บทที่ 2
ทฤษฎี และแนวความคิด

ในการศึกษานี้จะนำทฤษฎี และแนวคิดต่างๆ เข้ามาประกอบเป็นแนวทางในการศึกษาได้แก่ แนวความคิดเกี่ยวกับ ระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงองค์กร แนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ดังสาระสำคัญต่อไปนี้

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงองค์กร

เนื้อหาในส่วนนี้จะนำเสนอตามลำดับต่อไปนี้คือ ความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาองค์กร ผลกระทบต่อมนุษย์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ความขัดแย้งและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

2.1.1 ความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาองค์กร

นงนุช วงษ์สุวรรณ (2535 : 23-25) ได้กล่าวว่า องค์กรโดยทั่วไปทั้งในอดีตและปัจจุบันย่อมจะต้องมีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอ (Dynamics) โดยมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไม่สิ้นสุด ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยและผลกระทบทั้งภายในและภายนอกองค์กร การพัฒนาองค์กรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อความเจริญก้าวหน้าและความอยู่รอดขององค์กร โดยหนึ่งในแรงผลักดันที่ทำให้เกิด การพัฒนาองค์กรได้แก่ ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางด้านวิทยาการ (The Knowledge Explosion) กล่าวคือ นับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สอง การพัฒนาด้านวิชาการเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว ได้มีการนำเทคนิคและวิธีการใหม่ๆมาทดลองใช้ เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพขององค์กร จากแรงผลักดันทางด้านวิทยาการนี้เองทำให้ องค์กรต้องหาวิธีหรือเทคนิคมาใช้เพื่อความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งก็คือการพัฒนาองค์กรนั่นเอง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน และมีการคิดค้นหากลไกเพื่อปรับปรุงงานอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้นักบริหารยังตระหนักว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น สมาชิกในองค์กรมักจะมีปฏิกิริยาต่อต้านขัดขืน เพราะเข้าใจว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นการขัดขวางต่อฐานะ และคุณค่าของตน เช่นการเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงาน ผู้ใต้บังคับบัญชาอาจต่อต้านไม่พอใจ เป็นต้น แต่ถ้าพิจารณาตามเหตุผลและความเป็นจริงแล้ว การเกิดแนวคิดในการเปลี่ยนแปลงนับว่าเป็นนิมิตรหมายที่ดี โดยจะก่อให้เกิดประโยชน์และคุณภาพอันเป็นสิ่งที่พึงพอใจพอใจร่วมกัน ระหว่างผู้บริหาร และสมาชิกในองค์กร ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้บริหารเกิดแรงจูงใจในการสรรหาวิธีการ หรือเทคนิควิธีต่างๆ มาแก้ปัญหา และควบคุมการเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามความต้องการขององค์กร

2.1.2 ผลกระทบต่อมนุษย์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง

นงนุช วงษ์สุวรรณ (2535 : 81) ได้กล่าวว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสิ่งหนึ่งสิ่งใด ย่อมมีผลกระทบต่อบุคคลไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ซึ่งผลกระทบนี้มีผล ทางด้านจิตวิทยา ทางด้านสังคม และทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

1) ผลกระทบทางด้านจิตวิทยา การเปลี่ยนแปลงเรื่องใดก็ตามจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนวิถีชีวิตของบุคคล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกต่องานที่กำลังทำอยู่ เช่น ความรู้สึกมั่นคงหรือไม่ในงาน ความรับผิดชอบจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง และขัดกับนิสัยหรือความเคยชินหรือไม่ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ทุกคนมักจะคิดว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความหมายต่อเขาเพียงใด มีผลดีผลเสียต่อเขาอย่างไร จะปฏิบัติได้หรือไม่เพียงใด

2) ผลกระทบทางด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงต่างๆจะมีผลกระทบทางด้านสังคมด้วย ซึ่งอาจเกิดขึ้นในด้านความสัมพันธ์ของบุคคลกับผู้บริหาร กับเพื่อนร่วมงาน และกับองค์กรอื่น การเปลี่ยนแปลงทำให้ผู้เกี่ยวข้องเกิดความสงสัยว่าการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นนั้น จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันจะดีเหมือนเดิมหรือไม่ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ลูกน้องจะเหมือนเดิมหรือไม่ และตนจะเข้ากับวัฒนธรรม ประเพณีปฏิบัติได้หรือไม่

3) ผลกระทบทางด้านพฤติกรรมของบุคคล เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทัศนคติ ความรู้สึก ประสบการณ์ ความเคยชินของแต่ละบุคคล เลยทำให้การเปลี่ยนแปลงนั้นบางคนเกิดความไม่พอใจ พฤติกรรมของบุคคลก็จะแสดงออกมาตามความรู้สึกนั้นๆ ถ้าสิ่งที่เปลี่ยนแปลงแตกต่างไปจากที่เคยปฏิบัติมาแต่เดิมก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติต้องฝืนความรู้สึก บางครั้งอาจมีการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงในทำนองตรงข้าม โดยจะมีการต่อต้านมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับของการเปลี่ยนแปลงว่าแตกต่างจากเดิมมากน้อยเพียงใด

2.1.3 ความขัดแย้งและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

นงนุช วงษ์สุวรรณ (2535 : 61-63) ได้กล่าวว่าโดยทั่วไปความขัดแย้ง (Conflict) หมายถึง สถานการณ์ที่ก่อให้เกิดการต่อสู้ระหว่างสองฝ่าย เนื่องจากมีข้อมูล ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็น และความรู้สึก ที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้มีการตัดสินใจเลือกทางใดทางหนึ่ง ริชาร์ด วอลตัน (Richard Walton) ได้แบ่งประเภทของความขัดแย้ง ออกเป็นสองประเภทดังนี้

1) ความขัดแย้งในเนื้อหาสาระ เกี่ยวกับการตกลงกันไม่ได้ในเรื่องต่างๆที่มีแนวคิดต่างกัน อาจเป็นความขัดแย้งที่สร้างสรรค์ หรืออาจเป็นความขัดแย้งในทางเสื่อม เช่น ความขัดแย้งที่หาข้อยุติไม่ได้ โดยแต่ละคนพยายามยึดแนวความคิดของตนเองไม่ยอมซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินงานหยุดชะงักได้

2) ความขัดแย้งทางอารมณ์ เกี่ยวกับความรู้สึกที่ไม่ดีต่อกันระหว่างคู่แข่งขัน ซึ่งออกมาในรูปของความโกรธเคือง ไม่ไว้วางใจกัน และปฏิเสธซึ่งกันและกัน

เมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้น อาจก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ หรือทำลายก็ได้ ถ้าการแก้ไขความขัดแย้งดำเนินไปในแนวทางที่เหมาะสมก็จะเกิดผลดี แต่ถ้าการแก้ปัญหาความขัดแย้งดำเนินไปในทางที่ไม่เหมาะสม ก็อาจเกิดผลเสียขึ้นได้ ซึ่ง นภดล เชนะโยธิน (2532 : 71-72) ได้กล่าวถึงผลดีและผลเสียของความขัดแย้งไว้ดังนี้

ผลดีของความขัดแย้ง

1) ทำให้เกิดแนวคิดที่สามที่เหนือกว่า เพราะความขัดแย้งเกิดจากความคิดอย่างน้อย 2 ความคิด ซึ่งไม่ตรงกัน ทำให้ต้องคิดหาแนวทางที่จะขจัดความขัดแย้งนั้น แนวทางที่คิดใหม่จึงเป็นแนวคิดที่สาม ซึ่งจะแก้ไขปัญหาความขัดแย้งนั้นได้

2) เป็นการบังคับให้มนุษย์แสวงหาแนวความคิดที่ใหม่ๆอยู่เสมอ ถ้าปัญหาไม่เกิด การคิดค้นที่จะแก้ปัญหาก็ไม่เกิด เมื่อเกิดความขัดแย้งแสดงว่าจะต้องมีปัญหาให้คิด เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมต่อไป

3) เป็นการเปิดโอกาสให้มนุษย์ตรวจสอบความสามารถของตน และความคิดเห็นของตนว่ามีความเหมาะสมดีหรือไม่ อย่างไร เพราะสิ่งที่เราคิดในตอนแรกว่าดีแล้ว ในบางครั้งอาจจะไม่เหมาะสม หรือไม่ดีก็ได้ ฉะนั้นการเกิดความขัดแย้งทำให้มีโอกาสได้ทบทวนความคิดนั้นอีกครั้งว่าเป็นอย่างไร

4) ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ถ้าไม่มีสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากระตุ้นความคิดของคนเรา ก็อาจจะอยู่ในภาวะปกติ การคิดหาแนวทางเพื่อขจัดความขัดแย้ง ทำให้คนเราได้มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์มีแนวทางออกใหม่ๆ ซึ่งแตกต่างไปจากเดิม

ผลเสียของความขัดแย้ง

1) อาจจะมีการย้ายหนีออกจากหน่วยงานนั้น เมื่อเกิดความขัดแย้งและมีการแก้ปัญหาความขัดแย้ง ถ้าผลของความขัดแย้งทำให้เกิดผู้แพ้ บางครั้งผู้แพ้อาจจะมีการย้ายหนีออกจากหน่วยงานนั้นได้ เพราะอาจคิดว่าถ้าตนอยู่ที่เดิมอาจจะทำงานยากลำบาก

2) ความเป็นมิตรระหว่างบุคคลย่อมลดลงไปเมื่อมีความขัดแย้ง อาจจะเนื่องมาจากความไม่เข้าใจกัน และถ้ามีความไม่เข้าใจกันมาก การขจัดความขัดแย้งก็จะกระทำได้ยาก ความเป็นมิตรระหว่างบุคคลก็จะลดลงไป

3) บรรยากาศของความเชื่อถือไว้วางใจกันและกันจะลดลงไปหรือหมดไป เพราะคู่กรณีอาจจะเกิดความหวาดระแวง ไม่แน่ใจว่าอีกฝ่ายจะดำเนินการอย่างไรกับคุณ

4) อาจจะมีการต่อต้าน ถ้าความขัดแย้งนั้นไม่เป็นที่สบอารมณ์ของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งนั้น ก็อาจจะทำให้บุคคลเหล่านั้นมีการต่อต้าน เพราะความไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมรับในสิ่งนั้น

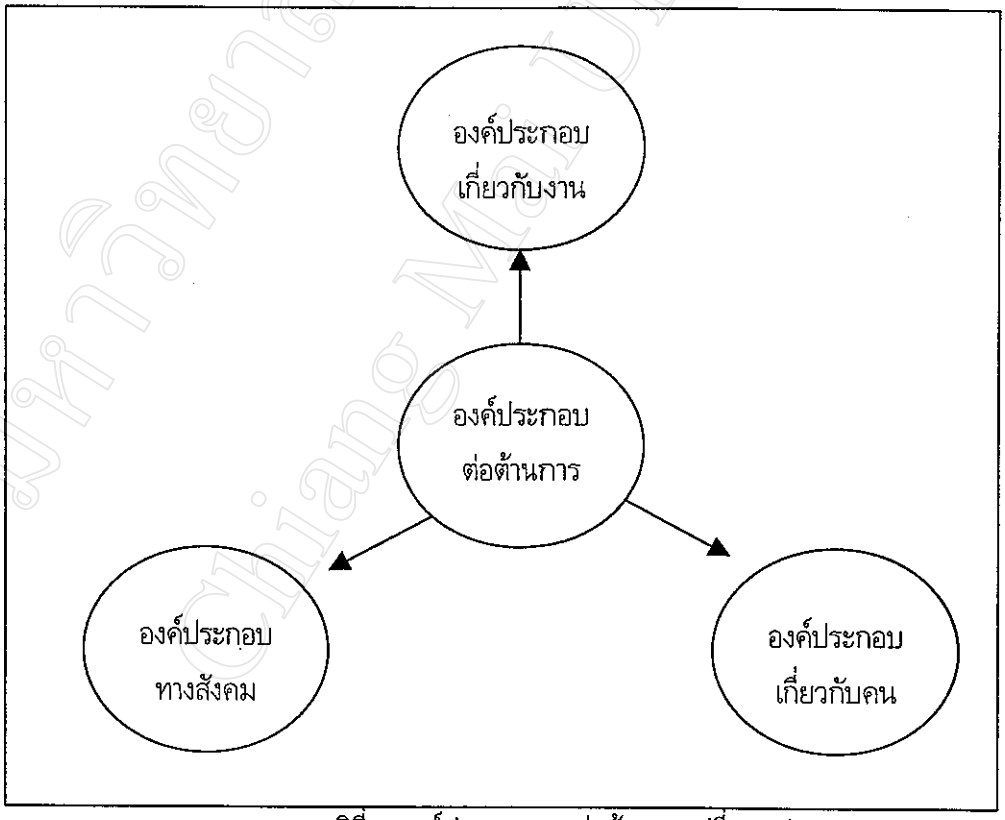
นงนุช วงษ์สุวรรณ (2535 : 69-71) ได้กล่าวถึงสาเหตุของการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง อาจเนื่องมาจากองค์ประกอบต่างดังนี้

1) องค์ประกอบเกี่ยวกับงาน ได้แก่ความกลัวที่เกี่ยวกับการว่างงาน การเปลี่ยนแปลงของสภาพการทำงาน การลดตำแหน่ง ลดเงินเดือน และการโยกย้าย เป็นต้น

2) องค์ประกอบเกี่ยวกับบุคคล ได้แก่ความกังวลเกี่ยวกับเรื่องผลงานในปัจจุบันไม่ดีพอ ความสามารถจะลดลง จะต้องทำงานหนักกว่าเดิม และไม่สะดวกในการศึกษาอบรมเพิ่มเติม เป็นต้น

3) องค์ประกอบทางสังคม ได้แก่ความไม่ชอบในเรื่องต่างๆ เช่น ต้องปรับปรุงตัวใหม่ทางสังคม ต้องจากคนที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว การควบคุมในระบบใหม่ และความคิดริเริ่มใหม่ๆ เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นว่า องค์ประกอบของการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมี 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบเกี่ยวกับงาน องค์ประกอบเกี่ยวกับบุคคล และองค์ประกอบทางสังคม ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 1 องค์ประกอบการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

สเตียร์ อาร์ เอ็ม (Steers R.M. 1997 : 167) ได้ให้ข้อสังเกตในการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงว่ามีสาเหตุจาก 2 ส่วนคือ สาเหตุจากบุคคล และสาเหตุจากองค์กร โดยการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่มีสาเหตุจากบุคคล มีดังนี้คือ

1) เข้าใจผิดในวัตถุประสงค์ หรือกระบวนการ

2) มองไม่เห็นความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง

3) กลัวในสิ่งที่ยังไม่รู้จริง

4) กลัวจะสูญเสียสถานะ ความมั่นคง อำนาจ และอื่นๆ

5) ขาดความร่วมมือที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลง

6) ไม่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลง

7) ค่านิยมของกลุ่มมีอิทธิพลต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

8) ได้รับผลประโยชน์อยู่แล้วในสถานการณ์เดิม

9) ขัดกันระหว่างบุคคลขององค์กรในด้านวัตถุประสงค์

เมื่อมีการต่อต้านเกิดขึ้นในองค์กร องค์กรนั้นจะต้องพยายามหาทางลดการต่อต้านนั้นๆ ฝ่ายบริหารจะต้องเลือกวิธีการต่างๆ เพื่อนำมาแก้ปัญหาให้เหมาะสม ซึ่งอาจจะใช้เทคนิคหรือวิธีการลดการต่อต้าน มี 5 วิธี โดยมีสาระสำคัญของการลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

1) การบังคับ เป็นวิธีที่ใช้อำนาจหน้าที่หรืออิทธิพล ในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลอื่น การบังคับอาจจะทำให้เกิดผลในการลดหรือหยุดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ในบางครั้งอาจจะทำให้เกิดการต่อต้านรุนแรงขึ้นก็ได้

2) การเกลี้ยกล่อม เป็นวิธีการที่จะทำให้ผู้อื่นเกิดการยอมรับ โดยการจูงใจหรือโน้มน้าวจิตใจ การใช้ศิลปะการเกลี้ยกล่อมจะสำเร็จหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะทำให้ผู้อื่นเห็นด้วยในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยพยายามเน้นในเรื่องเกียรติยศ ความภาคภูมิใจ ผลประโยชน์ ของบุคคลในองค์กรที่จะได้รับ

3) ใช้ความมั่นคง มนุษย์เรากลัวการเปลี่ยนแปลง โดยมีความกลัวว่าตนจะไม่ได้รับความมั่นคงเหมือนเก่า ทำให้เกิดการต่อต้านตามมา ฝ่ายบริหารมีหน้าที่จะต้องลดความกลัวหรือความไม่มั่นคง

4) ทำให้เกิดความเข้าใจ เป็นวิธีการที่ให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจในสิ่งที่จะเปลี่ยนแปลง และหลังการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์จะเป็นเช่นไร ฝ่ายบริหารต้องมีความเข้าใจในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างดี เพราะจะเป็นพลังสำคัญในการลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

5) การให้มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง เพราะจะทำให้ทุกฝ่ายถือว่าผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นของตนเอง และจะถือว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นพันธะ ที่เขาได้ร่วมสร้างขึ้นมา นอกจากนี้การมีส่วนร่วมจะช่วยขจัดความไม่เหมาะสมในการเปลี่ยนแปลง ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมองเห็นปัญหาชัดเจนขึ้น ตลอดจนเป็นการช่วยลดการต่อต้าน และอาจกลายเป็นการสนับสนุน

ถ้าจะกล่าวโดยสรุปแล้ว ผู้บริหารจะสามารถนำการเปลี่ยนแปลงมาใช้ให้ได้ผลและมีการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด เมื่อทำให้สมาชิกทุกคนเข้าใจการเปลี่ยนแปลง ทราบความจำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลง วัตถุประสงค์ และเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการพิจารณาขั้นตอนวิธีนำการเปลี่ยนแปลงมาใช้ตลอดจนประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ

การบริหารการเปลี่ยนแปลงอาจจะสรุปเป็นหลักการง่ายๆได้ 5 ประการคือ

1) เปลี่ยนแปลงเฉพาะในสิ่งที่จำเป็นและให้ประโยชน์ หลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่จำเป็น
2) สร้างการเปลี่ยนแปลงในรูปของวิวัฒนาการ ไม่ใช่ปฏิวัติ คือค่อยเป็นค่อยไป
3) พิจารณาผลกระทบทุกอย่างที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงและให้ความเอาใจใส่ต่อความต้องการของสมาชิก
4) แบ่งปันผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงกับสมาชิกอย่างทั่วถึง
5) วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังการเปลี่ยนแปลง หาสาเหตุและแก้ไขให้หมดไป

สุพัตรา บุญมาก (2537 : 9-12) ได้กล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจประสพความล้มเหลวในการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงาน แม้ว่ากิจการและธุรกิจต่างๆ จะได้รับผลประโยชน์จากการนำ คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยงานมากขึ้นก็ตาม แต่ก็มีหน่วยงานหลายแห่งที่ประสพความล้มเหลวในการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงาน คือไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดทำข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ และเป็นข่าวสารที่มีความหมายต่อธุรกิจได้ โดยส่วนหนึ่งอาจเกิดจากผู้ใช้ (User) มีความกลัวและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงระบบ ดังนั้นถ้าหากขาดความร่วมมือของผู้ใช้แล้ว การจัดทำระบบข้อมูลก็จะไม่บรรลุผลสำเร็จลงไปได้ทั้งนี้เพราะว่าผู้ใช้เป็นผู้กำหนดและให้ข้อมูลของระบบงานทั้งหมด ซึ่งที่จริงแล้วผู้ใช้ควรมีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบระบบ และนำคอมพิวเตอร์ไปทดสอบใช้ก่อนเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและไม่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ตามอาจมีผลกระทบทางด้านพฤติกรรมของบุคคล โดยถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทัศนคติ ความรู้สึก ประสบการณ์ และความเคยชินของแต่ละบุคคล แล้วบางครั้งอาจมีการต่อต้านเกิดขึ้นได้ ซึ่งการต่อต้านอาจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับการเปลี่ยนแปลงว่าแตกต่างจากเดิมมากน้อยเพียงใด

ดังนั้นการมีโอกาสรับทราบแนวคิด ทัศนคติ ความรู้สึก ของสมาชิกต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะดำเนินการ แล้วนำมาปรับปรุงหรือแก้ไข เพื่อให้สมาชิกมีความเข้าใจถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนทราบถึงความจำเป็น ขั้นตอน และมีส่วนร่วมในการแก้ไขเปลี่ยนแปลง จะเป็นพลังสำคัญในการลดการต่อต้านที่อาจจะเกิดขึ้นได้หลังการเปลี่ยนแปลง หรือช่วยเสริมให้การเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาองค์กรประสพผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ได้

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับ องค์ประกอบของทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

เนื้อหาในส่วนนี้จะนำเสนอตามลำดับต่อไปนี้คือ ความหมายของทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ และยุทธวิธีในการเปลี่ยนทัศนคติ

2.2.1 ความหมายของทัศนคติ

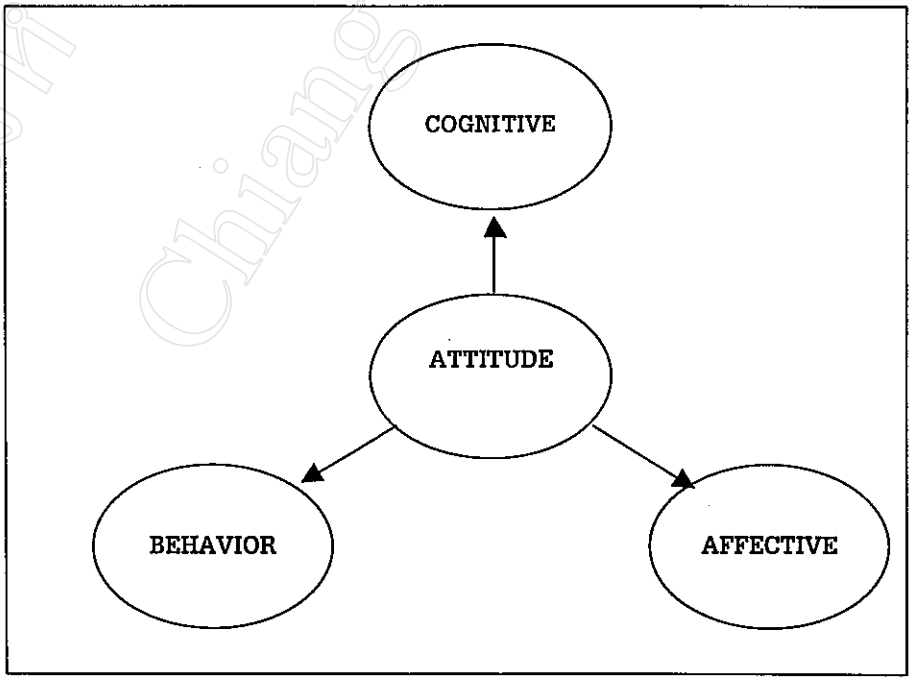
จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 5-7) ได้อ้างถึงคำจำกัดความของ ทริแอนดีส (Triandis : 1971) ซึ่งได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า "ทัศนคติเป็นความคิดที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำต่อสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ทางสังคมนั้น คำจำกัดความนี้เสนอแนะว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบคือ ความรู้หรือความคิด (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) ซึ่งหมายถึงสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม และองค์ประกอบที่สามคือ ความพร้อมที่จะกระทำ (Predisposition to Act) "

ซึ่งสอดคล้องกับ เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2529 : 25-26) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่าประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1) องค์ประกอบด้านการรับรู้ (Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อ ความรู้ของบุคคล

2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจอันเกิดจากการนำเอาการรับรู้นั้นไปประมวลผลว่าชอบไม่ชอบสิ่งที่ตนรับรู้นั้น

3) องค์ประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavioral Component) หมายถึง ความพร้อมที่จะปฏิบัติในสิ่งต่างๆ เป็นการวัดความสมัครใจในการที่จะประกอบพฤติกรรมหนึ่งๆ ตามความรู้สึกที่ตนมีอยู่



แผนภูมิที่2 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ ตามแนวคิดของ เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 221) ได้อ้างถึง แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ของ ทริแอนดีส (Triandis : 1971) ซึ่งเชื่อว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบได้แก่ องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive-Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งหมายถึงความพร้อมที่จะกระทำ (Predisposition to Act) ฉะนั้นการเปลี่ยนทัศนคติจึงขึ้นอยู่กับ 3 ตัวแปรข้างต้น โดยปกติจะเริ่มที่องค์ประกอบด้านความรู้ เมื่อบุคคลได้ยอมรับข้อมูลใหม่ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น แต่เนื่องจากองค์ประกอบทั้งสามมีส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้น เมื่อองค์ประกอบด้านความรู้เปลี่ยน จะทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกเปลี่ยนตามไปด้วย และท้ายที่สุดก็จะมีการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงที่จะกระทำ

ทริแอนดีสเชื่อว่า เมื่อองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติเกิดการเปลี่ยนแปลง อีกสององค์ประกอบมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าโดยปกติการเปลี่ยนมักจะเริ่มที่องค์ประกอบด้านความรู้ แต่ก็มีไม่น้อยที่การเปลี่ยนเริ่มที่องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือองค์ประกอบด้านความรู้สึก กล่าวคือ ถ้าบุคคลถูกบังคับให้แสดงพฤติกรรมที่ขัดกับทัศนคติในระยะเวลาที่นานพอ อาจจะทำให้บุคคลเปลี่ยนความรู้สึกเดิมที่มีอยู่ต่อสิ่งนั้นได้ นอกจากนี้การจัดให้บุคคลได้มีประสบการณ์ที่ดีหรือไม่ดีเกี่ยวกับเป้าทัศนคติ ก็อาจทำให้บุคคลเปลี่ยนความรู้สึกเดิมที่มีอยู่ได้เช่นกัน

2.2.3 กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 227-230) ได้กล่าวถึง การเปลี่ยนทัศนคติว่าส่วนใหญ่มักจะเปลี่ยนโดยมีกระบวนการ (Process) ต่อเนื่อง คือเริ่มต้นด้วยการรับข้อมูลใหม่โดยมักเป็นสิ่งที่ตนสนใจ โดยอาศัยประสบการณ์ และข้อมูลที่มีอยู่เดิม หรือแสวงหาข้อมูลอื่นเพิ่มเติม เพื่อประเมินหรือพิจารณาคุณค่าของสิ่งใหม่ ในขั้นตอนนี้ของกระบวนการจะเป็นจุดเริ่มการเกิด หรือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใหม่ นอกจากนี้ยังได้อ้างถึง กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ ที่อธิบายโดย แมคไกวร์ (McGuire: 1969:136-314) ว่ามีอยู่ 5 ขั้นตอนดังนี้

1) ความใส่ใจ (Attention) ความใส่ใจข่าวสารหรือข้อมูลใหม่

ในวันหนึ่งๆจะมีสิ่งใหม่ๆผ่านการรับรู้ของประสาทสัมผัสมากมาย และส่วนใหญ่มักจะผ่านเลยไป มีเพียงบางส่วนที่บุคคลสนใจรับไว้พิจารณาศึกษา ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดหรือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ปัญหาสำคัญของขั้นตอนนี้คือ ความสนใจในการเลือกรับรู้ ซึ่งขึ้นอยู่กับแหล่งที่มา และเนื้อหาของข่าวสาร (Source and Message) ผู้ให้ข่าวหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agents) ที่มีความเชี่ยวชาญน่าเชื่อถือ มีความเข้าใจและมีมนุษยสัมพันธ์ดี จะทำให้ผู้รับเกิดความสนใจสิ่งที่เขานำมามากกว่าผู้ให้ที่ไม่มีลักษณะดังกล่าว ซึ่งปกติบุคคลจะพยายามเลือกสิ่งที่สอดคล้องกับทัศนคติ ค่านิยมที่เขามีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงประเภทข้อมูลที่ขัดกับทัศนคติ และค่านิยมของเขาเช่นกัน

2) ความเข้าใจ (Comprehension)

ช่วงตอนนี้สำคัญสำหรับกระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ เพราะถ้าผู้รับไม่สามารถทำความเข้าใจกับข้อมูลใหม่ได้หรือเข้าใจข้อมูลผิด การเปลี่ยนทัศนคติย่อมจะไม่เป็นไปในทิศทางที่ปรารถนา แต่การที่จะให้ผู้รับเข้าใจสิ่งใหม่ได้อย่างถูกต้อง บางครั้งก็ไม่ใช่เรื่องง่ายมีปัจจัยหลายอย่างเกี่ยวข้องเป็นต้นว่า ระดับความสามารถของผู้รับ ความยากง่ายของเรื่อง ความเข้าใจในเนื้อหาและความสามารถในการอธิบายของผู้นำมา ความเหมาะสมของวิธีการถ่ายทอดข้อมูล ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเหล่านี้ ทริแอนดีส (1971) ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าว ในขั้นตอนนี้ที่จะช่วยให้ผู้รับเข้าใจข้อมูลง่ายขึ้นดังนี้

- แหล่งข้อมูล (Source Factors) ถ้าผู้ให้ข้อมูลรู้จักผู้รับดี ทราบถึงความต้องการ ระดับความสามารถ ย่อมจะจัดข้อมูลได้ตรงกับความต้องการและมีความยากง่ายพอเหมาะกับผู้รับ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจง่ายขึ้น
- ตัวข้อมูล (Message Factors) ถ้าข้อมูลมีความชัดเจนและไม่ยากเกินไปสำหรับผู้รับ อีกทั้งผู้ให้ได้จัดเรียงลำดับเนื้อหาดี มีการแจกแจงในรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ ผู้รับไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักก็สามารถทำความเข้าใจได้ก็จะไม่เกิดความเบื่อหน่ายและอยากศึกษาเพิ่มเติม
- การส่งข้อมูล (Channel Factors) ถ้าผู้รับมีโอกาสซักถาม และผู้ให้ได้แจกแจงอธิบายสิ่งที่ผู้รับข้องใจย่อมจะช่วยให้เข้าใจ ดีกว่า การส่งข้อมูลทางสื่อมวลชน
- ผู้รับ (Audience Factors) ผู้รับที่มีลักษณะต่อต้าน มีความเชื่อมั่นตนเองสูง หรือมีอคติในเรื่องนั้นมักจะไม่ยอมรับฟังหรือยอมทำความเข้าใจเพราะเชื่อว่าตนรู้เรื่องนั้นดีแล้ว ในทางตรงข้ามผู้รับที่มีระดับความสามารถต่ำและข้อมูลมีความยุ่งยากซับซ้อนก็จะหลีกหนีไม่ยอมรับฟังเช่นกัน เพราะเชื่อว่าตนไม่สามารถจะทำความเข้าใจได้ ในสังคมหนึ่งๆ ย่อมมีกลุ่มบุคคลหลายลักษณะแตกต่างกัน การจัดข้อมูล และวิธีการส่งข้อมูลต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของผู้รับในแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ

3) การยอมรับ (Yielding)

ลักษณะการยอมรับมี 3 แบบ ดังนี้

- การยอมตาม (Compliance) เป็นลักษณะการยอมรับแบบหนึ่ง ซึ่งอาจเนื่องจากความเกรงกลัวอิทธิพลหรือมุ่งหวังได้รับความพอใจจากกลุ่มบุคคลหรือผู้มีอิทธิพล ที่มีผลทำให้เขาได้รับสิ่งตอบแทนอย่างอื่น ในภายหลังฉะนั้นการทำจึงไม่ใช่เพราะเขาเชื่อหรือเห็นว่าสิ่งนั้นดีมีประโยชน์ คีสเล่อร์และคณะ (Kiesleret al. : 1969) ให้ข้อคิดว่าการยอมรับดังกล่าว อาจไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติเลยก็เป็นได้ เพราะบุคคล ไม่ได้เปลี่ยนข้อคิดเห็น และไม่ได้เห็นด้วยกับการกระทำนั้น แต่ทำไปเพื่อประโยชน์อย่างอื่น
- การเลียนแบบ (Identification) เป็นการยอมรับเนื่องจากบุคคลต้องการทำตนให้คล้ายคลึงกับผู้ที่ตนเลื่อมใสศรัทธา เพราะพอใจในสิ่งที่บุคคลนั้นมีอยู่หรือต้องการได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่ม

เดียวกัน ตัวอย่างนักเรียนที่เลื่อมใสความสามารถของครูคนหนึ่งจะยอมรับแนวคิดเลียนแบบการกระทำ และพยายามจดจำสิ่งที่ครูคนนั้นทำ การเปลี่ยนทัศนคติอันเนื่องมากจากการเลียนแบบจะมากน้อยขึ้นอยู่กับความประทับใจ (Attractive) ของบุคคลที่เป็นแบบ

- การยอมรับและผสมผสานสิ่งใหม่เข้ากับสิ่งที่ตนมีอยู่เดิม (Internalization) การเปลี่ยนทัศนคติด้วยวิธีนี้จะเกิดเมื่อบุคคลได้ประเมินสิ่งนั้นและยอมรับว่าดีมีประโยชน์ ตรงกับความต้องการของตน และสอดคล้องกับสิ่งที่เขามีอยู่ เป็นการยอมรับที่เกิดจากความพึงพอใจของผู้รับเอง

4) ความจำ (Retention)

เมื่อมีการยอมรับสิ่งใหม่ และมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้น ปัญหาที่ตามมาคือความคงอยู่ของทัศนคติใหม่ นั่นคือบุคคลจะจำได้นานเท่าใด แน่นอนย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยเป็นต้นว่า ถ้าผู้ให้มีอำนาจดึงดูดและมีความน่าเชื่อถือ สามารถควบคุมหรือกระตุ้นให้ผู้รับทำซ้ำในเรื่องเดิมหลายๆ ครั้ง และถ้าสิ่งนั้นมีคุณค่าสำคัญและตรงกับความต้องการของผู้รับ ก็จะยิ่งคงอยู่นาน

5) การกระทำ (Action)

เป็นขั้นตอนที่นำสิ่งใหม่ไปปฏิบัติจริง อาจมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างถาวรเกิดขึ้น ถ้าผู้รับประเมินแล้วผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหมาย หรือทัศนคติอาจไม่ได้รับการสนับสนุนให้คงอยู่ ถ้าผลที่เกิดจากการกระทำเป็นไปในทิศทางเดิม

2.2.4 ยุทธวิธีในการเปลี่ยนทัศนคติ

จิรวัฒน์ วงศ์สวัสดิ์วัฒน์ (2536 : 227-230) ได้กล่าวถึง ยุทธวิธีในการเปลี่ยนทัศนคติว่า การมีส่วนร่วมโดยการปฏิบัติจริง (Active Participation) มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ เจตจำนง และพฤติกรรมได้มากกว่าการมีส่วนร่วมเฉยๆ โดยไม่ได้ทำอะไรเลย (Passive Participation) ตัวอย่างเช่น การพบปะสังสรรค์กับบุคคลอื่น การมีส่วนร่วมในการแสดงพฤติกรรมบางอย่าง ทำให้บุคคลได้ประสบการณ์โดยตรง มีความเชื่อถือข้อมูลที่ได้รับใหม่ เกิดความเชื่อมั่นในสิ่งที่ตนรู้ การมีส่วนร่วมในทางปฏิบัติจึงนับเป็นยุทธวิธีที่ดีอย่างหนึ่งในการเปลี่ยนทัศนคติ

1) การพบปะสังสรรค์ (Interpersonal Contact)

เป็นที่เข้าใจกันดีว่า การพบปะสังสรรค์จะลดอคติเดิมที่มีต่อกันอยู่สูง และสร้างความเข้าใจอันดีงามระหว่างกันได้ และท้ายที่สุดจะช่วยพัฒนาความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลในสังคม อย่างไรก็ดีการพบปะสังสรรค์ไม่จำเป็นจะต้องมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและถ้ามีก็ไม่จำเป็นต้องเป็นผลทางบวกเสมอไป บางครั้งอาจมีผลทางลบก็เป็นได้ คือแทนที่จะลดอคติแต่กลับเพิ่มอคติดังกล่าวก็เป็นได้ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับ

เงื่อนไขของการพบปะสังสรรค์ ถ้าสถานการณ์ทั่วไปถ้อยทีถ้อยอาศัย ไม่มีการขัดผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน แน่นอนผลทางบวกย่อมจะเกิดตามมา ในทางตรงข้ามถ้าสภาพทั่วไปตึงเครียด ความคิดเห็นไม่ตรงกัน เรื่องที่พูดมีการขัดแย้งกันมาก ผลทางลบย่อมจะเกิดตามมาได้เช่นกัน

2) การแสดงบทบาท (Role Playing)

การพบปะสังสรรค์เป็นสิ่งที่คาดว่าจะสามารถเปลี่ยนทัศนคติ และช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมให้ดีขึ้น เพราะเปิดโอกาสให้บุคคลได้รู้จักและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้มีโอกาสรับรู้แนวคิด ผลงานของบุคคลที่พูดคุยด้วย เป็นที่เชื่อกันว่าบุคคลจะเปลี่ยนความเชื่อทัศนคติ ถ้าได้แสดงบทของบุคคลอื่น ที่มีความเชื่อและทัศนคาติแตกต่างจากเขา

อีกประการหนึ่ง เป็นที่ยอมรับว่าผู้แสดงบทบาทจะเปลี่ยนทัศนคติมากกว่าผู้ฟังเฉยๆ เพราะผู้แสดงบทบาทมักจะยอมรับเหตุผลที่ตนเองสร้างขึ้น เพื่อพูดโน้มน้าวให้บุคคลในกลุ่มเห็นพ้องด้วยเสมอ และกลุ่มนี้จะมีโอกาสทบทวนความเชื่อของตนเองถึงสองครั้ง คือ ในขณะที่กำลังค้นคว้าเรื่องเพื่อนำมาอภิปราย และในการหาเหตุผลมาอภิปรายให้บุคคลในกลุ่มมีความเห็นคล้อยตาม ฉะนั้นความเชื่อซึ่งไม่ได้อยู่ในความคิดคำนึง (Non-Salient Beliefs) จะกลับเด่นขึ้นมาในความคิดคำนึงของบุคคลนั้น เมื่อประมวลเหตุผลจากข้อมูลทั้งที่ค้นมาได้ด้วยตนเองและของบุคคลอื่นในกลุ่ม จึงสามารถเปลี่ยนความเชื่อที่เด่นขึ้นมานี้ได้ ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้สังเกตการณ์ที่รับข้อมูล โดยผ่านประสาทหูเท่านั้น และถ้าเรื่องไม่อยู่ในความสนใจก็จะผ่านเลยไปโดยไม่มีการประเมินหรือนำมาทบทวนแต่อย่างใด ฉะนั้นปริมาณข้อมูลที่ได้และความซาบซึ้งในข้อมูลของทั้งสองกลุ่มจึงแตกต่างกันมาก เป็นเหตุให้ผลกระทบที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแตกต่างกันไปด้วย

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

เนื้อหาในส่วนนี้จะนำเสนอตามลำดับต่อไปนี้คือ ความสำคัญของข้อมูลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ความสำคัญของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งาน

2.3.1 ความสำคัญของข้อมูลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมขององค์กร อันได้แก่เทคโนโลยี สภาวะเศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ รวมทั้งการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ข้อมูลมีความจำเป็นต่อผู้บริหารมากขึ้นจนกระทั่งมีการกำหนดให้ข้อมูลเป็นทรัพยากรที่สำคัญอย่างหนึ่งขององค์กร ซึ่งจะต้องมีการจัดการและการบริหารอย่างดี การที่ผู้บริหารในองค์กรจะได้รับข้อมูลที่ต้องการที่ถูกต้องและทันต่อเวลาในการนำไปใช้ในการตัดสินใจ

นั้น สิ่งสำคัญก็คือการบริหารระบบข้อมูลในองค์กรจะต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (กรกาญจน์ เศรษฐสมภพ : 2531 : 93)

2.3.2 ระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร

ยุพา กาญจนดุล (2531 : 1-2) ได้อ้างถึง Grodon B. Davis ว่าได้ให้ความหมาย ของระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร (Management Information System) ไว้ดังนี้

1) ระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร มิใช่เป็นแต่เพียงการประมวลข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่เป็นระบบข้อมูลที่อาศัยความสามารถของคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยประมวลข้อมูล เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลไว้ใช้ในการบริหารและตัดสินใจ

2) ระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร มิใช่ระบบข้อมูลเดียวเดี่ยวๆ แต่เป็นระบบข้อมูลที่ประกอบขึ้นด้วยระบบข้อมูลย่อยเป็นจำนวนมาก ที่มีลักษณะประสานกัน

3) ระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ก็คือระบบข้อมูลของหน่วยงานที่มีไว้ช่วยการดำเนินงานของหน่วยงานทั้งในระดับปฏิบัติงานและระดับผู้บริหาร

หรืออาจสรุปได้ว่าระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร คือระบบข้อมูลที่มีการออกแบบให้มีการประสานสัมพันธ์กันเป็นอย่างดีในการจัดเก็บและเรียกใช้ข้อมูล ที่ต้องอาศัยทั้งคนและเครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลข้อมูลเพื่อไว้สำหรับช่วยในการปฏิบัติงานบริหาร และการตัดสินใจภายในหน่วยงาน

สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน และประกอบกับภาวะการแข่งขันที่เข้มข้น การบริหารงานในปัจจุบันจึงมีความยุ่งยาก และต้องการระบบข้อมูลที่ดีเป็นอย่างมากที่จะเข้ามาช่วยในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจ ทั้งยังจะต้องให้ทันเวลาอีกด้วย จึงเป็นการหลีกเลี่ยงไม่ได้เลยที่คอมพิวเตอร์จะต้องเข้ามาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่จะช่วยให้สามารถประมวลข้อมูลจำนวนมากมายมหาศาลให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ช่วยในการตัดสินใจลักษณะต่างๆได้อย่างทันเวลา ฉะนั้นเมื่อมีการพูดถึงระบบข้อมูลเพื่อการบริหารจึงมักจะหมายถึง ระบบข้อมูลที่ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการประมวลข้อมูลโดยปริยาย

แนวความคิดที่จะให้มีข้อมูลเพื่อช่วยผู้บริหารในการตัดสินใจในระดับต่างๆ นั้นมีมาเนิ่นนานแล้วก่อนหน้าที่จะมีการใช้คอมพิวเตอร์เสียอีก แต่การที่มีคอมพิวเตอร์เกิดขึ้นช่วยทำให้แนวความคิดเกี่ยวกับระบบข้อมูลที่มีอยู่ดั้งเดิม สามารถนำมาปฏิบัติให้เป็นจริงได้ ความก้าวหน้าของคอมพิวเตอร์เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง ที่จะกำหนดความก้าวหน้าของระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ฉะนั้นความก้าวหน้าของระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร จึงจำเป็นต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยีของคอมพิวเตอร์ด้วย

2.3.3 ความสำคัญของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร

สุพัตรา บุญมาก (2537 : 7-9) ได้สรุปถึง เหตุผลสำคัญที่ทำให้ธุรกิจ และบุคคลต่างๆตัดสินใจนำ ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงาน ได้แก่

1) คอมพิวเตอร์ทำงานได้เร็วมาก ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จะได้รับการพัฒนาให้มีความเร็วในการทำงาน

2) คอมพิวเตอร์ทำงานได้ถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นจึงทำให้ประหยัดต้นทุนในการประมวลผลข้อมูลเป็นจำนวนมากด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในกรณีที่เปรียบเทียบกับการให้คนทำ

3) คอมพิวเตอร์มีความสามารถในการเก็บข้อมูลได้เป็นจำนวนมาก คอมพิวเตอร์สามารถเก็บข้อมูลได้นับเป็นล้านๆ ตัว โดยใช้เนื้อที่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น จึงเป็นการประหยัดเนื้อที่ในการเก็บข้อมูลที่มีความสำคัญของธุรกิจ

4) คอมพิวเตอร์ลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปในการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการประมวลผลข้อมูลจำนวนมากของงานใดงานหนึ่ง เมื่อพิจารณาในระยะยาวแล้วย่อมจะถูกกว่าการใช้คนประมวลผล (Manual-Processing)

5) คอมพิวเตอร์สามารถทำงานได้โดยไม่มีสิ่งอื่นใดมาเทียบได้ เนื่องจากคอมพิวเตอร์ทำงานด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องแน่นอน คอมพิวเตอร์จึงให้ข่าวสารหรือข้อสนเทศที่มีประสิทธิภาพต่อธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่มีสิ่งอื่นใดมาทดแทนได้ เช่น คอมพิวเตอร์จะให้ตัวเลขที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพเกี่ยวกับงานของทุกๆ ฝ่ายภายในกิจการแก่ผู้บริหารได้ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว ผู้บริหารสามารถนำข่าวสารนี้ไปใช้ในการตัดสินใจได้ดีขึ้นหรือให้การบริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้นและด้วยความรวดเร็ว

2.3.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการนำ ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งาน

การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ปัญจราศี ศรไชย (2531 : 134-136) ได้สรุปถึงการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือหลายกิจกรรมดังต่อไปนี้เช่น

1) ช่วยรวบรวมข้อมูล จัดทำรายงาน พร้อมทั้งการคำนวณต่างๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2) ช่วยจัดเตรียมบันทึกความจำ บันทึกรายการที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ตารางนัดหมายการประชุม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยร่างบันทึกหรือรายการต่างๆ เหล่านั้นก่อนการจัดทำ ช่วยจัดเตรียมเอกสาร เช่น จดหมายติดต่อกับลูกค้าซึ่งอาจต้องเรียกใช้ข้อมูลบางอย่างในแฟ้มข้อมูลถาวร นอกจากนี้ยังช่วยในการตรวจสอบคำสะกดผิด ไวยากรณ์ผิดด้วย

3) ช่วยค้นหาข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยการป้อนคำถามผ่านทางแป้นพิมพ์ไปยังโปรแกรมช่วยจัดการข้อมูล เพื่อให้ค้นหาข้อมูลจำนวนมากจากแฟ้มข้อมูลหรือค้นหาข้อมูลที่บันทึกไว้ในเอกสารต่างๆ เหล่านี้เป็นต้น

4) ใช้เป็นเครื่องบันทึกและ/หรือเครื่องรับส่งข่าวสารระหว่างระบบคอมพิวเตอร์ด้วยกัน และ/หรือภายในเครือข่ายสื่อสาร ใช้เป็นเครื่องมือช่วยการประชุมทางไกล (Tele Conferencing) และ/หรือแลกเปลี่ยนเอกสารผ่านระบบการสื่อสารข้อมูล และ/หรือส่งผ่านข้อมูลในรูปสัญญาณเสียงเหล่านี้เป็นต้น

5) ช่วยการจัดเตรียมเสนอรายงาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป รวมทั้งใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิคช่วย ทำให้การนำเสนอข้อมูลเพื่อการรายงานชัดเจนและน่าสนใจเพิ่มขึ้น

6) ช่วยปรับปรุงแผนงานการจัดประชุม แผนปฏิบัติงานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเข้าช่วย อาทิเช่น โปรแกรมควบคุมและบริหารโครงการ โปรแกรมวางแผนทางการเงินธุรกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ยังช่วยจัดตารางการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ดูแลควบคุมคำสั่งซื้อ และการชำระหนี้ของลูกค้า ดูแลควบคุมการส่งสินค้าและคุณภาพสินค้าของผู้ขาย

7) ช่วยวิเคราะห์ ข้อมูลการขายผลิตภัณฑ์เพื่อดูรูปแบบของคำสั่งซื้อจากลูกค้า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขาย นโยบายการให้สินเชื่อ วิเคราะห์ข้อมูลการซื้อสินค้า เพื่อดูแนวโน้มของต้นทุนสินค้า วิเคราะห์ข้อมูลการผลิตเพื่อดูแนวโน้มของต้นทุนการผลิต และดูผลแตกต่างจากมาตรฐานหรืองบประมาณที่ตั้งไว้

8) ช่วยบันทึกความจำ โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อควบคุมกำหนดตารางการนัดหมาย เพื่อ รายงานภารกิจที่จะต้องปฏิบัติในแต่ละวัน เพื่อจัดการข้อมูลชื่อบุคคลที่ติดต่อทำธุรกิจกันพร้อมทั้งสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้

9) ใช้เป็นเครื่องมือช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ โดยเฉพาะในเรื่องการเรียนรู้ความสามารถของโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ

กล่าวโดยสรุป การนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในองค์กร อาจเป็นการนำไปใช้ในระดับปฏิบัติงานประจำวัน (Clerical Activities) หรือในระดับบริหารงาน (Management Activities) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และเนื่องจากระบบข้อมูลเพื่อการบริหารสามารถให้ข้อมูลต่างๆ แก่ผู้บริหารได้อย่างมากมาย จึงมักเป็นที่หวังกันว่าระบบข้อมูลเพื่อการบริหารจะช่วยทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นและเร็วขึ้น

2.4 ระบบข้อมูล ETMS (The Electronic Territory Management System)

ระบบข้อมูลETMS (Electronic Territory Management System) คือ ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเลคทรอนิค อาทิเช่นเครื่องคอมพิวเตอร์ ในการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า ข้อมูลของคู่แข่งขัน และข้อมูลอื่นๆที่จำเป็นในขณะอยู่ในพื้นที่เขตการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนการเรียกใช้ข้อมูลการตลาดที่ได้บันทึกไว้แล้วในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการบริหารงานและบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยทำงานภายใต้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ชื่อว่า ETMS ระบบข้อมูลETMS เป็นระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเลคทรอนิคที่พัฒนาขึ้นโดยฝ่ายการตลาดขององค์บริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ ประเทศนิวซีแลนด์

2.4.1 ประวัติความเป็นมา

เนื่องจากปัจจุบันตลาดยามีการแข่งขันสูงมาก และมีแนวโน้มในการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะการแข่งในกลุ่มที่เป็นบริษัทยาในต่างประเทศที่เข้ามาตั้งสาขาในประเทศไทย หรือบริษัทยาข้ามชาติ (Original Company) ซึ่งสินค้ามีคุณภาพใกล้เคียงกัน ผู้ผลิตจึงหันมาเน้นด้านบริการที่มีคุณภาพและรวดเร็วทันใจลูกค้า การที่บริษัทจะสามารถให้บริการที่ดีกับลูกค้าได้ จำเป็นต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าอย่างละเอียดและทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ระบบข้อมูล ETMS จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการแข่งขันในปัจจุบัน

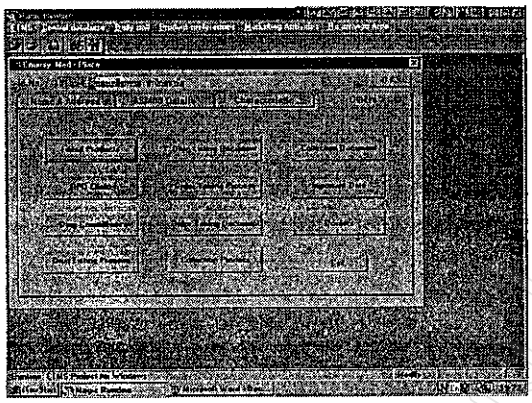
2.4.2 ลักษณะของระบบข้อมูล ETMS

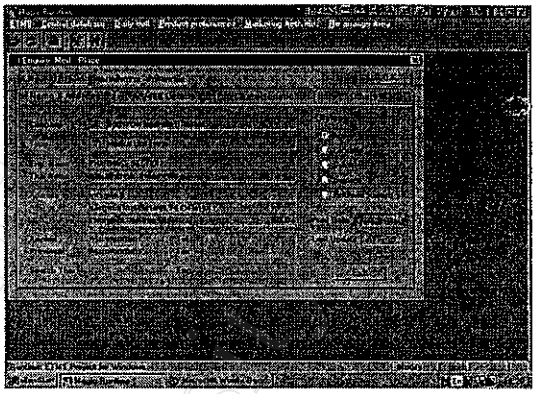
ระบบข้อมูล ETMS เป็นระบบข้อมูลที่ถูกออกแบบและพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับของธุรกิจยาในปัจจุบันโดยเฉพาะ โดยเป็นระบบข้อมูลที่ออกแบบให้ง่ายต่อการจัดเก็บข้อมูล และรวดเร็วในการเรียกข้อมูลที่มีอยู่ในฐานข้อมูลขึ้นมาใช้งาน และที่สำคัญระบบข้อมูล ETMS ต่างจากระบบข้อมูล Data Base อื่นๆ คือเป็นระบบข้อมูลที่มีโปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมอยู่ด้วย โดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละกลุ่มลูกค้า เช่น แพทย์ เภสัชกร คนไข้ และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขอื่นๆ

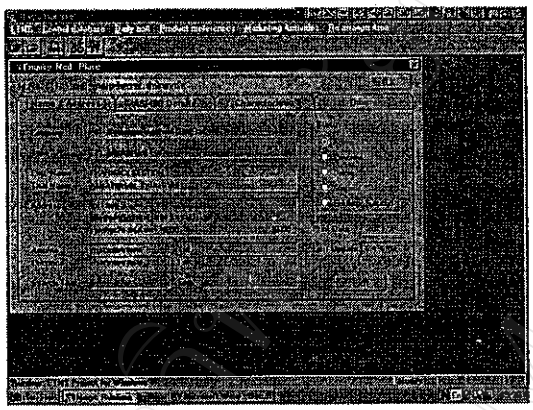
การใช้งานของระบบข้อมูล ETMS เริ่มต้นจากการบันทึกข้อมูลทางการตลาดที่ต้องการผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลที่ได้รับอาจมาได้จากหลายทางเช่น ข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาหลังการเข้าพบลูกค้า ข้อมูลที่ได้รับจากการส่งจดหมายตอบรับทางธุรกิจ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลที่สาม (Third Party) และข้อมูลที่ได้รับจากการจัดทำกิจกรรมทางการตลาด เช่น การออกงานแสดงสินค้า เป็นต้น

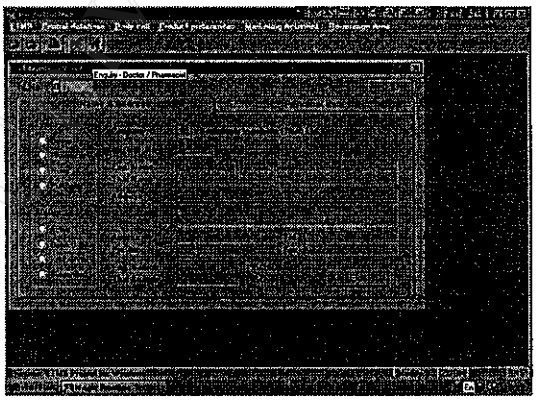
ข้อมูลด้านการตลาดที่จัดเก็บในระบบข้อมูล ETMS ได้แก่

- ข้อมูลทั่วไปของโรงพยาบาลและคลินิก เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจการ เช่น ชื่อลูกค้า ที่อยู่ ประเภทของลูกค้า หมายเลขโทรศัพท์ วันเวลาที่อนุญาติให้เข้าพบ ขั้นตอนการประมูลยาหรือการสั่งซื้อ และรายชื่อคณะกรรมการพิจารณายาเข้าโรงพยาบาล เป็นต้น
- ข้อมูลส่วนตัวของแพทย์ เช่น วันเกิด ประวัติการศึกษา และประเภทความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เป็นต้น
- ประวัติการเลือกซื้อ และใช้เวชภัณฑ์ยาของลูกค้า พร้อมเหตุผลในการเลือกใช้เวชภัณฑ์ยาแต่ละชนิด
- ข้อมูลของคู่แข่งขัน เช่น แผนการตลาดของคู่แข่ง แนวทางการดำเนินงานของคู่แข่งในแต่ละช่วงเวลา และข้อมูลอื่นๆที่จำเป็น และมีผลต่อการดำเนินการขององค์กร









นอกจากใช้บันทึกข้อมูลทางการตลาดแล้ว ระบบข้อมูล ETMS ยังสามารถใช้ในการรับส่งข่าวสารระหว่างพนักงานฝ่ายการตลาดที่อยู่ในพื้นที่การทำงาน กับพนักงานฝ่ายการตลาดที่ทำงานอยู่ในบริษัทฯ ให้เป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วอีกด้วย เช่น

- ใช้รับ-ส่งข่าวสารต่างๆ ผ่านทางระบบ Electronic Mailing
- ส่งคำสั่งซื้อของลูกค้า (Sales Order) ผ่านทางระบบ electronic มายังระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ
- สามารถรับ-ส่งข่าวสารระหว่างบริษัทฯและพนักงานฝ่ายการตลาด ที่อยู่ในพื้นที่การทำงานหลายคนพร้อมกันได้รวดเร็วและปลอดภัย เนื่องจากไม่ต้องส่งข้อมูลผ่านทาง โทรสาร หรือพิมพ์เป็นเอกสารส่งออกไป ซึ่งอาจเกิดการรั่วไหลของข้อมูลได้

2.4.3 ประโยชน์ของระบบข้อมูล ETMS

พนักงานฝ่ายการตลาดสามารถนำระบบข้อมูล ETMS มาประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

- ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด รวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งช่วยการคำนวณต่างๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
- ช่วยจัดทำบันทึกหรือรายการต่างๆที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ตามคำสั่งที่พนักงานฝ่ายการตลาดเรียกใช้
- ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด ให้ปฏิบัติงานประจำวันทั่วไป ได้รวดเร็วขึ้น
- ช่วยเสริมการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาดที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยใช้พนักงานฝ่ายการตลาดจำนวนเท่าเดิม
- ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด ค้นหาข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบ
- ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด จัดเตรียมเสนอรายงานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการนำเสนอข้อมูลเพื่อการรายงานที่ชัดเจนและน่าสนใจเพิ่มขึ้น
- ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเข้าช่วยอาทิ การจัดตารางการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาด (Daily Plan Report) ,การดูแลควบคุมคำสั่งซื้อ และการชำระหนี้ของลูกค้า
- ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาดฝ่ายบริหาร ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เช่น วิเคราะห์ข้อมูลการขายผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานของ พนักงานฝ่ายการตลาด
- พนักงานฝ่ายการตลาด ใช้เป็นเครื่องมือช่วยเตรียมข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ
- เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเป็นกลุ่มของพนักงานฝ่ายการตลาด
- พนักงานฝ่ายการตลาดสามารถนำข้อมูลที่มีอยู่ มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ช่วยทำให้มีข้อมูลที่ทันสมัย และมีความถูกต้องมากขึ้น

2.4.4 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้ระบบข้อมูล ETMS เกิดประโยชน์สูงสุด

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้ ระบบข้อมูล ETMS เกิดประโยชน์สูงสุด คือ

- ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านระบบงาน ควบคู่ไปกับการแก้ไขปรับปรุงฐานข้อมูลให้ถูกต้อง ทันสมัย ครบถ้วน และทันเวลา อยู่เสมอ
- ระบบต้องมีการปรับปรุงสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- มีการปรับปรุงฐานข้อมูลให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและของตลาด

- ที่สำคัญคือระบบ Security และ Loyalty ของพนักงานขายที่มีต่อบริษัทฯ เป็นสิ่งที่ต้องปลูกฝัง เพื่อป้องกันการรั่วไหล ของข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่พนักงานฝ่ายการตลาดถืออยู่ ไปสู่บุคคลภายนอก ซึ่งจะทำได้รวดเร็วและสะดวกกว่าเดิมมาก
- สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเสมอคือ การสร้างฐานข้อมูลที่ดีต้องการเวลาและความพยายามอย่างมากของพนักงานทุกฝ่าย นั่นคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการสร้างฐานข้อมูลนี้จะต้องมีความศรัทธาแน่วแน่ที่จะทำ เนื่องจากการได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและใช้งานได้เป็นสิ่งที่ยากและต้องการเวลาในการพัฒนา การทำงานจึงต้องแบ่งเป็นหลายๆ ขั้นตอน เมื่อประสบความสำเร็จทีละขั้นแล้วจึงเริ่มทำขั้นตอนต่อไป การทำพร้อมกันทั้งหมดทุกขั้นตอนอาจทำให้งานล้มเหลวได้เนื่องจากไม่สามารถมองภาพได้ชัดเจนและปริมาณงานมากทำให้คุณภาพของงานแย่ลง นอกจากนี้ระยะเวลาที่ยาวนานจะบั่นทอนความมานะพยายามและความเชื่อมั่นของทีมงาน

2.4.5 ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเลคทรอนิค (อี ที เอ็ม เอส) ของบริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ (ไทย) จำกัด

บริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ (ไทย) จำกัด กำลังจะนำระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ โดยกำลังทำการดัดแปลงแก้ไขจากระบบข้อมูล ETMS ของบริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ ประเทศนิวซีแลนด์ เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจยาในประเทศไทย โดยครั้งแรกคาดว่าจะเริ่มนำมาใช้ในปี พ.ศ. 2541-2542 แต่เนื่องจากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงเวลาดังกล่าว ประกอบกับการลงทุนในระยะแรกของระบบข้อมูล ETMS ค่อนข้างสูงทางบริษัทฯจึงเลื่อนการนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้ออกไป คาดว่าจะสามารถดำเนินการได้ในปลายปี พ.ศ.2543 หรือ ต้นปี พ.ศ.2544

จากแนวความคิดทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น อาจพอสรุปได้ว่า ในการเปลี่ยนแปลงระบบสารสนเทศขององค์กร การได้รับความเต็มใจ และความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลง จะทำให้ผลของการพัฒนาระบบสารสนเทศประสบความสำเร็จ การที่พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงระบบข้อมูล อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและยังเป็นพลังให้พนักงานเกิดความมานะอดทนตั้งใจปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ และในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อจะมีการนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือ แก่พนักงานฝ่ายการตลาดของ บริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ (ไทย) จำกัด ต่อการเปลี่ยนแปลงมาใช้ ระบบข้อมูล ETMS