

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน:
การนำไปประยุกต์ใช้ด้านธุรกิจ*

Theory of Reason Action and Theory of Planned Behavior:
An Application to Business

Received:	April	3, 2019
Revised:	August	23, 2019
Accepted:	August	26, 2019

อนุวัตร จุลินทร (Anuwat Julintron)**
ดุษฎี โยเหลา (Dusadee Yoelao)***
เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ (Petcharat Saisombut)****

บทคัดย่อ

ในภาวะปัจจุบันที่ระบบเศรษฐกิจและธุรกิจมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น การสร้างความรู้ความเข้าใจต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความรู้ด้านธุรกิจหรือเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวจึงอาจไม่เพียงพอ ความรู้ในสาขาอื่นที่เกี่ยวข้องจึงได้มีบทบาทเข้ามาช่วยในการอธิบายหรือทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจต่าง ๆ โดยหนึ่งในเครื่องมือที่มีการนำมาใช้ในการทำความเข้าใจในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจมากคือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมและพฤติกรรมศาสตร์ที่ ไอเซค ไอเซน (Icek Ajzen) และมาร์ติน ฟิชบายน์ (Martin Fishbein) เป็นผู้พัฒนาขึ้น ทฤษฎีทางพฤติกรรมนี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจของธุรกิจ 3 ด้านใหญ่ ได้แก่ 1) พฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกบริษัท อาทิ พฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดในการส่งเสริมให้มีการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น 2) พฤติกรรมของบุคลากรภายในบริษัท อาทิ ผู้บริหารหรือพนักงาน ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาบุคลากรของบริษัท และ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของปริญญาานิพนธ์หลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

This paper is a part of the PhD. dissertation in applied behavioral science research, Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

** อนุวัตร จุลินทร นิสิตปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, julintron@gmail.com. โทร 022024373

Anuwat Julintron, Doctor of Philosophy student in applied behavioral science research, Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University, julintron@gmail.com, phone 02 2024373

*** ดุษฎี โยเหลา รองศาสตราจารย์ ดร. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Associate Professor Dr. Dusadee Yoelao, Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University, dusadeeyoelao@gmail.com

**** เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Assistant Professor Dr. Petcharat Saisombut, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University, petcharatsb@gmail.com

3) พฤติกรรมการของบริษัทหรือองค์กรโดยรวม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อภาคสาธารณะในการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้บริษัทกระทำพฤติกรรมที่ต้องการ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำทฤษฎี พร้อมทั้งนำเสนอตัวอย่างการวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้าน เพื่อให้ผู้ที่สนใจทั้งภาคธุรกิจและสาธารณชนสามารถพิจารณานำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สร้างความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อไป

คำสำคัญ : ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล การตัดสินใจทางธุรกิจ

Abstract

At the present, the business and economy are more complex so that the standalone concept of both business and economy may be not sufficient to understand the behavior or action of various group in the economy. Hence, the knowledges of related fields have important role to explain or understand the factors affecting various economic decisions. One of the outstanding methods that utilized to understand business decision or behavior consists of “the Theory of Planned Behavior and Theory of Reason Action”, which are psychology and behavioral science-based theories proposed by Icek Ajzen and Martin Fishbein. These behavioral theories have been used as a tool for researching business decision-making behavior in three major areas, namely 1) behavior of stakeholders outside the company, such as customer behavior which will be useful for marketing planning or promoting the purchasing of products or services, 2) behavior of personnel within the company such as executives or employees which can be used for planning the company’s human resources development, and 3) the overall behavior of the company or organization which will be beneficial to the public sectors for promoting or encouraging companies to follow their desired behavior. This article aims to introduce the theories and present relevant research examples in each related field, so that interested parties in both the business and public sectors can apply these analytical tools to better understand the business insight.

Keywords: Theory of Planned Behavior, Theory of Reasoned Action, Business Decision

1. บทนำ

ปัจจุบันระบบเศรษฐกิจและธุรกิจมีความสลับซับซ้อน ปัญหาต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่หลากหลายในการทำความเข้าใจถึงการกระทำของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ องค์ความรู้หรือประสบการณ์ด้านธุรกิจเพียงด้านเดียวจึงอาจไม่เพียงพอ การทำความเข้าใจถึงการตัดสินใจทางธุรกิจจึงได้มีการนำแนวคิดหรือทฤษฎีจากหลากหลายสาขาเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์สร้างความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นสาขาเศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมศาสตร์ จิตวิทยา และสาขาความรู้ที่ได้รับความสนใจในการนำมาใช้ในการทำความเข้าใจธุรกิจสาขาหนึ่งคือ “พฤติกรรมศาสตร์” ซึ่งเป็นสาขาที่มีการใช้แนวทางทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการทำความเข้าใจในพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบธุรกิจ

วิชาพฤติกรรมศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ โดยใช้วิธีการศึกษาที่เป็นวิทยาศาสตร์ มีการตั้งข้อสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์พร้อมทั้งการทดสอบหาข้อมูลสนับสนุน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อที่อธิบายหรือพยากรณ์เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์นั้น ๆ (จรรยา สุวรรณทัต, 2537) ในขณะที่ระบบเศรษฐกิจหรือธุรกิจจะหมายถึงระบบที่กลุ่มบุคคลต่าง ๆ มีการรวมกลุ่มเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจ อาทิ ผู้ซื้อ ผู้ผลิต แรงงาน สถาบันการเงิน ฯลฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการในการแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เช่น การตัดสินใจผลิตสินค้า การตัดสินใจซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการให้แก่บุคคลต่าง ๆ ที่อยู่ร่วมกันในสังคมให้ได้รับประโยชน์มากที่สุด ซึ่งการดำเนินการในระบบเศรษฐกิจหรือธุรกิจเป็นการกระทำหรือการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเป็นกระทำหรือตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจหรือธุรกิจ ดังนั้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์จึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้

ภายใต้การศึกษาทางพฤติกรรมศาสตร์ ทฤษฎีที่มีการนำมาใช้แพร่หลายทฤษฎีหนึ่งคือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมของไอแซค ไอเซน (Icek Ajzen) ที่มีการปรับปรุงมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ที่ไอเซนพัฒนาร่วมกับมาร์ติน ฟิชบายน์ (Martin Fishbein) ทั้งสองทฤษฎีนี้ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างหลากหลายในการศึกษาหรือพยากรณ์ถึงพฤติกรรมตลอดจนการตัดสินใจกระทำมนุษย์ในหลายด้าน เช่น การศึกษาพฤติกรรม การขับรถเร็วโดย คอนเนอร์ สมิทท์ และแม็คมิลาน (Conner, Smith, & McMillan, 2003) การศึกษาด้านสุขภาพ อาทิ การกลับมาสูบบุหรี่ใหม่โดยแกนท์ (Gantt, 2001) การใช้ถุงยางอนามัย โดยคาร์แมคและลิวอิส-มอส (Carmack & Lewis-Moss, 2009) การเลือกอาชีพหรือการเลือกตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ โดยนิชิมูราและทริชทาน (Nishimura & Tristán, 2011) และชุกและบราเทียนู (Shook & Bratianu, 2010) พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องศีลธรรม อาทิ การเล่นเกมพนัน โดยหวูและถัง (Wu & Tang, 2011) ตลอดจนการโกงในด้านการศึกษา โดย สโตน จาวาฮาร์และคิสมอร์ (Stone, Jawahar, & Kisamore, 2009)

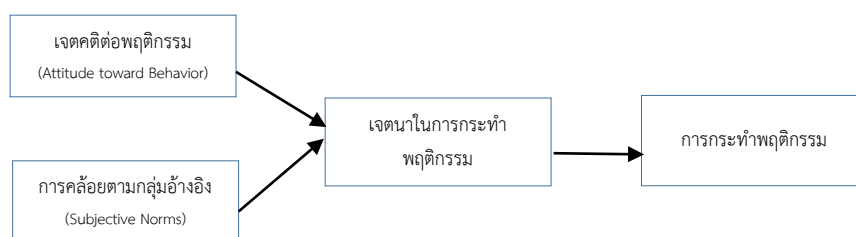
สำหรับในด้านธุรกิจ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ก็ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อใช้ในการศึกษาสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมขององค์กรหรือผู้บริหารขององค์กร พนักงาน และลูกค้า เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ด้านบริหารและการออกกลยุทธ์ อย่างไรก็ตามจากการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลบทความวิจัยต่าง ๆ พบว่าการศึกษาทางธุรกิจโดยใช้ประโยชน์จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังมีน้อย

ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของเซาท์ลีย์ (Southey, 2011) ที่เห็นว่าการนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาใช้ยังมีจำกัดในการวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่จำกัดนี้อาจหมายถึงโอกาสที่ดีในการนำมาใช้วิจัยมากขึ้นในอนาคต

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน รวมถึงทฤษฎีพฤติกรรมด้วยเหตุผล เนื่องจากทั้งสองมีแนวคิดพื้นฐานและใช้ตัวแปรร่วมกัน รวมทั้งจะมีการวิเคราะห์จำแนกประเภทของการนำมาใช้ พร้อมกับนำเสนอตัวอย่างการวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้าน พร้อมกับข้อเสนอแนะที่นักวิจัยมีต่อการกำหนดหรือปรับปรุงแผนหรือมาตรการต่าง ๆ ต่อภาคธุรกิจและสาธารณะอันเป็นผลต่อเนื่องจากสิ่งที่ค้นพบ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนถึงแนวทางการนำทฤษฎีนี้มาใช้ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม สุดท้ายจะมีการเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการนำทฤษฎีดังกล่าวไปใช้ในทางธุรกิจที่จะทำให้แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ของไอเซน มีจุดเริ่มต้นจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลที่ ไอเซนและพิชบายน์ พัฒนาร่วมกันในปี 1980 (Ajzen, 2011b) โดยทั้งสองทฤษฎีนี้มีแนวคิดบนพื้นฐานว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นการกระทำที่มีเป้าประสงค์ (Goal-Directed) หรือเป็นการกระทำที่มีการวางแผนหรือตั้งใจไว้โดยพฤติกรรมของมนุษย์จำนวนมากที่เป็นการกระทำที่สามารถควบคุม (Volitional Control) ที่จะทำหรือไม่ทำก็ได้ อาทิ จะดูโทรทัศน์หรือไม่ การตัดสินใจออกไปเลือกตั้ง การจะเลือกซื้อสินค้าชนิดใด เป็นต้น ทั้งนี้ ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ระบุว่า การกระทำของมนุษย์มีลักษณะมีเหตุมีผล โดยมีการประมวลรวบรวมข้อมูลทั้งหมดทั้งที่เป็นข้อมูลชัดเจน (Explicit) และข้อมูลที่เป็นนัยไม่ชัดเจน (Implicit) มาพิจารณาแยกแยะผลต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจจะกระทำหรือไม่กระทำให้สิ่งใด และตั้งสมมุติฐานว่า การตัดสินใจทำสิ่งใดของมนุษย์จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักคือเจตนา (Intension) ในการกระทำพฤติกรรม หากบุคคลมีเจตนาในการกระทำสูงก็มีโอกาสที่คนจะทำการพฤติกรรมในเรื่องนั้น ๆ มากขึ้น โดยมีปัจจัยพื้นฐานสำคัญ 2 ด้านที่มีผลต่อเจตนา คือปัจจัยทางบุคคลและปัจจัยทางอิทธิพลทางสังคม (Ajzen, 1985, 1991, 2011a, 2012) โดยปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) และด้านอิทธิพลจากสังคมได้แก่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) รายละเอียดตามภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลที่มาจาก Hale, Jerold L.; Householder, Brian J.; & Greene Kathryn L. (2002) The Theory of Reasoned Action. In The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice. pp.261

จากภาพประกอบที่ 1 สมมุติฐานของทฤษฎีพฤติกรรมด้วยเหตุผลกำหนดว่าบุคคลมีแนวโน้มจะทำพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับ 2 ตัว คือ เจตนาการกระทำพฤติกรรม (Intension) และความเชื่อส่วนตัวของผู้ทำว่าตนมีความสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้ ซึ่งสามารถเขียนแทนได้ด้วยสมการ [1] (Ajzen, 1985)

$$B \sim I \propto [w_1 A_b + w_2 SN] \dots\dots[1]$$

โดย B คือพฤติกรรม I แทนเจตนาในการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ A_b คือ เจตคติต่อการกระทำพฤติกรรม B, SN คือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง w_1 คือ น้ำหนักความสำคัญที่บุคคลให้แก่เจตคติ และ w_2 คือ น้ำหนักความสำคัญที่บุคคลให้กับกลุ่มอ้างอิง ไอเซนใช้เครื่องหมาย \sim เพื่อแสดงว่าเจตนาในการพฤติกรรมจะสามารถใช้ในการทำนายพฤติกรรมได้หากเจตนาไม่มีการเปลี่ยนแปลงก่อนการเกิดพฤติกรรม ทั้งนี้เป็นเพราะนอกจากตัวแปรในแบบจำลองข้างต้นแล้ว “เวลา” ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลให้เจตนาในการกระทำพฤติกรรมโดยเจตนาในการพฤติกรรมมักจะเปลี่ยนไปตามเวลา ส่วนหนึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของ “ความเชื่อที่เด่นชัด (Salient Belief)” โดยความเชื่อของผลในเชิงลบมักจะสูงหรือชัดเจนมากขึ้นเมื่อใกล้ถึงเวลาที่ต้องทำพฤติกรรมนั้นจริง และ \propto แสดงว่าเจตนาในการกระทำพฤติกรรมเป็นสัดส่วนโดยตรงกับผลรวมของเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทั้งนี้ เมื่อผู้กระทำพฤติกรรมมีเจตนาในการกระทำพฤติกรรมสูงหรือคิดว่าตนมีความสามารถในการกระทำพฤติกรรมนั้นได้จะมีโอกาสที่บุคคลนั้นจะทำพฤติกรรมดังกล่าวสูงขึ้น

ไอเซน (Ajzen, 1985, 2012) ได้อธิบายตัวแปรที่สำคัญทั้ง 2 ด้าน ดังนี้

1) ปัจจัยด้านตัวบุคคลหรือเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) จะเป็นผลรวมของความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เด่นชัด (Salient Behavior Belief) ซึ่งจะเป็นการประเมินผลดีและผลเสียในด้านต่าง ๆ เมื่อทำพฤติกรรมนั้น ๆ แล้วคาดว่าจะเกิดขึ้น เมื่อผู้กระทำพฤติกรรมดังกล่าวทำการประเมินผลดีและผลเสียในด้านต่าง ๆ รวมกับโอกาสที่ผลดีและผลร้ายดังกล่าวจะเกิดขึ้นจริง (Subjective Probability) เจตคติในการกระทำพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์กับผลรวมของค่าผลที่คาดว่าจะได้รับของความเชื่อเด่นชัดในด้านต่าง ๆ คุณกับความน่าจะเป็นที่การกระทำพฤติกรรมจะก่อให้เกิดผลที่คาดนั้น ซึ่งสามารถแสดงได้โดยสัญลักษณ์ในสมการที่ [2] โดยกำหนดให้ A_b คือเจตคติในการกระทำพฤติกรรม B, b_i ความน่าจะเป็นที่แต่ละบุคคลประเมินเองว่าการกระทำพฤติกรรม B จะทำให้เกิดผลลัพธ์ i และ e_i คือผลที่คาดว่าจะเกิดของความเชื่อเด่นชัด i และ n คือจำนวนของความเชื่อที่เด่นชัด

$$A_B \propto \sum_{i=1}^n b_i e_i \dots\dots\dots[2]$$

ทั้งนี้ หากผลรวมของความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ รวมกันแล้วเป็นบวกมากกว่าเป็นลบ จะส่งผลให้เจตคติของการกระทำพฤติกรรมดีขึ้น

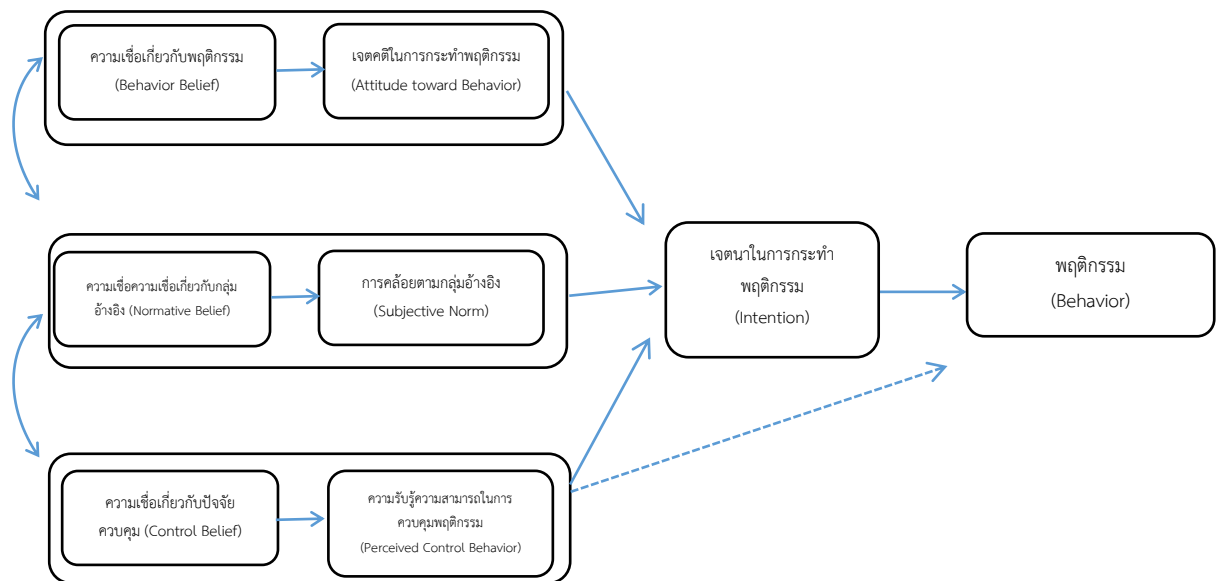
2) ปัจจัยด้านสังคมหรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) อันเป็นผลรวมของความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Belief) ซึ่งในทฤษฎีนี้จะหมายถึงการรับรู้ถึงความกดดันของคนในสังคมนั้นว่ามีความต้องการให้บุคคลนั้นกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ หรือไม่ กล่าวคือ เป็นผลรวมของระดับความต้องการของคนสำคัญรอบข้างแต่ละคน อาทิ เพื่อน ครอบครัว หัวหน้า เพื่อนร่วมงาน ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง (แพทย์ นักบัญชี ฯลฯ) ว่าเห็นด้วยหรือไม่กับการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว และนำมาประเมินร่วมกับระดับที่ผู้ทำ

พฤติกรรมต้องการทำตามความประสงค์ (Motivation to Comply) ของบุคคลเหล่านั้น ๆ ซึ่งสามารถแสดงได้ด้วยสัญลักษณ์ในสมการที่ [3]

$$SN \propto \sum_{j=1}^n n_j m_j \dots\dots\dots[3]$$

โดย SN คือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง n_j คือระดับความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Strength of each Normative Belief) ที่ j , m_j คือระดับการมีอิทธิพลในการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to comply) j และ j คือจำนวนกลุ่มอ้างอิง ทั้งนี้หาก มีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อผู้ทำพฤติกรรมมีความประสงค์สนับสนุนให้ผู้กระทำพฤติกรรมที่ศึกษามากขึ้นและบุคคลนั้นประสงค์ที่จะทำตาม เจตนาในการกระทำก็จะสูงขึ้นด้วย

ต่อมาไอเซน (Ajzen, 1985) เห็นว่าข้อจำกัดหนึ่งของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล คือ ข้อจำกัดของการเปลี่ยนจากเจตนาในการกระทำพฤติกรรมไปสู่การกระทำพฤติกรรมจริง โดยเห็นว่าเจตนาในการกระทำพฤติกรรมจะคาดการณ์การกระทำพฤติกรรมได้หรือไม่จะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขสำคัญอีกประการหนึ่งคือ พฤติกรรมที่จะทำนั้นขึ้นอยู่กับอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้กระทำหรือมีความสามารถในการกระทำหรือไม่ ไอเซนจึงได้ทำการพัฒนานาแบบจำลองโดยเพิ่มปัจจัยด้านความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในแบบจำลอง ที่เรียกว่า “ความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Control Behavior)” และเรียกทฤษฎีนี้ใหม่ว่า “ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) โดยแบบจำลองนี้แสดงรายละเอียดในภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ที่มา Icek Ajzen. (2005) Laws of Human Behavior: Symmetry, Compatibility, and Attitude-Behavior Correspondence in Multivariate Research Strategies, p. 9.

ภายใต้แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ไอเซนพัฒนานี้ นอกจากสมมุติฐานเดิมที่กำหนดให้เจตนาในการกระทำพฤติกรรมมีผลโดยตรงกับการกระทำพฤติกรรม และเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลกับพฤติกรรมทางอ้อมผ่านเจตนาในการกระทำพฤติกรรมแล้ว ไอเซนได้เพิ่มตัวแปรความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Control Behavior) โดยตั้งสมมุติฐานให้ตัวแปรนี้มีอิทธิพลทั้งทางตรงต่อการกระทำพฤติกรรมและมีผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมผ่านเจตนา โดยไอเซน (Ajzen, 2012) ได้อธิบายตัวแปรนี้ว่า ความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นความเชื่อว่ามีอุปสรรคหรือสิ่งสนับสนุนให้กระทำพฤติกรรมนั้นหรือไม่ ซึ่งบุคคลนั้น ๆ จะทำการประเมินจากประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จึงเรียกความเชื่อนี้ว่า ความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยควบคุม (Control Belief) ซึ่งปัจจัยที่ผู้กระทำพฤติกรรมเชื่อว่าจะจะเป็นอุปสรรคหรือช่วยส่งเสริมให้การกระทำง่ายขึ้นสามารถมีได้หลายปัจจัย ดังนั้นความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จึงเป็นผลรวมของความเชื่อถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นบวก (สนับสนุน) และเป็นลบ (อุปสรรค) ต่อการกระทำพฤติกรรม อาทิ มีเวลาว่างเพียงพอหรือไม่ มีความรู้ด้านเทคนิคเพียงพอในการกระทำหรือไม่ ประเมินรวมกับโอกาสที่ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นจริง โดยสามารถเขียนเป็นสมการความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้ตามสมการที่ [4]

$$PCB \propto \sum_{k=1}^n c_k p_k \dots\dots\dots[4]$$

โดย PCB คือความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม, c_k คือโอกาสหรือความเชื่อว่าจะปัจจัยการควบคุม k (Subjective Probability or Belief that Control Factor k is Present) จะเกิดขึ้น, p_k คือระดับการมีอุปสรรคหรือส่งเสริมให้สามารถทำพฤติกรรมได้ (the Power of Control Factor k to Facilitate or Inhibit Performance of the Behavior) ทั้งนี้หากผลรวมของการประเมินหรือความรู้ในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าเป็นบวกจะส่งเสริมให้เจตนาในการกระทำพฤติกรรมมากขึ้น และยังส่งเสริมให้เกิดการกระทำพฤติกรรมได้โดยตรงอีกทางด้วย

การประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลในงานวิจัยทางธุรกิจ

จากการที่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลเป็นทฤษฎีที่ทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจของมนุษย์ ซึ่งนอกจากจะสามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมหรือการกระทำที่จะเกิดขึ้นแล้ว ยังสามารถใช้ในการออกแบบเครื่องมือทางด้านนโยบาย มาตรการและแผนงานต่าง ๆ ในการส่งเสริมให้มีการทำหรือไม่ทำอะไร อาทิ ในทางสาธารณสุข สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนให้ประชาชนกระตุ้นให้มีการออกกำลังกายมากขึ้น หรือกระตุ้นให้เลิกการสูบบุหรี่ เป็นต้น ในทางธุรกิจมีการนำเอาทฤษฎีทั้งสองมาใช้ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผน เช่น แผนการตลาดในการส่งเสริมการขายสินค้า แผนในการพัฒนาพนักงาน เป็นต้น

จากการสืบค้นบทความจากฐานข้อมูลทางวิชาการ เช่น EBSCO, JSTOR และเว็บไซต์ต่าง พบว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในด้านที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวนหนึ่ง และเมื่อวิเคราะห์แนวทางในการนำมาใช้ประโยชน์จะสามารถแบ่งชนิดของการศึกษาได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ คือ 1) การศึกษาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกบริษัท อาทิ พฤติกรรมของลูกค้า 2) การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคลากรภายในบริษัท และ 3) การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบริษัทโดยรวม ซึ่งในการศึกษาในแต่ละด้านจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้แตกต่างกัน

การศึกษาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกบริษัท

การนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมาใช้ในทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกของบริษัท ส่วนมากจะนำมาใช้ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นลูกค้าบริษัท อาทิ การเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างจากสินค้าเดิม เช่น สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น หรือการตัดสินใจซื้อของทางการขายหรือบริการ โดยเฉพาะช่องทางจัดจำหน่ายหรือสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องเรียนรู้ในการเปลี่ยนมาใช้ การศึกษาพฤติกรรมในด้านนี้จะมีประโยชน์ในการให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อบริษัทในการนำผลการศึกษามาใช้ในการออกแบบแผนทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายกับกลุ่มลูกค้าของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังสามารถเป็นประโยชน์ภาคสาธารณะในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ประชาชนมีการใช้สินค้าที่เป็นประโยชน์กับสังคม อาทิ สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีส่วนช่วยการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ดังต่อไปนี้

ด้านการเลือกซื้อสินค้า ทั้ง 2 ทฤษฎีได้ถูกนำมาหาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ ตัวอย่าง เช่น หวูและเถิง (Wu และ Teng, 2011) ได้มีการที่ศึกษาถึงเจตนา (intention) ในการเลือกพักในโรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในไต้หวัน โดยใช้แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ได้มีการประยุกต์โดยนอกรอกจากการกำหนดให้ตัวแปรพื้นฐาน 3 ด้านของทฤษฎี (เจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาในการเลือกใช้บริการของโรงแรมสีเขียวตามปกติแล้ว ยังมีการกำหนดให้การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลกับเจตนาในการกระทำพฤติกรรมทางอ้อมผ่านเจตคติอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ยังได้มีการเพิ่มตัวแปรที่เรียกว่าประสบการณ์ในอดีตที่ตั้งสมมุติฐานว่านอกจากจะมีอิทธิพลโดยตรงกับเจตนาในการใช้บริการแล้วยังมีอิทธิพลผ่านตัวแปรหลักตามตัวของทฤษฎีตามปกติอีกด้วย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 3 ตัวแปรหลักและประสบการณ์การใช้ในอดีต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาการใช้บริการ โดยเจตคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาได้แก่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะต่อธุรกิจว่าแนวทางการตลาดที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้มีการใช้บริการจากโรงแรมสีเขียวควรเน้นที่สร้างเจตคติทางบวกต่อผู้เข้าพัก การโฆษณาต้องมีการสื่อให้เห็นถึงทัศนคติที่ดีของผู้เข้าพัก นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลสูงต่อทัศนคติที่ดี ดังนั้นผู้จัดการโรงแรมจึงควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมสีเขียวต่อกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมอีกทางหนึ่งด้วย สำหรับตัวแปรเพิ่มเติมคือประสบการณ์ในอดีต ซึ่งพบว่ามีอิทธิพลต่อเจตนาเช่นเดียวกัน เนื่องจากประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการจะกระตุ้นให้มีโอกาสใช้บริการซ้ำและ

แนะนำต่อผู้อื่น ดังนั้นผู้จัดการควรพัฒนาบริการให้เกิดความประทับใจพร้อม ๆ กับการให้สิ่งจูงใจต่าง ๆ เพื่อให้มีการเข้าพักที่บ่อยขึ้นด้วย

ตัวอย่างต่อไปเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าแฟชั่นที่หรูหราฟุ่มเฟือยของ เจน คานท์ และ มิชรา (Jain, Khan, & Mishra, 2017) ที่ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคการซื้อขายสินค้าแฟชั่นที่หรูหราในประเทศอินเดียโดยใช้ 3 ตัวแปรพื้นฐานตามปกติของทฤษฎีฯ และพบว่าเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยมีอิทธิพลต่อเจตนาในการซื้อ (ในขณะที่ความรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมแม้ว่าจะไม่มีผลต่อเจตนาในการซื้อ แต่มีอิทธิพลโดยตรงการตัดสินใจซื้อ) โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงต่อเจตนาในการซื้อจะได้แก่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับวัฒนธรรมของอินเดียที่สังคมเป็นแบบกลุ่มนิยม (Collectivist Society) ที่มีการพึ่งพาหะหว่างกัน ดังนั้นผู้บริโภคมักจะถูกชี้นำโดยความเห็นของบุคคลอื่นมากกว่าการตัดสินใจด้วยตัวเอง ผู้วิจัยจึงได้แนะนำต่อนักการตลาดผู้ชายสินค้าแฟชั่นที่หรูหราเหล่านี้ว่า ควรมีการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดโดยคำนึงว่าผู้บริโภคชาวอินเดียได้รับอิทธิพลจากผู้มีความสำคัญอื่น ๆ รอบข้างในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรูหรา และลูกค้าจะให้ความสำคัญกับการได้รับความยอมรับจากชุมชนและความสอดคล้องกับกลุ่มมากกว่าความชอบส่วนตัวหรือการแสดงออกของตัวตน กลยุทธ์การสื่อสารจึงควรเน้นที่คุณค่าทางสังคมมากกว่าคุณค่าความชอบส่วนบุคคล

อีกส่วนที่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและการกระทำด้วยเหตุผลได้ถูกนำมาใช้ในการด้านธุรกิจได้แก่พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า โดยเฉพาะช่องทางใหม่ ๆ อันเป็นผลจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ตัวอย่างของการศึกษาที่เกี่ยวข้องเห็นได้จากงานของจอร์จ (George, 2004) ที่ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งในช่วงเวลาที่ทำการศึกษานั้นมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ต่อต้านการซื้อผ่านช่องทางนี้ โดยระบุว่าสาเหตุที่ไม่ซื้อสินค้าแบบออนไลน์เนื่องจากมีข้อกังวลถึงความเป็นส่วนตัวของข้อมูล เนื่องจากจำเป็นต้องมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแก่ผู้ขายสินค้า จอร์จได้สร้างแบบจำลองที่ปรับปรุงมาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และพบว่า 3 ตัวแปรพื้นฐาน สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ดี แต่ที่น่าสนใจคือในการศึกษานี้คือจอร์จได้กำหนดตัวแปรเพิ่มเติมโดยกำหนดให้เจตคติในการซื้อสินค้าออนไลน์ขึ้นอยู่ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม 2 ด้านได้แก่ ความน่าเชื่อถือของอินเทอร์เน็ต (Internet Trustworthy) และความเชื่อว่าบริษัทไม่ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลหากไม่ได้รับอนุญาตหรือความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Privacy) การศึกษากลับไม่พบความเกี่ยวข้องระหว่างความเชื่อด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจซื้อ จอร์จจึงให้คำแนะนำต่อผู้ขายทางสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องการเพิ่มปริมาณขายว่า ควรให้ความสำคัญความเชื่อเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของอินเทอร์เน็ต ซึ่งในที่นี้ไม่ได้ถึงความน่าเชื่อถือของผู้ขายแต่เป็นความน่าเชื่อถือของระบบอินเทอร์เน็ต ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อเข้าถึงข้อมูลและบริการ (Portal)

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคลากรภายในบริษัท

สำหรับหรับการนำ 2 ทฤษฎีนี้มาใช้ประโยชน์ในส่วนต่อไปจะได้แก่การนำมาศึกษาพฤติกรรมของบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับคือการทราบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกับการกระทำพฤติกรรมของบุคลากรภายใน ซึ่งข้อมูลหรือผลการวิจัยในด้านนี้จะสามารถนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาบุคลากรของบริษัท ให้มีการเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่เป็นประโยชน์กับการดำเนินงานของบริษัทได้

ตัวอย่างแรกของการนำเอาทั้ง 2 ทฤษฎีมาใช้ เห็นได้จากงานวิจัยของมายโคเทนและแฮร์ริสัน (Mykytyn & Harrison, 1993) ที่นำทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริหารอาวุโสในการยอมรับเอาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและกลยุทธ์ (Management and Strategic Information System) มาใช้ โดยใช้ตัวแปรเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรตามปกติ สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษานี้คือได้มีการระบุถึงความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เด่นชัด (Salient Behavior Belief) ที่ชัดเจน ทั้งทางบวก อาทิ การตอบสนองความต้องการลูกค้าที่รวดเร็ว เกิดการประสานงานที่ระหว่างฝ่ายบัญชีและขนส่ง ฯ และทางลบเช่น เวลาและค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากลูกจ้าง ตลอดจนมีการระบุอย่างชัดเจนถึงความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงว่ากลุ่มใดต่อต้าน (ลูกจ้าง กรรมการบริหาร ผู้ถือหุ้น) และกลุ่มใดสนับสนุน (CEO ลูกค้า Supplier) จากการศึกษาที่ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางหรือกลยุทธ์ของบริษัทที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริหารระดับอาวุโสในการยอมรับเอาระบบสารสนเทศที่เป็นประโยชน์มาใช้ ได้แก่กลยุทธ์ในการสร้างเจตคติที่ดีใหม่ ๆ เกี่ยวกับระบบสารสนเทศ โดยพยายามให้ทราบถึงผลที่ชัดเจน (Salient Consequences) ที่ผู้บริหารไม่เคยทราบมาก่อนเนื่องจากเติบโตมาจากสายงานที่ไม่เคยใช้ประโยชน์ในด้านนั้น กลยุทธ์ในการเสริมความเข้มแข็งให้กับความเชื่อเดิม โดยการโน้มน้าวให้เชื่อว่าการกระทำพฤติกรรมดังกล่าวจะเชื่อมโยงหรือส่งผลดีตามที่คาดการณ์ไว้ กลยุทธ์การเปลี่ยนเจตคติที่เป็นไปได้อีกประการหนึ่งคือ การลดความเชื่อถึงผลด้านลบของระบบสารสนเทศ แต่ผู้วิจัยเห็นว่าแนวทางนี้อาจใช้ระยะเวลาจนตลอดจนการชี้ให้เห็นผลลบอาจเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริหารตระหนักถึงข้อเสียของระบบสารสนเทศซึ่งมีโอกาที่จะเกิดผลลบต่อการรับระบบมาใช้ก็ได้

นอกจากนี้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์การบริหารจัดการและพัฒนาพนักงานในระดับปฏิบัติการได้ด้วย ตัวอย่างเห็นได้จากการศึกษาของฟิลลิปและอนิตา (Phillip & Anita, 2010) ที่ทำการศึกษาลึถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารขนาดเล็กในการยอมรับเอานำวิธีปฏิบัติด้านความปลอดภัยในการจับต้องอาหาร (Safe Food Handling Practices) ซึ่งนอกจากทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลให้พนักงานมีการปฏิบัติด้านการจับต้องอาหารที่ถูกต้องแล้วยังมีการออกแบบการวิจัยให้ช่วยในการประเมินประสิทธิภาพของโครงการการฝึกอบรมด้านสุขอนามัยอาหาร (Food Hygiene) ของบริษัทโดยการเปรียบเทียบพฤติกรรมและตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการกระทำพฤติกรรมก่อนและหลังบริษัทมีการใช้การฝึกอบรมอีกด้วย ผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองพฤติกรรมตามแผนสามารถใช้ในการอธิบายหรือพยากรณ์เจตนาในการกระทำพฤติกรรมของพนักงานในการนำเอาแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องในการจับต้องอาหารมาใช้ได้ดี โดยตัวแปรหลักทั้ง 3 ของทฤษฎีสามารถอธิบายเจตนาในการกระทำพฤติกรรมได้ ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อเจตนาในการกระทำพฤติกรรมสูงสุดจะได้แก่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง รองลงมาจะได้แก่ความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและเจตคติเกี่ยวกับพฤติกรรมตามลำดับ จากผลการศึกษาดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่า ความเห็นของบุคคลอื่น ๆ จะเป็นปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญในการวางแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้ปฏิบัติตาม

แนวทางความปลอดภัยในการจับต้องอาหาร สำหรับในประเด็นด้านผลการฝึกอบรมพบว่า หลังการฝึกอบรมแล้ว พนักงานเห็นว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อตนเอง (การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง) ต้องการให้มีการกระทำพฤติกรรมมากขึ้น แต่พบว่าบุคคลที่พนักงานให้ความสำคัญและต้องการทำตามจะได้แก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้จัดการหรือเพื่อนร่วมงานภายในบริษัท

อีกแนวทางที่ทฤษฎีทั้งสองมาใช้เกี่ยวข้องกับพนักงานสามารถเห็นได้จากงานศึกษาของ จิมมีสัน พีช และไวท์ (Jimmieson, Peach, & White, 2008) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้พนักงานมีการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กร (Organizational Change) โดยนอกจากจะศึกษาความสามารถของ 3 ตัวพื้นฐานในการพยากรณ์พฤติกรรมสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงแล้ว ยังกำหนดให้ 2 ตัวแปรเพิ่มเติม ได้แก่ การสื่อสารสร้างความเข้าใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงต่อพนักงานและการให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและดำเนินการเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดให้มีผลทางอ้อมต่อเจตนาในการกระทำพฤติกรรมผ่าน 3 ตัวแปรหลัก พร้อมทั้งมีตัวแปรพิเศษได้แก่ บรรทัดฐานและอัตลักษณ์ (Group Norm and Group Identification) เช่น ระดับ สังกัด และสาขางานที่ทำ ที่ตั้งสมมุติฐานให้มีผลทางตรงกับเจตนาในด้านการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงอีกด้วย จากผลการศึกษาพบว่าตัวแปรพื้นฐานทั้ง 3 ตัว สามารถพยากรณ์การกระทำพฤติกรรมสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงได้ดี ดังนั้นนักวิจัยจึงแนะนำกลยุทธ์ในการกระตุ้นให้พนักงานสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงควรให้ความสำคัญกับทั้งการสร้างเจตคติที่ดีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและพยายามให้พนักงานรับรู้ถึงความต้องการของครอบครัวที่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการสร้างแผนงานเกี่ยวข้องกับการสร้างความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า การสื่อสารสร้างความเข้าใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงต่อพนักงานและการให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและดำเนินการเปลี่ยนแปลงมีผลทางอ้อมต่อเจตนาในการพฤติกรรม ดังนั้นการให้ข่าวสารข้อมูลต่อพนักงานเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง และการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในบริษัทจะเป็นตัวช่วยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถทำการเปลี่ยนแปลงได้สำเร็จ สำหรับในประเด็นด้านบรรทัดฐานและอัตลักษณ์ของกลุ่มพบว่าบุคคลที่มีความรวมกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ของกลุ่มสูงจะมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงหากในกลุ่มมีบรรทัดฐานที่เป็นบวกต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการเข้ามาดำเนินการบริหารให้เกิดเปลี่ยนแปลงจะต้องออกแบบส่งเสริมให้เกิดบรรทัดฐานที่เป็นบวกพร้อม ๆ กับการสนับสนุนอัตลักษณ์ของกลุ่มให้มีความเข้มแข็งมากขึ้นพร้อมไปด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบริษัท

ในส่วนสุดท้ายทั้ง 2 ทฤษฎีได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของธุรกิจ ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การออกนโยบาย หรือการกระทำต่าง ๆ ในนามขององค์กร เช่น การออกนโยบายการรักษาสิ่งแวดล้อม การทำการกุศลช่วยเหลือสังคม ซึ่งพฤติกรรมในส่วนนี้จะสามารถจะศึกษาในระดับของการตัดสินใจของผู้บริหารที่มีอำนาจหรือเป็นการตัดสินใจของบริษัทโดยรวม ซึ่งในประเด็นนี้ในเชิงวิชาการได้มีการถกเถียงถึงความเหมาะสมในการนำทฤษฎีทั้งสองมาใช้ประเมินพฤติกรรมในบริบทขององค์กรขนาดใหญ่ เนื่องจากการตัดสินใจขององค์กรขนาดใหญ่จะมีหลายขั้นตอนมีเกี่ยวข้องกับหลายแผนก หลายบุคคล ในประเด็นนี้ นักวิชาการ เช่น Southey (2011) เห็นว่าทฤษฎีนี้ยังมี ความเหมาะสมในการศึกษาและทำนายพฤติกรรมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือเนื่องจากการตัดสินใจ

SMEs มีความซับซ้อนน้อยกว่าและมักจะตัดสินใจโดยบุคคลเดียว ซึ่งเป็นความเห็นที่สอดคล้องผลการศึกษาของ ทอมสันและพานายิโอปูลอส (Thompson & Panayiotopoulos, 1999) ที่ทำการศึกษาเพื่อประเมิน ความสามารถของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและการกระทำด้วยเหตุผลในการพยากรณ์พฤติกรรมธุรกิจขนาดเล็ก และพบว่าทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลสามารถใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมของธุรกิจขนาดเล็กได้ดี

สำหรับการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของบริษัทหรือองค์กร จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐหรือองค์กรไม่หวังผลกำไร ในการเรียนรู้เข้าใจถึงพฤติกรรมและปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ บริษัทมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น การลดการปล่อยของเสียฝุ่นควัน การประหยัดพลัง การ Recycle การทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เป็นต้น โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้ในการกำหนดนโยบาย มาตรการ แผนงานหรือโครงการในการกระตุ้นหรือส่งเสริมให้ภาคธุรกิจ มีการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างของงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมขององค์กรในด้านการลดของเสีย เห็นได้งานศึกษาของ เบนนิงตันและมินูโทโล (Bennington & Minutolo, 2013) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศสหรัฐอเมริกา มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยศึกษาในประเด็นของการลด ของเสียของบริษัท โดยตั้งสมมุติฐานตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนปกติว่าเจตคติ ซึ่งวัดจากเจตคติว่าการลด ของเสียเป็นสิ่งสมควรทำหรือไม่ (Favorable/Unfavorable) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งวัดจากผู้นำองค์กร ว่าสังคมมีบรรทัดฐานในเรื่องการลดของเสียในลักษณะส่งเสริมหรือไม่สนใจ (Supportive/Indifferent) และ ความรับรู้ความสามารถในการกระทำพฤติกรรม ที่วัดจากความเชื่อของผู้นำองค์กรถึงความสามารถของบริษัท ในการลดของเสีย ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 3 ปัจจัยมีผลต่อการลดของเสีย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ เจตคติต่อพฤติกรรม รองลงมาคือความเชื่อด้านบรรทัดฐานของสังคม ผู้วิจัยจึงเห็นว่าจากเจตคติที่มีอิทธิพลสูงนี้ จะช่วยให้ภาครัฐเห็นว่าการกระตุ้นให้ SMEs ลดของเสีย สิ่งสำคัญไม่ใช่การให้ประโยชน์จูงใจ (Incentive) การลงโทษ หรือการให้การสนับสนุน รวมทั้งไม่ใช่จากการสร้างแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนของบริษัท หากแต่ เป็นการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการลดของเสียซึ่งเป็นประเด็นด้านเจตคติมากกว่า

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังถูกนำมาใช้ในการศึกษาด้านการตัดสินใจด้านกลยุทธ์ของบริษัท ริวีรา-คามิโ (Rivera-Camino, 2012) ได้ศึกษาพฤติกรรมด้านกลยุทธ์ธุรกิจในด้านที่เกี่ยวข้องกับการ ออกนโยบายธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในยุโรปบางประเทศ โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการผลักดันให้ บริษัทมีการออกกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในด้านสิ่งแวดล้อม (Corporate Environmental Market Responsiveness: CEMR) ซึ่งจะวัดจากการมีกลยุทธ์ทางการตลาด 4Ps (Product, Price, Place และ Promotion) ที่มีเป้าหมายเพื่อลดผลกระทบของบริษัทที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยยังปรับปรุงเพิ่มเติม แบบจำลองดังนี้ 1) เพิ่มตัวแปรพฤติกรรมในอดีตให้มีผลต่อเจตคติในการกระทำพฤติกรรม โดยหากเคยทำ พฤติกรรมมาแล้วในอดีตจะทำให้เจตคติต่อพฤติกรรมดีขึ้น 2) กำหนดให้การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลทางบวก ทั้งต่อเจตคติและความรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 3) แบ่งความรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรมเป็นสองด้านคือปัจจัยภายในบุคคล อาทิ การรับรู้ของผู้จัดการถึงความสำคัญของปัญหา ซึ่งกำหนดให้มี ความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม และปัจจัยภายนอกบุคคล (เช่น การขาดข้อมูล การขาดทักษะ การขาด

งบประมาณ เป็นต้น) ซึ่งกำหนดให้มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรม 4) เพิ่มตัวแปรบริบทขององค์กร (Organization Context) ซึ่งวัดจากการมีนโยบายที่ชัดเจนด้านสิ่งแวดล้อม มีการติดตามทำรายงานและการอบรมพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมหรือไม่ โดยกำหนดให้มีผลต่อพฤติกรรมทางอ้อมผ่านตัวแปรความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยหากมีนโยบายที่ชัดเจนจะทำให้ผู้จัดการจะรู้สึกว่าการทำกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งได้รับการสนับสนุน จึงทำให้มีความสัมพันธ์เชิงบวก ผลการศึกษาแสดงว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถใช้เป็นพื้นฐานในพยากรณ์การออกนโยบาย CEMR ได้ดี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการออกนโยบาย ได้แก่ แรงกดดันทางสังคมหรือผู้มีส่วนเสีย (การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง) และความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอันเป็นผลจากปัจจัยภายในตามลำดับ สำหรับความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอันเป็นผลจากปัจจัยภายนอกไม่สามารถใช้ในการอธิบายพฤติกรรมนี้ได้ นอกจากนี้ ยังพบว่าพฤติกรรมในในอดีตมีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกลยุทธ์ CEMR และบริบทขององค์กร (Organization Context) มีผลต่อความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอก จากผลการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้มีการเสนอแนะว่า เนื่องจากตลาดมีการตอบสนองต่อการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมาก บริษัทจึงควรมีการส่งเสริมนโยบาย CEMR และการที่นักการตลาดจะกระตุ้นให้บริษัทของตนมีการส่งเสริม CEMR ได้ จะต้องมีการกระตุ้นทั้งปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยทางองค์กรไปพร้อม ๆ กัน ทั้งการฝึกอบรม การสื่อสารเพื่อสร้างเจตคติด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีของผู้บริหาร และการสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท

ในด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศีลธรรมอันดี ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้ถูกนำไปใช้ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจช่วยเหลือสังคม/การทำกุศลของบริษัท ในเรื่องนี้ เดนนิส บุชโฮลท์ซ์และบัทส์ (Dennis, Buchholtz, & Butts, 2007) ได้ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนศึกษาปัจจัยที่ทำให้บริษัทมีการทำการกุศล (Corporate Philanthropy) โดยตั้งสมมุติฐานว่าปัจจัยที่ทำให้บริษัททำการกุศลเกิดจาก 5 ปัจจัย โดยมี 4 ปัจจัยที่มีผลโดยตรงในเชิงบวกต่อการตัดสินใจทำกิจกรรมการกุศลของบริษัท ได้แก่ 1) เจตคติด้านเศรษฐกิจในการกระทำพฤติกรรม ซึ่งดูว่าการทำการกุศลของบริษัทสามารถเป็นกลยุทธ์และส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทหรือไม่ 2) การรับรู้ถึงแรงผลักดันทางการเมืองของผู้บริหาร ซึ่งตรงกับตัวแปรความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง โดยวัดจากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6 กลุ่มคือผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้จัดการวัตถุดิบ พนักงาน ชุมชนและรัฐบาล 3) หน้าที่ด้านศีลธรรม (Moral Obligation) โดยดูว่าบริษัทเห็นว่าการทำการกุศลเป็นหน้าที่ทางด้านศีลธรรมของธุรกิจหรือไม่ 4) การรับรู้ความสามารถในการกระทำพฤติกรรม (Behavior Controls) โดยพิจารณาจากความเห็นด้านความสามารถของผู้จัดการในการตัดสินใจทำกิจกรรมการกุศลว่าต้องผ่านการอนุมัติจาก คณะกรรมการบริหารของบริษัทหรือไม่ 5) อัตลักษณ์ของตนเอง (Self-identity) ของผู้จัดการ ซึ่งจะหมายถึงความรู้สึกเกี่ยวพันของคนต่อพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง โดยวัดจากความรู้สึกว่าบุคคลนั้น ๆ มีความรู้สึกว่าเป็นคนที่ชอบทำกุศลหรือการกุศลเป็นส่วนหนึ่งของเขาหรือไม่ สำหรับปัจจัยที่ 6) คือ Organization Slack ซึ่งผู้วิจัยได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึงจำนวนทรัพยากรที่บริษัทสามารถนำมาใช้เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวเมื่อได้รับแรงกดดันจากภายนอกได้ โดยตั้งสมมุติฐานว่า Organization Slack มีผลต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 5 ตัวข้างต้นต่อการกระทำพฤติกรรม โดยเมื่อบริษัทมีจำนวนทรัพยากรมาก

พอ (Slack สูง) จะทำให้ตัวแปร 5 ตัวแรกมีอิทธิพลต่อการกระทำพฤติกรรมสูงขึ้น จากผลการศึกษาพบว่า เจตคติ ด้านเศรษฐกิจในการกระทำพฤติกรรม การรับรู้ถึงแรงผลักดันทางการเมืองของผู้บริหาร หน้าที่ด้านศีลธรรม และการรับรู้ความสามารถในการกระทำพฤติกรรม ไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำกิจกรรมการกุศลของบริษัท หรืออาจกล่าวได้ว่าการที่บริษัท ทำการกุศลไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นเพราะประโยชน์ทางธุรกิจ ไม่ใช่เป็นแรงกดดันจากสังคม และการทำการกุศลไม่ใช่ประเด็นที่ผู้บริหารคิดว่าเป็นหน้าที่ทางศีลธรรม และความยากง่ายในการกุศลก็ไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการตัดสินใจทำการกุศล หากแต่การทำการกุศลของบริษัทจะขึ้นกับอัตลักษณ์ของตัวเอง (Self-identity) ของผู้จัดการ โดยหากผู้จัดการคิดว่าการทำความดีหรือการกุศลเป็นส่วนประกอบสำคัญของอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของเขา จะมีโอกาสที่บริษัทของเขาจะเข้าร่วมกิจกรรมการกุศลมากขึ้น สำหรับ Organization Slack การศึกษาพบว่าไม่พบความสัมพันธ์เช่นเดียวกับ 4 ตัวแปรแรก ในการศึกษาที่ผู้วิจัยแม้ว่าไม่ได้มีการเสนอแนะแนวทางในการนำไปใช้แต่เห็นว่าผลที่ค้นพบมีความสำคัญเนื่องจากทำให้ทราบค่านิยมของผู้บริหารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำการกุศลขององค์กร และเสนอแนะให้มีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่อง กระบวนการตัดสินใจและบทบาทของ CEO และผู้บริหารระดับสูงในการตัดสินใจทำการกุศล ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งต่อบริษัทในการทำความเข้าใจต่อหน้าที่ในการให้ต่อสังคมซึ่งจะช่วยให้การสร้างประโยชน์ ทั้งต่อผู้ถือหุ้นจากกลยุทธ์การกุศลและช่วยเหลือสภาพแวดล้อมสังคม และต่อองค์กรที่มีการพึ่งพาการบริจาคจากบริษัทสามารถนำมาใช้ในการปรับกลยุทธ์และสามารถได้รับเงินช่วยเหลือที่สูงมากขึ้น

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการที่ปัจจุบันระบบเศรษฐกิจและธุรกิจมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น การสร้างความรู้ความเข้าใจ บุคคลและกลุ่มต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจและธุรกิจ จึงได้มีการนำสาขาความรู้ที่เป็นลักษณะสหวิทยาการมาช่วย ในการทำความเข้าใจและเป็นข้อมูลพื้นฐานในวางแผนหรือการตัดสินใจทางธุรกิจมากขึ้น เครื่องมือที่มีการ นำมาใช้ในการศึกษาทำความเข้าใจถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับธุรกิจมาเครื่องมือหนึ่ง คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมและพฤติกรรมศาสตร์ โดยทั้งสองทฤษฎีนี้มี แนวคิดอยู่บนพื้นฐานว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นการกระทำที่มีเป้าประสงค์ หรือเป็นการกระทำที่มีการวางแผน หรือตั้งใจไว้ ดังนั้นทฤษฎีนี้ว่าการตัดสินใจทำสิ่งใดของมนุษย์จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักคือเจตนาในการกระทำ พฤติกรรม หากบุคคลมีเจตนาในการกระทำสูงก็มีโอกาสที่คนจะทำพฤติกรรมในเรื่องนั้น ๆ มากขึ้น โดยมี ปัจจัยพื้นฐานสำคัญ 3 ด้าน คือปัจจัยด้านบุคคลซึ่งได้แก่เจตคติต่อพฤติกรรม ปัจจัยทางอิทธิพลทางสังคม ซึ่งจะเป็นความรับรู้ของผู้ทำพฤติกรรมว่าบุคคลรอบข้างมีความประสงค์สนับสนุนหรือต่อต้านการกระทำ พฤติกรรมนั้น และปัจจัยด้านความสามารถหรือความยากง่ายของการกระทำพฤติกรรม

จากการศึกษาวิเคราะห์บทความทางวิชาการจากฐานข้อมูลและเว็บไซต์ต่าง ๆ พบว่าทฤษฎีพฤติกรรม ตามแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยใน 3 ด้านใหญ่ คือ 1) การศึกษา เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกบริษัท อาทิ พฤติกรรมของลูกค้า โดยการศึกษาในด้านนี้ จะทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ในการนำข้อมูลปัจจัยดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบแผนทางการตลาดในการส่งเสริมการขายกับกลุ่มลูกค้า ของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อภาคสาธารณสุขในการวางแผนส่งเสริมให้ประชาชน

มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้สินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น สินค้าประหยัดพลังงาน 2) การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคลากรภายในบริษัท โดยประโยชน์ที่ได้รับคือการทราบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกับการกระทำพฤติกรรมของบุคลากรภายใน ซึ่งข้อมูลในด้านนี้จะสามารถนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาบุคลากรของบริษัทให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เป็นประโยชน์กับการดำเนินงานของบริษัท และ 3) การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของบริษัทหรือองค์กรโดยรวม โดยการศึกษานี้จะประโยชน์ต่อภาครัฐหรือองค์กรไม่หวังผลกำไร ในการเรียนรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้บริษัทมีการตัดสินใจทำพฤติกรรม ซึ่งภาครัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้สามารถใช้ประโยชน์ในการออกแบบแผนงานในการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้มีบริษัทกระทำพฤติกรรมที่ต้องการ เช่น การลดการปล่อยของเสียสู่ผืนดิน เป็นต้น

ทั้งนี้ ทฤษฎีทั้งสองนี้จะเป็นประโยชน์มากขึ้นต่อการวางแผนสำหรับภาคธุรกิจและภาคสาธารณสุข หากการศึกษาให้ความรู้กับตัวแปรย่อยในรายละเอียดมากขึ้น เช่นในด้านเจตคติ มีความเชื่อใดบ้างที่มีผลบวกและความเชื่อใดที่เป็นผลลบต่อเจตคติ ในด้านความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง กลุ่มบุคคลใดเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ และในด้านความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัจจัยในการส่งเสริมและปัจจัยใดบ้างเป็นอุปสรรคให้ทำพฤติกรรม ปัจจัยย่อยต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญให้ ผู้บริหารบริษัทหรือภาครัฐสามารถนำมาใช้ในการวางแผนปรับปรุงในการสนับสนุนให้มีการกระทำพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องและเป็นประโยชน์ได้มากขึ้น

จากตัวอย่างที่แสดงในบทความนี้พบว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้อย่างหลากหลาย และสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้ ทั้งการวางแผนการตลาด การวางแผนพัฒนาบุคลากรของบริษัท ตลอดจนใช้ในการวางแผนในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของภาคสาธารณะ อย่างไรก็ตาม พบว่ามีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค่อนข้างน้อย และส่วนมากของการศึกษาจะเน้นถึงการทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค รองลงมา ได้แก่ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริหารและพนักงาน ขณะที่การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมโดยรวมของบริษัทในการตัดสินใจด้านธุรกิจยังค่อนข้างมีจำกัด ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้มีการวิจัยในด้านนี้มากขึ้น รวมถึงควรมีการนำทฤษฎีนี้ในการไปใช้ในทางธุรกิจอื่น ๆ ต่อบุคคลที่มีผลกระทบต่อบริษัท เช่น การศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุน เพื่อนำมาใช้ในการดึงดูดหรือชักชวนนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในบริษัท การศึกษาพฤติกรรมของ NGO หรือชุมชนที่บริษัทอาจได้รับการต่อต้านหากการดำเนินธุรกิจไปสร้างผลกระทบต่อบุคคลเหล่านี้ เช่น การสร้างเสียงดัง หรือกลิ่นเหม็น เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบเป็นแผนงานในการสร้างความเข้าใจหรือลดการต่อต้านจากกลุ่มเหล่านี้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังควรการศึกษาเพื่อทดสอบว่าทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดในการศึกษาในองค์กรที่มีขนาดใหญ่หรือมีขั้นตอนการตัดสินใจหลายขั้นตอนและมีความซับซ้อนมากขึ้นด้วย

References

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: a theory of planned behavior*. In Action control: from cognition to behavior (pp. 11-39). Berlin: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
- Ajzen, I. (2005). *Laws of Human Behavior: Symmetry, Compatibility, and Attitude-Behavior Correspondence*. In Multivariate research strategies (pp. 3-19). Aachen: Shaker Verlag.
- Ajzen, I. (2011a). *Behavioral interventions: design and evaluation guided by the theory of planned behavior*. In Social psychology for program and policy evaluation (pp. 74–100). New York: Guilford.
- Ajzen, I. (2011b). The theory of planned behavior: reactions and reflections. *Psychology & Health*, 9, 1113-1127.
- Ajzen, I. (2012). *The theory of planned behavior*. In Handbook of theories of social psychology Vol. 1 (pp. 438–459). London: Sage.
- Bennington, A. J., & Minutolo, M. C. (2013). Intent to be a socially responsible small or medium-sized enterprise: theory of planned behavior and leaders' actualizing. *Journal of Management and Sustainability*, 3(1), 1-8.
- Carmack, C. C., & Lewis-Moss, R. K. (2009). Examining the theory of planned behavior applied to condom use: the effect-indicator vs. causal-indicator models. *J Primary Prevent*, 30, 659-676.
- Conner, M., Smith, N., & McMillan, B. (2003). Examining Normative Pressure in the Theory of Planned Behavior: Impact of Gender and Passengers on Intentions to Break the Speed Limit. *Current Psychology*, 22(3), 252–263.
- Dennis, B. S., Buchholtz, A. K., & Butts, M. M. (2007). The nature of giving: a theory of planned behavior examination of corporate philanthropy. *Business & Society*, 1-25. doi:10.1177/0007650307305368
- Gantt, C. J. (2001). The theory of planned behavior and postpartum smoking relapse. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(4), 337-341.
- George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and internet purchasing. *Internet Research*, 14 (3), 198–212.

- Hale, J. L., Householder, B. J., & L, G. K. (2002). *The theory of reasoned action*. In *The persuasion handbook: developments in theory and practice* (pp. 259-286). Thousand Oaks: Sage.
- Jain, S., Khan, M. N., & Mishra, S. (2017). Understanding consumer behavior regarding luxury fashion goods in india based on the theory of planned behavior. *Journal of Asia Business Studies*, 11(1), 4-21.
- Jimmieson, N. L., Peach, M., & White, K. M. (2008). Utilizing the theory of planned behavior to inform change management: an investigation of employee intentions to support organizational change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(2), 237–262.
- Mykytyn, P. P., & Harrison, D. A. (1993). The application of the theory of reasoned action to senior management and strategic information systems. *Information Resources Management Journal*, 6(2), 15-26.
- Nishimura, J. S., & Tristán, O. M. (2011). using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 55-71.
- Phillip, S., & Anita, E. (2010). Efficacy of the theory of planned behavior model in predicting safe food handling practices. *Food Control*, 21(7), 983-987.
- Rivera-Camino, J. (2012). Corporate environmental market responsiveness: a model of individual and organizational drivers. *Journal of Business Research*, 65(3), 402–411.
- Suvannathat, C. (1994). “nǣokhit lak thāng phruttikam sāt : thritsadī kānwichai læ kānprayukchai” [Principles of Behavioral Science: Research Theory and Application]. *Journal of Behavioral Science*, 1(1), 17-21
- Shook, C. L., & Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 231–247.
- Southey, G. (2011). The theories of reasoned action and planned behavior applied to business decisions: a selective annotated bibliography. *Journal of New Business Ideas & Trends*, 9(1), 43-50.
- Stone, T. H., Jawahar, I., & Kisamore, J. L. (2009). Using the theory of planned behavior and cheating justifications to predict academic misconduct. *Career Development International*, 14(3), 221-241.
- Thompson, K. E., & Panayiotopoulos, P. (1999). Predicting behavioral intention in a small business context. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 5(3), 89-96.

- Wu, A. M., & Tang, C. S. (2011). problem gambling of Chinese college students: application of the theory of planned behavior. *Journal of Gambling Behavior*, 28(2), 315-324.
- Wu, K., & Teng, Y. (2011). Applying the extended theory of planned behavior to predict the intention of visiting a green hotel. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7579-7587.