

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารภายในองค์กร” กับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 ศึกษากรณีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ได้รับการรับรอง” มีทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร
2. แนวความคิดการสื่อสารภายในองค์กร
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม
5. ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร

การเลือกเปิดรับข่าวสารมักมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ประเภทของสื่อ (Type of Media) และลักษณะของข่าวสาร (Message) นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับขั้นตอนของกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stage in Adoption Process) ดังนั้นจึงต้องเลือกสื่อแต่ละประเภทให้เหมาะสม เพราะถ้าเลือกไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยาก การส่งข่าวสาร หรือการให้การศึกษาย่อมต้องอาศัยสื่อ (Media) เป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจ ชัดเจน ถูกต้อง แต่การจะใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้ดีเสียก่อน และจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด เพื่อการวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสม (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2541, น. 4)

การเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนดังกล่าวมานั้น มักจะเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกรับข่าวสาร อยู่ด้วยกัน 2 ประการ ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2532, น. 636-640)

1. การเลือกสรรในการรับสาร (Selection Process)
2. การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

1. การเลือกสรรในการรับสาร (Selection Process)

ในชีวิตประจำวันของประชาชนนั้น มีแหล่งสื่อหรือผู้ส่งสารมากมายที่ต้องการเสนอข่าวสาร แต่ผู้รับข่าวสารไม่สามารถรับข่าวสารในแต่ละวันได้ทั้งหมด จึงจะเลือกเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่ตนต้องการ หรือเฉพาะสิ่งที่ตนสนใจเท่านั้น เราเรียกกระบวนการนี้ว่า “กระบวนการเลือกสรร” (Selective Processes) ซึ่งกระบวนการเลือกสรรข่าวสารของผู้รับสาร ดังกล่าวนี้จะเป็นปัจจัยในการกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็ได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

ซึ่งกระบวนการเลือกสรรดังกล่าวเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ที่จะต้องมีความต่อเนื่องและเกี่ยวเนื่องกันตามลำดับดังต่อไปนี้ (ประมะ สตะเวทิน, 2546, น. 121-124)

1. การเลือกรับ หรือเลือกใช้ (Selective Exposure) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เพื่อนำมาแก้ปัญหาหรือสนองตอบต่อความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารนอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ ความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ และหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ หรือ ความเชื่อดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดของเขา จะทำให้เขาเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ และสับสน

ซึ่งในเรื่องนี้ เฟสติงเจอร์ (Festinger L.A., 1957, p. 59 อ้างถึงใน พีระ จิระโสภณ, 2532, น. 637) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยง ข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive dissonance” ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน เฟสติงเจอร์ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบ เสียเปรียบ ก้ำกึ่งกัน บุคคลนั้นย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ (Reinforcement information) ของตนมากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ดีกับสิ่งที่กระทำลงไป

1. การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ แล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความสารที่รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความต้องการ ทักษะคติ และแรงจูงใจ หรือสภาวะอารมณ์ของตนในขณะนั้น

2. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ โดยเลือกจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจตามความต้องการ ทักษะคติ และความเชื่อของตนเอง

การที่บุคลากร พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ได้นั้น ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึง การเลือกเปิดรับ เลือกให้ความสนใจ นำไปตีความและเลือกจดจำของผู้รับด้วยการสื่อสารจึงจะมีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงผู้รับได้ในที่สุด

2. การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเน้นเรื่องพฤติกรรม的开รับข่าวสารว่ามีปัจจัยอะไรเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง โดยชาร์ลส์ แอตกิน (Charles Atkin) กล่าวว่า การที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน กับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา กล่าวคือ

- ถ้าผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุน ลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information seeking)

- ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information ignoring)

- ถ้ารับข่าวสารจะทำให้เกิดพันธะผูกพัน หรือทำให้เกิดความไม่สบายใจ บุคคลก็อาจใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information avoidance)

- ถ้าความพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจต้องยอมรับข่าวสารนั้น ๆ ทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information yielding) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเดอร์เฟอร์ และโรคิช (De fleur and Rokeach) ในเรื่องปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อสื่อ หรือสารว่าขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ ความแตกต่างในตัวบุคคลของแต่ละคน ความแตกต่างทางสังคม และความสัมพันธ์ในสังคม โดยปัจจัยเหล่านี้จะมีบทบาทสำคัญ และทำให้บุคคลมีกระบวนการเลือกรับสาร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน ตั้งแต่การเลือกเปิดรับสื่อ หรือ

เลือกใช้ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) การเลือกจดจำ (Selective Retention)

อาจกล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ และความเข้าใจเดิมของพนักงานแล้วยังเป็นการแสวงหาเพื่อสิ่งอื่น ๆ ด้วย ส่วนการที่บุคคลากรจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการและประโยชน์ในการที่จะรับรู้ข่าวสาร ดังนั้นการสื่อสารเกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 กับบุคลากรในหน่วยงานต้องขึ้นอยู่กับ การเลือกข่าวสารให้ตรงกับความรู้ หรือความเชื่อที่มีอยู่เดิม หรือความต้องการของผู้รับสาร และควรเน้นในเรื่องของสื่อ ปริมาณข่าวสาร และความถี่ในการนำเสนอข่าวสารเพื่อให้บุคลากรได้รับข่าวสารที่สะดวกและเลือกเปิดรับสื่อที่ทำการเผยแพร่ออกไป

แนวความคิดการสื่อสารภายในองค์กร

ความหมายของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล ทุกระดับหน่วยงานโดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ บุคคล ตลอดจนข่าวสารเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (กริช สืบสนธิ์, 2538, น. 64)

การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกขององค์กร หรือหน่วยงานที่เป็นทางการ (Formal or Complex Organization) ซึ่งจัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ นโยบาย มีการจัดองค์กร มีการแบ่งงานกันทำ เพื่อปฏิบัติการกิจขององค์กรหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย (ปรเมศ สตะเวทิน, 2546, น. 26)

Leon Megginson ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารในองค์กรไว้ว่า เป็นการกระจายหรือสื่อความหมาย เกี่ยวกับนโยบายและคำสั่งลงไปยังเบื้องล่าง พร้อมกันกับรับเอาความเห็นและความรู้สึกต่าง ๆ กลับขึ้นมา และความพยายามต้องตระหนักถึงความสนใจ ความนิยม และความพยายามร่วมมือที่จะได้รับจากพนักงานทุกคน (ธงชัย สันติวงษ์ อ้างถึงใน เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์, 2540, น. 11)

R. Wayne Pace and Don F. Faules. ได้อธิบายความหมายของการสื่อสารในองค์กรไว้ว่า คือการแสดงและการแปลความหมายของสารระหว่างหน่วยการสื่อสาร (Communication Units) ต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในองค์การ โดยองค์การจะประกอบด้วยหน่วยการสื่อสารต่าง ๆ ซึ่ง

มีความสัมพันธ์กันแบบมีลำดับชั้น (Hierarchical Relations) ระหว่างกันและดำเนินงานหรือภาระหน้าที่ภายในสภาพแวดล้อม (R. Wayne Pace and Don F. Faules, 1993, p. 21)

Huseman and other เห็นว่า การสื่อสารภายในองค์กรขึ้นอยู่กับรูปแบบของการจัดองค์การ แรงผลักดันให้เกิดกำลังใจในการทำงานและความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร เช่น การฟัง การพูด การเขียน การสัมภาษณ์ การอภิปราย (quoted in Kay Lynn Kalkowski, 2004, p. 14)

กิติมา สุรสนธิ ได้กล่าวว่า การสื่อสารภายในองค์กร อาจปรากฏได้ในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น การสื่อสารในลักษณะทางเดียว (One-Way Communication) ซึ่งอาจเป็นลักษณะเดียวกับการสื่อสารในทิศทางแนวดิ่ง (Vertical Communication) เช่น การสั่งงานของผู้บังคับบัญชา เป็นต้น หรืออาจเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารของบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกัน ในทิศทางของการสื่อสารแนวราบ (Linear/Horizontal Communication) เช่น การปรึกษาหารือระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น (กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 27)

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การสื่อสารในองค์กรนั้นจะเกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุก ๆ รูปแบบไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก และการสื่อสารกลุ่มใหญ่ สื่อสารอย่างเป็นทางการ และไม่ใช่ว่าทางการ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอน เป็นการผสมผสานเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นระหว่างหัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่ พนักงานในหน่วยงานนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของกลุ่มคน องค์กร หรือสังคมใด ๆ การขาดระบบการสื่อสารที่ดีไม่เพียงพอก็จะกระทบต่อการประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานเท่านั้น แต่จะทำให้หน้าที่ต่าง ๆ ในองค์กรไม่อาจดำเนินงานต่อไปได้ การสื่อสารจึงเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนการสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหารที่นำมาใช้ในการตัดสินใจ การติดตามงานและการแก้ไขงานให้ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ และให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในขณะนั้น (เสนาะ ดิยาวี, 2530, น. 4)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ผู้บริหารใช้ในองค์กรมีดังนี้ (เสนาะ ดิยาวี, 2530, น. 269)

1. เพื่อบอกข้อมูล (To inform) การบอกข้อมูลก็เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ปฏิบัติงานมีข้อมูลพร้อมสำหรับใช้ในการตัดสินใจและแก้ปัญหาในการทำงาน

2. เพื่อประสานงาน (To Coordinate) การประสานงานจะทำให้งานสมบูรณ์เพราะมีงานหลายอย่างที่ต้องแบ่งแยกกันทำงานระหว่างบุคคลหรือระหว่างหน่วยงาน

3. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล (To share) ข้อมูลส่วนใหญ่ขององค์การก็เป็นเรื่องการทำงานให้เสร็จตามเป้าหมายซึ่งจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากหลาย ๆ ฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์การ ข้อมูลไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรงกับผู้บริหารแต่อาศัยการมีส่วนร่วมของพนักงาน ข้อมูลจากภายนอกและแหล่งอื่น ๆ

4. เพื่อควบคุม (To control) ผู้บริหารต้องตรวจสอบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนว่าได้ทำงานเป็นไปตามแผนและบรรลุเป้าหมายเพียงใด เมื่อเกิดการผิดพลาดก็จะได้แก้ไขให้ถูกต้อง

5. เพื่อใช้อิทธิพล (To influence) การชักจูงให้คนในองค์การมีพฤติกรรมที่องค์การต้องการก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำหน้าที่ขององค์การเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

6. เพื่อกระตุ้น (To inspire) ให้คนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การตลอดจนสร้างให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึก เชื่อมมั่น มีความแน่วแน่ในการทำงาน มีความสุข ความสบายใจ และมีสำนึกที่ดีต่อองค์การ

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในองค์การจะให้ได้ผลเป็นที่พึงพอใจหรือไม่เพียงใดนั้น ความแตกต่างของบุคคลในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกันของบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่อย่างสำคัญ (Rosenblatt, Cheatham and Watt, 1977 อ้างถึงใน ชนินาท เจริญผล, 2538, น. 29-30)

ลักษณะความแตกต่างของบุคคลที่มีผลต่อการสื่อสาร ดังนี้ (เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์, 2540, น. 17-20)

1. ความแตกต่างทางเพศ การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม ในขณะที่ผู้ชายจะใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวสารได้มากกว่า (ปรมะ สตะเวทิน, 2538, น. 114 อ้างถึงใน เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์, 2540, น. 17)

2. ความแตกต่างด้านอายุ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มีความอายุมาก คนที่มีความอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้าย ดังนั้นคนที่มีความอายุมากจึงมักไม่ค่อย

ยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานะทางสังคมและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง

3. ความแตกต่างด้านระดับการศึกษา การศึกษาหรือความรู้เป็นสิ่งที่มียุทธียุทธศาสตร์ ผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการ ที่แตกต่างกันไป

4. ความแตกต่างด้านสถานภาพหรือระดับตำแหน่ง ความแตกต่างกันในเรื่องระดับตำแหน่งที่แตกต่างกันมาน้อยเพียงใดของผู้ส่งข่าวสารและผู้รับข่าวสารมียุทธียุทธศาสตร์ต่างกันอย่างมาก ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นจะได้รับการติดต่อสื่อสารดูแลหรือทำความเข้าใจมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสำคัญของที่มาของข่าวสารนั้น ๆ ว่าผู้ที่ให้ข่าวสารให้ข่าวสารอย่างไรในข่าวสารอันเดียวกัน ถ้าหากว่าผู้ที่อยู่ในระดับตำแหน่งค่อนข้างต่ำภายในองค์กรเป็นผู้ส่งข่าวสารออกมามากจะไม่มีผู้ใด ฟังหรือให้ความสนใจให้ความสำคัญ แต่ถ้าหากข่าวสารอันเดียวกันนั้นถูกส่งออกมาจากผู้ที่อยู่ในระดับตำแหน่งสูง ความเชื่อถือและความพึงพอใจก็จะยิ่งมีมากขึ้น

5. ความแตกต่างของระยะเวลาของการทำงาน เมื่อบุคคลประกอบอาชีพในองค์กรใด องค์กรหนึ่งเป็นระยะเวลานาน บุคคลนั้นจะเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กรตลอดจนเกิดการยอมรับในสภาพความเป็นอยู่ กฎเกณฑ์หรือระเบียบแบบแผนของงานที่ตนทำ ซึ่งต่างจากบุคคลที่ทำงานเป็นระยะเวลาน้อยกว่ามักจะไม่ได้เกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กร ไม่ยอมรับสภาพความเป็นอยู่และกฎเกณฑ์ หรือระเบียบแบบแผนขององค์กรที่ตนทำงานอยู่

6. สภาพแวดล้อมของการสื่อสารในองค์กร สภาพการสื่อสารในองค์กรประกอบด้วย พฤติกรรมของคน การรับรู้เหตุการณ์ การตอบสนองระหว่างบุคคล การคาดหวัง ความขัดแย้ง ระหว่างบุคคล และโอกาสที่บุคคลจะเจริญเติบโตในหน้าที่การงานตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน โดยเรา พิจารณาจากการสื่อสารและการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ รวมตลอดถึงการรับและส่งข่าวสารต่าง ๆ กันไป ซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรนี้จะขึ้นอยู่กับการรับรู้สภาพแวดล้อมและความจำเป็นในการ สื่อสารของบุคลากรในองค์กร แต่โดยหลักการแล้วสภาพแวดล้อมและการสื่อสารในองค์กรน่าจะ ส่งเสริมความเป็นมิตร ส่งเสริมให้บุคลากรได้มีโอกาสในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มทั้งในรูปแบบที่เป็น ทางการและไม่ใช่ทางการ ดังนั้นสภาพแวดล้อมและการสื่อสารในองค์กรที่เอื้ออำนวยน่าจะเป็น ผลดีทั้งแก่บุคลากรและองค์กร

การยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของแต่ละบุคคลจะมีลักษณะ แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคลในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งระยะเวลา และสภาพแวดล้อม ซึ่งความคิดเห็น ความรู้สึกที่มีต่อระบบบริหารคุณภาพ ISO 90001 : 2000 ก็จะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามระดับความแตกต่างของบุคคลนั่นเอง

ประเภทของการสื่อสารในองค์การ

ในองค์การทุกประเภทจะมีการติดต่อสื่อสารกันหลายลักษณะ ซึ่งอาจจะพิจารณาจำแนกออกตามลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้ (ตุลา มหาพสุธานนท์, 2547, น. 240-243)

1. จำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

การสื่อสารแบบทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนกำหนดไว้โดยชัดเจน มีโครงสร้าง เช่น การติดต่อสื่อสารในรูปของคำสั่งนโยบาย ฯลฯ การสื่อสารแบบทางการจะเน้นความเป็นพิธีการหรือความเป็นทางการสูง ซึ่งโดยทั่วไปมักจะมีการเขียนหรือจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรติดต่อกันระหว่างบุคคลในหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์การ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการมีผลมาจากการแบ่งสายการทำงานและการบังคับบัญชาขององค์การ โดยสารจะถูกส่งต่อไปในองค์การตามลำดับชั้น อาจจะถูกส่งขึ้นบนหรือลงล่าง ก็เป็นไปตามกรมอบหมายอำนาจหน้าที่และการตัดสินใจ จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการภายในองค์การจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการไหลของสาร (พรวรินทร์ จันทร์เข้มชัย, 2544, น. 9-10)

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารในลักษณะส่วนตัว มักจะเกิดจากสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่าตำแหน่งหน้าที่ จุดเด่นของการสื่อสารแบบนี้คือ ความรวดเร็วในการสื่อสารจะมีมาก แต่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อาจจะมีผิดพลาดจากความเป็นจริงได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้มักจะอยู่ในรูปของคำพูด เช่น การประชุมสัมมนา การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยทั่วไป ฯลฯ

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วกว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการเพราะเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก เรารู้จักกันดีในรูปแบบของการซุบซิบนินทาหรือเรียกอย่างเป็นทางการว่าการติดต่อสื่อสารแบบเถาองุ่น (Grapevine) ซึ่งถือได้ว่าเป็นการกระจายข่าวสารที่มีประสิทธิภาพสูง เป็นเครื่องวัดกำลังใจของผู้ใต้บังคับบัญชาได้ดี ผู้บังคับบัญชาต้องให้ความสนใจและแก้ไข โดยให้ข่าวสารที่ถูกและอธิบายข้อเท็จจริงแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาให้เข้าใจ (กริช สืบสนธิ์, 2526, น. 85)

2. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

การสื่อสารทางเดียว (One-way communication) เป็นลักษณะการสื่อสารที่ผู้ส่งสารทำการส่งสารโดยปราศจากการป้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสาร โดยทั่วไปการสื่อสารจะอยู่ใน

รูปของนโยบาย คำสั่ง การมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารระดับสูง ข้อตกลง สภาพการจ้าง ระเบียบ กฎเกณฑ์ขององค์กร เป็นต้น

การสื่อสารสองทิศทาง (Two-way communication) เป็นลักษณะการสื่อสารที่ผู้ส่งสารทำการส่งสารและผู้รับข่าวสารสามารถที่จะโต้ตอบหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างชัดเจนและถูกต้องร่วมกัน การสื่อสารทางนี้ว่ามีความจำเป็นและสำคัญยิ่งในการบริหารงาน การที่เปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เสนอแนะ รับฟังข้อโต้แย้ง หรือคำถาม จะก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน

3. จำแนกตามช่องทางเดินของข่าวสาร แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการเดินทางของข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงลงมาตามสายการบังคับบัญชาถึงผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับล่าง มักจะออกมาในรูปของคำสั่ง การแจ้งนโยบาย การชี้แจงการปฏิบัติงาน คำเตือน ข่าวสารที่รับมานั้น ผู้ใต้บังคับบัญชาจะต้องตรวจสอบความถูกต้อง ถ้ามีการแปลความหมายผิดพลาดจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรได้

การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นลักษณะของการเดินทางของข่าวสารจากผู้ที่มีตำแหน่งที่ต่ำกว่าไปตามสายงานจนถึงผู้บังคับบัญชาซึ่งมักจะออกมาในรูปการ ประชุมปรึกษาหารือ การสัมมนา การยื่นข้อเรียกร้อง การบริหารสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับการ รับฟังข้อคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา เพราะมีส่วนช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal or lateral communication) เป็นลักษณะของการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้ที่มีตำแหน่งเสมอกันหรือใกล้เคียงกันทั้งในสายงานเดียวกันและข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว มักจะเป็นการขอคำแนะนำหรือการประสานงานแบบ ไม่เป็นทางการหรือการประสานงานระหว่างหน่วยงานเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสื่อสารในองค์กรนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้การสื่อสารแบบผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน นำไปสู่จุดมุ่งหมายร่วมกัน ยิ่งถ้าหากองค์กรจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน และเปลี่ยนแปลง ดังเช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และมหาวิทยาลัยสวนสุนันทาที่นำระบบบริหาร คุณภาพ ISO 9001 : 2000 เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กรด้วยแล้ว การสื่อสารในองค์กรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยให้เจ้าหน้าที่ หรือพนักงาน ให้เกิดความเข้าใจในนโยบายและเป้าหมายขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitudes) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากทางการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย มีผู้ให้นิยามของคำว่าทัศนคติต่าง ๆ กัน ดังนี้

John C. Mowen และ Michael Minor ได้ให้นิยามของทัศนคติไว้ว่าเป็น “แกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบ ของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดที่เรามองไม่เห็น” (อ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2543, น. 190)

Krech & Crutchfield อธิบายว่า ทัศนคติ คือ ผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดสภาพการจูงใจ อารมณ์ การยอมรับ และปัญญาการหยั่งรู้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ของบุคคล (อ้างถึงใน วิรัช ลภวิรัตนกุล, 2549, น. 197)

ส่วน L.L. Thurstone อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อสิ่งบางสิ่งรวมทั้งการแสดงออกทางด้านการพูด ความคิดเห็นหรือมติ (Opinion) ซึ่งความคิดเห็นหรือมตินี้เองที่เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ (attitude) (อ้างถึงใน วิรัช ลภวิรัตนกุล, 2549, น. 197)

นอกจากนี้ เสนาะ ตีเขาว์ (2530, น. 65) ยังได้กล่าวถึงทัศนคติ (Attitude) ว่าเป็นความรู้สึกนึกคิด และความพร้อมที่จะตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายนอก

จากความหมายดังกล่าวทัศนคติจึงเป็นสภาพความพร้อมทางด้านจิตของบุคคล ซึ่งเป็นผลรวมของความคิดเห็น ความเชื่อของบุคคลที่ถูกกระตุ้นด้วยอารมณ์ความรู้สึก และทำให้บุคคลพร้อมที่จะกระทำการหนึ่งสิ่งใด หรือเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้น สิ่งนั้นในที่นี้อาจจะเป็นบุคคล สิ่งของ การกระทำสถานการณ์ ฯลฯ (เทพพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ, 2540, น. 7)

องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติตามคำจำกัดความของ Zimbardo and Ebbesen ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ (อ้างถึงใน นพรัตน์ เกื่อนเนาว์, 2549, น. 28-29) คือ

1. ส่วนที่เป็นความคิด ความรู้ (Cognitive Component) เป็นกระบวนการจัดระเบียบข้อมูลพื้นฐานของสิ่งที่บุคคลรู้หรือเข้าใจ รวมทั้งเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่คิดว่าดีมีประโยชน์ หรือคิดว่าไม่ดี

หรือมีโทษ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์โดยตรงที่ได้รับ อาจทำให้ความเชื่อ ความคิดหรือการรับรู้ที่เสริมให้มากขึ้น หรือเป็นประสบการณ์ในทางลบก็ได้ เช่นนาย ก รับฟังว่าผู้บัญชาการคนใหม่เป็นคนเข้มงวด เป็นต้น ส่วนที่เป็นความคิดนี้เป็นส่วนประกอบพื้นฐานของทัศนคติ ถ้าบุคคลไม่มีความคิดหรือความรู้เกี่ยวข้องกับสิ่งหนึ่ง ๆ เลย บุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งนั้น การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่างก็เนื่องมาจากบุคคลมีแนวความคิดหรือความเข้าใจที่แตกต่างกัน

2. ส่วนที่เป็นอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นกระบวนการเกิดอารมณ์และความรู้สึกต่อสิ่งที่บุคคลมีทัศนคติ ซึ่งมี 2 ทิศทาง คือ ทางบวกและทางลบ เช่น โกรธเกลียดรักชอบ ดี ไม่ดี เช่น นาย ก มีความรู้สึกไม่ดีต่อผู้บังคับบัญชาคนใหม่เพราะเกิดความกลัวว่าต้องเคร่งครัดต่อหน้าที่ และต้องลำบากมากกว่าเมื่อก่อน ความรู้สึกจะเป็นตัวเร่งความคิดอีกทอดหนึ่งโดยการตีความเชื่อเดิมที่มีอยู่ แล้วโยงกับเงื่อนไขสิ่งเร้า ทำให้มีความแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

3. ส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ เป็นการแสดงออกตามทัศนคติหรือแนวโน้มที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์หนึ่ง ๆ ถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมก็จะเกิดการปฏิบัติหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะการยอมรับหรือปฏิเสธ

เพื่อให้เห็นได้ชัดเจนขึ้น ในที่นี้ จึงได้เปรียบเทียบองค์ประกอบทัศนคติของบุคคลกับแบบจำลองของการสื่อสารนวัตกรรม ดังนี้

ตารางที่ 2.1

องค์ประกอบทัศนคติของบุคคล

องค์ประกอบทัศนคติของบุคคล	แบบจำลองของการสื่อสารนวัตกรรม
- องค์ประกอบความคิด ความรู้ (Cognitive Component)	- ความรู้จัก (Awareness)
- องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component)	- การประเมินนวัตกรรม (Evaluation)
- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)	- การทดลองใช้นวัตกรรม (Trial) - การยอมรับนวัตกรรม (Adoption)

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้จะบ่งบอกถึงสภาพความพร้อมของจิตใจของบุคคล ในการที่จะยอมรับหรือกระทำพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในลักษณะที่บ่งถึงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจด้วย ทั้งนี้การแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคล และประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่ และเมื่อองค์กรพัฒนาโดยประยุกต์ใช้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์กร เพื่อส่งผลให้เกิดการยอมรับระบบ และสามารถปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ

อิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติ

ทัศนคตินั้นเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลได้รับ ซึ่งอาจได้มาจากแหล่งที่สำคัญ (เสนาะ ตีเยาว์, 2530, น. 64-65) ดังนี้

1. บิดามารดาและการอบรมเลี้ยงดู การปฏิบัติตนและท่าทีของบิดามารดาและการอบรมเลี้ยงดูเด็ก เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลสำคัญเป็นอันดับแรกต่อการสร้างความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมให้แก่เด็กโดยตรง
2. ครูอาจารย์และการอบรมสั่งสอน เมื่อเด็กโตขึ้นและเข้าสู่สถานศึกษา เด็กก็จะรับเอาความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมจากครูอาจารย์ ทั้งท่าทาง พฤติกรรม การอบรมสั่งสอน และวิธีการสอนของครู
3. การศึกษา เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปแล้วว่า การศึกษาจะช่วยพัฒนาคน และในปัจจุบันนี้จะเห็นว่า การศึกษาเป็นกระบวนการที่ช่วยพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ความคิดของคน และควรเป็นการศึกษาต่อเนื่องตลอดชีวิต
4. สภาพแวดล้อมทางสังคม ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในสังคมต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลในสังคมนั้น ๆ
5. ความก้าวหน้าของการสื่อสาร ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็วและไม่หยุดยั้ง มนุษย์เราสามารถที่จะได้รับข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ เกือบทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ตลอดจนความรู้ทางวิชาการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและความก้าวหน้าของเครื่องมือสื่อสาร เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และสื่อมวลชนทุกประเภท สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้บุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งโดยทางตรงและโดยอ้อมมากขึ้น ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้มีผลต่อการสร้างและการเปลี่ยนความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลได้เป็นอย่างมาก

จะเห็นได้ว่า อิทธิพลต่าง ๆ สามารถก่อให้เกิดทัศนคติได้หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่จะทำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เป็นที่ยอมรับ อิทธิพลเหล่านี้นับเป็นปัจจัยสำคัญให้เกิดทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับ ISO 9001 : 2000 ได้อีกด้วย

ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ

ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติสามารถพิจารณาได้ 3 ส่วน (เสนาะ ตีเยาว์, 2530, น. 66-67) ดังนี้

1. ทิศทาง (Direction) หมายถึงทิศทางในทางบวก ลบ หรือเป็นกลาง ได้แก่
 - ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) จะเห็นด้วยกับนโยบายนั้น จึงมีปฏิกิริยาตอบสนองในทางสนับสนุน
 - ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นการไม่เห็นด้วยและมีพฤติกรรมพร้อมที่จะคัดค้านนโยบายนั้น
 - ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) เป็นกลุ่มที่ไม่มีความเห็นทั้งในทางสนับสนุนหรือคัดค้านและมีปฏิกิริยาวางเฉยต่อนโยบายนั้น
 2. ขนาด (Intensity) หมายถึง พลังหรืออำนาจของทัศนคติ เมื่อบุคคลมีความรู้สึกต่อนโยบายของผู้บริหาร ความรู้สึกนั้นอาจรุนแรงหรือไม่รุนแรง ขนาดของความรู้สึกนั้นอาจเริ่มจากศูนย์จนถึงไม่มีที่สิ้นสุด ส่วนประกอบของความรู้สึกอาจเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปหรือเรื่องเฉพาะหรือเป็นเรื่องของความลึกซึ้ง เช่น พนักงานมีความรู้สึกต่อนโยบายของผู้บริหารคนหนึ่งว่าเป็นเผด็จการ ความรู้สึกนั้นก็มีความรู้สึกทั่ว ๆ ไป ส่วนความลึกซึ้งเป็นขนาดของความรู้สึกเช่นนั้นที่มีมากหรือน้อยซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก กล่าวคือ คนยังมีขนาดของทัศนคติน้อยเพียงใดยังเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ง่ายเพียงนั้น
 3. ความเด่นชัด (Salience) หมายถึง มีจุดรวมที่ทำให้เห็นลักษณะของทัศนคตินั้นอย่างถูกต้อง ความเด่นชัดนี้จะแสดงให้เห็นถึงบทบาทหรือความสำคัญของทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมของบุคคล และยังกระทบต่อความพร้อมที่จะมีพฤติกรรมตอบสนอง หรือความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง เช่น เด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายอาจมีทัศนคติต่อความรู้ในเรื่องเครื่องยนต์กลไกต่าง ๆ เหมือนกัน แต่ความเด่นชัดของเด็กผู้ชายมีมากกว่าเด็กผู้หญิงเพราะเด็กผู้ชายมักจะชอบและสนใจเรื่องดังกล่าวมากกว่า อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่าสังเกตก็คือ ความเด่นชัดมีลักษณะคล้ายกับขนาดของทัศนคติ เพราะทัศนคติที่มีความเด่นชัดจะมีความรุนแรงสูง
- ลักษณะที่สำคัญของทัศนคตินี้ จะทำให้ทราบว่าบุคลากรจะมีความรู้สึกต่อระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ได้ทั้งในทิศทางบวก ลบ และนิ่งเฉย รวมทั้งขนาด และความเด่นชัด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลไปถึงพฤติกรรมการยอมรับระบบนี้อย่างยิ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

นวัตกรรม

สารนวัตกรรม เป็นสารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนในหน่วยงาน หรือสารที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงการผลิตและการบริการ โดยทั่วไปเมื่อองค์การพัฒนาไปถึงระดับที่จะต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบาย แผนการทำงาน วิธีการทำงาน ทำให้ผู้บริหารต้องสื่อสารให้พนักงานทราบ ขณะเดียวกันต้องรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อนำไปวางในทิศทางที่เหมาะสม การสื่อสารประเภทนี้จึงทำได้ทั้งจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาและในทางกลับกัน

เนื่องจากเนื้อหาของสารนวัตกรรมจะเกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ จึงจำเป็นต้องมีความกระชับ เข้าใจได้ง่าย และจะต้องมีการให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เมื่อนำเอานวัตกรรมนั้นไปปฏิบัติ ในบางกรณีอาจจะต้องมีการโน้มน้าวใจด้วย เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ถูกยอมรับและปฏิบัติกันมานานในองค์การ (กฤษณี มหาสันตะ, 2543, น. 23)

การนำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เข้ามาใช้ภายในองค์การนั้น ถือว่าเป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่งขององค์การ เนื่องจากระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เป็นนโยบายที่บุคลากรในองค์การจะต้องนำไปปฏิบัติ การที่บุคลากรจะยอมรับนโยบายไปปฏิบัติหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการสื่อสารนวัตกรรมโดยตรง

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

ผลการวิจัยของโรเจอร์ และชูมาเกอร์ เกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อการยอมรับนวัตกรรม มีสารระดังนี้หัวข้อต่อไป (Roger and Shoemaker, 1971, p. 119)

การที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมจะต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่ต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นการให้ความรู้ (Knowledge Stage) ในขั้นนี้ บุคคลทราบว่า มีนวัตกรรมเกิดขึ้นและมีความเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้าง
2. ขั้นการจูงใจ (Persuasions Stage) บุคคลจะสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage) บุคคลจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

4. ขั้นยืนยัน (Confirmation Stage) บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่ก็อาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจที่กระทำไปแล้วได้ ถ้าหากปรากฏว่าในภายหลังได้รับข่าวสารในเชิงลบเกี่ยวกับนวัตกรรม

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

โรเจอร์และชูเมคเกอร์ (Roger and Shoemaker, 1971, pp. 120-123) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วย 4 ลักษณะ คือ

1. ตัวแปรที่เกี่ยวกับตัวผู้ยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วยบุคลิกลักษณะส่วนตัว ได้แก่ การไม่ยึดมั่น เชื้อมั่นในสังคมเดิม มีทัศนคติที่ดีในการเปลี่ยนแปลง

2. ตัวแปรทางด้านระบบสังคม ซึ่งประกอบด้วย ค่านิยมของสังคม การติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชน ระบบสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกในระบบสังคม และมีความสำคัญต่อความเร็วหรือความช้าในการยอมรับนวัตกรรม

3. คุณลักษณะของนวัตกรรมในสายตาของผู้ยอมรับในนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ ได้แบ่งคุณลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการ คือ

3.1 ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) ความได้เปรียบหมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่า นวัตกรรมนั้นดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่าหรือวิธีปฏิบัติเก่าที่ นวัตกรรมถูกนำมาใช้แทนที่ การที่จะวัดว่าอะไรมีประโยชน์กว่าอะไรนั้น อาจทำได้หลายวิธี เช่น ความสะดวกและความพึงพอใจ ความเชื่อถือของสังคม การที่บุคคลเห็นว่า หรือรู้สึกว่าการ นวัตกรรม นั้นมีคุณค่า หรือมีประโยชน์ต่อเขา โอกาสที่นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับก็มีมากขึ้นเช่นกัน

บางครั้งในการเร่งที่จะให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมเร็วขึ้นอาจมีการใช้สิ่งจูงใจ เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้รับนวัตกรรมนั้นรู้สึกว่าได้ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมากขึ้น แต่บางครั้ง ต้องมีการผัดพ้อในการเปลี่ยนแปลง เพราะพอไม่มีสิ่งจูงใจ ผู้รับนวัตกรรมจะเลิกรับนวัตกรรม เพราะจะรู้สึกว่า นวัตกรรมไม่มีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบในตัวเองจริง ๆ

3.2 ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความเข้ากันได้หมายถึง การที่ผู้ยอมรับ นวัตกรรมรู้สึก หรือคิดว่า นวัตกรรมนั้นไปด้วยกันได้ หรือ เข้ากันได้กับค่านิยม ประสพการณ์ในอดีต ตลอดจนความต้องการของผู้รับนวัตกรรม อาจเข้ากันได้กับสิ่งต่อไปนี้ คือ ค่านิยมและความเชื่อทาง สังคมและวัฒนธรรม ความคิด ประสพการณ์ เกี่ยวกับนวัตกรรมในอดีต และความต้องการ

นวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมาย นวัตกรรมที่เข้ากันได้กับความคิด หรือประสบการณ์ในอดีตจะเป็นที่ยอมรับได้ง่าย เช่น ถ้าเราับนวัตกรรมใหม่เข้ามา แต่เราบอกว่าเป็นเพียงการพัฒนาจากนวัตกรรมที่เคยได้รับมาแล้วและเป็นที่ยอมรับในอดีต นวัตกรรมที่มาจากที่หลังจะถูกรับได้ง่าย เช่น การนำนวัตกรรมมัลติมีเดีย (Multimedia) ในโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามาใช้ ก็มีการพัฒนามาจากการส่ง เอส เอ็ม เอส (SMS) ทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายเนื่องจากใช้วิธีการส่งคล้ายกัน อีกทั้งนวัตกรรมดังกล่าว ที่นำมาเผยแพร่ก็เป็นกลุ่มเป้าหมายเดิม คือ ผู้ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่แล้ว ทำให้ทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ว่ามีความต้องการอย่างไร

3.3 ความสลับซับซ้อน (Complexity) ความสลับซับซ้อน หมายถึง การที่ผู้รับเห็นหรือรู้สึกวุ่นวายกับนวัตกรรมนั้น ๆ ยากแก่การเข้าใจ และยากแก่การนำไปใช้ นวัตกรรมบางอย่างมีความสลับซับซ้อนมาก ส่วนนวัตกรรมบางอย่างนั้นง่ายต่อความเข้าใจและการนำไปใช้ ถ้าซับซ้อนมากก็ต้องใช้เวลามากในการยอมรับหรือบางครั้ง อาจทำให้ไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นเลย ความซับซ้อนของนวัตกรรมจะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราการยอมรับนวัตกรรม

3.4 การทดลองใช้ (Trial Ability) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมนั้นไปทดลองในปริมาณเล็ก ๆ การที่นวัตกรรมสามารถแบ่งเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อนำไปทดลองนั้น ทำให้ความรู้สึกลดความเสี่ยงภัยในการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลงในการแบ่งส่วนก็เช่น การให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ เช่น การแจกสินค้าทดลองตามห้างสรรพสินค้า และการแบ่งขายสินค้าหรือทำเป็นขนาดเล็กที่มีราคาถูก ความสามารถในการนำนวัตกรรมไปใช้ทดลองตามความรู้ของสมาชิกในระบบสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราการยอมรับนวัตกรรม

3.5 การสังเกตเห็นได้ (Observability) หมายถึง การที่ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้โดยสมาชิกในระบบสังคม ยิ่งสมาชิกในระบบสังคมสามารถมองเห็นผลของนวัตกรรมได้ง่ายเพียงไร นวัตกรรมนั้นจะถูกรับได้ง่ายเพียงนั้น จึงสรุปได้ว่า ความสามารถในการสังเกตเห็นผลของนวัตกรรมตามความรู้ของสมาชิกในระบบสังคมนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราการยอมรับนวัตกรรม

4. ข่าวสารที่ใช้เผยแพร่ นวัตกรรม ประกอบด้วย สื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลมีบทบาทแตกต่างกันไปตามขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมดังกล่าว กลุ่มเป้าหมายที่จะยอมรับนวัตกรรมส่วนใหญ่เริ่มตระหนักหรือตื่นตัวในนวัตกรรมเพราะอิทธิพลของแหล่งสารที่ไม่มีลักษณะเป็นส่วนตัว เช่น สื่อมวลชน อย่างไรก็ตามในขั้นตอนต่อมาของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม กลุ่มเป้าหมายจะหันไปใช้แหล่งสารที่มีลักษณะเป็นส่วนตัวมากกว่าที่จะใช้สื่อมวลชน พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อเช่นนี้เกิดขึ้นเพราะการสื่อสารที่มีลักษณะเฉพาะบุคคลเป็น

การสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ซึ่งเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ข้อสงสัยใด ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการสื่อสารสามารถถูกขจัดได้ทันที

นอกจากนี้ เจมส์ อาร์ อัดัมส์ (James R. Adam, 1977, pp. 162-167 อ้างถึงใน เหมวดี บรรเทา, 2543, น. 33) กล่าวว่า การใช้สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ก็มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจจะเป็นไปในลักษณะการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างของการใช้สื่อเฉพาะกิจนี้ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct mail) นอกจากนี้การติดโปสเตอร์ตามที่ชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการการสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น

อีกทั้ง โดยปกติการสื่อสารระหว่างบุคคลมักมีอิทธิพลส่วนบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ผลการวิจัยจำนวนมากชี้ให้เห็นว่า การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลซึ่งรวมอิทธิพลส่วนบุคคลด้วยนั้น มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมมากกว่าการสื่อสารมวลชน นอกจากนี้อิทธิพลส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดในการประเมินนวัตกรรม มากกว่าการสื่อสารมวลชน และอิทธิพลส่วนบุคคลจากกลุ่มเพื่อนมีความสำคัญในการประเมินนวัตกรรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายอิทธิพลส่วนบุคคลจากกลุ่มเพื่อนมีความสำคัญสำหรับผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมช้า มากกว่าสำหรับผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเร็ว และอิทธิพลส่วนบุคคลจะมีความสำคัญเมื่อประโยชน์ของนวัตกรรมมีลักษณะที่แน่นอนหรือชัดเจน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533, น. 102-103)

การที่บุคลากรจะตัดสินใจยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 นั้นจะมีกระบวนการตัดสินใจเกิดขึ้นใน 4 ขั้นตอนนี้ ได้แก่ ขั้นการให้ความรู้ ขั้นการสนใจ ขั้นการตัดสินใจ และขั้นยืนยัน และที่สำคัญต้องขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรมนั้นด้วย เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจจนถึงขั้นยอมรับและนำไปใช้ให้ได้ดี โดยที่ประเภทของกลุ่มผู้ยอมรับจะมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการยอมรับ

ประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรม

โรเจอร์ และ ชูมาเกอร์ (อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533, น. 102-103) แบ่งผู้ยอมรับนวัตกรรมตามเกณฑ์ความเร็วในการยอมรับ โดยแบ่ง เป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. กลุ่มผู้นำทางนวัตกรรม (Innovators) เป็นกลุ่มที่กระตือรือร้นในการทดลองนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้รวดเร็ว อีกทั้งสามารถเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีนั้นแม้จะมีความสลับซับซ้อนในเชิงเทคนิคก็ตามปกติแล้วกลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น ถึงแม้ว่าจะพิสูจน์ว่านวัตกรรมใหม่นั้นยังไม่ประสบความสำเร็จอย่างเต็มที่ก็ตามและยังเป็นผู้มีบทบาทเผยแพร่ไปยังผู้อื่นได้ด้วย

2. กลุ่มผู้ยอมรับเร็วนวัตกรรมได้ง่าย (Early Adopters) เป็นผู้กำหนดความสำคัญของนวัตกรรมมีแนวโน้มในการประสานร่วมกับระบบสังคมมากกว่ากลุ่มแรก ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำด้านความคิดเห็นให้กับกลุ่ม (Opinion Leader) ซึ่งคนกลุ่มนี้จะให้คำแนะนำและให้ข้อมูลกับกลุ่ม

3. กลุ่มผู้ยอมรับได้เร็วส่วนมาก (Early Majority) เป็นผู้ที่รับนวัตกรรมได้เร็ว กลุ่มนี้มักไม่ได้เป็นผู้มีบทบาทสำคัญ แต่จะเป็นกลุ่มเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มที่รับได้เร็วกับกลุ่มที่รับได้ช้าในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

4. กลุ่มผู้ยอมรับได้ช้าส่วนมาก (Late Majority) เป็นกลุ่มที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ ในระดับกลาง ๆ จะมีการลังเลในการยอมรับ หรือจนกว่าจะมีผู้ใช้ที่มากขึ้นในสังคมและเห็นว่าสำคัญจึงจะให้การยอมรับ

5. กลุ่มล่าช้า (Laggards) ถือว่าไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มของผู้นำทางความคิดเห็น (Opinion Leader) ถือเป็นกลุ่มแบบดั้งเดิมและเป็นกลุ่มที่ไม่ยอมรับ หรือยอมรับช้าที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ

ผู้ยอมรับนวัตกรรมแต่ละประเภทมีค่านิยม บุคลิกภาพ พฤติกรรมการสื่อสาร และความสัมพันธ์ในทางสังคมแตกต่างกันไป โดยประเภทของกลุ่มผู้ยอมรับจะมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการยอมรับด้วย

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของผู้ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมได้ช้ากว่าแล้ว โรเจอร์และชูมาเกอร์ได้ให้ข้อสรุปว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะมีการศึกษาและสถานะทางสังคมสูงกว่า มีระดับการไต่ขั้นทางสังคมขึ้นไปมากกว่า มีทรัพยากรมากกว่า มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานมากกว่า มีความยึดถือฝังแน่นกับความเชื่อเก่า ๆ น้อยกว่า มีความสามารถเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ในรูปธรรมได้มากกว่า ใช้เหตุผลได้ดีกว่า มีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า กล้าเสี่ยงมากกว่า เห็นความสำคัญของการศึกษาและวิทยาศาสตร์ มีความเชื่อในโชคชะตาน้อยกว่า มีความทะเยอทะยานมากกว่า มีส่วนร่วมในสังคมมากกว่า เข้าเป็นส่วนร่วมหนึ่งของระบบสังคมได้ดีกว่า มีการติดต่อกับโลกภายนอกมากกว่า เปิดรับสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลมากกว่า แสวงหาข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่า มีระดับของความ

เป็นผู้นำทางความคิดมากกว่า เป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีปทัสถานทันสมัยและมีบูรณาการที่ดีกว่า

การรับรู้และความสนใจเป็นเรื่องของความรู้ (Knowledge) ของบุคคลนั้นก่อนวัตรกรรม ในขณะที่การประเมินและลองปฏิบัติที่จะเริ่มก่อตัวเป็นทัศนคติ (Attitude) ก่อนวัตรกรรม ส่วนการยอมรับนั้นจะเป็นขั้นของพฤติกรรม (Practice) ที่ปรับเปลี่ยนอันเนื่องมาจากการยอมรับวัตรกรรม ดังนั้นการนำนโยบายใหม่ ๆ เช่น ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ประกาศใช้ในองค์กร จำเป็นจะต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจนและเพียงพอ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างบุคลากรกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งในการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ในครั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบ ระดับการยอมรับ ประเภทของบุคลากรในมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพของบุคลากร ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและสวนสุนันทา ซึ่งมีผลต่อการสนับสนุนให้เกิดความรู้สึกร่วมในการยอมรับวัตรกรรมนี้

ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ระบบบริหารคุณภาพเป็นระบบการบริหารที่มุ่งเน้นเรื่องการควบคุมคุณภาพในองค์กร โดยการบริหารการปฏิบัติงานหรือการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามข้อกำหนดหรือมาตรฐาน และยังเป็นการประกันคุณภาพที่ประกันว่ากิจกรรมทั้งหมดที่เกิดจากการวางแผนอย่างเป็นระบบนั้น สามารถสร้างความมั่นใจอย่างเพียงพอว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการจะมีคุณภาพที่ตอบสนองความพอใจของลูกค้า

ISO 9000 เป็นระบบบริหารที่เป็นมาตรฐานระดับนานาชาติซึ่งถือเป็นหลักประกันคุณภาพขั้นพื้นฐานที่มีความมุ่งหมายที่จะให้ระบบมีคุณภาพที่เท่าเทียมกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ และประเทศต่าง ๆ

ISO ย่อมาจากคำว่า International Standard Organization ซึ่งเป็นองค์กรสากลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการกำหนดหรือปรับมาตรฐานนานาชาติเกือบทุกประเภท เพื่อให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกสามารถใช้มาตรฐานเดียวกัน

อนุกรมมาตรฐาน หมายถึง มาตรฐานที่องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน กำหนดขึ้นมา และมีการแปลภาษาไทย ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวมีลักษณะเป็นอนุกรมหรือเป็นชุดมาตรฐานซึ่ง ISO 9000 : 2000 จะมีการแบ่งอนุกรมมาตรฐานออกเป็น 4 ฉบับดังนี้

ISO 9000 = เป็นหลักการและคำศัพท์

ISO 9001 = ข้อกำหนดในการจัดทำระบบบริหารคุณภาพและเป็นฉบับที่ให้การรับรอง

ISO 9004 = แนวทางสำหรับการปรับปรุงการปฏิบัติ

มาตรฐาน ISO 9001 : 2000 มุ่งส่งเสริมให้มีการนำเอาการบริหารโดยมองเป็นกระบวนการสำหรับการจัดทำระบบบริหารคุณภาพ การนำระบบบริหารคุณภาพไปประยุกต์ใช้และการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบคุณภาพขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของตน ด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ดังนั้น ในภาคการผลิตและการบริการจึงหันมาให้ความสำคัญกับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9000 กันมากขึ้น และมุ่งมั่นจัดทำระบบบริหารคุณภาพเพื่อให้ครอบคลุมกิจการต่าง ๆ และจัดทำในรูปแบบของการดำเนินงานเป็นกระบวนการ (Process Approach) โดยมุ่งเน้นความสำคัญความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด การนำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9000 มาใช้จะเป็นบันไดขั้นต้นที่สำคัญของการที่กำลังก้าวเข้าสู่ความสำเร็จในเรื่อง “การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” (Total Quality Management : TQM) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอเมริกาซึ่งเป็นเจ้าตำรับในเรื่อง TQM นั้น องค์กรต่าง ๆ ได้ใช้ความสำเร็จในการบริหารคุณภาพ ISO 9000 เป็นบันไดสู่ความสำเร็จของ TQM หรือสู่ความเป็นเลิศของการบริหารคุณภาพยอดเยี่ยม (Quality Management Excellence)

การประยุกต์ใช้ระบบอันประกอบขึ้นจากกระบวนการต่าง ๆ ที่อยู่ภายในองค์กร โดยมีการระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ (Interactions) รวมถึงการบริหารจัดการกระบวนการเหล่านั้นด้วย การดำเนินการเช่นนี้อาจเรียกได้ว่า “การบริหารโดยมองเป็นกระบวนการ” (Process Approach)

คุณประโยชน์ประการหนึ่งของการบริหารโดยมองเป็นกระบวนการคือ การเอื้ออำนวยให้องค์กรสามารถดำเนินการควบคุมการเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกระบวนการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ และการผนวกกรรมกันของกระบวนการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในระบบขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง

เมื่อนำเอาหลักการบริหารโดยมองเป็นกระบวนการมาใช้ในระบบบริหารคุณภาพ จะทำให้มีการเน้นถึงความสำคัญของ

1. การทำความเข้าใจและการสนองตอบต่อข้อกำหนด
2. ความจำเป็นในการพิจารณาถึงกระบวนการ ในแง่มูลค่าของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

(added-value)

ข้อกำหนดหลักของระบบบริหารคุณภาพ

1. ขอบข่าย มาตรฐานนานาชาติฉบับนี้ระบุถึงข้อกำหนดต่าง ๆ สำหรับระบบบริหารคุณภาพสำหรับองค์กรซึ่งต้องการแสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรในการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของลูกค้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและมุ่งมั่นที่จะเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยการนำระบบไปประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกระบวนการในการปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง

2. มาตรฐานอ้างอิง เอกสารต่อไปนี้มีข้อกำหนดซึ่งประกอบขึ้นเป็นมาตรฐานโดยผ่านการอ้างอิงในเอกสารฉบับนี้ สำหรับการอ้างอิงที่ล้ำสมัย การเปลี่ยนแปลงที่ตามมา หรือการแก้ไขของเอกสารฉบับนี้ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้ อย่างไรก็ตามคู่สัญญาที่ทำข้อตกลงกันโดยอาศัยมาตรฐานนานาชาติฉบับนี้ ควรพิจารณาความเป็นไปได้ในการนำเอกสารล่าสุดมาประยุกต์ใช้ ส่วนสมาชิกของ ISO และ IEC จะมีการเก็บรักษาทะเบียนรายชื่อมาตรฐานนานาชาติฉบับล่าสุด

ISO 9000 : 2000 ระบบบริหารคุณภาพ - หลักการพื้นฐาน

3. คำศัพท์และนิยาม สำหรับวัตถุประสงค์ของมาตรฐานนานาชาติฉบับนี้ ให้ใช้คำศัพท์และนิยามใน ISO 9000

ความหมายของ Supply chain ซึ่งในมาตรฐานนานาชาติฉบับนี้จะเป็น

ผู้ส่งมอบ → องค์กร → ลูกค้า

คำว่า “องค์กร” ใช้แทนคำว่า “ผู้จัดหา” ซึ่งใช้ในมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 หมายถึง หน่วยงานที่นำมาตรฐานนานาชาติฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้ ส่วนคำว่า “ผู้ส่งมอบ” ใช้แทนคำว่า “ผู้รับช่วง”

ตลอดทั้งมาตรฐานนานาชาติฉบับนี้ ที่ได้อธิบายคำว่า “ผลิตภัณฑ์” ให้มีความหมายรวมถึง “บริการ” ด้วย

4. ระบบบริหารคุณภาพ องค์กรจะต้องจัดทำระบบบริหารคุณภาพขึ้นเป็นเอกสารนำไปปฏิบัติ รักษาไว้และให้ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ โดยเอกสารคุณภาพที่ใช้ในระบบบริหารคุณภาพทำขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าจะผ่านการรับรองสมบูรณ์ ชัดเจนเพียงพอ ทั้งก่อนนำออกใช้ครั้งแรกและเมื่อมีการแก้ไข การชี้แจงการแก้ไขและสถานะของฉบับที่ประกาศใช้ปัจจุบัน การทบทวนให้เป็นปัจจุบันตามความจำเป็นของเอกสาร มีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน พร้อมใช้อ้างอิง พื้นที่ปฏิบัติงาน และอยู่ในสภาพที่อ่านออกและชี้แจงได้ทันที และมีการป้องกันการนำเอกสารที่ยกเลิกการใช้โดยไม่ตั้งใจ และมีวิธีการชี้แจงที่เหมาะสมในกรณีที่ยังคงเก็บไว้เพื่อใช้งานใด ๆ

และองค์กรจะต้องมีการจัดทำบันทึกคุณภาพซึ่งเป็นเอกสารที่ใช้เป็นหลักฐานแสดงว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดและควมมีประสิทธิภาพของระบบบริหารคุณภาพ เพื่อมั่นใจว่าบันทึกต่าง ๆ ถูกเก็บรักษาให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยตามระยะเวลาการจัดเก็บ สามารถนำมาใช้ได้ทันที

5. ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร ผู้บริหารสูงสุดต้องมีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมและเข้าร่วมในการจัดทำและนำระบบบริหารคุณภาพไปใช้ ตลอดจนการปรับปรุงควมมีประสิทธิภาพของระบบอย่างต่อเนื่อง โดยการ

5.1 สื่อสารให้พนักงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานให้บรรลุถึงข้อกำหนดของลูกค้า และสอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5.2 กำหนดผู้รับผิดชอบในการทบทวนความต้องการของลูกค้าเพื่อให้มั่นใจได้ว่าข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการได้มีการพิจารณาว่าสามารถตอบสนองความต้องการและเป็นที่พอใจของลูกค้า

5.3 จัดทำนโยบายคุณภาพ และสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้พนักงานเข้าใจด้วยการชี้แจง อธิบายในการประชุม ฝึกอบรม รวมทั้งติดประกาศไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ

5.4 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายคุณภาพ ที่สามารถวัดได้และเป็นไปตามกรอบงานที่ระบุในนโยบายคุณภาพ ที่สามารถวัดได้และเป็นไปตามกรอบงานที่ระบุในนโยบายคุณภาพ วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดนี้จะกระจายไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสมกับลักษณะงาน และจะมีการทบทวนอย่างต่อเนื่องว่ายังมีความเหมาะสม

5.5 ทบทวนระบบบริหาร โดยจัดให้มีการประชุมตามความเหมาะสม เพื่อให้แน่ใจว่าได้ดำเนินการเป็นไปตามนโยบายคุณภาพและวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพในการประชุมทบทวนจะมีการพิจารณาถึงการประเมินโอกาสสำหรับการปรับปรุง พัฒนาและความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงระบบ รวมทั้งการพิจารณาในเรื่องนโยบายคุณภาพและวัตถุประสงค์คุณภาพ

6. การจัดการทรัพยากร

6.1 การสรรหาทรัพยากร องค์กรต้องพิจารณาและจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินระบบไปปฏิบัติต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ สม่าเสมอและปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความพอใจของลูกค้า

6.2 ทรัพยากรบุคคล บุคลากรที่มีหน้าที่ปฏิบัติมีผลกระทบต่อคุณภาพต้องมีความสามารถพื้นฐานแห่งการศึกษา การอบรม ประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะที่เหมาะสม

6.3 โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน องค์กรจะต้องกำหนดและบริหารสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุได้ตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์

7. การผลิตและ/หรือการบริการ

7.1 การวางแผนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ต้องมีการจัดทำเอกสารแสดงการควบคุมการปฏิบัติงานผลิต โดยกำหนดเรื่องต่อไปนี้ ตามความเหมาะสม

- ความต้องการวัตถุประสงค์ด้านคุณภาพ และข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์
- การกำหนดกระบวนการ จัดทำเอกสาร และการจัดหาทรัพยากรสำหรับการผลิต
- กิจกรรมการทวนสอบ การตรวจยืนยัน การตรวจติดตาม และการตรวจทดสอบที่จำเป็นสำหรับผลิตภัณฑ์ หรือที่ลูกค้ากำหนด รวมทั้งเกณฑ์การยอมรับ

7.2 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า องค์กรจะต้องกำหนด ความต้องการที่ลูกค้าระบุไว้ ความต้องการที่ลูกค้าไม่ได้ระบุไว้ แต่จำเป็นสำหรับการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น (ในกรณีที่ทราบ) ข้อกำหนดทางกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดขององค์กร

ส่วนในเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า องค์กรจะต้องกำหนดและประยุกต์ใช้วิธีการที่มีประสิทธิผลในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลของสินค้า ข้อมูลความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า เช่น สัญญา คำสั่งซื้อ ข้อกำหนดและแก้ไขต่าง ๆ และข้อมูลย้อนกลับของลูกค้า รวมทั้งคำร้องเรียนของลูกค้า

7.3 กระบวนการออกแบบและพัฒนา องค์กรจะต้องวางแผนและควบคุมการออกแบบและการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการวางแผนการออกแบบและการพัฒนานั้น องค์กรจะต้องมีการกำหนดถึง

- การวิเคราะห์โครงสร้างผลิตภัณฑ์
- การทบทวนความพร้อมของการทดลองผลิต
- การทดลองผลิต
- การทวนสอบ และการตรวจยืนยัน
- การควบคุมเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง

7.4 กระบวนการจัดซื้อ องค์กรต้องมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์/บริการที่ซื้อเป็นไปตามข้อกำหนด/ระบุในการจัดซื้อ การควบคุมผู้ขาย ต้องมีการประเมินผู้ขาย และควรมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามเกณฑ์ในการยอมรับสินค้า

7.5 กระบวนการผลิต องค์กรต้องมีการวางแผนและดำเนินการผลิตแต่ละกระบวนการ ภายใต้เงื่อนไขที่ควบคุมไว้

- มีการจัดทำเอกสารที่จำเป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการปฏิบัติงาน

- การใช้และบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องจักรที่เหมาะสม

- จัดให้มี และใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในการตรวจวัดติดตาม

- จัดให้มีการตรวจสอบ บันทึกผลผลิตที่ได้แต่ละกระบวนการผลิต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับ แก้ไขเพื่อคงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ

- การปล่อยผ่าน การจัดส่ง

องค์กรต้องมีระบบในการตรวจรับรอง (validate) กระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงานให้บริการ ในกรณีที่ผลลัพธ์ที่ออกมาไม่สามารถที่จะถูกพิสูจน์โดยการติดตามและตรวจวัดที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งความบกพร่อง จะปรากฏให้เห็นเมื่อสินค้าได้นำไปใช้หรือเมื่อมีการส่งมอบการบริการไปแล้ว และต้องมีวิธีการบ่งชี้ ผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาที่ชื่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้สามารถสืบย้อนกลับได้ถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้

8. การวัด วิเคราะห์ และปรับปรุง

8.1 ทั่วไป องค์กรต้องวางแผนและดำเนินการตรวจวัด ตรวจสอบ วิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการเพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์สอดคล้องตามข้อกำหนด มั่นใจว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของระบบบริหารคุณภาพ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องถึงมีประสิทธิภาพของระบบบริหารคุณภาพ

8.2 การตรวจสอบและตรวจวัด

การตรวจประเมินภายใน องค์กรต้องมีการดำเนินการตรวจระบบประเมินระบบคุณภาพภายในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อประเมินระบบบริหารคุณภาพภายใน

การตรวจติดตามและการวัดกระบวนการ องค์กรต้องมีการ กำหนดให้มีการตรวจติดตามกระบวนการต่าง ๆ ในระบบบริหารคุณภาพ

โดยนำวิธีการวัดที่เหมาะสม มาใช้เพื่อแสดงให้เห็นได้ว่าความสามารถของกระบวนการนั้น ๆ บรรลุผลตามที่ได้วางแผนไว้ ในกรณีที่ไม่ได้ผลตามแผนที่วางไว้ องค์กรจะต้องทำการแก้ไขและการปฏิบัติการแก้ไข ตามความเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้เป็นไปตามข้อกำหนด

การตรวจติดตามและการวัดผลิตภัณฑ์ องค์กรต้องมีการติดตามและวัดคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นไปตามข้อกำหนดไว้แล้วการตรวจและทดสอบผลิตภัณฑ์ จะดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการผลิตที่เหมาะสมนับแต่ผลิตภัณฑ์รับเข้า ผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

8.3 การควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด องค์กรต้องมีการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า จะมีการชี้บ่งและควบคุม เพื่อป้องกันการนำไปใช้หรือส่งมอบโดยไม่ตั้งใจ และจะพิจารณาดำเนินการต่อผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดนี้ตามความเหมาะสมอย่างน้อยหนึ่งวิธี ดังนี้

- แก้ไขความไม่สอดคล้องที่พบ และทำการทดสอบซ้ำเพื่อยืนยันว่าเป็นไปตามข้อกำหนด
- อนุมัติให้ใช้ตามสภาพ หรือยอมรับ ภายใต้การยินยอมของผู้มีอำนาจอนุมัติ และลูกค้า
- ห้ามนำไปใช้หรือประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ตั้งใจแต่แรก

8.4 การวิเคราะห์ข้อมูล องค์กรต้องกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและประสิทธิภาพของระบบ และพิจารณาวิเคราะห์ระบบบริหารคุณภาพให้มีการปรับปรุงอยู่เสมอ

8.5 การปรับปรุง

การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง องค์กรต้อง มีการปรับปรุงความมีประสิทธิภาพของระบบบริหารคุณภาพเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องโดยใช้ นโยบายคุณภาพและวัตถุประสงค์ด้านคุณภาพ ผลการตรวจติดตาม การวิเคราะห์ข้อมูล การปฏิบัติแก้ไขและป้องกันปัญหา และการทบทวนของฝ่ายบริหาร

การปฏิบัติแก้ไข เมื่อพบความไม่สอดคล้อง องค์กรจะจัดทำการปฏิบัติแก้ไขที่เหมาะสมกับผลกระทบต่อระบบบริหารเพื่อขจัดสาเหตุของปัญหาและป้องกันการเกิดซ้ำ

การปฏิบัติป้องกัน จากการทบทวน หรือตรวจติดตาม ถ้าพบแนวโน้มที่จะเกิดความไม่สอดคล้อง องค์กรจะต้องทำการจัดการปฏิบัติป้องกันให้เหมาะสมกับผลของแนวโน้มที่จะเกิดความไม่สอดคล้องเพื่อป้องกันการเกิดปัญหา

ลักษณะสำคัญของมาตรฐานคุณภาพ ISO 9000 (บรรจง จันทมาศ, 2544, น. 20)

1. เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารงาน ไม่ใช่มาตรฐานของผลิตภัณฑ์
2. เป็นมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพที่นานาชาติยอมรับ และใช้เป็นมาตรฐานสากลของประเทศทั่วโลกนำไปใช้
3. เป็นมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ที่สามารถนำไปใช้ได้กับทุกองค์การทุกประเภท ทั้งทางด้านอุตสาหกรรม การผลิต ธุรกิจด้านบริการ พาณิชยกรรม ทุกขนาดไม่จำกัด

4. เป็นระบบการบริหารงานที่เกี่ยวกับทุกแผนงานและพนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม
5. เป็นมาตรฐานที่ระบุข้อกำหนดที่จำเป็นต้องมีในเอกสารระบบคุณภาพ
6. เป็นการบริหารที่ให้ความสำคัญในเรื่องของเอกสารการปฏิบัติงานโดยนำเอาสิ่งที่มีการปฏิบัติอยู่แล้วนำมาเป็นเอกสาร แล้วจัดเป็นหมวดหมู่มีระบบเพื่อนำไปใช้งานได้สะดวก มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล
7. เป็นระบบมาตรฐานที่เปิดโอกาสให้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และยืดหยุ่นได้
8. เป็นระบบมาตรฐานที่ลูกค้าชั้นนำทั่วโลกยอมรับ และเป็นไปตามข้อตกลงเงื่อนไขของ GATT โดยกำหนดเป็นมาตรฐานสากล
9. เป็นระบบมาตรฐานสากลที่กำหนดให้มีการตรวจประเมินโดยบุคคลที่ 3 (Third Party) เพื่อให้การรับรอง จากนั้นต้องรักษาระบบบริหารคุณภาพ โดยจะมีการตรวจสอบปีละไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง ถ้าครบ 3 ปี ต้องตรวจประเมินใหม่ทั้งหมด
10. เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพที่ประเทศไทยรับรองเป็นมาตรฐานคุณภาพ มอก. 9000

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานตามมาตรฐาน ISO 9000

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการพัฒนาระบบคุณภาพ 3 ประการ คือ

1. ผู้บริหารสูงสุด บันไดขั้นแรกของความสำเร็จของการพัฒนาระบบคุณภาพ คือ ผู้มีอำนาจสูงสุดหรือผู้บริหารสถาบันฯ ซึ่งต้องเล็งเห็นความจำเป็นและประโยชน์ของการจัดตั้งระบบคุณภาพ นอกจากนี้ผู้บริหารยังมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายคุณภาพและการควบคุมดูแลให้มีการดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง
2. บุคลากร ระบบคุณภาพเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย ทุกคน ในองค์กร ดังนั้น บุคลากรทั้งหมดจึงมีความสำคัญ และเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของการพัฒนาระบบคุณภาพ องค์กรจำเป็นต้องจัดเตรียมพื้นฐานในเรื่องของระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 แก่บุคลากรทุกฝ่ายและทุกคนในองค์กรให้เข้าใจและให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ
3. ที่ปรึกษาระบบคุณภาพ และ/หรือผู้เป็นหลักในการพัฒนาระบบคุณภาพ การจัดตั้งระบบคุณภาพโดยใช้มาตรฐาน ISO 9000 จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะและประสบการณ์อย่างดีเยี่ยม ทั้งในเรื่องของการศึกษาและเรื่องของมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9000

ทั้งนี้ ก็เพื่อให้การพัฒนาระบบคุณภาพขององค์กรดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเป็นไปในทิศทางที่ควรจะเป็น

ประโยชน์ของ ISO 9000

ในการนำระบบ ISO 9000 มาใช้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงานที่ปฏิบัติงาน ต่อองค์กรหรือบริษัท ได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

1. ประโยชน์ต่อพนักงาน
 - 1.1 มีส่วนร่วมในการดำเนินงานระบบบริหารคุณภาพ
 - 1.2 ทำให้เกิดความพอใจในการปฏิบัติงาน
 - 1.3 พนักงานมีจิตสำนึกในเรื่องของคุณภาพมากขึ้น
 - 1.4 การปฏิบัติงานมีระบบและมีขอบเขตที่ชัดเจนขึ้น
 - 1.5 พัฒนาการทำงานเป็นทีมหรือเป็นกลุ่ม
2. ประโยชน์ต่อองค์กรและบริษัท
 - 2.1 พัฒนาการจัดองค์กร การบริหารงาน การผลิต ตลอดจนการให้บริหารให้เป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ
 - 2.2 ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่เชื่อถือได้ ได้รับการยอมรับทั้งในตลาดในประเทศและต่างประเทศ
 - 2.3 ขจัดปัญหาข้อโต้แย้งและการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ
 - 2.4 องค์กรได้รับการยกย่องว่ามีชื่อเสียง ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น และยอมรับว่าเป็นองค์กรที่มีระบบบริหารได้มาตรฐานระดับโลก
 - 2.5 ช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งเกิดจากการทำงานที่มีระบบ

โดยสรุปแล้ว ประโยชน์จากการนำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มาใช้ สามารถพัฒนาการ พัฒนาที่ทำงานและเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารภายในองค์กร สามารถลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิต ตลอดจนความสูญเสียต่าง ๆ อันเกิดจากการผลิต ตลอดจนความสูญเสียต่าง ๆ อันเกิดจากการผลิต ทั้งนี้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 สร้างจิตสำนึกในการทำงานให้กับพนักงาน มีการทำงานที่มีระบบ มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน สามารถควบคุมการทำงานและตรวจสอบได้ง่ายขึ้น ที่สำคัญคือสามารถเพิ่มผลผลิตและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร นับเป็นการประกาศเกียรติคุณอีกทางหนึ่งด้วย (บรรจง จันทมาศ, 2544, น. 22)

ดังนั้น ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 สามารถเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการปรับปรุงระบบการทำงาน การบริการ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าภายในองค์กรเอง หรือลูกค้าผู้มาใช้บริการจากภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 แล้วนั้น จะมีวิธีการและกลวิธีอย่างไรที่สามารถทำให้นักกลางทั้งหน่วยงานเกิดการยอมรับ มีทัศนคติที่ดีและปฏิบัติตามข้อกำหนดของระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 อย่างมีประสิทธิภาพด้วยความเต็มใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์ (2540, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารในองค์กรกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000 พบว่า การสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000 และแหล่งข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ได้แก่ หัวหน้างาน ผู้บังคับบัญชา เจ้าหน้าที่ตรวจติดตามคุณภาพภายใน บอร์ดข่าวสารข้อมูล การประชุมฝ่าย/แผนก

รัชต์วรรณ กาญจนปัญญาคม และคณะ (2541, น. 31) ได้ทำการศึกษาเรื่องการติดตามประเมินประสิทธิภาพของระบบบริหารคุณภาพ ISO 9000 ต่อวิสาหกิจไทยพบว่า การจัดทำระบบคุณภาพ ISO 9000 มีประโยชน์ต่อองค์กรดังนี้ คือ 1) ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า 2) ลดการตรวจสอบจากลูกค้าลงไป 3) ลดข้อเรียกร้องจากลูกค้า 4) ของเสียส่งคืนจากลูกค้ามีน้อยลง

ศานน เชาวน์ปรีชา (2543, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพการบริการของสำนักงานบริหารฝ่ายนครหลวงที่ 3 ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยภายหลังได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9002 พบว่า ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีความพอใจเพิ่มขึ้นและพนักงานมีความคิดเห็นในทางที่ดีในทุก ๆ ส่วนของระบบ ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกดีที่จะปฏิบัติตามระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ของระบบได้เป็นอย่างดี

อนุชา สกุลราช (2544, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมของประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการคาร์พูล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับโครงการคาร์พูล ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการคาร์พูล ทัศนคติ และคุณลักษณะของโครงการคาร์พูล

นที สุขุมตันติ (2544, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ศึกษากรณี ปัญหาของการจัดทำระบบคุณภาพ ISO 9000 ของโรงงานผลิตพลาสติกไฟฟ้า" ผลปรากฏว่า พนักงานยังมีความเข้าใจไม่ชัดเจนในความหมายของข้อกำหนดและขั้นตอนการทำงานเกี่ยวกับระบบคุณภาพ

การฝึกอบรมให้แก่พนักงานยังไม่เพียงพอ และการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป ขาดความต่อเนื่องทำให้พนักงานไม่ทราบสถานะและความเคลื่อนไหวของการจัดทำระบบคุณภาพ ISO 9000

ที่มาของสมมติฐานการวิจัย

สำหรับการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารภายในองค์กรกับการยอมรับ ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ศึกษากรณีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ได้รับการรับรอง” ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยที่มาของสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบสำหรับการวิจัยได้แก่

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเรื่องความแตกต่างของบุคคลที่มีผลต่อการสื่อสาร และแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้รับสารแต่ละคน จะมีความแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาการทำงาน สภาพแวดล้อมของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งจะมีผลต่อการสื่อสารที่แตกต่างกันไป (เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์, 2540, น. 17-20) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงลักษณะของประชากรศาสตร์ของหน่วยงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เรียบร้อยแล้ว นั้นจะส่งผลต่อการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 หรือไม่ จึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรองที่แตกต่างกัน จะมีการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร และ แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน (พีระ จิระโสภณ, 2532, น. 636-640) ซึ่งกระบวนการเลือกสรรจะต้องมีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกันตามลำดับการเลือกรับ ตั้งแต่การเลือกรับ หรือเลือกใช้ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) (ปรเม สตะเวทิน, 2538, น. 121-124) การที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารได้นั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน กับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะ

ตามมา ซึ่งการเปิดรับข่าวสารนี้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนสุนันทาที่ได้รับการรับรอง หากบุคลากรเปิดรับสารได้สอดคล้องกับที่ผู้ส่งสารส่งไปก็จะส่งผลต่อการยอมรับของผู้รับสารด้วยหรือไม่ จึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรอง

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวความคิดการสื่อสารภายในองค์กร และแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ การสื่อสารในองค์กรนับว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหารที่นำมาใช้ในเพื่อบอกข้อมูล (To inform) เพื่อประสานงาน (To Coordinate) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล (To share) เพื่อควบคุม (To control) เพื่อใช้อิทธิพล (To influence) และเพื่อกระตุ้นบุคลากร (To inspire) มีทัศนคติที่ดีต่อองค์การตลอดจนสร้างให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึก เชื่อมมั่น มีความแน่วแน่ในการทำงาน มีความสุข ความสบายใจ และมีสำนึกที่ดีต่อองค์การ (เสนาะ ตีเียว, 2530, น. 269) ซึ่งประเภทของการสื่อสารในองค์กรมีหลายลักษณะ ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการเดินทางของข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงลงมาตามสายการบังคับบัญชาถึงผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นลักษณะของการเดินทางของข่าวสารจากผู้ที่มีตำแหน่งที่ต่ำกว่าไปตามสายงานจนถึงผู้บังคับบัญชา และการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal or lateral communication) เป็นลักษณะของการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้ที่มีตำแหน่งเสมอกันหรือใกล้เคียงกันทั้งในสายงานเดียวกันและข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว (ตุลา มหา-พสุธานนท์, 2545, น. 240-243) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาว่ารูปแบบและวิธีการการสื่อสารในแต่ละประเภทนั้นจะส่งผลให้เกิดการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรองมากน้อยเพียงไร และอย่างไร เพื่อที่จะเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่ต้องการพัฒนาอย่างเป็นระบบโดยใช้เครื่องมือระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 การสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรองมีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ ทัศนคติเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้น (เทพพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ, 2540, น. 7) การที่จะบ่งบอก ถึงสภาพความพร้อมของจิตใจของบุคคลที่จะยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่หรือไม่ จึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 มีความสัมพันธ์กับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรอง

จำนวนหอสมุด

กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการเลือกตัวแปรสำหรับนำมาศึกษา สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยได้ดังนี้

ภาพที่ 2.1

แบบจำลองความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย

