

บทที่ 2

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษา ค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของบรรยากาศการแบ่งปันความรู้และความพึงพอใจ ในการสื่อสารต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้
- 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสาร
- 2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้

2.1.1. ความหมายของการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)

ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา แต่ละองค์กรต่างให้ความสำคัญและมุ่งเน้น ความสนใจในเกี่ยวกับแนวคิด องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Knowledge Management) และได้มีการ อธิบายความหมายของคำว่า ความรู้ (Knowledge) ไว้ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างคำว่า ข้อมูล ข่าวสาร (Information) และ กระบวนการ (Process) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดระบบของข่าวสารที่มี อยู่เป็นจำนวนมากและสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองอย่างมีเหตุผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้ (Gupta, 2008) ซึ่งแนวคิดนี้ได้มีความสอดคล้องกันกับ แนวคิดการ แบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) โดยได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับ ความหมายของคำดังกล่าวไว้หลายท่าน ดังนี้

Gupta (2008) ได้ให้ความหมายของการแบ่งปันความรู้ไว้ว่า การแบ่งปันความรู้ นั้นแตกต่างจากการแบ่งขมเค้ก การแบ่งปันความรู้เปรียบเสมือนกับการส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกัน และกัน กล่าวคือ ยังมีการแบ่งปันความรู้เกิดขึ้นมากเพียงใด ความรู้ก็จะยิ่งเพิ่มพูนออกมามากขึ้น ไปเรื่อยๆ การแบ่งปันความรู้จึงมีความหมายที่ครอบคลุมถึง การทำงานร่วมกัน การช่วยเหลือซึ่ง กันและกัน และการประสานพลังกัน

Nonaka and Takeuchi (1996 อ้างใน จิตติพัฒน์ พิชญธาดาพงศ์, 2548 : 13) ให้ความหมายไว้ว่าการแบ่งปันความรู้ นั้น หมายถึง พฤติกรรมการถ่ายทอดแบ่งปัน และแลกเปลี่ยน ความรู้ระหว่างพนักงานคนหนึ่งกับเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ หรือเพื่อนร่วมวิชาชีพภายในองค์กร

Hooff and Ridder (2004) ได้ให้ความหมายคำว่า กระบวนการแบ่งปันความรู้ คือ กระบวนการที่ต่างคนต่างแบ่งปันความรู้ของตนซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ซึ่งทุกๆ การแบ่งปันรู้นั้นมีทั้งการให้ความรู้ของตนและการรับความรู้ของผู้อื่น (Donating and Collecting)

จิตติพัฒน์ พิษณุธาดาพงศ์ (2548) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้จะต้องประกอบไปด้วยทักษะต่างๆ ได้แก่ การค้นคว้าแสวงหาข้อมูล (Searching) การทำความเข้าใจในความรู้ที่จะศึกษา (Understanding Knowledge) การยืนยันให้ความเห็นต่อข้อมูลที่ได้นั้นว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ (Confirming) การซึมซับใส่ใจ (Absorbing) และการแปลงความรู้ไปสู่การปฏิบัติ (Transforming) นอกจากนี้ สมาชิกของกลุ่มจะต้องมีความเต็มใจและมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่นเข้าใจได้

โชคชัย ปันเทศ (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมการแบ่งปันรู้นั้น หมายถึง กระบวนการของการกระจายและเผยแพร่ความรู้ที่มีอยู่ในบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งผู้ที่แบ่งปันความรู้ต่างแสดงบทบาทเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับในกระบวนการแบ่งปันรู้นั้น โดยการแบ่งปันรู้นั้นจะแสดงออกในรูปแบบของพฤติกรรมการถ่ายทอด แบ่งปันและแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล ผ่านรูปแบบของกิจกรรมที่สังเกตเห็นได้ เช่น การเป็นวิทยากร การตอบคำถาม การเผยแพร่เอกสาร เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การแบ่งปันความรู้จึงหมายถึง กระบวนการในการกระจายและเผยแพร่ความรู้ทั้งจากความรู้เดิมที่มีอยู่และความรู้ใหม่ ซึ่งความรู้ถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้การจัดการองค์รู้นั้นแตกต่างจากการจัดการระบบสารสนเทศ เนื่องจากการแบ่งปันรู้นั้นจะนำมาซึ่งการพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

2.1.2 ความสำคัญของการแบ่งปันความรู้

ในปัจจุบันการสร้างสรรค์และการทำงานอย่างหนักต่างก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถอยู่รอดต่อไปได้ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง (Gupta, 2008) โดยความสำคัญของการแบ่งปันรู้นั้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

- แนวคิด กระบวนการ และข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ในบริษัทเป็นจำนวนมากจะสามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าที่สามารถจะวางจำหน่ายได้
- การสร้างบรรยากาศขององค์กรให้มีการแบ่งปันความรู้จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

- การแบ่งปันความรู้จะช่วยลดปัญหาจากการลาออกของพนักงานเดิมซึ่งจะช่วยให้นักงานปัจจุบันสามารถลดขั้นตอนจากการเรียนรู้จากการทำงานแบบลองผิดลองถูกได้ เนื่องจาก ได้มีการแบ่งปันรูปแบบวิธีการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพและลดความสูญเสียจากการทำงานไว้เรียบร้อยแล้ว

- องค์กรจะไม่สามารถรู้ได้ว่าปัจจุบันองค์กรมีแหล่งความรู้หรือความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในเรื่องใดบ้างหากปราศจากบรรยากาศการแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญในการทำงานสามารถเรียนรู้และถ่ายทอดไปยังหน่วยงานอื่นๆ ในองค์กรได้ แม้ความรู้ใหม่ๆ อาจเป็นความรู้ที่เฉพาะในแผนก แต่มันอาจจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่นๆ ในองค์กรได้ด้วย

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคม ล้วนกดดันฐานความรู้เดิมขององค์กร ดังนั้นการสร้างบรรยากาศการแบ่งปันความรู้ให้เกิดขึ้นในองค์กร รวมถึงมีแนวทางในการจัดการองค์ความรู้ที่ดี จะช่วยให้สามารถรักษาองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรเอาไว้ได้

2.1.3 แนวคิดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้

มีผู้ที่ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ไว้ในหลายทัศนะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

Lin (2008 : ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันภายในองค์กร” ได้แก่ โครงสร้างองค์กร บรรยากาศองค์กร และปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน โดยพบว่าองค์กรที่มีโครงสร้างแบบเป็นทางการอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ เป็นโครงสร้างองค์กรที่งานส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นแบบแผนประจำ (Routine Work) เป็นโครงสร้างองค์กรที่สามารถเปลี่ยนแปลงแนวทางการทำงานได้หากจำเป็น จะมีการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันอยู่ในระดับที่สูง ขณะที่องค์กรที่มีโครงสร้างแบบเป็นทางการ หรือมีความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กรอยู่ในระดับที่สูง จะมีการแบ่งปันความรู้กันอยู่ในระดับที่ต่ำ ในขณะที่ความไว้วางใจระหว่างหน่วยงานก็ถูกพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเอื้อให้เกิดการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน

บรรยากาศองค์กรที่ส่งผลบวกต่อการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันภายในองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นนวัตกรรม (Innovative) และวัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นการให้การสนับสนุน (Supportive)

วัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นนวัตกรรม (Innovative) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การแบ่งปันความรู้ระหว่างกันในองค์กร เพราะเป็นรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนให้ พนักงานรู้จักค้นคว้าหาสิ่งใหม่ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์ความคิดและผลผลิตใหม่ๆ ให้แก่ องค์กร ซึ่งถือเป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมแบ่งปันความรู้ระหว่าง กันได้ เนื่องจากพฤติกรรมแบ่งปันความรู้นั้นเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน ความรู้ที่ตนมีให้กับผู้อื่นและรับความรู้ใหม่ๆ จากผู้อื่นเข้าสู่ตน โดยความรู้ที่ได้มาหากได้มีการ จัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ และนำมาคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และสามารถตกผลึกกลายเป็นองค์ ความรู้ใหม่หรือแนวทางการทำงาน การผลิตสินค้า และบริการใหม่ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อ องค์กรได้ในที่สุด

วัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นการให้การสนับสนุน (Supportive) มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมแบ่งปันความรู้ระหว่างกันในองค์กร เพราะองค์กรที่มีรูปแบบวัฒนธรรมดังกล่าวจะ เน้นไปที่ความร่วมมือระหว่างกันในการทำงาน ซึ่งพฤติกรรมแบ่งปันความรู้ระหว่างกันใน องค์กรถือเป็นรูปแบบหนึ่งของพฤติกรรมช่วยเหลือ หรือพฤติกรรมร่วมมือกันในที่ทำงาน เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานหรือต่อหัวหน้างาน

McDermott and O'Dell (2001 อ้างใน โชคชัย ปันเทศ, 2550 : 10-11) ได้ให้ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและการแบ่งปันความรู้ไว้ว่า บ่อยครั้งที่วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็น อุปสรรคที่ขัดขวางความสำเร็จของการแบ่งปันความรู้จากการศึกษาในหลายองค์กรพบว่า การ สร้างพฤติกรรมแบ่งปันความรู้ท่ามกลางวัฒนธรรมขององค์กรนั้น องค์กรไม่พยายามที่จะ เปลี่ยนวัฒนธรรมให้เข้ากันได้กับระบบการจัดการความรู้ที่จัดทำขึ้น องค์กรต่างๆ กลับมุ่งที่จะ ปรับแนวทางในการจัดการความรู้ให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กร เช่น นำเรื่องการแบ่งปันความรู้ เข้าไปใช้ในการแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ หรือการพยายามแลกเปลี่ยนความรู้บนค่านิยมเดิมๆ ขององค์กร และการกำหนดแนวทางของระบบการจัดการความรู้ให้เข้ากับรูปแบบขององค์กร รวมถึงการกระตุ้นให้พนักงานและหัวหน้างาน เร่งหรือบีบบังคับให้มีการแบ่งปันความรู้ Christensen (2007 อ้างใน โชคชัย ปันเทศ, 2550 : 12) ยังได้กล่าวว่าเป้าหมายของการแบ่งปัน ความรู้ คือ การสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยการผสมผสานความรู้ที่มีอยู่เดิม หรือ การสร้างให้ ความรู้ที่มีอยู่เดิมดีขึ้น โดยปัญหา 5 ประการที่มักจะเกิดขึ้นในการแบ่งปันความรู้ขององค์กร คือ

1. การยึดติดกับความรู้ คือ ไม่ใช่เป็นการยึดติดเกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้ แต่ เป็นการพิจารณาถึงตัวองค์ความรู้ทั้งในรูปแบบของความรู้ที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Explicit Knowledge) และความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ซึ่งความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล

นั้น จะมีความยึดติดและคงทนได้มากกว่าความรู้ที่เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นองค์กรจำเป็นที่จะต้องใช้ความพยายามทั้งเวลาและพลังอย่างมากที่จะดึงความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคลนั้นออกมา

2. ไม่มีลักษณะที่เป็นกลางเหมือนกัน กล่าวคือ บ่อยครั้งที่การแบ่งปันความรู้จะมีความคล่องตัว สะดวก เฉพาะคนที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน มากกว่าคนที่อยู่นอกกลุ่ม กล่าวคือ เขาจะมีความสามารถที่จะดูดซับและเข้าใจในสิ่งที่เขาค่อยคลึงกัน ได้มากกว่า

3. ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับและผู้มอบความรู้ คือ เครื่องมือของบุคคลหรือองค์กร มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงองค์ความรู้ การแบ่งปันความรู้จะมีความคล่องตัวขึ้นได้ด้วยเครื่องมือของบุคคล หากขาดซึ่งเครื่องมือ ก็หมดโอกาสที่จะเข้าถึงความรู้ได้ เครื่องมือนั้นมีทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การประชุมร่วมกัน การให้ข่าวสารที่ทันสมัยต่อกัน

4. ไม่มีควมสมัครใจที่แบ่งปันความรู้ เป็นอุปสรรคทางสังคม ซึ่งเป็นเรื่องปกติในทุกพื้นที่ เป็นเพราะเรื่องอำนาจของการครอบครององค์ความรู้

5. ไม่มีความรู้ในเรื่องความรู้ คือ การที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะแบ่งปัน ซึ่งแน่นอนว่า หากไม่มีความรู้แล้ว การแบ่งปันความรู้ย่อมไม่อาจเริ่มขึ้นได้

ฉัตรพัฒนา พิษณุธาดาพงศ์ (2548) กล่าวว่า จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้พบว่า ตัวแปรหลายตัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคคลซึ่ง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยหลัก คือ

1. ปัจจัยระดับบุคคล ได้แก่ ความเชื่อ เจตคติ ความทะเยอทะยาน ความเสียสละ การคิดถึงต้นทุนของการได้มาซึ่งความรู้ และความสามารถส่วนบุคคล

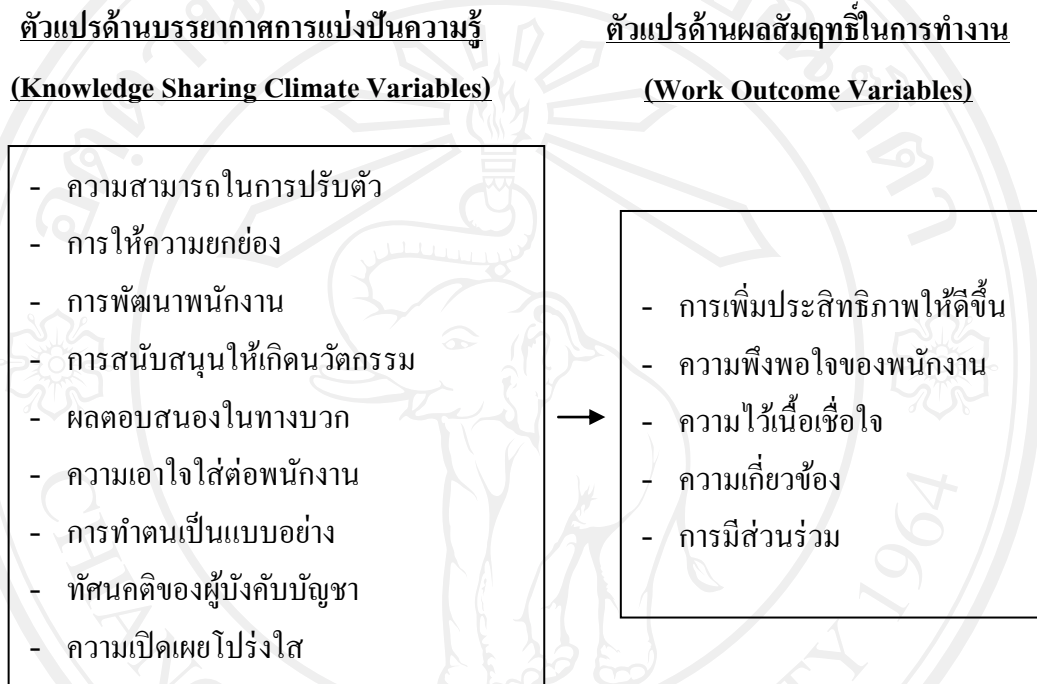
2. ปัจจัยระดับกลุ่ม ได้แก่ เจตคติต่อผู้บังคับบัญชา การให้รางวัลและการยกย่องชมเชย การให้ความร่วมมือประสานงาน การมีผลประโยชน์ร่วมกัน การสื่อสาร การเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็น ความไว้วางใจ และการเป็นเพื่อนคู่คิด

3. ปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร การสนับสนุนของผู้บริหาร ความพึงพอใจในระบบการบริหารงาน การดูแลขององค์กร ตำแหน่งงาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศระบบการจัดการองค์ความรู้ และการจัดหมวดหมู่ประเภทความรู้

2.1.4 การวัดระดับของการแบ่งปันความรู้ในองค์กร

จุดเริ่มต้นของการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรนั้นจะเกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลเองและโดยปกติมักจะเกิดจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กรเป็นผู้ปลูกฝังและกำหนดเป็นนโยบาย รวมถึงได้มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้การแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรสามารถ

กระทำได้ง่ายและมีปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมในการสร้างในเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรนี้ โดย Gupta ได้สร้างตัวแปรเพื่อใช้ในการวัดระดับของบรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแปรด้านบรรยากาศ (ตัวแปรอิสระ) และตัวแปรด้านผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน (ตัวแปรตาม) (Gupta, 2008) ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการประเมินบรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้และผลสัมฤทธิ์ในการทำงานในองค์กรของ Gupta (2008)

ตัวแปรด้านบรรยากาศการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing Climate Variables) ประกอบด้วย

1. ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ปรากฏในคู่มือการปฏิบัติงานมีไว้เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเท่านั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถเลือกปฏิบัติงานตามกระบวนการที่ตนถนัดได้ องค์กรมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว และองค์กรมีนโยบายในการสนับสนุนการปฏิบัติงานให้มีความรวดเร็วและคล่องตัว

2. ความเปิดเผยโปร่งใส (Transparency) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย การสื่อสารในองค์กรสามารถกระทำได้อย่างเปิดเผยและเป็นอิสระ ผู้บังคับบัญชาเชิญให้พนักงาน

ในสังกัดสามารถเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของตนได้อย่างเต็มที่ ผู้บังคับบัญชาสามารถแสดงจุดแข็งของตนเองต่อผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างจริงใจ

3. ทศนคติของผู้บังคับบัญชา (Superior's Attitude) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ผู้บังคับบัญชามักจะอธิบายกรอบการทำงานให้กับพนักงานในสังกัดอย่างสม่ำเสมอ ผู้บังคับบัญชาได้มีการจัดประชุมเพื่อแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันอยู่เสมอ และผู้บังคับบัญชามักจะแลกเปลี่ยนความรู้ต่อผู้ใต้บังคับบัญชาโดยผ่านทั้งการกระทำเป็นแบบอย่างและการสนทนาอยู่เสมอ

4. ผลตอบสนองในทางบวก (Positive Feedback) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย การสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาเกี่ยวกับจุดอ่อนของผู้บังคับบัญชาจะกระทำด้วยความนินมวด การที่ผู้ใต้บังคับบัญชาจะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทันเวลาเพื่อให้การปฏิบัติงานของพนักงานมีประสิทธิภาพ การแสดงความยินดีและเฉลิมฉลองเมื่อประสบความสำเร็จถือเป็นเรื่องปกติในองค์กร

5. การส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรม (Encouraging Innovation) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย องค์กรมีส่วนในการสนับสนุนและให้โอกาสพนักงานในการสร้างสรรค์ผลงาน องค์กรมีความเปิดกว้างต่อการรับแนวคิดใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรยินดีที่จะรับข้อเสนอหรือแนวคิดใหม่ๆ และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

6. ความเอาใจใส่ต่อพนักงาน (Respect for Employees) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรมีความเชื่อมั่นในคุณค่าของคนในองค์กรอย่างมากและดูแลพนักงานอย่างมีมนุษยธรรม ในองค์กรไม่มีวัฒนธรรมที่ทำให้พนักงานรู้สึกกดดัน ผู้บังคับบัญชาในองค์กรให้ความสำคัญต่อการดูแลพนักงานเป็นอย่างดีเพื่อให้องค์กรเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันได้

7. การพัฒนาพนักงาน (Developing Employees) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย พนักงานจะได้รับการฝึกอบรมตามความต้องการของพนักงานได้อย่างแท้จริง ผู้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ ผู้บังคับบัญชาสามารถให้ความมั่นใจได้ว่าพนักงานจะได้รับการฝึกอบรมตามที่ต้องการ

8. การให้ความยกย่อง (Appreciation) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ผู้บังคับบัญชาจะกล่าวยกย่องชมเชยเมื่อพนักงานสามารถทำงานได้สำเร็จต่อหน้าสาธารณชน ผู้บังคับบัญชาในองค์กรมักจะชื่นชมและให้กำลังใจแก่พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดี พนักงานที่สามารถให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทจะได้รับรางวัลเป็นการตอบแทน

9. การทำตัวเป็นแบบอย่าง (Role Model) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ผู้บังคับบัญชาจะแสดงให้เห็นว่าพวกเขาก็กำหนดเป้าหมายในการทำงานของตนเองไว้

อย่างท้าทายเช่นเดียวกัน ผู้บังคับบัญชามีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าต่อจริยธรรมของตนเอง ผู้บังคับบัญชาจะไม่แสดงกิริยาอาการที่กดดันให้กับพนักงานในองค์กร

ตัวแปรด้านผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน (Work Outcome Variables) ประกอบด้วย

1. ความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย พนักงานในองค์กรสามารถขอความช่วยเหลือจากพนักงานท่านอื่นๆ เกี่ยวกับการทำงานในองค์กรได้โดยง่าย ผู้บังคับบัญชาอนุญาตให้ผู้บังคับบัญชาสามารถสอบถามและขอคำแนะนำในงานเพื่อให้งานออกมาสำเร็จ ผู้บังคับบัญชาไม่แสดงอาการกดดันผู้อื่น
2. การมีส่วนร่วม (Participation) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานในองค์กรมักจะแก้ปัญหาร่วมกันได้ด้วยความเข้าใจกัน พนักงานภายในองค์กรมักจะแก้ปัญหในการทำงานโดยการอภิปรายปัญหาร่วมกันเป็นกลุ่ม ทุกคนในองค์กรมีโอกาสที่จะเสนอแนะวิธีการทำงานที่ดีได้อย่างเต็มที่
3. ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย พนักงานมีความพึงพอใจในความก้าวหน้าในการทำงานของตนเอง พนักงานมีความพึงพอใจในงานที่ตนทำ พนักงานมีความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงานของตนเอง
4. การเพิ่มประสิทธิภาพให้ดีขึ้น (Enhancing Efficacy) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย พนักงานที่ไปรับการฝึกอบรมสามารถที่จะทดลองสิ่งที่เขาได้เรียนรู้จากการฝึกอบรมได้อย่างเต็มที่ พนักงานในองค์กรมีความมั่นใจที่จะริเริ่มการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ตามที่เขาต้องการ พนักงานในองค์กรมีความสามารถในการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาผู้บังคับบัญชาเสมอไป
5. ความเกี่ยวข้อง (Involvement) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย พนักงานมีความรู้สึกร่วมไปกับอะไรก็ตามที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่ดีหรือไม่ก็ตาม พนักงานมีความใส่ใจต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร พนักงานในองค์กรพร้อมที่จะอุทิศเวลาส่วนตัวเพื่อองค์กร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของ Gupta มาใช้ในการวัดบรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้ และผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงานในบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัสดุก่อสร้าง จำกัด กิจการซีแพคภาคเหนือ เนื่องจากแบบวัดของ Gupta นั้นเป็นแบบวัดที่มีความเข้าใจได้ง่าย และมีความทันสมัยซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของการสร้างบรรยากาศการแบ่งปันความรู้ขององค์กรในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสาร

2.2.1. ความหมายของความพึงพอใจในการสื่อสาร (Communication Satisfaction)

นักวิชาการทางการสื่อสารหลายท่าน ได้ให้นิยามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร (Communication Satisfaction) ไว้อย่างหลากหลาย โดยแต่ละท่านให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไป เช่น

Katz, Blumber and Gurvitch (1974 อ้างใน เอื้อบังอร นันทมนตรี, 2546 : 16-17) มีแนวความคิดว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้นผู้รับสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้น ผู้ให้ข่าวสารและบริการจึงควรศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวของบุคคล เพื่อจะได้ให้ข่าวสารและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

Redding (1972 : 429) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่บุคลากรภายในองค์กรนั้นๆ มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสาร โดยส่วนรวมของพวกเขา โดยพิจารณาจากข่าวสารที่มีอยู่นั้นว่าสามารถที่จะตอบสนองความต้องการข่าวสารของบุคลากรในองค์กรได้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม ข่าวสารนั้นมาจากใคร มีวิธีการรับและเผยแพร่ข่าวสารอย่างไรบ้าง

สมยศ นาวิการ (2544 : 103) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มา เปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจจึงไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใดๆ (การแสดงออกหรือการแปลความหมาย) ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น เราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเราเมื่อข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเรา เราจะมี ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

ประมะ สตะเวทิน (2538 : 40) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการวางแผนปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จไปได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2542 : 96) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการสื่อสาร หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่บุคลากรในองค์กรนั้นๆ มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสารอยู่นั้นว่าสามารถที่จะตอบสนองความต้องการข่าวสารของบุคลากรภายในองค์กรนั้นหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ข่าวสารนั้นมาจากใคร มีวิธีการรับและเผยแพร่ข่าวสารนั้นอย่างไร

กัลยิมา โตะกะคุณะ (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับว่าสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรภายในองค์กรหรือไม่ ถ้าข่าวสารที่บุคลากรได้รับสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรขององค์กร ก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารที่มีอยู่ในองค์กรจึงนับว่ามีความสำคัญมากหากบุคลากรขององค์กรขาดข้อมูลข่าวสารบุคลากรจะขาดแนวความคิดในการปฏิบัติงานและในการวางแผนเพื่อความก้าวหน้าของตนเองภายในองค์กร

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจึงหมายถึง ทัศนคติของพนักงานแต่ละคนในบริษัทฯ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร ซึ่งครอบคลุมถึงข่าวสาร ช่องทางการติดต่อสื่อสาร บรรยากาศในการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ตลอดจนการสื่อสารระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ ด้วยกันเอง ถ้าการติดต่อสื่อสารในบริษัทฯ สอดคล้องกับความต้องการและความรู้สึก ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารก็จะเกิดขึ้น

2.2.2. มิติของความพึงพอใจในการสื่อสาร (Dimension of Communication Satisfaction)

เนื่องจากแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสาร ได้มีการให้ความหมายหลากหลาย และพบว่าคำนิยามหนึ่งๆ มีความหมายกว้างขวางและคลุมเครือ จึงทำให้ลักษณะมิติ หรือองค์ประกอบ หรือตัวชี้วัดของความพึงพอใจในการสื่อสารก็มีหลากหลายด้วย โดยผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวความคิดต่างๆ ที่นักวิชาการหลายท่านได้นำมาใช้ในการวัดความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานองค์กรต่างๆ ดังนี้

Downs and Hazen ได้สร้างแนวคิดด้านความพึงพอใจในการสื่อสารขึ้นในปี 1977 และประสบความสำเร็จในการทำวิจัยการสื่อสารในองค์กร หลังจากนั้น การศึกษาว่า 30 เรื่องก็บรรลุผลด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อวัดปัจจัยความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กร (Communication Satisfaction Questionnaire) (Downs and Hazen, 1993 อ้างใน Varona, 1996 : 113-114) ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยปัจจัย 8 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ภาพรวมขององค์กรโดยทั่วไป (Organization Perspective) เป็นคำถามที่สะท้อนถึงข่าวสารที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับหน้าที่ต่างๆทั้งหมดขององค์กร
2. ข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว (Personal Feedback) องค์กรประกอบนี้เกี่ยวข้องกับสัมฤทธิ์ผลส่วนตัวงานและวิธีที่องค์กรยอมรับในพนักงาน

3. การประสานหล่อมกลมทางองค์กร (Organization Integration) เป็นการสะท้อนถึงความพึงพอใจของแต่ละบุคคลกับข่าวสารข้อมูลที่พนักงานได้รับเกี่ยวกับองค์กรและสิ่งแวดล้อมด้านงานปัจจุบัน

4. การติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา (Supervisory Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารสองทางกับผู้บังคับบัญชา

5. บรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร (Communication Climate) ซึ่งสะท้อนถึงการติดต่อสื่อสารในระดับองค์กรและส่วนตัวหรือขีดขึ้นที่การติดต่อสื่อสารจริงและกระตุ้นให้พนักงานประทับใจ

6. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการระหว่างเพื่อนพนักงานด้วยกัน

7. คุณภาพของสื่อ (Media Quality) องค์กรประกอบนี้สะท้อนถึงเรื่องที่ว่าพนักงานรับรู้รูปแบบหลักของการติดต่อสื่อสาร ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด เช่น ความพร้อมของการจัดการประชุม บันทึกข้อความ สิ่งตีพิมพ์มีความชัดเจน กะทัดรัดหรือไม่ เพียงใด ระดับปริมาณของการติดต่อสื่อสารอยู่ในปริมาณที่เหมาะสมและรวดเร็วเพียงพอแค่ไหน

8. การติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชา (Subordinate Communication) โดยเน้นการติดต่อแบบการสื่อสารสองทาง

Hazen and Beckstorm อ้างใน สมยศ นาวิการ (2527 : 103-104) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ความพึงพอใจในงานของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย เงินเดือน สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งและตัวงาน ความพึงพอใจในด้านต่างๆของงาน จะมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

2. ความพึงพอใจในความเพียงพอของข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ระดับของความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหาร แผนงานในอนาคต และผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ความพึงพอใจในข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ได้รับมีความสำคัญต่อแนวความคิดของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กร

3. ความพึงพอใจความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย สถานที่ที่การติดต่อสื่อสารควรจะถูกปรับปรุงให้ดีขึ้น การบอกกล่าวการเปลี่ยนแปลงเพื่อความมุ่งหมายของการปรับปรุงให้ดีขึ้น และกลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจประเภทของการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงถูกดำเนินการอย่างไร และการได้รับ

บอกกล่าวการเปลี่ยนแปลงมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กรอย่างไร

4. ความพึงพอใจในประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ปัจจัยดังกล่าวนี้ประกอบด้วย วิธีการเผยแพร่ข่าวสารในองค์กร เช่น หนังสือพิมพ์ภายใน บันทึกแถลงการณ์ และเอกสารลายลักษณ์อักษรอื่นๆ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับการมองของบุคคลว่าสื่อกลางขององค์กรถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

5. ความพึงพอใจในคุณภาพของสื่อกลาง ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ เอกสารลายลักษณ์อักษรใช้ถ้อยคำดีเพียงใด คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับ และการมาถึงของข่าวสารอย่างทันทั่วทั้งที่ ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของบุคคลต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กร

6. ความพึงพอใจต่อวิธีการติดต่อสื่อสารของเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารตามแนวนอนและการติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ และระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการอภิปรายปัญหาและการได้ข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยเหล่านี้แสดงความหมายว่าความพึงพอใจในกาติดต่อสื่อสารในองค์กรเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

Thayer (1968 : 196) ให้แนวคิดว่าการรับรู้ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับระบบการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วยมิติหลายชนิด ซึ่งประกอบด้วย

1. การอธิบายนโยบายขององค์กรให้พนักงานรู้
2. ข้อสังเกตล่วงหน้าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรให้พนักงานทราบ
3. เสรีภาพในการเสนอแนะของพนักงาน
4. การยอมรับและการแสดงออกถึงความประทับใจในผลการปฏิบัติงาน
5. ความเพียงพอของข่าวสารข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับพนักงานโดยตรง

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารนั้น จะเกี่ยวข้องกับการได้รับข่าวสาร ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ของข่าวสาร คุณภาพของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ตลอดจนเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหารองค์กรกับพนักงานในองค์กร

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับว่าสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรในองค์กร บุคลากรเหล่านั้นก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารที่มีอยู่ภายในองค์กรจึงนับว่ามีความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรขององค์กรแล้ว ยังเป็นสิ่งที่

บุคลากรสามารถนำไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน การวางแผน การตัดสินใจ และการสร้างเป้าหมายขององค์กร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของ Downs and Hazen (1993 อ้างใน Varona, 1996 : 113-114) เพื่อใช้ในการวัดความพึงพอใจในด้านการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน การติดต่อสื่อสารระหว่างฝ่ายงาน และบรรยากาศในการสื่อสาร เนื่องจากภายใน บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด กิจการซีแพคภาคเหนือ ประกอบด้วยบุคลากรที่ต้องทำงานร่วมกัน จึงต้องมีการติดต่อสื่อสารอยู่เสมอ ไม่ว่าจะกับเพื่อนร่วมงาน กับผู้บังคับบัญชาหรือผู้ใต้บังคับบัญชา ทั้งเรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัว ซึ่งหากการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจต่อการสื่อสารก็จะเกิดขึ้น

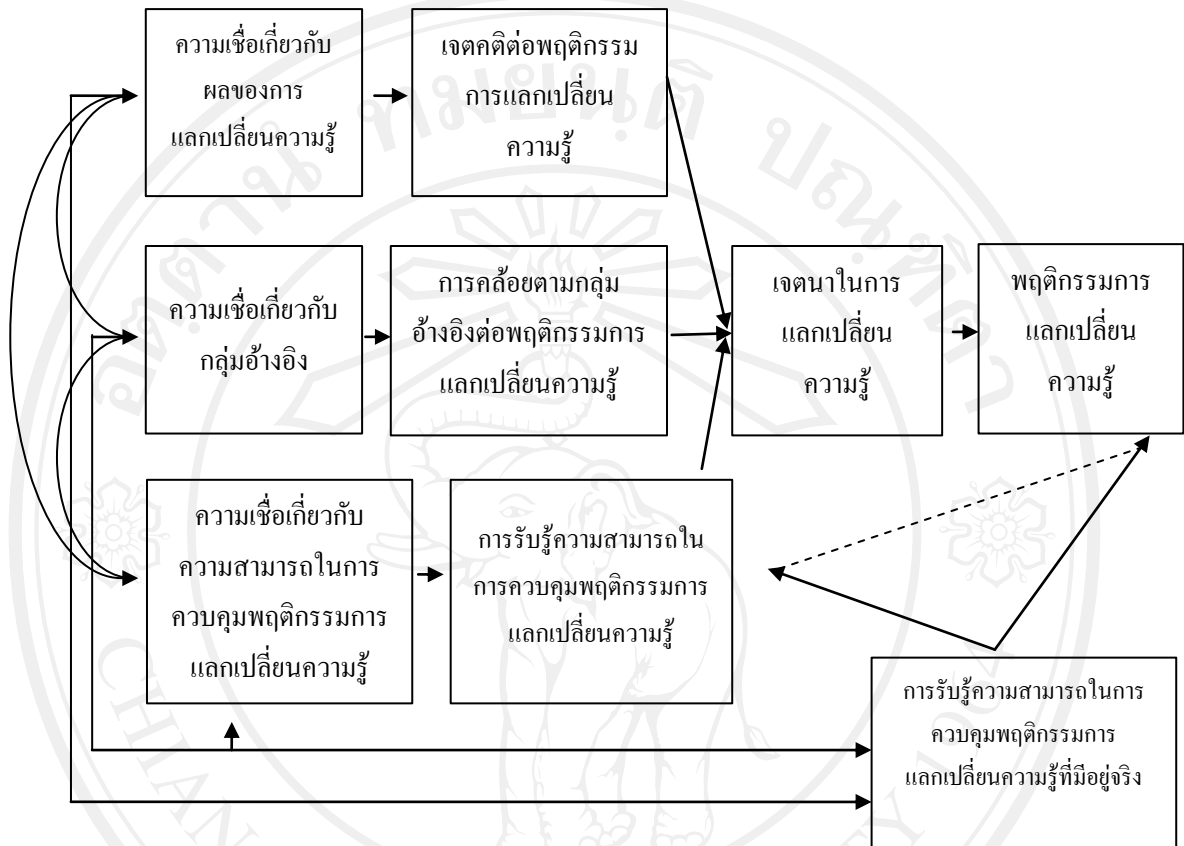
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้

จิตติพัฒน์ พิษุทธาตพงศ์ (2548) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานศึกษาตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน : กรณีศึกษาบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ และเพื่ออธิบายและทำนายพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 236 คน ศึกษาตามโครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen ซึ่งกล่าวว่า การกระทำของมนุษย์จะเกิดจากการขึ้นใจโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs) และความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (Control Beliefs) กับตัวแปรตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งประกอบด้วย ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral Beliefs: BB) เจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior: AB) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs: NB) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm: SN) ความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม (Control Beliefs: CB) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PEC) เจตนาในการทำพฤติกรรม (Intention: I) ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอยู่จริง (Actual Behavioral Control: ABC) พฤติกรรม (Behavioral: B)

โดยรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Description statistic) เพื่อใช้บรรยายลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาซึ่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ พนักงานบังคับบัญชาและวิชาชีพ และพนักงานจัดการบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุโดยใช้โปรแกรม LISREL 8.3 เพื่อทดสอบความกลมกลืน (Goodness of Fit) ของแบบจำลอง ดังภาพที่ 2

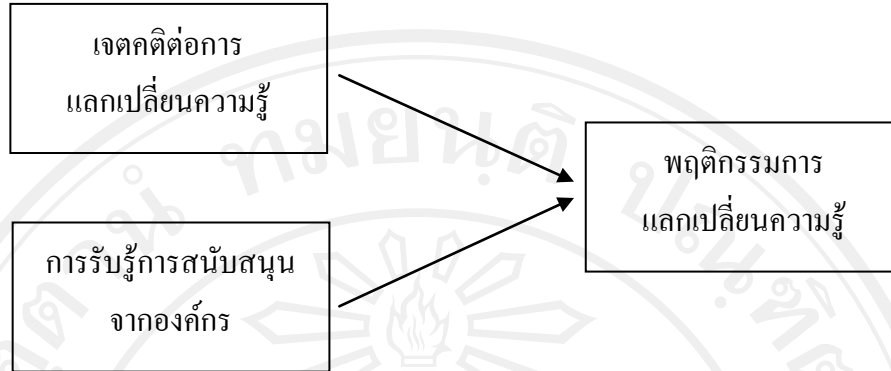


ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการวิจัยของ วุฒิพัฒน์ พิษณุธาดาพงศ์ (2548)

โดยผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมต่อเจตนาในการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานมากที่สุดคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ รองลงมา ได้แก่ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีอยู่จริงและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายและทำนายเจตนาในการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานได้ร้อยละ 79 และตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมต่อพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้มากที่สุด คือความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงรองลงมา ได้แก่ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีอยู่จริง และเจตนาในการแลกเปลี่ยนความรู้ โดยสามารถอธิบายและทำนายพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานได้ร้อยละ 35

โชคชัย ปั้นเทศ (2550) ได้ศึกษาเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และการรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กรในการพยากรณ์พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้จากกรณีศึกษาของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอำนาจการพยากรณ์ของเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม 5 ส่วน คือแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ (Attitudes Toward Knowledge Sharing) โดยใช้แนวทฤษฎีพฤติกรรมแผนของ Ajzen ประกอบด้วยความเชื่อเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ และความรู้สึกต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perception of Organization Support) โดยใช้แนวทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของ Eisenberger et al. (1986) โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความรู้ในงาน ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตอาารมณ์ และด้านการปฏิบัติงาน แบบสอบถามที่เกี่ยวกับประสพการณ์ทำงานในบริษัท และแบบสอบถามที่เกี่ยวกับประสพการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ แบบวัดประสพการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ โดยบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด ได้จัดทำขึ้นเอง

โดยรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Research) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) เพื่อให้บรรยายลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ พนักงานบังคับบัญชาและวิชาชีพ และพนักงานจัดการ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด จำนวน 162 คน และวิเคราะห์ของเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 3

ตัวแปรอิสระตัวแปรตาม

ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัยของ โชคชัย ปันเทศ (2550)

โดยผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 พนักงานที่มีคะแนนเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้และพนักงานที่มีคะแนนการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร โดยรวมแตกต่างกันนั้นมีพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังพบว่าเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร มีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

2.3.2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการสื่อสาร

กัลยิมา โตะกะคุณะ (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศ การสื่อสารในองค์กร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงาน และความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศสในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร บรรยากาศการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันในองค์กรของพนักงานไทยที่ทำงานในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศสในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 17 บริษัท โดยสอบถามจากพนักงานแต่ละบริษัท จำนวน 538 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม 7 ส่วน คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะและวิธีการติดต่อสื่อสารในหน่วยงาน แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในองค์กรครอบคลุมรูปแบบการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ ช่องทางการสื่อสาร ประเภทของการใช้ ทิศทางของกระแสข่าวสาร

และบรรยากาศการสื่อสารในองค์กร แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้แนวคิดจากมาตรวัดความพึงพอใจในการสื่อสาร (Communication Satisfaction Questionnaire : CSQ) ของ Downs and Hazens และได้นำมาพัฒนาเพื่อปรับใช้ให้เหมาะสมกับงานวิจัยของผู้วิจัยเอง โดยมีตัวชี้วัดทั้งหมด 10 ข้อคือ ปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายของบริษัท ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ลักษณะการติดต่อสื่อสาร ปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมและความเคลื่อนไหวของบริษัท เครื่องมือและระบบการสื่อสาร การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรและภาวะการเงินของบริษัท ปริมาณข้อมูลข่าวสารจากบริษัทที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน วิธีการและขั้นตอนในการสื่อสารของบริษัท แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน โดยใช้แนวคิดทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg ซึ่งได้แก่ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน และแบบสอบถามเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรตามแนวคิดของ Steers

โดยรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Research) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร บรรยากาศการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันในองค์กร ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) เพื่อใช้บรรยายลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาซึ่งเป็นพนักงานไทยที่ทำงานในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 17 บริษัท ค่าสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร บรรยากาศการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันในองค์กร ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัยของ กัลยิมา โดกะคุณะ (2541)

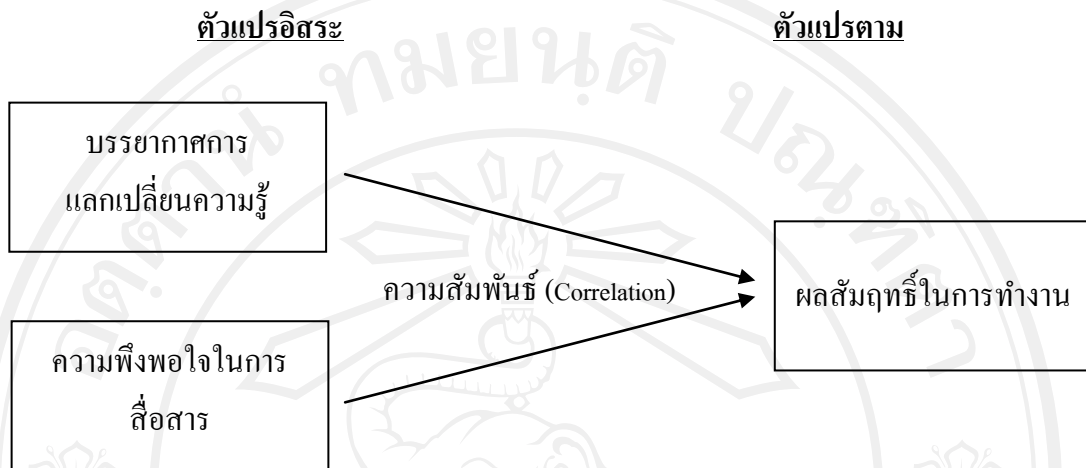
โดยผลการวิจัยพบว่า

- ประเทศอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศสมีรูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสาร และความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรที่ไม่แตกต่างกัน แต่พนักงานไทยในบริษัทประเทศอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศสมีความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานที่แตกต่างกัน โดยพนักงานไทยที่ทำงานในบริษัทเยอรมันมีความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานมากกว่าพนักงานในประเทศอื่น
- รูปแบบการสื่อสารสองทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกกับบรรยากาศในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
- บรรยากาศในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกกับ ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
- ความพึงพอใจในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกกับ ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
- ความพึงพอใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส ได้แก่ ความพึงพอใจในการทำงาน ประสิทธิภาพการทำงาน รายได้ บรรยากาศการสื่อสาร เพศชาย อายุและความพึงพอใจในการสื่อสาร ซึ่งความพึงพอใจในการทำงาน เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรได้มากที่สุด

2.4 สรุปกรอบแนวคิดการศึกษา

สำหรับแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้และผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของ Gupta (2008) เพราะมีเนื้อหาครอบคลุมในด้านต่างๆ ของบรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ค่อนข้างสมบูรณ์และมีความเหมาะสมกับการนำมาใช้งานสำหรับบริษัทในเครือซิเมนต์ไทย (SCG) รวมถึงบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด กิจการซีแพคภาคเหนือ ได้เป็นอย่างดี และผู้ศึกษาได้อาศัยแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารของ Downs and Hazen (1993 อ้างใน Varona, 1996 : 113-114) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่มีนิยามและความหมายที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์บรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้และความพึงพอใจในการสื่อสาร ว่ามีผลกระทบอย่างไรกับ

ผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงานบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด กิจการซีแพคภาคเหนือ ตามแบบจำลองนี้



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองที่ 1 การหาความสัมพันธ์ระหว่าง บรรยากาศการแลกเปลี่ยนความรู้กับความพึงพอใจในการสื่อสารต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงานบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด กิจการซีแพคภาคเหนือ