

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษารวบรวมเอกสาร ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษาในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
  - 1.1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล
  - 1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับการบริหารคุณภาพโดยรวม(กิจกรรม HPH)
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. เหตุผลในการตั้งสมมติฐานในการวิจัย
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 1.1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A Theory of reasoned action)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A Theory of reasoned action) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม และพัฒนาขึ้นมาโดย มาร์ติน ฟิชบายน์ (Martin Fishbien) และไอเซ็ก ไอเซ็น (Icek Ajzen) ซึ่งทั้ง 2 คนนี้ได้เขียนหนังสือเล่มหลักออกมา 2 เล่ม (ฟิชบายน์ และ ไอเซ็น, 1975 และ ไอเซ็น และ ฟิชบายน์, 1980) และในหนังสือเล่มปี ค.ศ.1980 นี้เองที่ 2 คนนี้ได้ตั้งชื่อทฤษฎีว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (ธีระพร อุวรรณโณ, 2535, น. 244-247) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ฟิชบายน์และไอเซ็นพัฒนาทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลขึ้นมา เพื่อเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจ อธิบายและทำนายพฤติกรรมที่บุคคลมีแนวโน้มจะคิดไตร่ตรองก่อนการกระทำ เช่น พฤติกรรมการเลือกตั้ง พฤติกรรมการเลือกอาชีพ หรือพฤติกรรมการทำแท้ง โดยนัยนี้ทฤษฎีจึงไม่ครอบคลุมถึงพฤติกรรมที่บุคคลทำตามความอยากเฉพาะหน้า เช่นการทำร้ายร่างกายผู้อื่นเพราะบันดาลโทสะ หรือพฤติกรรมในการทำงานที่คนมีทักษะอยู่แล้ว เช่นการขับรถ หรือการเปิดหน้า

หนังสือ และอาจมีใครบางคนที่ทฤษฎีอธิบายไม่ได้ เช่นคนที่มี การตัดสินใจโดยกระบวนการที่แตกต่างไปจากแนวของทฤษฎี หรือคนที่แสดงพฤติกรรมโดยไม่ได้คิดไตร่ตรอง

ข้อสมมุติของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมี 2 ข้อคือ

1. มนุษย์เป็นผู้มีเหตุผล และใช้ข้อมูลที่ตนเองมีอย่างเป็นระบบ
2. มนุษย์พิจารณาผลที่อาจเกิดจากการกระทำ ของตนก่อนตัดสินใจลงมือทำ หรือไม่ทำพฤติกรรมหนึ่งๆ

สาระพื้นฐานที่สำคัญของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล มีดังนี้

1. พฤติกรรม (ย่อว่า B) ส่วนมากของบุคคลอยู่ภายใต้การควบคุมของเจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) หรือเรียกสั้นๆว่า เจตนา (ย่อว่า I) ของเขาที่จะทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้น
2. เจตนาเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความเป็นไปได้ที่บุคคลจะทำพฤติกรรมหนึ่งๆ ได้รับอิทธิพลจากตัวกำหนด 2 ตัว คือทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward a behavior :  $A_B$ ) กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm หรือ SN)

สรุปสมการได้ดังนี้

$$1. \quad A_B = f \left[ \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i \right] \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนความเชื่อเกี่ยวกับผลกรรม}$$

$$2. \quad SN = f \left[ \sum_{i=1}^m NB_i \cdot MC_i \right] \quad \text{เมื่อ } m \text{ คือจำนวนแหล่งอ้างอิง}$$

$$3. \quad B \sim I = f [A_B \cdot \beta_1 + SN \cdot \beta_2] \quad \text{เมื่อ } \beta_1 \text{ และ } \beta_2 \text{ เป็นน้ำหนักที่ได้จากการคำนวณสมการถดถอยพหุคูณ}$$

รายละเอียดของตัวแปร (วรวณี จิระชุตีโรจน์, 2527, น.6-15)

1. ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward a behavior :  $A_B$ ) เป็นการแสดงความรู้สึกของบุคคลต่อพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ในรูปของการประเมินว่า ดีหรือ เลวหรือ ชอบ ไม่ชอบ นอกจากนั้นโดยทั่วไปบุคคลที่มีความเชื่อว่าการแสดงพฤติกรรมนำไปสู่ผลกรรมทางบวกมาก จะมี

ทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลมีความเชื่อว่าพฤติกรรมนำไปสู่ผลกระทบทางลบมาก ก็จะมีทัศนคติที่เลวต่อพฤติกรรมนั้น ดังนั้น ทัศนคติต่อพฤติกรรมของบุคคลจึงเชื่อมโยงกับความเชื่อ ในลักษณะของการพิจารณาความน่าจะเป็นเชิงอัตนัย (Subjective probability) ต่อพฤติกรรมนั้นว่าจะมีผลกระทบอะไรเกิดขึ้นตามหลังการทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งการวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมนั้น พิซไบน์และไอเซ็นได้เสนอวิธีการวัด 2 วิธี

1.1 การวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมของบุคคลด้วยการประเมินความรู้สึกในลักษณะของความชอบ ไม่ชอบ หรือ ดีหรือ เลว จากมาตราจำแนกความหมาย (Osgood, Suci and Tannenbaum, 1957) ซึ่งบางครั้งก็เรียกว่าเป็นการวัดทางตรง

1.2 การวัดทัศนคติต่อพฤติกรรม โดยการทำนายจากผลรวมทั้งหมดของผลคุณระหว่างความหนักแน่นของความเชื่อที่เด่นชัดเกี่ยวกับผลกระทบหรือผลของการกระทำ (Behavioral Belief หรือ b) กับการประเมินผลกระทบ (Evaluation of consequence หรือ e) ของบุคคล และบางครั้งก็เรียกว่า การวัดทางอ้อม การวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมทั้ง 2 วิธีนี้ปรากฏชัดว่าการวัดทางอ้อมมีความสัมพันธ์สูงกับการวัดทางตรง

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SN) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อผู้อื่นที่เขาให้ความสำคัญโดยรับรู้ว่าเขาอ้างอิงถึงนั้นคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรแสดงการกระทำที่ระบุนั้นๆ และบุคคลมักมีเจตนาที่จะทำตามการรับรู้ที่เขามีต่อความคิดของผู้ที่เขาให้ความสำคัญ กล่าวคือ ยิ่งบุคคลรับรู้ว่าเขาให้ความสำคัญคิดว่าเขาควรแสดงการกระทำมากเท่าใด ก็จะมีเจตนาที่กระทำจริงมากขึ้นเท่านั้นหรือหากบุคคลรับรู้ว่าเขาให้ความสำคัญคิดว่าเขาไม่ควรแสดงการกระทำ เขาก็จะไม่มีเจตนาที่จะกระทำโดยที่ตามความเป็นจริงผู้ที่เขาให้ความสำคัญอาจจะคิดเช่นนั้นจริงๆหรือไม่ก็ได้ ซึ่งการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงนั้นพิซบายน์และไอเซ็นกล่าวว่ามี 2 วิธี

2.1 การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มตัวอย่าง โดยการประเมินความเชื่อของเขาที่มีต่อความคิดเห็นของบุคคลส่วนมากที่มีความสำคัญต่อเขา ซึ่งบางครั้ง เรียกว่าเป็นการวัดทางตรง

2.2 การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มตัวอย่าง โดยการทำนายจากผลรวมทั้งหมดของผลคุณระหว่าง ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs หรือ NB) กับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to comply หรือ MC) ซึ่งบางครั้ง เรียกว่า เป็นการวัดทางอ้อม

### 3. เจตนาเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรม

ตามทัศนะของพิชบายน์และไอเซ็น เจตนาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและเป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้ด้วยหากมีการวัดที่เหมาะสม ซึ่งสาระสำคัญที่เกี่ยวกับพฤติกรรมตามที่พิชบายน์ และไอเซ็นระบุไว้ มีดังนี้

ก. พฤติกรรมแบ่ง ได้ 2 ประเภท คือ

1.) พฤติกรรมที่เป็นการกระทำเดี่ยว (Single action) แสดงให้เห็นการกระทำที่ชัดเจน สังเกตการกระทำได้ง่ายว่าทำหรือไม่ทำ เช่น พฤติกรรมการฟังเทศน์ พฤติกรรมการซื้อทีวี เป็นต้น

2.) พฤติกรรมที่มีหลายการกระทำ (Behavioral Categories) เป็นกลุ่มการกระทำ ที่แสดงถึงการกระทำด้านบวกและลบทั้งหมด โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการกระทำหรือบุคคลที่กระทำ พฤติกรรมที่มีหลายกระทำนี้สังเกตโดยตรงไม่ได้ แต่สังเกตจากการกระทำเฉพาะแต่ละการกระทำประกอบกันเป็นพฤติกรรม ตัวอย่าง เช่น พฤติกรรมการลดความอ้วน ประกอบด้วยการกระทำย่อยๆ หลายกิจกรรม เช่น ดื่มน้ำไม่ใส่น้ำตาล รับประทานอาหารวันละ 2 มื้อ เป็นต้น

ข. องค์ประกอบของพฤติกรรม (Behavioral elements) พฤติกรรมที่ศึกษาด้วยทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลนี้ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่เป็นการกระทำเดี่ยวหรือพฤติกรรมที่มีหลายการกระทำก็ตาม การกำหนดปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้ให้ชัดเจน จะช่วยให้การวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมเพื่อทำนายพฤติกรรมทำได้ง่ายและแม่นยำขึ้น ซึ่งปัจจัยต่างๆ มี

1. พฤติกรรม (Behavior) ที่ระบุเป็นการกระทำชัดเจน (Action)
2. ที่หมายการกระทำ (Target)
3. บริบท (Context)
4. เวลา (Time)

ค. การแสดงพฤติกรรมแบบมีโอกาสเลือกและแบบปรากฏเป็นจำนวนหรือปริมาณการศึกษาพฤติกรรม ควรพิจารณาว่าพฤติกรรมที่ศึกษา มีรูปแบบการแสดงการกระทำแบบใด เป็นต้นว่า

1. แบบที่บุคคลมีโอกาสเลือก 2 ทาง คือ ทำ หรือ ไม่ทำ
  2. แบบที่บุคคลมีโอกาสเลือกมากกว่า 2 ทาง เมื่อตัดสินใจที่จะทำแล้ว
- ตัวอย่างเช่น แทนที่จะสังเกตว่าบุคคลขับรถของเขาไปทำงานหรือไม่ อาจให้เขายืนยันว่าใช้วิธีการ

ไดในการเดินทางไปทำงาน โดยมีรายการต่างๆให้เลือกดังนี้ เช่น รถยนต์ของตัวเอง โบกรถยนต์ที่ผ่านมา เดิน เป็นต้น

#### ง. การสังเกตพฤติกรรมซ้ำ (Repeated observation)

การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลมักจะไม่ใช้เวลาเพียงครั้งเดียว แต่ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาระหว่างหนึ่ง ซึ่งผู้สังเกตจะได้ข้อมูลในลักษณะของความถี่ช่วยให้ทราบขนาดหรือปริมาณของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น บางกรณีอาจจะศึกษาสัดส่วนของเวลากับความถี่ของพฤติกรรม วัดเป็นความถี่เชิงสัมพัทธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมที่ชัดเจน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของปัญหาและพฤติกรรมที่ศึกษามา

#### จ. การเก็บข้อมูลพฤติกรรมจากคำรายงาน (Self-reports of behavior)

พฤติกรรมหลายๆพฤติกรรมจำเป็นต้องให้ผู้กระทำตอบด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น พฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้ง พฤติกรรมการใช้ยาคุมกำเนิด เป็นต้น นอกจากนี้การวัดพฤติกรรมจากคำรายงานยังเป็นวิธีการที่ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายทั้งกรณีที่เป็นการสังเกตพฤติกรรมซ้ำ วิธีการนี้ช่วยให้การสร้างข้อกระทงเกี่ยวกับการแสดงให้พฤติกรรมให้กลุ่มตัวอย่างตอบทำได้สะดวก โดยเฉพาะพฤติกรรมที่เป็นการกระทำเดียวสำหรับพฤติกรรมที่มีหลายการกระทำ การวัดจากคำรายงาน จำเป็นต้อง แจกแจงพฤติกรรมให้ชัดเจนเป็นการกระทำย่อยๆที่แสดงว่าเป็นธรรมชาติของพฤติกรรม และสร้างข้อกระทงเกี่ยวกับการกระทำเป็นชุดรายการกระทำให้กลุ่มตัวอย่างตอบ

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมที่สนใจตามประเด็นต่างๆที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ช่วยให้สามารถกำหนดขอบเขตของพฤติกรรมได้ชัดเจน การศึกษาที่เป็นตัวกำหนด และทำนายพฤติกรรมจึงเป็นไปได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงอีก 2 ประการ คือ

#### ฉ. ความสอดคล้องในการวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรม

การวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับพฤติกรรมทั้ง 4 องค์ประกอบ คือ การกระทำ ที่หมายการกระทำ บริบท และเวลา เป็นวิธีการสำคัญที่มีผลต่อความหนักแน่นของความสัมพันธ์ระหว่างเจตนาเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรม ซึ่งวิธีการนี้มีหลายลักษณะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษาและรูปแบบของพฤติกรรมดังนี้

1. การวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรมที่เป็นการกระทำเดียว ตัวอย่าง เช่น วัดเจตนาในการแสดงพฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้งว่าไปเลือกหรือไม่ไปเลือก

### ฉันมีเจตนาไปออกเสียงเลือกตั้งที่เขตในวันเลือกตั้ง

เป็นไปได้ | ————— | ————— | ————— | ————— | ————— | ————— | ————— | เป็นไปไม่ได้  
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช้ทั้ง 2 น้อย ปานกลาง มาก  
 อย่าง

2. การวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรมที่มีโอกาสเลือก ตัวอย่างเช่น วัดเจตนาเชิงพฤติกรรมในการแสดงพฤติกรรมการเลือกตั้งที่สนใจว่าผู้ตอบเลือกใคร ซึ่งการวัดลักษณะนี้จะใช้ข้อกระทงที่เป็นปลายปิดหรือปลายเปิดก็ได้

เจตนาในการเลือกประธานาธิบดีในปี ค.ศ.1976

ฉันจะเลือก เจอร์ล ฟอร์ด

ฉันจะเลือก จิมมี คาร์เตอร์

ฉันจะเลือกผู้สมัครคนอื่น

ฉันจะไม่เลือกเลย

3. การวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรมที่มีหลายๆการกระทำ เช่นพฤติกรรมลดความอ้วน จะต้องวิเคราะห์แจกแจงพฤติกรรมให้เป็นการกระทำย่อยๆที่ชัดเจน จัดเป็นตรรกะนี้ของพฤติกรรม และดำเนินการวัดแต่ละการกระทำเหมือนข้อ 1

ข. ความคงที่ของเจตนา

เจตนาของบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นการวัดเจตนาที่เก็บข้อมูลพฤติกรรมกับหลังการเก็บข้อมูลพฤติกรรม อาจให้ผลต่างกันก็ได้ เนื่องจากเหตุการณ์แทรกซ้อนทำให้เจตนาเปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ระหว่างเจตนากับพฤติกรรมจึงลดลง ยิ่งระยะเวลาระหว่างการเก็บข้อมูลเจตนากับพฤติกรรมห่างกันมากเท่าใด ก็จะมีโอกาสที่บุคคลได้รับข้อมูลอื่น หรือเกิดเหตุการณ์ที่มีผลการกระทำต่อเจตนาเดิม ฉะนั้นจึงควรเก็บข้อมูลเจตนาเชิงพฤติกรรมให้ใกล้ชิดกับพฤติกรรม เพื่อเพิ่มความแน่นอนในการทำนาย

4. ตัวแปรภายนอก ทฤษฎีนี้ระบุว่า เจตนาของบุคคลต่อพฤติกรรมใดๆ ถูกกำหนดโดยทัศนคติต่อพฤติกรรม ( $A_B$ ) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) สำหรับตัวแปรอื่นๆ ที่เพิ่มจากนี้ จะมีอิทธิพลต่อเจตนาทางอ้อมเท่านั้น คือ มีอิทธิพลต่อความเชื่อเกี่ยวกับผลกรรมที่เกิดจากการแสดงพฤติกรรม การประเมินผลกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมทางอ้อม หรือ มีอิทธิพลต่อความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่ม

อ้างอิง ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม หรือมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์เชิงสัมพันธ์ขององค์ประกอบทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทางใดทางหนึ่ง หรือทั้งหมดก็ตามซึ่งผลกระทบทางอ้อมนี้จะส่งผลถึงเจตนาของบุคคลต่อเมื่อ ผลการวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมทั้งทางตรง และทางอ้อมผลการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทั้งทางตรงและทางอ้อม และความสัมพันธ์เชิงสัมพันธ์ขององค์ประกอบทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญต่อการทำนายเจตนาดังที่ได้แสดงความเป็นไปได้ของความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกกับตัวแปรต่างๆในทฤษฎีในภาพที่ 2.3

### วิธีการสร้างมาตรวัดตามแนวทฤษฎี

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามมาตรฐานตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล จาก ไอเซ็น และฟิชบายน์ (Ajzen and Fishbien, 1980, ธีระพร อุวรรณโณ, 2535, น.272-273)

1. กำหนดพฤติกรรมในแง่ของการกระทำ (Action) ที่หมาย (Target) บริบท (Context) และเวลา (Time) เช่น การศึกษาต่อในสายสามัญหลังจากจบการศึกษาชั้นม.3 ในตัวอย่างนี้ การกระทำคือการศึกษาต่อ ที่หมายคือสายสามัญ เวลาคือหลังจากจบการศึกษาชั้นม.3

การกำหนดพฤติกรรมนี้ผู้กำหนดจะต้องแน่ใจว่าตรงกับพฤติกรรมที่ต้องการจริงๆ การวัดอาจวัดเพียงว่าทำ-ไม่ทำ หรือบางกรณีก็วัดว่าทำมากน้อยแค่ไหน

2. กำหนดเจตนาเชิงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับพฤติกรรม เช่น ตั้งใจว่าจะศึกษาต่อในสายสามัญหลังจากจบการศึกษาชั้นม.3

### รูปแบบของการวัดที่เสนอแนะ

ฉันตั้งใจว่าจะศึกษาต่อในสายสามัญหลังจากจบการศึกษาชั้นม.3

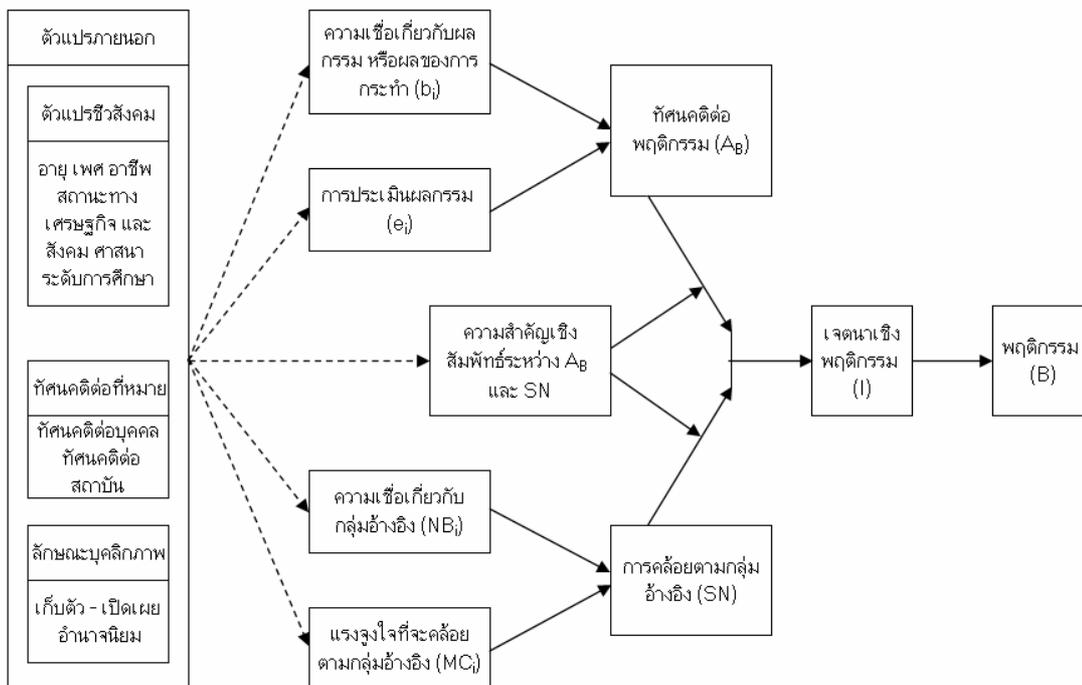
เป็นไปได้ | ——— | ——— | ——— | ——— | ——— | ——— | เป็นไปไม่ได้  
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช้ทั้ง 2 น้อย ปานกลาง มาก  
 อย่าง

ทั้งนี้ข้อความกำกับช่วงมาตราอาจใช้เป็นตัวเลขแทนได้

3. กำหนดทัศนคติต่อพฤติกรรมและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมเช่น
- 3.1 ทัศนคติต่อการศึกษาต่อในสายสามัญหลังจากจบการศึกษาชั้นม.3
  - 3.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการศึกษาต่อสายสามัญหลังจากจบการศึกษาชั้นม.3

ภาพที่ 2.3

ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล



---- คำอธิบายที่เป็นไปได้สำหรับความสัมพันธ์ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างตัวแปรภายนอกกับพฤติกรรม

— ความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีที่มั่นคงที่เชื่อมโยงระหว่างความเชื่อกับพฤติกรรม

(ดัดแปลงจากไอเซ็นและพีชบายน์, 1980, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2535, น.246)

## 1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับการบริหารคุณภาพโดยรวม

### 1.2.1 ความหมายของการยอมรับ

เสถียร เขยประดับ (2531, น.25) การยอมรับ หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำเอานวัตกรรมไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า มีประโยชน์มากกว่า และระยะเวลาตั้งแต่ขั้นความรู้จนถึงขั้นยืนยันใช้วัตกรมนั้นอาจกินเวลาหลายๆ ปีก็ได้

ฟอสเตอร์ (Foster, 1973, pp.146 – 147) ให้ความหมายของการยอมรับว่าการที่บุคคลเรียนรู้ผ่านการศึกษาระดับขั้นต้นของการรับรู้ การยอมรับเกิดขึ้นได้หากบุคคลมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติ จนกระทั่งเมื่อเขาแน่ใจแล้วว่าสิ่งนั้นนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแน่นอนเขาจึงจะยอมรับในสิ่งนั้น

นัยนา ยุติศาสตร์ (2545, น.24) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคล หลังจากที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ โดยผ่านขั้นการตระหนักเกี่ยวกับนวัตกรรม ขั้นการสนใจ การประเมินผล การทดลอง และการยอมรับในที่สุด

มาลี เจ้งวัฒนพงศ์ (2546, น.12) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง เป็นพฤติกรรมแต่ละบุคคลในการรับความคิดใหม่ การปฏิบัติใหม่ หรือรับสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรมซึ่งสมาชิกในสังคมนั้นถือเป็นของใหม่ ได้ทดลองปฏิบัติมาขั้นหนึ่งแล้วโดยใช้ระยะเวลาเป็นการตัดสินใจ และมีการประเมินผลดีผลเสีย ตลอดจนนำมาใช้หรือปฏิบัติต่อไปด้วย ความเต็มใจ พอใจ เลื่อมใส และเชื่อถือ โดยสามารถแสดงออกให้บุคคลอื่นๆ ทราบได้ชัดเจน ทางพฤติกรรมของบุคคล

รัชนีวรรณ สุริยะนิมิตรชัย (2548, น.37) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง การตัดสินใจที่เกิดจากกระบวนการทางจิตใจที่ตอบสนองต่อการรับรู้ โดยผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ การตัดสินใจ และนำไปปฏิบัติ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อเห็นว่าก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแน่นอน จึงจะตัดสินใจยอมรับในสิ่งนั้นๆ

สกาเวเดือน ปธนสมิทธิ (2540, น.22) ได้สรุปความหมายของการยอมรับว่า คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคลแต่ละบุคคลหลังจากได้รับการแนะนำ และพิจารณาแล้วในที่สุด จึงรับหรือไม่รับเอาวิทยาการของใหม่ไปใช้โดยเริ่มตั้งแต่การตื่นตัว (Awareness) สนใจ (Interest) ประเมินผล (Evaluation) ทดลองนำไปใช้ (Trial) และยอมรับในที่สุด

จากความหมายข้างต้น สรุปความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง การตัดสินใจยอมรับสิ่งใหม่ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมของบุคคล ซึ่งการยอมรับจะเกิดขึ้นจากกระบวนการทางจิตใจของบุคคลที่ตอบสนองต่อการรับรู้ โดยผ่านขั้นตอนหลายขั้นตอน ได้แก่ การเรียนรู้ การตัดสินใจ การนำไปปฏิบัติในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และการยืนยันการใช้นวัตกรรม ซึ่งระยะเวลาทั้ง 4 ขั้นนี้อาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และการยอมรับใน นวัตกรรมจะเกิดขึ้นต่อเมื่อตนเองเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการการนำนวัตกรรมมาใช้

### 1.2.2 กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรม (Innovation –Decision Process)

โรเจอร์ และชูแมคเกอร์ (Roger and Shoemaker, 1971, p.103) ได้สร้างแบบจำลองกระบวนการ การตัดสินใจรับนวัตกรรมซึ่งมี 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) คือ เป็นขั้นที่บุคคลได้รู้ว่ามีนวัตกรรมนั้นอยู่ และได้รับความเข้าใจเกี่ยวกับบางส่วนของบทบาทของนวัตกรรมนั้น
2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion) คือ เป็นขั้นที่บุคคลเกิดมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรม
3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) คือเป็นขั้นที่บุคคลจะเข้าร่วมกระทำการกิจกรรมต่างๆ ซึ่งนำไปสู่ทางเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม
4. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) คือ ขั้นที่บุคคลจะหาค้นแรงเสริมต่างๆ สำหรับการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่เขาได้ทำไปแล้ว แต่เขาก็อาจจะเปลี่ยนการตัดสินใจเป็นตรงกันข้ามถ้าได้รับข้อมูลใหม่ที่ขัดแย้งกับนวัตกรรมนั้น



- ตัวแปรเกี่ยวกับผู้รับสาร เช่น บุคลิกภาพของบุคคล เป็นต้น
- ตัวแปรเกี่ยวกับระบบสังคม เช่น บรรทัดฐานของระบบสังคม เป็นต้น

2. กระบวนการ (Process) ได้แก่ ลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจซึ่งมี 4 ขั้นที่สำคัญ  
ได้แก่

- ขั้นความรู้
- ขั้นการจูงใจ
- ขั้นการตัดสินใจ
- ขั้นการยืนยัน

3. ผล (Consequence) แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- ยอมรับนวัตกรรม
- ปฏิเสธนวัตกรรม

### 1.2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้เสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่

1. โรเจอร์และชูเมเกอร์ (Roger and Shoemaker, 1971, อ้างถึงใน รัชนีวรรณ สุริยะ นิมิตรชัย, 2548, น.37-38) ได้เสนอว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วยปัจจัย 4 ปัจจัยคือ

1. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ยอมรับนวัตกรรมประกอบด้วยบุคลิกลักษณะส่วนตัว ได้แก่ การไม่ยึดมั่น เชื่อมมั่นในสังคมเดิม มีทัศนคติที่ดีในการเปลี่ยนแปลง

2. ตัวแปรทางด้านระบบสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย ระบบค่านิยมของสังคม (Social System Norms) การติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชน (Communication Integration) ระบบสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกในระบบสังคม และมีความสำคัญต่อความเร็วหรือความช้าในการยอมรับนวัตกรรม

3. คุณลักษณะของนวัตกรรมในสายตาของผู้ยอมรับในนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับการใช้มี 5 ลักษณะดังนี้

3.1 ลักษณะการเปรียบเทียบกับประโยชน์ (Relative Advantage) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่านวัตกรรมใหม่มีประโยชน์มากกว่าความคิดเก่าและสิ่งเก่า หรือวิธีปฏิบัติเดิม การยอมรับจะสูงตามไปด้วย

3.2 ลักษณะเข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่า นวัตกรรมนั้นเข้ากันได้ต่อค่านิยม ประสบการณ์ในอดีต ตลอดจนตรงความต้องการของผู้รับ นวัตกรรมการยอมรับจะง่ายและเร็วขึ้น

3.3 ลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมเห็น หรือรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นยากแก่การเข้าใจ และยากต่อการนำไปใช้จะทำให้การยอมรับยากและช้า ตรงข้ามกับนวัตกรรมที่เข้าใจง่าย ใช้สะดวก การยอมรับก็จะเป็นไปโดยง่ายและรวดเร็วกว่า

3.4 ลักษณะความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้ (Trainability) คือ นวัตกรรมที่สามารถแยกส่วนทดลองใช้ได้จะช่วยให้ผู้รับมีความรู้สึกเสี่ยงน้อยลง การยอมรับจะ มากกว่าที่ไม่อาจจะทดลองได้ในขอบเขตจำกัด

3.5 ลักษณะความสามารถในการสังเกตผลได้ (Observability) คือ ผลของ นวัตกรรมสามารถมองเห็น โดยสมาชิกในระบบสังคมผู้ใช้จะยอมรับได้ง่ายและรวดเร็ว

4. ข่าวสารที่ใช้เผยแพร่ นวัตกรรม ประกอบด้วย ช่องสารมวลชน และช่องสาร ระหว่างบุคคล โดยที่ช่องสารมวลชนมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ส่วน ช่องสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพในการก่อให้เกิดทัศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

2. อัลเลน (Allen, 1971 อ้างถึงใน ปนัดดา อินทราวุธ, 2543, น.34) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่ สันับสนุนการยอมรับหรือต่อต้านนวัตกรรมมีปัจจัย 5 ปัจจัยได้แก่

1. ปัจจัยทางนวัตกรรม ความเชื่อและค่านิยมจะต้องเข้ากันได้กับนวัตกรรม
2. ปัจจัยทางจิตวิทยา โดยทั่วไปบุคคลจะเกิดความเคยชินอยู่กับแผนชีวิต หรือ การปฏิบัติอย่างเก่า และรู้สึกว่าของเดิมคืออยู่แล้วไม่ยากเปลี่ยนแปลงเว้นแต่ว่าของใหม่จะดีกว่า
3. ปัจจัยทางสังคม ผู้รับการเผยแพร่จะต่อต้านนวัตกรรมที่รับเข้าไปใช้และจะทำให้ สังคมของเขาขาดดุลยภาพ เกิดสภาวะไร้ระเบียบแต่สภาวะดังกล่าวมองเห็นได้ยาก และใช้ เวลานานมากเลยที่เดียวกว่าจะมองออก
4. ปัจจัยทางด้านนวัตกรรม ถ้าปรากฏว่านวัตกรรมที่แพร่หลายเข้าไปนั้นมีวิธีการ ที่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้รับการเผยแพร่เกิดความวุ่นวายไม่เข้าใจ นวัตกรรมนั้นย่อมถูกละเลย
5. ปัจจัยทางด้านผลประโยชน์ นวัตกรรมนั้นจะต้องมีผลประโยชน์ต่อผู้รับการ เผยแพร่

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น มีความ หลากหลายเริ่มตั้งแต่ 1.ปัจจัยทางด้านตัวบุคคล เช่น บุคลิกลักษณะ ทัศนคติ ความรู้เกี่ยวกับ

นวัตกรรม 2.ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น ค่านิยม บรรทัดฐาน วัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคม 3.ปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ความเคยชิน 4.ปัจจัยทางด้านนวัตกรรม เช่น ความยุ่งยาก ความสลับซับซ้อนของการใช้นวัตกรรม

#### 1.2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM – Total Quality Management)

การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management – TQM) ถือกำเนิดในสหรัฐอเมริกาในช่วงทศวรรษ 1950 และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในญี่ปุ่นตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1960 TQM หรือที่ญี่ปุ่นเรียกกันว่า “การควบคุมคุณภาพโดยรวม” (Total Quality Control – TQC) นั้นมีคุณูปการต่อการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในภาคการผลิตของญี่ปุ่นอย่างมาก และถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น และเมื่อ TQM ประยุกต์ใช้ในภาคการผลิตเป็นผลสำเร็จก็เริ่มขยายเข้าไปสู่อุตสาหกรรมก่อสร้าง และในต้นทศวรรษที่ 1980 TQM เริ่มเข้าสู่อุตสาหกรรมบริการ (โนริอะคิ คาโน, 2548)

#### 1.2.5 นิยามของการบริหารคุณภาพโดยรวม

คำว่า TQM ย่อมาจาก Total Quality Management โดยมีผู้แปลเป็นภาษาไทยไว้หลายชื่อ ได้แก่ การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร การบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ การบริหารคุณภาพแบบองค์รวม การบริหารคุณภาพที่ทุกคนมีส่วนร่วม การบริหารคุณภาพโดยรวม ฯลฯ แต่ก็ไม่มีความใดที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป และส่วนใหญ่ก็มักจะเรียกคำย่อคือ เรียกว่า TQM ซึ่งคำว่า TQM เป็นคำย่อที่ใช้กันทั่วไปในอังกฤษและอเมริกา ในขณะที่ญี่ปุ่นซึ่งเป็นต้นตำรับใช้คำว่า TQC (Total Quality Control) ส่วนเจ้าของแนวคิดดั้งเดิม มักจะใช้คำอื่นๆ เช่น Deming ใช้คำว่า Good Management ส่วน Juran ใช้คำว่า Company – Wide Quality Management หรือ Crosby ใช้คำว่า Quality Management แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้คำว่า การบริหารคุณภาพโดยรวม แทนคำว่า TQM ซึ่งความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมนั้นมีผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากได้ให้คำนิยามไว้ ได้แก่

นีลส์สันท์ เขจรนนท์ (2545, น.59) ได้ให้ความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมไว้ว่า เป็นวัฒนธรรมขององค์กรที่สมาชิกทุกคนต่างให้ความสำคัญ และมีส่วนร่วมในการ

พัฒนาการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งที่จะตอบสนองของความต้องการ และสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะสร้างโอกาสทางธุรกิจ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และพัฒนาการที่ยั่งยืนขององค์กร

โอมาซิฆู และโรส (Omachonou and Ross, 1994, อ้างถึงใน กฤตศร มังกรกาญจน์, 2548, น.18) ได้ให้ความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมว่า หมายถึง การรวมกันของการทำงานและกระบวนการทุกอย่างในองค์กรเพื่อที่จะบรรลุ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของคุณภาพสินค้าและบริการ จุดมุ่งหมายคือ ความพึงพอใจของลูกค้า

โทบิน (Tobin, อ้างถึงในวิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2541, น.48) ได้ให้ความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมว่า หมายถึง ความพยายามร่วมกันทั้งหมดเพื่อให้ได้มา ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในทุกรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กร

ไฮนซ์ และ แฮโรด (Heinz and Harold, 1994, p.650) ได้ให้ความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมว่าหมายถึง ภาวะผูกพันขององค์กรในระยะยาวในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยอาศัยของการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของพนักงานทุกคน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้นของประชาชนหรือลูกค้า

ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ (2540, น.142) ได้ให้ความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมว่า หมายถึง เป็นลักษณะของการบูรณาการที่สามารถทำให้เกิดรูปแบบใหม่ของการบริหารสามารถนำมาซึ่งสินค้าและบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจ และสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้ โดยการบริหารที่สามารถทำให้เกิดการปรับปรุงต่อเนื่อง

เทนเนอร์ และ ดีโตโร (Tenner and Detoro, 1992, p.1) ได้ให้ความหมายโดยสรุปจากแนวคิดของ W. Edwards Deming, Joseph M Juran, Armand V Feignbaum, Philip B. Crosby ว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมหมายถึง การมีส่วนร่วม ของผู้บริหารระดับต้นที่ได้เลือกและดำเนินการที่จะทำให้บริษัทมีกระบวนการ และวิสัยทัศน์เดียวกัน ซึ่งหลักการที่สำคัญของTQM ประกอบด้วยการให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นสิ่งแรก และมีการพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดยมีเจ้าหน้าที่ทั้งหมดในองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมกันดำเนินการ

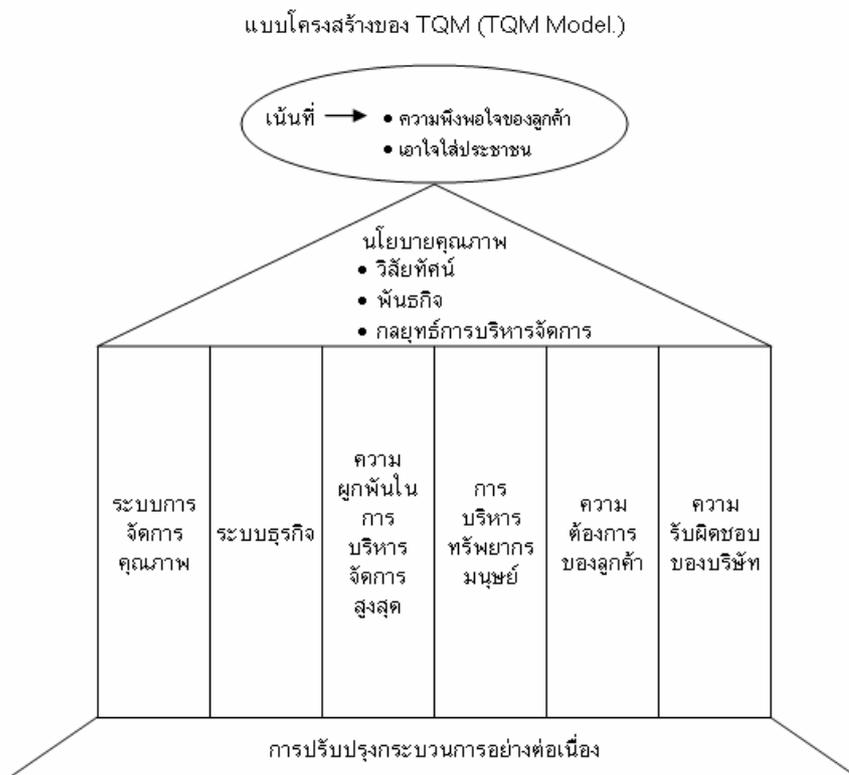
วีรภูธ มาษะศิริรานนท์ (2545, น.77) ได้ให้ความหมายของการบริหารคุณภาพโดยรวมว่า หมายถึง การจัดระบบและวินัยในการทำงานเพื่อป้องกันความผิดพลาดเสียหายและมุ่งสร้างคุณค่า (Value) ในกระบวนการทำงาน (Working Process) ทุกๆ ขั้นตอนโดยทุกคนในองค์กรนั้นๆ จะต้องมีส่วนร่วม ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการก้าวไปสู่ความเป็นเลิศทั้งด้าน : การบริหาร

องค์การ การบริหารการผลิต การบริหารตลาด การบริหารลูกค้า การบริหารบุคลากร และการบริหารการเงิน เป็นต้น

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมว่า หมายถึง การพัฒนา และการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยเน้นให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และมีการร่วมมือกัน แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งหาทางป้องกัน ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในขั้นตอนต่างๆ ของการทำงาน โดยอาจต้องเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง องค์การ และวิธีการบริหารร่วมด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการความคาดหวัง ความพึงพอใจ ของผู้มาใช้บริการ และพนักงานในองค์การ

1.2.6 องค์ประกอบสำคัญของ TQM จากนักวิชาการต่างๆ

แบบโครงสร้างของ TQM (Abdullah et al., 1998, p.19-25)



1. เน้นที่ความพึงพอใจของลูกค้า (Focus Customer Satisfaction)
2. นโยบายคุณภาพ (Quality policy)

นโยบายคุณภาพขององค์การถูกพัฒนาในแนวเดียวกับวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (mission) โดยนโยบายคุณภาพจะเป็นแนวทางและขับเคลื่อนกระบวนการ TQM

## 2.1 ระบบการบริหารจัดการคุณภาพ (Quality Management Systems)

การได้รับการรับรอง ISO9000 นั้น บางองค์การใช้เวลา 12-18 เดือน ขณะที่ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรม TQM ให้เติบโตขึ้น ต้องการเวลาหลายปี ส่วนใหญ่มักจะเป็น 5 ปี หรือมากกว่านั้น ดังนั้นองค์การควรพิจารณาการนำ ISO9000 มาใช้ เพราะเป็นเหตุการณ์สำคัญอันดับแรก ของแนวทางปฏิบัติสู่ TQM และคุณภาพที่ยอดเยี่ยม

## 2.2 ระบบธุรกิจ (Business Systems)

ในการพัฒนาและการนำ TQM มาใช้นั้น ภายในองค์การทุกส่วนจะต้องมีการตรวจสอบหรือพิจารณาเพื่อหากระบวนการที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า

## 2.3 ความผูกพันในการบริหารจัดการสูงสุด (Top Management Commitment)

ความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดอันหนึ่งในการนำ TQM ไปใช้ คือการได้รับความผูกพันในการบริหารจัดการสูงสุดและการเข้ามามีส่วนร่วมทั้งหมดของลูกค้า ซึ่งวิธีอันหนึ่งที่จะทำให้เกิดความผูกพันในการบริหารจัดการสูงสุด คือ การเรียนรู้จากกลุ่มเพื่อนร่วมงาน (Peer group)

## 2.4 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

ความสำเร็จขององค์การขึ้นอยู่กับความรู้ ทักษะ และแรงจูงใจของลูกค้า โดยลูกค้าจะต้องได้รับโอกาสเพื่อการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะใหม่ๆ ก่อนที่พวกเขาจะสามารถทำประโยชน์ให้กับฝ่ายผลิต โดยองค์การจำเป็นต้องลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผ่านทางการศึกษาและการฝึกอบรม และสร้างโอกาสสำหรับการพัฒนาอาชีพ

## 2.5 ความต้องการของลูกค้า (Customer Requirements)

การตัดสินใจความต้องการ ความชอบ และความคาดหวังของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า นั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสำเร็จในเรื่อง การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และจงรักภักดีในตราสินค้าของเรา

## 2.6 ความรับผิดชอบต่อของบริษัท (Corporate Responsibility)

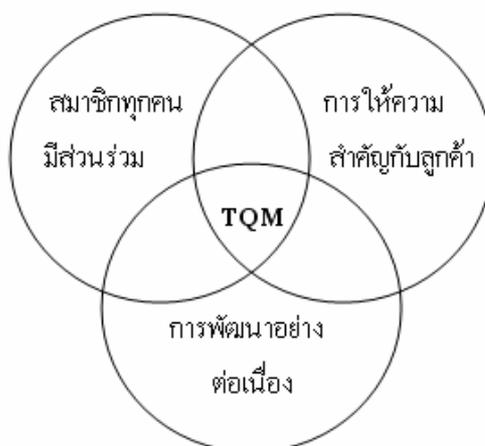
องค์การที่นำ TQM ไปใช้แล้วประสบความสำเร็จ จะมีการรวมเรื่องของการเอาใจใส่ประชาชนและความรับผิดชอบต่อในสาธารณะเข้าไปในการบริหารจัดการและการปฏิบัติกำลังที่เป็นอันตรายเป็นต่อสาธารณชน

### 3.การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Process Improvement)

คุณภาพที่ยอดเยี่ยมดำเนินต่อไปได้โดยผ่านทางการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องที่ไม่เคยจบสิ้น และในตัววัฒนธรรมของ TQM นั้นเน้นที่ให้มีการเปลี่ยนจากการตรวจหาข้อบกพร่องและการทำให้ถูกต้องเป็นการป้องกันข้อบกพร่องแทนและต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องด้วย

นี้ ภาครัฐพันธ์ เขจรนันธ์ (2545, น. 59-64) ได้แบ่งองค์ประกอบของ TQM ไว้ 3 ประการ ดังนี้

- 1.การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)
2. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (Employees Involvement)
3. การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Oriented)



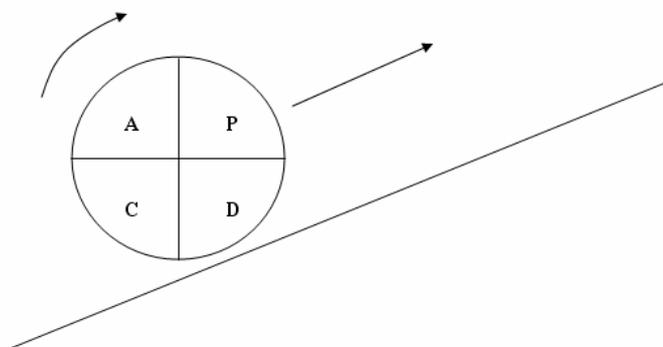
รูปแสดง แบบจำลองความสัมพันธ์ของ TQM

#### 1.2.7 หลักการและแนวทางในการนำ TQM ไปปฏิบัติ

ดร. Deming เสนอหลักการสำคัญ หรือพันธะ (Obligations) ในการจัดการคุณภาพรวม 14 ข้อ (นี้ ภาครัฐพันธ์ เขจรนันธ์, 2545, 72-80) ดังนี้

- 1) สร้างปณิธานที่มุ่งมั่นในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Constancy of Purpose)
- 2) ยอมรับปรัชญาการบริหารคุณภาพใหม่ ๆ (Adopt the New Philosophy)

- 3) ยุติการควบคุมคุณภาพโดยอาศัยการตรวจสอบ (Cease Dependence on Mass Inspection) เพียงด้านเดียว
- 4) ยุติการดำเนินธุรกิจโดยการตัดสินใจที่ราคาขายเพียงอย่างเดียว (End the Practice of Awarding)
- 5) ปรับปรุงระบบการผลิตและระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) โดยใช้วงล้อ PDCA เป็นเครื่องผลักดันของโครงการให้หมุนไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้อุทฺกรกิจก้าวไปข้างหน้าอย่างสม่ำเสมอ และไม่หยุดยั้ง ซึ่งวงล้อ Deming (Deming Cycle) ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้



รูปแสดง : วงล้อ Deming

- |                              |                                |
|------------------------------|--------------------------------|
| 1. การวางแผน (Plan) หรือ P   | 2. การปฏิบัติ (Do) หรือ D      |
| 3. การตรวจสอบ (Check) หรือ C | 4. การปรับปรุง (Action) หรือ A |

จะเห็นได้ว่า วงจร PDCA จะไม่ได้หยุดหรือจบลง เมื่อหมุนครบรอบแต่วงล้อ PDCA จะหมุนไปข้างหน้าเรื่อย ๆ โดยจะทำงานในการแก้ไขปัญหาในระดับที่สูงขึ้น ซับซ้อนขึ้น และยากขึ้น หรือเป็นการเรียนรู้ที่ไม่สิ้นสุด ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาของการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) นั่นเอง

- 6) ทำการฝึกอบรมทักษะ (Training for a Skill) ในการทำงานและการจัดการคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
- 7) สร้างสถานะผู้นำให้เกิดขึ้น (Leadership) กับสมาชิกทุกคนในองค์กรโดยต่างจะเป็นผู้นำและกล้าที่จะรับผิดชอบในการตัดสินใจ ในการกระทำของตนและกลุ่ม
- 8) กำจัดความกลัวให้หมดไป (Drive Out Fear) เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างองค์กรคุณภาพ

9) ทำลายสิ่งกีดขวางความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ (Break Down Barriers)

โดยส่งเสริมการประสานงาน

10) ยกเลิกคำขวัญ คติพจน์ และเป้าหมายที่ตั้งตามอำเภอใจ (Eliminate Slogans, Exhortations, Arbitrary Targets) โดยเฉพาะที่เขียนขึ้นมาอย่างขอไป

11) ยกเลิกการกำหนดจำนวนโควตาที่เป็นตัวเลข (Eliminate Numerical Quotas) ในการประเมินผลงานด้านปริมาณเพียงด้านเดียว

12) ยกเลิกสิ่งกีดขวางความภาคภูมิใจของพนักงาน (Remove Barriers to Pride of Workmanship) โดยส่งเสริมให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในผลงานและความสำเร็จของ

13) การศึกษาและการเจริญเติบโต (Education and Growth) เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

14) ลงมือปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง (Take Action to Accomplish the Transformation) ดำเนินการให้เห็นผลที่เป็นรูปธรรม และต่อเนื่องในระยะยาว

นอกจากนั้น เชา (Chou, 2001, อ้างถึงใน กฤตศร มังกรกาญจน์, 2548, น.18) กล่าวว่า หลักการสำคัญของ TQM สามารถมองได้ดังต่อไปนี้

1. ต้องมีข้อตกลงสำหรับสิ่งที่จำเป็นสำหรับทั้งลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก
2. ความต้องการของลูกค้าจะต้องได้รับการตอบสนองก่อนและตลอดเวลา
3. การพัฒนาคุณภาพจะลดของเสียและต้นทุนโดยรวม
4. จะต้องมีภาระหนักที่การป้องกันการเกิดปัญหา
5. การพัฒนาคุณภาพจะเป็นไปได้จากการบริหารที่มีการวางแผนไว้แล้ว
6. ทุกๆ งานจะต้องเพิ่มคุณค่า
7. ทุกๆ คนจะต้องมีส่วนร่วม
8. จะต้องมีการวัดผลเพื่อดูว่าบรรลุเป้าหมายที่ต้องการหรือไม่
9. วัฒนธรรมของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะต้องได้รับการจัดตั้ง
10. การสนับสนุนจะต้องวางไว้เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์

### 1.2.8 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการบริหารคุณภาพโดยรวม

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการบริหารคุณภาพโดยรวม คือ เทคนิค วิธีการ ผังแผนภูมิ ตารางและรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลแบบต่าง ๆ ซึ่งเครื่องมือมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการบริหารคุณภาพโดยรวมเนื่องจากทำให้ข้อมูลนั้นมีความเที่ยงตรง ชัดเจนและเชื่อถือได้ อันประกอบด้วย (คัทซีเยะ โฮโซทานิ, 2539, น.155-161)

#### 1. เครื่องมือพื้นฐาน (Basic Tools) 7 อย่าง

1.1 แผนภูมิเหตุและผล หรือผังก้างปลา (Cause and Effect Diagrams) คือ แผนภูมิที่ประกอบด้วยเส้นตรงหลายลักษณะที่ประกอบกันและมีรูปร่างคล้ายก้างปลาเพื่อแสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ระหว่างผลของสาเหตุในการทำงานเกี่ยวกับปัญหานั้นๆ เพื่อค้นหาสาเหตุของปัญหา โดยการแยกแยะสาเหตุหลักและสาเหตุรองเป็นกลุ่ม โดยให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และปัญหาโดยตรง ช่วยกันเสนอความคิดเห็นให้ได้มากที่สุด

1.2 แผนภูมิพาเรโต (Pareto Diagram) คือ กราฟแท่งที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าหรือขนาด หรือความถี่ในการตรวจพบปัญหา เขียนเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด โดยเรียงจากซ้ายไปขวาและมีกราฟเส้นแสดงความถี่สะสมกำกับ ใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงสาเหตุอันไม่พึงประสงค์ต่าง ๆ พร้อมกับระบุขนาดของความสำคัญของแต่ละสาเหตุ การพิจารณาแก้ไขต้องแก้ไขสาเหตุที่มีเปอร์เซ็นต์สูงก่อนเป็นอันดับแรก

1.3 ตารางตรวจสอบข้อมูล (Check Sheet) คือ ตารางที่ออกแบบให้มีลักษณะง่ายต่อการเก็บข้อมูล สามารถทำเครื่องหมายลงในช่องที่จัดไว้เพื่อบันทึกความถี่ของข้อมูลสะดวกรวดเร็วในการเก็บและดัดแปลงตัวเลขทางสถิติใช้เพื่อค้นหาปัญหา โดยบันทึกข้อมูลทุกวัน เมื่อการบันทึกสิ้นสุดสามารถสรุปแนวโน้มของข้อมูลได้

1.4 ฮิสโตแกรม (Histogram) คือ กราฟแท่งที่แสดงข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามจำนวนชั้นที่เหมาะสม เพื่อดูการกระจายของข้อมูล ชุดของข้อมูลควรมีจำนวนข้อมูลไม่ต่ำกว่า 30 ตัว

1.5 แผนภูมิการกระจาย (Scatter Diagram) คือ กราฟสองแกน (แกนตั้งกับแกนนอน) แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลสองชุดว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร ต้องใช้ข้อมูลอย่างน้อย 30 ตัว

1.6 แผนภูมิควบคุม (Control Chart) คือ กราฟเส้นที่มีแกนนอนเป็นค่าหน่วยเวลาและแกนตั้งคือค่าที่ต้องการควบคุม และกราฟเส้นตรงแนวนอนอาจมีสองเส้นหรือน้อยกว่าที่

แสดงขอบเขตการควบคุม ถ้าหากข้อมูลมีการเบี่ยงเบนจากขอบเขตควบคุมแสดงว่าเกิดความผิดปกติต้องทำการแก้ไข

1.7 กราฟและผังรูปต่างๆ (Graph and Chart) เป็นรูปภาพ ผัง เพื่อแสดงข้อมูลค่าต่าง ๆ และความเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ต่าง ๆ หรือแสดงองค์ประกอบของค่าวัดต่างๆ ซึ่งควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับงาน

## 2. เครื่องมือใหม่ 7 ชนิด (Seven new QC Tools)

2.1 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ (Relation Diagrams) ใช้ในการแก้ปัญหาที่มีความสลับซับซ้อน ด้วยการระบุความสัมพันธ์เชิงเหตุผลที่ปรากฏอยู่ในปัญหานั้น ๆ

2.2 แผนภาพกลุ่มความคิด (Affinity Diagrams) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการค้นปัญหาที่แท้จริง ด้วยการจัดการด้านข้อมูลที่ได้จากสถานการณ์นั้น โดยผ่านการระดมสมองเข้าไปในกลุ่ม เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

2.3 แผนภูมิต้นไม้ (Tree Diagrams) เป็นเครื่องมือที่ใช้การหาวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดให้ได้ผลดี โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบ

2.4 แผนภูมิเมตริกซ์ (Matrix Diagrams or Chart) เป็นวิธีที่ดีในการแสดงความสัมพันธ์ท่ามกลางข้อมูลที่เปลี่ยนแปลง เช่น Quality Function Deployment เป็นกระบวนการซึ่งเข้าใจเรื่องของลูกค้าและแปลมาเป็นรูปแบบของเทคนิคพารามิเตอร์ (Parameter) ระบบย่อยส่วนขององค์ประกอบ กระบวนการ และกระบวนการควบคุม โดยแสดงให้เห็นเป็นแผนภูมิต้นไม้ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของลูกค้าชั้นที่ 1, 2, 3 และรูปแบบของเทคนิคพารามิเตอร์ (Parameter) หรือลักษณะที่นำมาแทนคุณภาพซึ่งลูกค้า ฟังพอใจ ใช้ได้ดีโดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งการปรับปรุงคุณภาพต้นทุน การส่งมอบ เนื่องจากมองปัญหาจากหลายมุมมอง

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเมตริกซ์ (Matrix Data Analysis) แผนภูมินี้ใช้แผนภูมิต้นไม้เป็นทางเลือกและลำดับน้ำหนักวิกฤติ การลำดับความสำคัญแบบเมตริกซ์ใช้เพื่อลดจำนวนทางเลือก เพื่อให้เหลือทางเลือกที่สำคัญไว้ในโครงสร้างและนำมาจัดเรียงในรูปของเมตริกซ์เพื่อช่วยให้อ่านและเข้าใจง่าย

2.6 ผังกระบวนการตัดสินใจ (Process Decision Program Charts : PDPC) ผังนี้ใช้เพื่อวางแผนดำเนินการเกี่ยวกับงานใหม่หรือการปรับปรุงงานใหม่ที่ซับซ้อน แผนที่ PDPC

แสดงถึงเหตุการณ์ที่เป็นไปได้ในทางผิดพลาดและความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ เพื่อพิจารณาคัดเลือกกระบวนการที่เหมาะสมเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย

2.7 แผนภูมิแอร์โร (Arrow Diagram) แผนภูมินี้ถูกใช้เพื่อกำหนดการที่ดีกว่าและการควบคุมที่เหมาะสม เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งคล้ายกันมากกับเทคนิค Program Evaluation Review Technique (PERT) และ The Critical Pate Method (CPM) จากแนวคิด

### 1.2.9 การนำ TQM ไปใช้ในโรงพยาบาล (สุวรรณณี แสงมหาชัย, 2544, น.56-57)

การนำ TQM ไปปฏิบัติในการบริหารจัดการโรงพยาบาลนั้น อาจเริ่มต้นที่โรงพยาบาลจะต้องกำหนดเป้าหมายในการให้บริการแก่ประชาชนให้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรทุกระดับและทุกตำแหน่งมีความเข้าใจในเป้าหมายที่พึงประสงค์ของโรงพยาบาล มีการวางแผนนโยบายในการให้บริการและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบตามจุดต่างๆ ของสถานที่ทำงาน เช่น จะต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้ความรวดเร็วในการให้บริการ แก่ประชาชนเพิ่มมากขึ้น ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่จำเป็นลง รณรงค์ในด้านการรักษาความปลอดภัยและความสะอาดในบริเวณโรงพยาบาล การจัดสถานที่ให้สวยงามน่าดู การบริการโดยคำนึงถึงความเสมอภาคของประชาชนผู้รับบริการ ให้ประชาชนมีความรู้สึกปลอดภัยและได้รับการดูแลอย่างดีจากแพทย์พยาบาล และเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล มีความชัดเจนในขั้นตอนการติดต่อขอรับบริการในแผนกต่างๆ ของโรงพยาบาล โดยมีแผนป้ายข้อความแนะนำ และให้รายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติของผู้ที่มาติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอที่จะคอยให้บริการดูแลให้แนะนำและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อ

การให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยให้มีโอกาสร่วมรับรู้ในกระบวนการของโรงพยาบาล นับว่าเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ กล่าวคือ โรงพยาบาลควรจัดสัมมนาเป็นครั้งคราว ทั้งในเรื่องความรู้เกี่ยวกับโรค การบำบัดรักษา การปฏิบัติตนเพื่อป้องกันโรค และในเรื่องที่เกี่ยวกับการให้บริการและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ของโรงพยาบาล เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารโดยตรง มีโอกาสเสนอข้อคิดเห็นและความต้องการของตนไปยังผู้บริหารของโรงพยาบาลได้ นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ โดยเน้นเรื่องเป้าหมายของคุณภาพในการให้บริการประชาชน และความพึงพอใจของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบแนวทางการจัดการของโรงพยาบาล และเรียกร้องในสิทธิของตนที่จะได้รับการบริการอย่างมีคุณภาพด้วย

สรุป การนำ TQM ไปใช้ในโรงพยาบาล ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย และทุกฝ่ายต้องมีความเข้าใจในเป้าหมายใจตรงกัน เพื่อให้การนำ TQM ไปใช้บังเกิดผลสำเร็จ รวมทั้งต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร จึงจะทำให้เกิดผลสำเร็จในการนำ TQM ไปใช้ปรับปรุงองค์การ ซึ่งมีนักวิชาการได้นำเสนอ เงื่อนไขของการสร้างความสำเร็จในการนำ TQM ไปปฏิบัติในการปรับปรุงการบริการภาครัฐ ไว้ดังนี้ (สุวรรณณี แสงมหาชัย, 2544, น.62-68)

1. การสำรวจหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการให้บริการแก่ประชาชน
2. การค้นหาจุดบกพร่องที่ควรแก้ไข เพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการ
3. การวางแผนการปรับปรุงการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงการทำงานอย่างทั่วถึง
4. การสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในวัฒนธรรมองค์การ เนื่องจากการจัดการเพื่อให้บรรลุคุณภาพนั้นเป็นแนวทางปฏิบัติใหม่ที่จะนำการเปลี่ยนแปลงมาสู่องค์การ
5. การสัมมนาในวงกว้าง การนำ TQM ไปปฏิบัติในหน่วยงานบริการภาครัฐนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายที่จะได้รับผลกระทบจากการปรับปรุงงาน จึงควรที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องร่วมสัมมนากันในวงกว้าง เพื่อหาข้อสรุปและข้อเสนอแนะ
6. การติดตามและประเมินผล ให้มีการประเมินผลการนำ TQM ไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและการให้บริการประชาชน

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยเลือกงานวิจัยที่ทดสอบทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมาใช้สนับสนุนการตั้งสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ ตัวอย่างงานวิจัยดังกล่าว ได้แก่

วรรณิ จิระชุตโรจน์ (2527) ศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เจตนาเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมในการใช้บริการปรึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 และปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ทัศนคติต่อการใช้บริการปรึกษาปรึกษาทั้งกับอาจารย์แนะแนวประกอบกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้บริการปรึกษาปรึกษาทั้งกับอาจารย์แนะแนว สามารถทำนาย เจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการปรึกษาปรึกษาทั้งกับอาจารย์แนะแนวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

2. เจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการปรึกษาปรึกษาทั้งกับอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนกับพฤติกรรมในการใช้บริการปรึกษาปรึกษาทั้งกับอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

อัจฉราพร สุวรรณทล (2529) ศึกษาเรื่อง การทำนายและการทำความเข้าใจ เจตนาและพฤติกรรมการให้มบุตรของมารดาตามแนวทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ผลการวิจัยพบว่า

1. ทัศนคติต่อชนิดของการให้มบุตร มีความสัมพันธ์ ( $r = .33$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 กับผลรวมทั้งหมดของผลคูณของความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ และการประเมินผลกรรมนั้น

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในชนิดของการให้มบุตร มีความสัมพันธ์ ( $r = .42$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 กับผลรวมทั้งหมดของผลคูณของความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงนั้น

3. ทัศนคติต่อชนิดของการให้มบุตร ร่วมกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในชนิดของการให้มบุตร สามารถทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมในชนิดของการให้มบุตรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $R = .34$ ) และพบว่าองค์ประกอบทัศนคติต่อชนิดของการให้มบุตรมีบทบาทต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในชนิดของการให้มบุตรมากกว่าองค์ประกอบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในชนิดของการให้มบุตร ( $W_1 = .28, W_2 = .11$ )

4. เจตนาในชนิดของการให้มบุตรสามารถทำนายพฤติกรรมการให้มบุตรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r = .12$ )

เรวดี วัฒนทกโกศล (2532) ศึกษาเรื่อง การสำรวจความเชื่อ เจตคติ เจตนา และพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อสายสามัญหรือสายอาชีวะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานครตามแนวทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ผลการวิจัยพบว่า

1. ความแตกต่างของเจตคติทางตรง ความแตกต่างของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรง ร่วมกันทำนายความแตกต่างของเจตนา ได้อย่างมีนัยสำคัญ ( $R = .65, p < .001$ ) โดยที่ความแตกต่างของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงมีค่าน้ำหนักของการทำนาย ( $\beta = .43, p < .001$ ) สูงกว่าความแตกต่างของเจตคติทางตรง ( $\beta = .30, p < .001$ )

2. ความแตกต่างของเจตคติทางตรง ความแตกต่างของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงและระดับสัมฤทธิ์ผลทางการเรียน ร่วมกันทำนายความแตกต่างของเจตนาได้อย่างมีนัยสำคัญ ( $R = .70, p < .001$ ) โดยที่ความแตกต่างของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงมีค่าน้ำหนักของการทำนาย ( $\beta = .35, p < .001$ ) สูงกว่าระดับสัมฤทธิ์ผลทางการเรียน ( $\beta = .30, p < .001$ ) และความแตกต่างของเจตคติทางตรง ( $\beta = .26, p < .001$ )

3. ความแตกต่างของเจตนา สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อสายสามัญหรือสายอาชีวะได้อย่างมีนัยสำคัญ ( $r = .68, p < .001$ )

วรชัย เกียรติก้องขจร (2541) ศึกษาการทดสอบแบบจำลองการกระทำด้วยเหตุผลตามแนวทฤษฎีของมาร์ติน พิชบายน์ ในด้านที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ทักษะคติของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการซื้อยามสำหรับตนเองใน 2 สัปดาห์ข้างหน้าและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงสามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจที่จะซื้อยามสำหรับตนเองใน 2 สัปดาห์ข้างหน้า ถ้าหากเกิดอาการเจ็บคอ / ระคายคอในช่วงเวลาดังกล่าว ( $R^2 = 0.278$ )

2. ทักษะคติของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการซื้อยามสำหรับตนเองใน 2 สัปดาห์ข้างหน้า ถ้าหากเกิดอาการเจ็บคอ / ระคายคอในช่วงเวลาดังกล่าว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อยาม ( $r = 0.3772$ )

3. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อยาอมสำหรับตนเองใน 2 สัปดาห์ข้างหน้า ถ้าหากเกิดอาการเจ็บคอ / ระคายคอในช่วงเวลาดังกล่าว ( $r=0.4569$ )

4. ความตั้งใจที่จะซื้อยาอมสำหรับตนเองใน 2 สัปดาห์ข้างหน้า ถ้าหากเกิดอาการเจ็บคอ / ระคายคอในช่วงเวลาดังกล่าวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อยาอม ( $r= 0.5535$ )

สรุปว่าแบบจำลองการกระทำด้วยเหตุผลตามแนวทฤษฎีของมาร์ติน พิชบายน์สามารถใช้ทำนายพฤติกรรมการซื้อยาอมของผู้บริโภคคนไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้พอสมควร ( $R^2 = 0.278$ )

ลิเคอร์และซินดี (Liker and Sindi, 1997, pp.147-173) ศึกษาเรื่องการยอมรับระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) ซึ่งเป็นการทดสอบทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 94 คน ผลการวิจัย พบว่า

1. ทศนคติต่อการใช้ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) ไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะใช้ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $r= .10$ )

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการใช้ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะใช้ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $r=.32$ )

3. การรับรู้ประโยชน์ของระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทศนคติต่อการใช้ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert systems) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.25$ )

มิลเลอร์ โนวาคอฟสกี และรีเบอร์ (Miller, Novakofski and Reber, 1998, pp.A48) ศึกษาเรื่องการประเมินโปรแกรมการศึกษาสารอาหารของโรคเกี่ยวกับหัวใจและหลอดเลือดหัวใจ (Cardiovascular Disease) โดยใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้คือ เพื่อประเมินความมีประสิทธิภาพของโปรแกรมการศึกษาระยะเวลา 2 ปี ในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) และความตั้งใจ (I) ที่จะบริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงก่อนภาวะประจำเดือนหมดจำนวน 278 คน ซึ่งมีประมาณครึ่งหนึ่งจัดเป็นกลุ่มควบคุม โดยความรู้ ทศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความ

ตั้งใจจะถ่วงวัดที่ระยะเวลา 6, 12 และ 24 เดือน ในส่วนทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจจะใช้เครื่องมือวัดที่พัฒนาโดยใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล และใช้ t-test เพื่อวัดความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่ให้ Treatment และกลุ่ม Control ซึ่งผลพบว่า

1. ความรู้ของกลุ่มที่ให้ Treatment และกลุ่ม Control ณ เวลาต่างๆ (6, 12, 24 เดือน) ไม่มีความแตกต่างกัน
2. ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มที่ให้ Treatment กับกลุ่ม Control ณ เวลาต่างๆ (6, 12, 24 เดือน)
3. ความตั้งใจต่อการบริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่ม Control กับกลุ่ม Treatment ณ เวลา 6 เดือน ( $p = .05$ ) และ 24 เดือน ( $p = .048$ )
4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการบริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่ม Treatment กับกลุ่ม Control ณ ช่วงเวลาต่างๆ (6, 12, 24 เดือน)
5. จากการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ตัวแปรในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลสามารถทำนายความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญ ( $p \leq 0.012$ ) ทั้งกลุ่มที่ให้ Treatment และกลุ่ม Control ณ ช่วงเวลา (6, 12, 24 เดือน)

บริเวอ์ เบลค แรนคิน และดุกลาส (Brewer, Blake, Rankin and Douglass, 1999, pp.39-44) ศึกษาเรื่องการใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลทำนายการตีมนมของผู้หญิง ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือเพื่อตัดสินปัจจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตีมนมหรือหลีกเลี่ยงการตีมนมของผู้หญิง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้สมบูรณ์จำนวน 100 คน เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ ภายใต้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล และทำการประเมินความรู้เกี่ยวกับความแตกต่างของนม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างคือ 39 ปี (ช่วงอายุ 20-70 ปี) มีการตีมนมอยู่ในระดับต่ำ และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 คน บอกว่านานๆ ครั้งจึงจะตีมนมหรือไม่เคยตีมนม ซึ่งข้อมูลจากแบบสอบถามความถี่ของโรงรีดนม พบว่า 42% ของผู้ตีมนมจะตีมนมที่สกัดเอาไขมันออก นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ออกว่าตีมนมมากกว่า 1 ประเภท และในส่วนทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล พบว่า ความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพและครอบครัวมีความสัมพันธ์กันมากที่สุดกับ ทัศนคติเกี่ยวกับการตีมนม นอกจากนั้นนมที่สกัดเอาไขมันออก (Skim milk) มีคะแนนเรื่องรสชาติและองค์ประกอบของความเชื่อตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) เมื่อเทียบกับนมอื่น ๆ และจากการประเมินความรู้สึก (Sensory evaluation)

แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างชอบนมที่มีองค์ประกอบทั้งหมด (whole milk) มากกว่านมที่สกัดเอาไขมันออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ )

คาร์ที บอร์ เรียลลี่ และคอตเทอร์ (Carthy, Boer, Reilly and Cotter., 2003, pp.1071-1083) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจที่จะซื้อเนื้อมันในตลาดไอร์แลนด์ (Irish market) โดยใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) เป็นกรอบในการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. ความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคเนื้อมัน (b) กับการประเมินผลกระทบ (e) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อมัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.59$ )
2. ทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อมันมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะบริโภคเนื้อมัน ภายในสัปดาห์หน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.083$ )
3. ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (NB) กับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (MC) มีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการบริโภคเนื้อมันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ( $r = 0.36$ )
4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะบริโภคเนื้อมันภายในสัปดาห์หน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.62$ )
5. ความตั้งใจที่จะบริโภคเนื้อมันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ( $r = 0.76$ )
6. ทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงสามารถทำนายความผันแปรของความตั้งใจในการบริโภคเนื้อมันได้ร้อยละ 69 ( $R^2 = 0.69$ ,  $p \leq 0.01$ )

คาร์ที เรียลลี่ คอตเทอร์ และบอร์ (Carthy, Reilly Cotter and. Boer, 2004, pp.19-28) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุกร และสัตว์ปีกในตลาดไอร์แลนด์ (Irish market) โดยเปรียบเทียบความเชื่อของผู้บริโภคสุกร และสัตว์ปีกในกรอบทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของพิชบายน์และไอเซ็น ซึ่งผลการศึกษาพบว่าเป็นไปตามโครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA : Theory of Reasoned Action) นั่นคือ

1. ทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สามารถทำนายความตั้งใจที่จะบริโภคสัตว์ปีกได้ร้อยละ 43 ( $R^2 = 0.43$ ,  $p \leq 0.01$ )
2. ทัศนคติต่อการบริโภคสัตว์ปีกมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะบริโภคสัตว์ปีกในสัปดาห์หน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.64$ )

3. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะบริโภคสัตว์ปีกในสัปดาห์หน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.30$ )
4. ทศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สามารถทำนายความตั้งใจที่จะบริโภคสุกรได้ร้อยละ 52 ( $R^2 = 0.52, p \leq 0.01$ )
5. ทศนคติต่อการบริโภคสัตว์สุกรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะบริโภคสุกรในสัปดาห์หน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.72$ )
6. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะบริโภคสุกรในสัปดาห์หน้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $r = 0.51$ )

แฮนเซน เจ็นเซินและโซลการ์ด (Hansen, Jensen and Solgaard, 2004, pp.539-550) ศึกษาเรื่องการทำนาย ความตั้งใจในการซื้อของอุปโภคบริโภค (Grocery) ทางอินเทอร์เน็ต โดยเปรียบเทียบระหว่างทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) และทฤษฎีพฤติกรรมตามการวางแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) ซึ่งข้อมูลรวบรวมจากการสำรวจฐานข้อมูลของเวปไซต์ 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 1,222 คน จากกลุ่มผู้บริโภคชาวเดนมาร์กในเดือนสิงหาคม / กันยายน ปี2002 และกลุ่มตัวอย่างอีกกลุ่ม (การสำรวจในครั้งที่ 2) รวบรวมจากผู้บริโภคชาวสวีเดน จำนวน 1,058 คน ในเดือนกันยายน ปี 2002 ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 2 ทฤษฎีสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ทางอินเทอร์เน็ตในขนาดที่ได้มากกว่าร้อยละ 55 และทั้ง 2 ทฤษฎีก็มีความเหมาะสม (Fit) กับข้อมูล อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีพฤติกรรมตามการวางแผนที่รวม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับทศนคติ [TPB + (SN  $\rightarrow$  Attitude)] ก็มีความเหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด และทำนายความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทางอินเทอร์เน็ตได้มากที่สุด (จากการสำรวจครั้งที่ 1 ทำนายได้ร้อยละ 74.8 ครั้งที่ 2 ร้อยละ 62.1)

ลี คิว และคิม (Lee Qu and Kim , 2006, pp.886-897) ศึกษาผลของความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Personal Innovativeness) กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จำนวนทั้งหมด 208 คน เป็นผู้ชาย 128 คน ผู้หญิง 80 คน อายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 19-38 ปี ผลการศึกษาพบว่า

1. ทศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะค้นหา (Search) สินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .49$ )

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะค้นหา (Search) สินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .21$ )
3. ทักษะคิดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า (Purchase) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .37$ )
4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า (Purchase) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .43$ )
5. ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Personal Innovativeness) สามารถร่วมกันทำนาย ความตั้งใจที่จะค้นหาสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
6. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Personal Innovativeness) สามารถร่วมกันทำนาย ความตั้งใจที่จะค้นหาสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
7. ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Personal Innovativeness) สามารถร่วมกันทำนาย ความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
8. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Personal Innovativeness) ไม่สามารถร่วมกันทำนาย ความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าได้

รีแมนและคณะ (Rehman et al., 2006) ศึกษาเรื่อง การจำแนกและการเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้กับฟาร์มรีดนมในอังกฤษ โดยใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. ทักษะคิดต่อการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = .208$ )
2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $r = .343$ )
3. ความตั้งใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $r = .387$ )

### 3. เหตุผลในการตั้งสมมติฐานในการวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้นซึ่งเป็นการวิจัยตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของ ฟิชบายน์และไอเซ็น พบว่า ผลการวิจัยมีดังนี้

1.ทัศนคติและ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงสามารถร่วมกันทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรม ได้

2.ทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตนาเชิงพฤติกรรม

3.การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตนาเชิงพฤติกรรม

4.เจตนาเชิงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม

ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าว ก็เป็นไปตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล หรือสามารถอธิบาย ได้ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งทฤษฎีมีสาระสำคัญดังนี้ (ธีระพร อุวรรณโณ, 2535, 245-247)

1. พฤติกรรม (ย่อว่า B) ส่วนมากของบุคคลอยู่ภายใต้การควบคุม ของเจตนาเชิง พฤติกรรม (Behavioral Intention) หรือเรียกสั้นๆว่า เจตนา (ย่อว่า I) ของเขาที่จะทำหรือไม่ทำ พฤติกรรมนั้น

2. เจตนาเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความเป็นไปได้ที่บุคคลจะทำพฤติกรรมหนึ่งๆ ได้รับ อิทธิพลจากตัวกำหนด 2 ตัว คือทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward a behavior :  $A_B$ ) กับการ คล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm หรือ SN)

จากผลการวิจัยดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลและ มีความต้องการทดสอบทฤษฎีดังกล่าวกับพฤติกรรมที่ผู้วิจัยมีความสนใจ นั่นคือ พฤติกรรมการ ยอมรับการบริหารคุณภาพโดยรวม (กิจกรรม HPH) โดยศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการล้างมือก่อน และหลังทำงาน ของบุคลากรที่ทำงานในโรงพยาบาล โดยผู้วิจัยคาดว่าทัศนคติของบุคลากรจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตนาเชิงพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของบุคลากรจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตนาเชิงพฤติกรรม และทั้ง 2 ตัวแปรจะสามารถร่วมกันทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมได้ รวมทั้งเจตนาเชิงพฤติกรรมของบุคลากรจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม ดังที่ได้เคยมีการวิจัยมาแล้วในวงวิชาการด้านการตลาดในกลุ่มผู้บริโภคต่างๆ หรือในวงวิชาการ ด้านการศึกษาของนักเรียน และในวงการสุขภาพรวมทั้งในวงการอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่า การทดสอบ ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลในวงวิชาการทางการแพทย์เกี่ยวกับเรื่องกิจกรรม HPH ของ โรงพยาบาลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในโรงพยาบาล ก็น่าจะพบผลการวิจัยที่ไม่แตกต่างกัน

กับการวิจัยในวงการด้านต่างๆข้างต้น ดังนั้น เพื่อทดสอบทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลในกลุ่มตัวอย่างและในวงวิชาการทางด้านการแพทย์เกี่ยวกับเรื่องกิจกรรม HPH โดยเฉพาะพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงานของโรงพยาบาล ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทศนคติต่อพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตนาเชิงพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้า

สมมติฐานที่ 2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้ามีความสำคัญทางบวกกับเจตนาเชิงพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้า

สมมติฐานที่ 3 เจตนาเชิงพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้า

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติต่อพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน จะมีอย่างน้อย 1 ตัวแปรในการร่วมกันทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมกรล้างมือก่อนและหลังทำงาน ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ข้างหน้า

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

