำเนินงานสมาคมนั้นไม่เคยมีการแบ่งแยกหรือเอื้อประโยชน์ให้แก่หน่วยงานขนาดใดโดยเฉพาะ เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมเพื่อเก็บเกี่ยวประโยชน์ไปใช้กับหน่วยงานของตนได้มากที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของสมาชิกเองด้วย ดังนั้นการที่ทุกหน่วยงานไม่ว่าขนาดใหญ่กลางหรือย่อม ตัดสินใจเข้ามาเป็นสมาชิกโดยคาดหวังให้สมาคมเป็นตัวแทนหรือกระบอกเสียงช่วยแก้ปัญหา เป็นแหล่งรวมข้อมูล เป็นสื่อกลางช่วยยกระดับความสามารถให้สมาชิก ซึ่งก็สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักการดำเนินงานสมาคมอยู่แล้ว จึงเป็นผลให้มีการใช้ประโยชน์ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านพบว่า สมาชิกที่มีขนาดองค์กรแตกต่างกันจะมีการใช้ประโยชน์จากสมาคม ในด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่างกัน โดยสมาชิกที่มีขนาดองค์กร 200 คนขึ้นไป มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน สูงกว่าสมาชิกที่มีขนาดองค์กร 1-50 คน อธิบายได้ว่า องค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงาน 200 คนขึ้นไปนั้นส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่ม Tier 1 ที่มีศักยภาพการผลิตระดับสูงขายส่งชิ้นส่วนเข้าโรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง หรือเป็นกลุ่มกิจการร่วมหุ้น (Joint Venture) หรือบริษัทข้ามชาติถือหุ้นโดยต่างชาติ 100% ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีเงินลงทุนจำนวนมากและเป็นเจ้าของเทคโนโลยีการผลิต ไม่ค่อยมีปัญหาทางการเงินและแรงงานเหมือนสมาชิกขนาดกลางและขนาดย่อม การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทเหล่านี้ต้องแข่งขันในระดับโลกที่ปัจจุบันเป็นการค้าเสรี ดังนั้นนโยบายดำเนินงานขององค์กรขนาดใหญ่ต้องสอดคล้องและสัมพันธ์กับนโยบายของภาครัฐเป็นสำคัญ เพื่อนำมาพิจารณาเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจขยายการลงทุนในระดับภูมิภาค การจ้างแรงงาน และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต จึงมีการใช้ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานจากสมาคมในระดับสูง มุ่งให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการกำหนดนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ร่วมกัน จึงมีการใช้ประโยชน์มากกว่าสมาชิกขนาดย่อมพนักงานไม่เกิน 50 คน ที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรับจ้างผลิตระดับ Tier 2-3 หรือกลุ่มผู้รับจ้างช่วง (Subcontractor) กลุ่มธุรกิจครอบครัว กลุ่มผู้แทนจำหน่าย (Trading) ที่เน้นการดำเนินธุรกิจเพื่อตลาดในประเทศเป็นหลัก จึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับนโยบายภาครัฐหรือการต่อรองกับกลุ่มผู้ประกอบการมากนัก เป็นผลให้การใช้ประโยชน์ด้านนี้น้อยกว่ากลุ่มสมาชิกขนาดใหญ่

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า สมาชิกที่ขนาดองค์กร และธุรกิจหลักต่างกันใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงและด้านการสนับสนุนธุรกิจไม่แตกต่างกันนั้น เพราะสมาชิกทุกขนาดองค์กรยังจำเป็นต้องใช้ข้อมูลความเคลื่อนไหวของวงการ นำมาวางแผน

งานในองค์กรของตนเอง ทั้งเห็นประโยชน์ในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับสมาคมว่าจะช่วยสนับสนุนและยกระดับธุรกิจของตนให้มีความมั่นคงมากขึ้นได้

สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงต่างกัน โดยสมาชิกที่ต่างชาติถือหุ้น 100% (Multinational Company) ใช้ประโยชน์ด้านนี้สูงกว่าสมาชิกที่คนไทยถือหุ้น 100% โดยมีค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง 3.49 และ 3.17 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของบรรษัทข้ามชาติ (MNCs) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D) มาก เป็นเจ้าของเทคโนโลยีการผลิตที่สำคัญของโลก มีเครือข่ายการผลิตและการตลาดทั่วโลก มีบทบาทสำคัญในภาคอุตสาหกรรมของไทยทั้งในด้านการผลิตและการส่งออก⁸ ดังนั้นจึงต้องการข้อมูลมาสนับสนุนการดำเนินงานของตนให้มากที่สุดเพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลกทุก ๆ ด้าน โดยสมาคมสามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลให้สมาชิกกลุ่มนี้ได้เพราะเป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ ดังนั้นจึงมีการใช้ประโยชน์ด้านนี้มาก ต่างกับสมาชิกคนไทยถือหุ้น 100% ที่ไม่เน้นด้านข้อมูลแต่มุ่งเน้นด้านการตลาดเพื่อความอยู่รอดธุรกิจตนเองมากกว่า ในขณะที่ สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นต่างกันใช้ประโยชน์จากสมาคมด้านการสนับสนุนธุรกิจและด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ไม่ต่างกัน

สมาชิกที่มีประเภทธุรกิจหลักแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบลักษณะการดำเนินงานสมาชิกที่เป็นอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ มีการดำเนินงานและสภาพแวดล้อมในองค์กรที่แตกต่างจากสมาชิกกลุ่มผู้จำหน่าย (Trading) ผู้ให้บริการและอุตสาหกรรมเชื่อมโยง เนื่องจากผู้ผลิตชิ้นส่วนมีโครงสร้างฝ่ายงานในองค์กรที่ซับซ้อนมีหน่วยงานแยกย่อยออกไปมากมายขึ้น อาทิ ฝ่ายงานผลิต ฝ่ายตรวจสอบ ฝ่ายดูแลระบบการจัดการคุณภาพ เป็นต้น ทั้งยังมีความแตกต่างด้านจำนวนบุคลากร เครื่องจักรและเทคโนโลยีการบริหารจัดการ เงินลงทุน รวมถึงมีสายการบังคับบัญชา และมีการบริหารจัดการของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์นั้นมุ่งเน้นลดต้นทุน เพื่อการแข่งขันและรับมือกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร จึงต้องทำทุกวิถีทางพัฒนาระดับศักยภาพขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตามองค์ประกอบทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อม บทบาทผู้รับสาร และกลุ่มอ้างอิงที่ ชวรัตน์ เชิดชัย⁹ ระบุว่า และสอดคล้องกับที่ Lawrence A. Wenner ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง (Orientational Gratification) การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการ

⁸สำมะโนอุตสาหกรรมในปี 2540 (ข้อมูลปี 2539)

⁹ชวรัตน์ เชิดชัย, *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน* (กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์, 2527), น. 164-166.

ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน

สมาชิกที่มีระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิกแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน โดยสมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี จะมีการใช้ประโยชน์จากสมาคมสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกไม่เกิน 10 ปี สอดคล้องกับแนวคิดประสบการณ์ร่วม (Field of Experience) ของวิลเบอร์ แชรम्म¹⁰ ที่เน้นความสำคัญในประสบการณ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือสมาคมและสมาชิกมีประสบการณ์ร่วมกันยิ่งนานเท่าใด จะเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากสมาคม ดังนั้นการใช้ประโยชน์ก็จะมากขึ้นตามไปด้วย องค์กรที่เพิ่งเข้ามาเป็นสมาชิกหรือมีระยะเวลาเป็นสมาชิกไม่นานนัก ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นมาใหม่ หรือเป็นองค์กรข้ามชาติที่เพิ่งเข้ามาลงทุนในประเทศไทยจึงยังไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับสมาคม หรือยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของสมาคมว่าจะเอื้อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างไร ซึ่งกลุ่มสมาชิกที่ไม่เกิน 10 ปี มีประมาณ 3 ใน 4 จากจำนวนสมาชิกที่สมาคมมีอยู่ ดังนั้นสมาคมควรจะต้องจัดการสื่อสารเข้าถึงอย่างจริงจังให้สมาชิกกลุ่มนี้ได้รับรู้ถึงประโยชน์ด้านต่าง ๆ ก็จะช่วยผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์โดยรวมได้

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านพบว่า ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน สมาชิกที่มีระยะเวลาเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี จะมีการใช้ประโยชน์สูงกว่าสมาชิกที่ไม่เกิน 10 ปี ในขณะที่ใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงและด้านการสนับสนุนธุรกิจไม่ต่างกัน อธิบายได้ว่า สมาชิกยังอยู่และรู้จักสมาคมมานาน ยังมีโอกาสเข้ามาร่วมกิจกรรมด้านต่าง ๆ มากขึ้น ได้เข้าใจในความเป็นไปและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมในเชิงลึก ได้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินงานของสมาคมเป็นศูนย์กลางช่วยแก้ปัญหาการดำเนินธุรกิจในเชิงนโยบาย จึงมีความสอดคล้องกันและเป็นส่วนที่ทำให้สมาชิกกลุ่มนี้ได้ใช้ประโยชน์มากขึ้น

¹⁰Schramm Wilber, "How Communication Works," in Chapter in the Process and Effects of Mass Communication (Urbana: University of Illinois Press, Copyright 1954), p. 68. อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 73.

สมมติฐานข้อที่ 3 สมาชิกที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมาชิกชายและหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมต่างกัน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.46 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.33 เมื่อวิเคราะห์สาเหตุความพึงพอใจที่ต่างกันนั้น เนื่องจากผู้แทนบริษัทที่ใช้ประโยชน์และมีปฏิสัมพันธ์กับสมาคมเป็นเพศชายมากกว่าผู้หญิง บุคคลเหล่านี้มีทั้งระดับผู้บริหารและปฏิบัติการรับผิดชอบงานด้านนโยบายและการตลาดขององค์กรที่ตนสังกัด ซึ่งบทบาทหลักและการบริหารจัดการของสมาคม มุ่งตอบสนองสมาชิกด้านแนวนโยบายภาครัฐและนโยบายที่มีผลต่อการตลาดจึงก่อให้เกิดเป็นความพึงพอใจ อีกทั้งการบริหารจัดการของสมาคมมีความตรงไปตรงมาไม่ซับซ้อนเกินไป ทั้งยังเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะความคิดและการแสดงออกของเพศชาย

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าสมาชิกชายและหญิงพึงพอใจด้านบุคลากรของสมาคมและด้านการจัดการการสื่อสารแตกต่างกัน แต่พึงพอใจด้านการบริหารจัดการและด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน อธิบายได้ว่าผู้บริหารสมาคมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แสดงบทบาททางสังคมในการเป็นผู้นำความคิดเห็นแทนสมาชิกที่มีจำนวนหลายร้อยบริษัท จึงน่าเชื่อได้ว่าสมาชิกเพศชายมีความเชื่อมั่นต่อการบริหารงานระดับนี้ในเพศเดียวกันมากกว่าคนต่างเพศสอดคล้องกับทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory) ว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และพึงพอใจในสื่อคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของสมาคมที่ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลและดำเนินงานเกือบทั้งหมดเป็นเพศหญิง ซึ่งความพึงพอใจระหว่างเพศตรงข้ามน่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับผลความพึงพอใจนี้ โดยดูได้จากระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ เจ้าหน้าที่สมาคมที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.87) เจ้าหน้าที่มีความสุภาพในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ส่วนด้านการจัดการการสื่อสารมีความพึงพอใจระดับสูงใน 3 อันดับแรก คือ ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับสมาคม (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 3.45) และความร่วมมือภาคธุรกิจเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ซึ่งสอดคล้องกับที่กล่าวไว้ข้างต้นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของผู้แทนบริษัทสมาชิกในหน่วยงานของตนเอง

สมาชิกที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน

พบว่า มีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูล ข่าวสารและด้านการจัดการการสื่อสารไม่แตกต่างกัน เนื่องจากสมาคมค้ำประกันประโยชน์ระดับองค์กรในภาพรวมมากกว่าตัวบุคคล เห็นว่าผู้แทนสมาชิกทุกคนมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสมาคมจึงให้ความสำคัญกับทุกคนเท่ากัน ไม่ได้แบ่งแยกว่าอายุระดับใดจะได้รับการปฏิบัติแตกต่างกันเช่นใด ดังนั้น ผู้แทนสมาชิกแต่ละช่วงอายุจึงไม่มีผลแตกต่างต่อความพึงพอใจการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

สมาชิกที่มีขนาดองค์กรต่างกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่ต่างกัน เนื่องจากสมาคมเป็นองค์การกลางประสานประโยชน์ระหว่างภาครัฐและภาคธุรกิจ เพื่อพัฒนาทั้งเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมควบคู่กันไปไม่มีการแบ่งแยกให้ความสำคัญกับสมาชิกกลุ่มใดเป็นหลัก จากผลการทดสอบจึงเห็นว่าสมาชิกมีความเข้าใจเห็นด้วยและพึงพอใจกับบทบาทหน้าที่ของสมาคม สอดคล้องกับที่ Suzuki Haruo¹¹ กล่าวว่า “ถ้าเราจะผูกพันกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ถ้าบริษัทมุ่งสร้างกำไรสูงสุดให้แก่บริษัทอย่างเดียวจะเกิดผลเสียอย่างมหันต์ต่อระบบเศรษฐกิจ และจะมีผลเสียต่อกำไรของบริษัทในระยะยาว” ผู้นำธุรกิจจึงวางแผนวิสาหกิจขององค์กรให้สอดคล้องกับแนวนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและการบริหารของรัฐบาล

สมาชิกที่มีขนาดองค์กรแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน โดยสมาชิกองค์กรขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจสูงกว่าสมาชิกองค์กรขนาดเล็ก ค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.16 ตามลำดับ ผลดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับการใช้ประโยชน์ ซึ่งพบว่าองค์กรขนาดใหญ่ใช้ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรสูงกว่าองค์กรขนาดเล็กเช่นกัน อธิบายได้ว่าการบริหารจัดการสมาคมมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความร่วมมือกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางสื่อสารในบทบาทผู้นำความคิดเห็นแทนสมาชิก ดังนั้น ลักษณะการบริหารจัดการที่สำคัญคือ เปิดโอกาสให้สมาชิกได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนทัศนะและข้อมูล เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้จากสมาชิก รวบรวมวิเคราะห์นำกลับไปประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์สมาคมนั้น จำเป็นต้องมีความโปร่งใส เป็นกลาง และเสมอภาคกับสมาชิกโดยรวม เพื่อสร้างระบบความร่วมมือของสมาชิกและกลุ่มคณะทำงาน ย่อยให้ทำงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งลักษณะการบริหารจัดการสมาคมที่กล่าวมาจะสอดคล้องกับการดำเนินงานของสมาชิกองค์กรขนาดใหญ่ ที่มักเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยน

¹¹Suzuki Haruo, “Innovation and Integration in Japanese Management,”

ทัศนคติข้อมูลกับสมาคม รวมทั้งติดตามข่าวสารผลการดำเนินการของสมาคมอยู่เสมอเพื่อรักษาผลประโยชน์แก่องค์กรของตน เมื่อใช้ประโยชน์มากกว่าจึงเป็นผลให้พึงพอใจต่อการบริหารจัดการสมาคมมากกว่าสมาชิกองค์กรขนาดย่อม ที่ไม่ค่อยเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับสมาคมเท่าที่ควร สาเหตุส่วนหนึ่งอาจมาจากการความถี่ของเปิดรับข่าวสารขององค์กรขนาดล็กมีอัตราที่ต่ำกว่าองค์กรขนาดใหญ่ จึงส่งผลให้พึงพอใจต่อการบริหารจัดการน้อยกว่า

อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการของสมาคมส่วนใหญ่เป็นการประสานเชิงนโยบายในประเด็นที่มีผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมที่อยู่ภายใต้แรงกดดัน เช่น สภาวะเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย ฯลฯ อีกทั้งการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการนั้นก็เพื่อให้มีการตัดสินใจที่ดี อาศัยความคิดเห็นของกลุ่มและประโยชน์ในการร่วมมือประสานงาน แต่ก็มีข้อจำกัดบางประการคือ การปฏิบัติงานบางครั้งหรือการพิจารณาบางประเด็นที่มีแนวโน้มจะเกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการนั้น อาจล่าช้าเพราะเป็นเรื่องละเอียดอ่อนต้องรอการพิจารณาติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหารเท่านั้น รวมถึงการทำงานของคณะกรรมการในลักษณะไม่ได้รับค่าจ้างนั้น ไม่สามารถเจาะจงความรับผิดชอบที่ชัดเจนได้ จึงมักมีข้อยุติในลักษณะเป็นการประนีประนอม ปัจจัยเหล่านี้หากการจัดการสื่อสารไม่เข้าถึงสมาชิกโดยรวมให้เข้าใจรูปแบบการบริหารจัดการสมาคมเป็นแนวทางเดียวกัน ก็อาจเป็นสาเหตุให้สมาชิกองค์กรขนาดย่อมเห็นว่า สมาคมเป็นแหล่งผลประโยชน์ของสมาชิกเฉพาะบางกลุ่ม มุ่งเน้นแต่เรื่องเชิงนโยบายไม่ได้สนใจเรื่องการตลาดและช่วยเหลือคลี่คลายปัญหาให้สมาชิกขนาดย่อมมากเท่าที่ควร

ดังนั้น สมาคมควรมีการบริหารจัดการที่ชัดเจน วางแผนการสื่อสารสำหรับแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะสมาชิกขนาดย่อม ให้สมาชิกกลุ่มนี้เห็นว่าดำเนินงานเพื่อทุกหน่วยงานเท่าเทียมกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติหรือเอื้อประโยชน์ให้สมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สามารถช่วยเหลือและช่วยคลี่คลายปัญหาสมาชิกขนาดย่อมได้จริง ซึ่งวิธีการที่ง่ายที่สุดในการดำเนินงานจัดการทางการสื่อสารก็คือ ใช้วิธีที่ง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อนแต่เป็นการสื่อสารที่มีการจัดระดับชั้น มีทิศทาง การสื่อสารแบบสองทาง รวมทั้งการให้รางวัลหรือสิ่งจูงใจที่ง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน

สมาชิกที่มีลักษณะการถือหุ้นในหน่วยงานและประเภทธุรกิจหลักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารและด้านการจัดการการสื่อสาร ไม่แตกต่างกัน จึงสรุปได้ว่า การถือหุ้นและประเภทธุรกิจหลักไม่มีผลกับความพึงพอใจในการดำเนินงานของสมาคม

สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน โดยสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 5 ปี และมากกว่า 10 ปี จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 5-10 ปี ในขณะที่พึงพอใจด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม และด้านการจัดการการสื่อสารไม่แตกต่างกัน อธิบายได้ว่า สมาชิกที่เข้ามาแล้ว 5-10 ปี อาจคาดหวังว่าสมาคมจะเพิ่มปริมาณข่าวสารให้มากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อปริมาณข้อมูลข่าวสารของสมาคม ข้อมูลไม่มีความหลากหลาย คลุมเครือ ไม่เจาะลึก ดังนั้นสมาคมควรปรับปรุงข้อบกพร่องในส่วนนี้ด้วยการเพิ่มปริมาณข้อมูลเลือกเนื้อหาให้หลากหลาย วิเคราะห์เจาะลึกและนำไปใช้ในธุรกิจได้จริง โดยไม่ต้องให้สมาชิกเขาไปวิเคราะห์เอง

ดังนั้น สมาคมควรมีการบริหารจัดการที่ชัดเจน วางแผนการจัดการการสื่อสารดำเนินงานและติดตามผลการสื่อสารสำหรับแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มสมาชิกกลุ่มที่ต่างกัน เนื่องจากทุกองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญและส่งผลถึงความสำเร็จในการสื่อสาร สมาคมควรคำนึงถึงคุณลักษณะที่แตกต่างของสมาชิก และปัจจัยในกระบวนการสื่อสารตามแบบจำลอง SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์โล¹² ว่าผู้ส่งสารจากสมาคมควรจะเป็นใคร มีความน่าเชื่อถือเพียงใด ทั้งนี้ควรจะเป็นผู้มีความสามารถในการเจรจาและมีประสบการณ์ จากผลการสำรวจความพึงพอใจพบว่าบุคลากรของสมาคมทั้งระดับบริหารและปฏิบัติการได้รับความพึงพอใจระดับสูง จึงมีแนวโน้มที่จะสื่อสารไปถึงสมาชิกได้มีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ส่งมีความน่าสนใจสามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ เครื่องมือและสื่อใดบ้างที่น่าสนใจมีแนวโน้มที่จะเข้าถึงสมาชิกได้จริง และที่สำคัญต้องคำนึงว่าบุคคลผู้รับสารที่แท้จริงของกลุ่มนั้นเป็นใครตำแหน่งหรือระดับใด เพื่อออกแบบสื่อและใช้เครื่องมือให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม การบริหารงานในองค์กรในศตวรรษที่ 21 มีแนวโน้มจะเกิดโครงสร้างองค์การสมัยใหม่ โดย เสนาะ ตีเยาว์¹³ กล่าวว่า จะมีสายการบังคับบัญชาที่สั้นลง ขนาดการควบคุมกว้างขึ้น ความเป็นเอกภาพในการบังคับบัญชาน้อยลง การมอบหมายงานให้คนมีอำนาจ

¹² David K. Berlo, *The Process of Communication* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960), p. 57.

¹³ เสนาะ ตีเยาว์, *หลักการบริหาร*, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 163.

มากขึ้น มีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่ และการลดจำนวนที่ปรึกษาให้เหลือน้อยลง ซึ่งน่าจะมีผลต่อการพิจารณาปรับปรุงการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมไปสู่สมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ในอนาคตด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคม และสัมพันธ์ในทางบวก กล่าวคือ ยิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด ก็จะทำให้มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมมากขึ้นตามไปด้วย

จากแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารนั้น แคลปเปอร์¹⁴ กล่าวว่า ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน ทั้งนี้ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร¹⁵ กล่าวถึงผู้รับสารว่าจะเลือกรับเปิดสื่อที่ตนสะดวกและสามารถจัดหาได้ (Availability) เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะให้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น จึงอธิบายได้ว่า สมาชิกสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ จากสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเนื่องจากหน่วยงานของตนสังกัดเป็นสมาชิกสมาคมอยู่แล้ว การหาข้อมูลจากสมาคมทำได้โดยง่าย สามารถนำข้อมูลหรือประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้จากการเป็นสมาชิกของสมาคมมาใช้สนองความต้องการของตน นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ คิปแพ็ค และเมอร์เรย์¹⁶ ที่ว่าปริมาณการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้

¹⁴Joseph T. Klapper, อ้างถึงใน เอื้อบังอร นันทมนตรี, “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์ในข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานในองค์กร : กรณีศึกษา เครือเคมิกภัณฑ์ซีเมนต์ไทย,” น. 14.

¹⁵พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539), น. 292.

¹⁶Kippak and Murray, อ้างถึงใน มาริยา ไชยเศรษฐ์, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทยทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 44.

ถึงประโยชน์ของสื่ออื่น ๆ และผลการทดสอบสมมติฐานยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรินทร์ ธนาศิลป์กุล¹⁷ ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมกับการใช้ประโยชน์จากสมาคมในแต่ละด้าน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคม ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง ด้านการสนับสนุนธุรกิจ และ ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก โดยมีผลต่อการใช้ประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิงมากที่สุด ซึ่งหมายความว่า ยิ่งสมาชิกสมาคมมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมมากขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาประโยชน์ด้านการใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง สอดคล้องกับที่ ลอเรนซ์ เอ. เวนเนอร์ ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการบริโภคข่าวสาร¹⁸ ว่าการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง (Orientational Gratification) เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินงานองค์การธุรกิจเอกชนนั้น สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินงาน ก่อเกิดเป็นแรงกดดันที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงและนำพาธุรกิจก้าวผ่านไปให้ได้ โดยเฉพาะด้านคู่แข่งขั้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ความผันผวนของระบบเศรษฐกิจนโยบายภาครัฐที่มีความสัมพันธ์กับนโยบายทางการเมือง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้แต่ละหน่วยงานต้องพยายามติดตามข่าวสารและให้ได้ข้อมูลมาเพื่อช่วยในการตัดสินใจดำเนินธุรกิจ ทั้งยังมีความจำเป็นเพิ่มพูนและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของธุรกิจให้ทันต่อเหตุการณ์ อุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์มีการแข่งขันในตลาดโลกอย่างเข้มข้น จากการศึกษาพบว่าสมาชิกได้ใช้ประโยชน์ด้านนี้จากสมาคมมากที่สุด เพราะสามารถนำข้อมูลความรู้ไปใช้ประโยชน์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และช่วยในการวางแผน

¹⁷จรินทร์ ธนาศิลป์กุล, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ

¹⁸Lawrence A. Wenner, “The Nature of New Gratifications,” in *Media Gratifications Research Current Perspectives* (Beverly Hill: Sage Publications, 1985), pp. 175-184.

งานในองค์กรของตนได้ จึงเป็นสิ่งที่สมาคมควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการคัดเลือกและให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่จะส่งออกไป

ส่วนประโยชน์ด้านการสนับสนุนธุรกิจนั้น สมาชิกได้ใช้ประโยชน์มากที่สุดจากการได้รับสิทธิพิเศษที่จะเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่สมาคมจัดขึ้น อีกทั้งได้เพิ่มโอกาสติดต่อขอรับบริการกับภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุน ได้รับทราบกลยุทธ์การบริหาร เช่น บริหารการตลาด การรวมกลุ่มธุรกิจ การพัฒนาบุคลากร ฯลฯ เพิ่มโอกาสต่อยอดธุรกิจกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนรวมถึงอุตสาหกรรมเชื่อมโยง ประชาสัมพันธ์องค์กรของตนเองผ่านกิจกรรมสมาคม เพิ่มโอกาสทางการตลาด ประโยชน์เหล่านี้จึงมีส่วนทำให้หน่วยงานของสมาชิกได้รับความน่าเชื่อถือและมั่นคงทางธุรกิจมากขึ้น

ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน สมาชิกจะได้ใช้ประโยชน์จากการที่สมาคมเป็นศูนย์กลางของภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและเอกชนในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานร่วมกัน เกิดอำนาจต่อรองซึ่งเป็นผลมาจากการรวมกลุ่ม มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านสมาคมไปยังหน่วยงานเป้าหมาย และสามารถช่วยแก้ปัญหาการดำเนินธุรกิจของสมาชิกในเชิงนโยบายของอุตสาหกรรมได้มากขึ้นตามไปด้วย

จากประโยชน์ทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมา อธิบายตามกรอบแนวคิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน คือ องค์กรธุรกิจมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมหรือสมาคมการค้า องค์กรเหล่านี้ช่วยในการสร้างความเห็นพ้องต้องกันระหว่างกลุ่มสมาชิก บทบาทหลักเป็นตัวเชื่อมประสานประโยชน์ระหว่างภาครัฐบาลกับธุรกิจเอกชน โดยสมาคมมีความรับผิดชอบในการนำโครงการต่าง ๆ ที่ได้รับการยอมรับเข้าไปดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล สำรวจ วิจัยข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผนของรัฐบาล ซึ่งหลักการบริหารนั้น ผลประโยชน์ของกลุ่มบริษัทจะต้องมาที่หลังผลประโยชน์กลุ่มอุตสาหกรรมหรือสมาคมการค้าเสมอ ในขณะที่เดียวกันข้อมูลการตัดสินใจระหว่างภาครัฐและเอกชนทั้งหมด สมาคมก็จะจัดส่งไปให้สมาชิกของกลุ่มเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ในรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการขอความร่วมมือจากสมาชิก การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ดังนั้น การที่สมาชิกเปิดรับสื่อและมีข่าวสารเข้ามากระตุ้นจนเกิดการสนใจ จะทำให้สมาชิกเกิดการรับรู้สะสมทีละน้อย เมื่อมีข่าวคราวส่งจากสมาคมมาอย่างต่อเนื่อง ก็จะนึกถึงและจดจำได้ว่า ผู้เป็นสมาชิกสามารถใช้ประโยชน์จากสมาคมได้มาก ยิ่งข่าวสารเข้าถึงสมาชิกมากเพราะเปิดรับสื่อมากขึ้น ก็ยิ่งมีส่วนทำให้สมาชิกได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากสมาคมมากขึ้นเช่นกัน และเมื่อได้ใช้ประโยชน์มากก็มี

แนวโน้มจะเปิดรับสื่อมากขึ้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะส่งผลให้ธุรกิจของสมาชิกเกิดการพัฒนาตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 5 การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม และเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก กล่าวคือ ยิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมมากขึ้นตามไปด้วย เป็นผลถึงการพัฒนาด้านความร่วมมือระหว่างสมาคมและสมาชิกในอนาคต ความสัมพันธ์ดังกล่าวได้บ่งบอกถึงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการดำเนินงานของสมาคมด้วย การที่สมาชิกแสดงหรือมีปฏิกริยาในทางบวกหรือลบด้านความพึงพอใจต่อสมาคมนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ตามแนวคิดของวิลเบอร์ ชแรมม¹⁹ กล่าวคือ หากสมาชิกมีประสบการณ์ การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร และทัศนคติเกี่ยวกับสมาคมแตกต่างกัน ก็จะมีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารข่าวมากน้อยต่างกัน และทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อสมาคมในด้านต่าง ๆ มากน้อยแตกต่างกันไปด้วย คือ เปิดรับข้อมูลมากก็พึงพอใจมาก เปิดรับน้อยก็พึงพอใจน้อย

ผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ²⁰ ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับภาพลักษณ์และความพึงพอใจที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร

ภาพรวมการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมนั้น ดำเนินการตามวัตถุประสงค์องค์กรเพื่อช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้สมาชิกเป็นสำคัญ หากสมาชิกต้องการให้

¹⁹Wilbur Lang Schramm, The Process and Effects of Mass Communication (Urbana: University of Illinois Press, 1971), pp. 121-122.

²⁰วาสนา พุทธิพงษ์ศิริ, “การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), น. บทคัดย่อ

สมาคมช่วยแก้ปัญหาและเป็นศูนย์กลางกระบอกเสียงแทนตนเอง ก็จะทำให้เกิดความคาดหวังและเลือกที่จะติดตามเปิดรับข่าวสารให้ความร่วมมือกับสมาคมมากขึ้น เมื่อสมาคมดำเนินงานเป็นผลสำเร็จ ก็มีแนวโน้มที่สมาชิกจะเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของแคทซ์ และคณะ²¹ ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมกับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมในแต่ละด้าน พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสาร โดยสัมพันธ์ในทางบวก โดยพึงพอใจด้านการบริหารจัดการมากที่สุด อธิบายได้ว่ายิ่งสมาชิกสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมบ่อยขึ้นเท่าใด จะยิ่งทำให้มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม ในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรของสมาคม ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และด้านการจัดการการสื่อสารมากขึ้นตามไปด้วย

ด้านการจัดการการสื่อสารของสมาคม ผลการศึกษาพบว่ามีความเฉลี่ยสูงในความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจเอกชนรวมถึงได้รับความสะดวกในการติดต่อสมาคมซึ่งประเด็นเหล่านี้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์สมาคมที่ตั้งไว้ว่า “องค์การที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และทิศทางของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ที่ได้รับการยอมรับจากภาครัฐและระดับนานาชาติ โดยมุ่งมั่นสนับสนุนกลุ่มสมาชิกให้มีความเข้มแข็ง เพื่อการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก” และจากผลการสำรวจ สมาชิกมีความพึงพอใจต่อความร่วมมือกับสื่อมวลชนและองค์กรระหว่างประเทศในค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ดังนั้นสมาคมควรแสดงผลการดำเนินงานจากความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศผ่านสื่อมวลชนและสื่อต่าง ๆ ของสมาคมให้มากขึ้น จะทำให้สมาชิกเปิดรับและได้รับรู้ถึงความร่วมมือกับองค์กรดังกล่าว ทั้งจะส่งผลให้สมาชิกพึงพอใจกับการสื่อสารของสมาคมมากขึ้นด้วย

สมาคมใช้สื่อบุคคลในการดำเนินงาน นอกเหนือจากการใช้สื่ออีเมลล์ จดหมายข่าว เว็บไซต์ ฯลฯ โดยคณะกรรมการเป็นผู้ประสานความร่วมมือให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมความร่วมมือ ผู้ประสานความร่วมมือทั้งกรรมการและเจ้าหน้าที่สมาคมจึงเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ แต่จากผลการสำรวจพบว่าสมาชิกเปิดรับข่าวสารจากสมาคมด้วยสื่อบุคคลนั้นยังเป็นอัตราที่ต่ำ คิดเป็นร้อยละ 16.6 อีกทั้งยัง

²¹Katz and others, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 85.

สะดวกรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเพียงร้อยละ 4.7 เท่านั้น ดังนั้นสมาคมควรใช้ความร่วมมือกับสื่อมวลชนให้เป็นประโยชน์นำเสนอบทบาทของกรรมการสมาคม เป็นผู้มีความสามารถเป็นผู้นำความเห็นแทนสมาชิกมุ่งเน้นทำงานเพื่อส่วนรวม ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกรู้จักกลุ่มกรรมการมากขึ้น เกิดความคุ้นเคยและทัศนคติที่ดี และเป็นส่วนกระตุ้นให้สมาชิกเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่ออื่น ๆ ของสมาคมเพิ่มขึ้น ช่วยให้เกิดความพึงพอใจและลดทัศนคติในแง่ลบของสมาชิกที่ว่าสมาคมสื่อสารเฉพาะกลุ่มและเอื้อประโยชน์แก่สมาชิกที่ใกล้ชิดหรือสมาชิกรายใหญ่เท่านั้น

ด้านการบริหารจัดการและบุคลากรของสมาคมนั้น คณะกรรมการบริหารฝ่ายวางแผนจะเป็นผู้จัดสรรทรัพยากรให้เป็นกลุ่มงานที่สัมพันธ์กันจัดคนทำงานที่มีคุณภาพเหมาะสมมีความสามารถเข้ากับงานแต่ละด้านอย่างเพียงพอ จากผลการสำรวจสมาชิกพึงพอใจระดับสูงต่อเจ้าหน้าที่มีบุคลิกที่เหมาะสมกับการให้บริการคือ มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพและเต็มใจให้บริการ แต่พึงพอใจระดับปานกลางต่อความสามารถในงานที่รับผิดชอบ และเห็นว่าควรเพิ่มเติมจำนวนจัดจ้างบุคลากรให้เพียงพอต่อการบริการสมาชิกเนื่องจากภารกิจและบทบาทของสมาคมขยายวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งการใช้เจ้าหน้าที่สมาคมติดต่อกับสมาชิกเป็นหลักเป็นการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อบุคคลที่ง่าย ไม่ซับซ้อนเกิดการสื่อสารสองทางได้รับรู้ความต้องการและผลตอบรับจากสมาชิกโดยตรง อย่างไรก็ตาม ลักษณะการจัดจ้างบุคลากรของสมาคมการค้าทั่ว ๆ ไปนั้นจะใช้บุคลากรจำนวนไม่มากนัก ด้วยสาเหตุด้านงบประมาณที่เป็นข้อจำกัดหนึ่งที่สำคัญขององค์กรไม่แสวงหากำไร ซึ่งไม่ได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐแต่อย่างใด ค่าใช้จ่ายการจัดจ้างบุคลากรต้องสัมพันธ์ปริมาณการจัดกิจกรรมหารายได้ด้วยกัน นอกเหนือจากที่สมาคมจะเพิ่มการจัดจ้างบุคลากรให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่สมาชิกนั้น ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อฝึกอบรมหรือทัศนศึกษาดูงาน ที่ช่วยพัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่องควบคู่กันไป ก็จะเป็นการบริหารจัดการและจัดสรรทรัพยากรสมาคมให้สอดคล้องกับความต้องการของทั้งบุคลากรสมาคมและของสมาชิก มีผลทำให้เกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการสมาคม ส่งผลให้เปิดรับข่าวสาร และพึงพอใจสมาคมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารแผนใหม่²² กล่าวคือ การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ต้องมีความสัมพันธ์กับระบบการสื่อสารที่ดีและเด่นชัด การสื่อสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กร

²²สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, พิพัฒน์ พิทยาอัจฉริยกุล และสมคิด จาตุศรีพิทักษ์, อ้างถึงใน สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร และสุพัตรา โพธิ์ทอง, การจัดการทางการสื่อสารในองค์กรธุรกิจ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภักดีแอนด์พริ้นติ้ง, 2550), น. 5.

สมาชิกมีความพึงพอใจในระดับสูง ต่อการเชื่อมต่อกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน บทบาทการเป็นผู้นำความคิดเห็นที่น่าเชื่อถือ และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนทัศนคติข้อมูลต่าง ๆ บทบาทเหล่านี้เป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กรไม่แสวงหากำไร จึงอธิบายได้ว่า สมาชิกพึงพอใจในระดับสูงจะเป็นผลมาจากการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมในระดับสูงเช่นกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วงศกร สรรพพิตร์²³ ที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยและพึงพอใจต่อการทำงานขององค์กรพัฒนาเอกชนไทย ในบทบาทการประสานให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจเอกชน การให้ความรู้ ให้ความช่วยเหลือ และการเสนอแนวคิดเห็นให้เป็นทางเลือกของสังคม

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ด้านการจัดการการสื่อสาร

- เพิ่มความถี่และช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและเข้าถึงสมาชิกอย่างแท้จริง
- ตรวจสอบปรับปรุงข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกให้ถูกต้องอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน
- ทำการศึกษาวิจัยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มสมาชิก โดยเปรียบเทียบระหว่างสื่อที่สมาคมควบคุมได้กับสื่อมวลชน ว่าสมาชิกเปิดรับจากสื่อใดมากที่สุด เพราะสาเหตุใด เพื่อจะได้นำผลมาพัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มสมาชิกมากที่สุด
- หาแนวทางเพิ่มความร่วมมือกับสื่อมวลชนทำการเผยแพร่ข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล
- ออกแบบการจัดการการสื่อสารให้สมาชิกได้เห็น ว่า สมาคมยินดีช่วยเหลือและช่วยคลี่คลายปัญหาการดำเนินธุรกิจของสมาชิกได้อย่างเป็นรูปธรรม

²³วงศกร สรรพพิตร์, “ความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในมหาวิทยาลัยของรัฐต่อบทบาทการทำงานขององค์กรพัฒนาเอกชนไทย,” (รายงานโครงการ เฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ

- วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารนำเสนอจุดแข็งของสมาคม เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นแก่สมาชิก โดยเน้นการใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจควบคู่กันไป เช่น สิทธิพิเศษในการเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจอย่างทันเหตุการณ์ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีเต็มใจให้บริการ การได้รับความไว้วางใจจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

- ประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกทราบถึงความร่วมมือระหว่างสมาคมกับองค์กรระหว่างประเทศให้มากขึ้น หรือสร้างความร่วมมือกับองค์กรดังกล่าวอย่างเป็นทางการมีกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานให้สมาชิกทราบเป็นระยะ ๆ

- ลงทุนพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดให้มีประสิทธิภาพ มีความทันสมัย น่าสนใจ น่าดึงดูดมากยิ่งขึ้น เช่น

- พัฒนาเว็บไซต์สมาคมสามารถตอบโจทย์ที่สมาชิกหรือผู้สนใจทั่วไปต้องการ ออกแบบให้สวยงาม ค้นคว้าได้ง่าย มีข้อมูลที่น่าสนใจและถูกต้อง ซึ่งสื่อที่สมาคมควบคุมได้จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สมาคม

- ออกแบบอีเมลที่จะส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกให้น่าสนใจ มีกำหนดเวลาส่งเป็นประจำสม่ำเสมอทุกสัปดาห์หรืออย่างน้อย 1-2 ครั้ง/เดือน เนื่องจากอีเมลเป็นช่องทางที่สมาชิกใช้เปิดรับข่าวสารจากสมาคมมากที่สุด

- ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นประโยชน์ เพื่อช่วยสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานของสมาคมสอดคล้องและเป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ตั้งไว้

ด้านการบริหารจัดการ

- ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์สมาคม เพื่อเป็นแนวทางสร้างความร่วมมือซึ่งจะเป็นบ่อเกิดของทัศนคติที่ดี และความเชื่อมั่นของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สมาคมมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

- กำหนดแผนการดำเนินงานหลักประจำปี จัดกิจกรรมที่ช่วยยกระดับความสามารถของสมาชิกกลุ่ม SMEs และ Aftermarket พร้อมหาแนวทางเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้สมาชิก รวมทั้งแสดงให้เห็นว่า สมาคมดำเนินการด้านนี้อย่างจริงจัง

- จัดรูปแบบสำนักงานให้มีห้องสมุดหรือโซนความรู้ ที่พร้อมให้สมาชิกหรือผู้สนใจทั่วไปมาใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าได้บ้าง เนื่องจากสมาคมเป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างกัน

- เปิดโอกาสให้สมาชิกประชาสัมพันธธุรกิจผ่านกิจกรรมของสมาคมมากขึ้น โดยไม่มุ่งเน้นผลกำไร ซึ่งจะเป็นการสร้างการรับรู้และทัศนคติที่ดีแก่สมาชิกว่าสมาคมเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมองค์กรให้ได้รับความมั่นคงทางธุรกิจมากขึ้น

ด้านเนื้อหาข้อมูล

- คัดเลือกและจัดทำข้อมูลข่าวสารให้มีเนื้อหาที่หลากหลายครอบคลุมประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ปรับใช้ภาษาให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น เนื่องจากข้อมูลที่ส่งไปถึงแม้จะมีประโยชน์มาก แต่หากสมาชิกรับแล้วไม่เข้าใจหรือทำความเข้าใจได้ยาก ก็อาจสูญเปล่าไม่เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ส่วนข้อมูลสถิติควรวิเคราะห์เจาะลึกและชัดเจน เพื่อสมาชิกนำไปใช้อ้างอิงได้โดยไม่ต้องนำไปวิเคราะห์เอง

- นำเสนอข้อมูลที่สมาชิกต้องการรับจากสมาคม ได้แก่ บทวิเคราะห์ด้านการตลาด สรุปความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมยานยนต์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ สถิติและบทความ เป็นต้น

ด้านบุคลากร

- จัดจ้างบุคลากรเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการดำเนินงานและให้บริการสมาชิก
- อบรมพัฒนาความรู้ให้แก่พนักงานสมาคม จัดสรรตำแหน่งงานให้เหมาะสมกับความสามารถและความถนัดในเชิงงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐ ที่มีต่อสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ
2. ศึกษากลุ่มผู้ประกอบการจำแนกตามประเภทชิ้นส่วนยานยนต์
3. ศึกษาแนวทางกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์สมาคม
4. ศึกษาประเมินผลการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ของสมาคม
5. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมาคม กับหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจที่มีการเชื่อมโยงกัน

6. ศึกษาถึงความต้องการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ยังไม่เคยเข้ามาร่วมกิจกรรมกับสมาคม ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เป็นสาเหตุหลักของการไม่เข้าร่วม
7. ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังที่สมาชิกมีต่อสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยโดยแบ่งกลุ่มประชากร เพื่อศึกษาอย่างเจาะลึกด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ
8. ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงานสมาคมพร้อมข้อเสนอแนะจากพนักงาน
9. ศึกษาถึงความพึงพอใจในการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสมาคมเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ว่าสมาชิกมีความพึงพอใจและนำไปใช้ประโยชน์มากเพียงใด เพื่อนำผลจากการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
10. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเพียงองค์กรเดียว หากจะนำผลการศึกษาไปประยุกต์กับองค์กรไม่แสวงหากำไรอื่น ๆ ในลักษณะเดียวกัน ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและบทบาทขององค์กรเหล่านั้น ที่อาจมีความแตกต่างกันออกไป