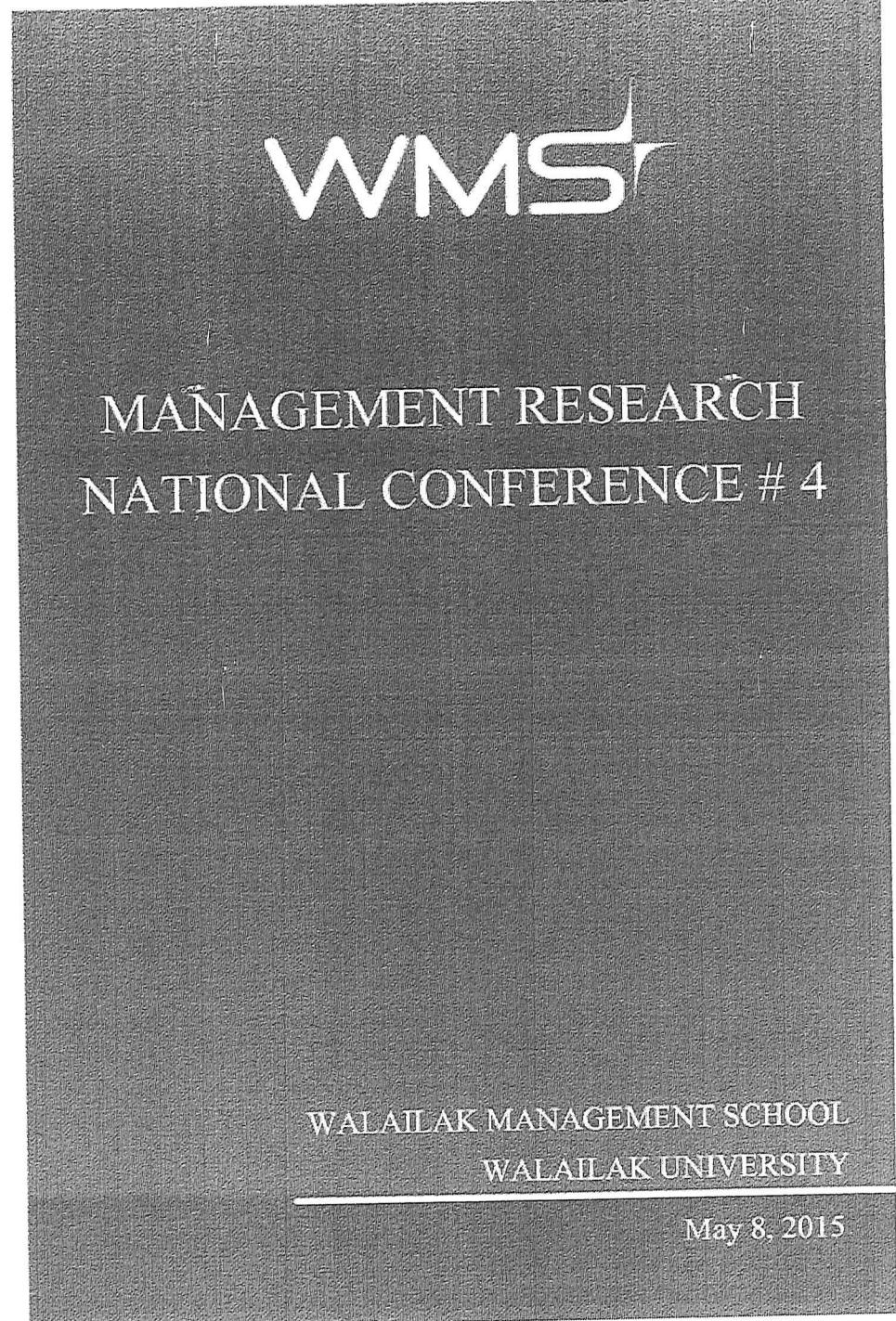


WMS MANAGEMENT RESEARCH NATIONAL CONFERENCE #4

May 8, 2015





คำสั่งสำนักวิชาการจัดการ

ที่ 10 /2557

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดงาน การประชุมวิชาการด้านการจัดการระดับชาติ
“วิจัยลักษณ์วิจัยทางการจัดการครั้งที่ 4” (WMS Management Research Conference # 4)

ตามที่ สำนักวิชาการจัดการ ได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตและสร้างความเข้มแข็งด้านวิชาการ โดยกำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการด้านการจัดการระดับชาติ ภายใต้ชื่อ “วิจัยลักษณ์วิจัยทางการจัดการครั้งที่ 4” (WMS Management Research Conference #4) เพื่อให้การดำเนินการจัดงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยวิจัยลักษณ์ พ.ศ. 2535 จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดงานการประชุมวิชาการด้านการจัดการระดับชาติ “วิจัยลักษณ์วิจัยทางการจัดการครั้งที่ 4” ประกอบด้วยคณะกรรมการอำนวยและคณะกรรมการด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. คณะกรรมการอำนวย ประกอบด้วย

รองศาสตราจารย์ ดร. สมนึก เอื้อจิรพงษ์พันธ์	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ ดร. รุ่งรัตน์ จิตภักดี	รองประธานคณะกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชูเลิร์ตัน คงเรือง	กรรมการ
อาจารย์สุวัจน์ เพ็งจันทร์	กรรมการ
อาจารย์สุชาติ ฉันสำราญ	กรรมการ
อาจารย์ศิริพร สว่างอารีย์รักษ์	กรรมการ
อาจารย์เพโรเจน์ นวลนุ่ม	กรรมการ
อาจารย์สุนทร บุญแก้ว	กรรมการ
อาจารย์ ดร. จินต妮ย์ จินตรานันต์	กรรมการ
นางสาววุฒิกานุจัน วัฒนสิทธิ์	กรรมการและเลขานุการ

2. คณะกรรมการด้านการพิจารณาบทความและการนำเสนอ ประกอบด้วย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชูเลิร์ตัน คงเรือง	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ ดร. พนิดา แข็งข้าง	รองประธานคณะกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทรวรรณ แท่นทอง	กรรมการ
อาจารย์ ดร. วิภาวรรณ กลิ่นหอม	กรรมการ



อาจารย์ ดร. ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์	กรรมการ
อาจารย์ ดร. เรียมดาว ณรงค์ชวนะ	กรรมการ
อาจารย์ ดร. ปานแก้วตา ลักษนาวนิช	กรรมการ
อาจารย์ ดร. พิมพ์ลักษ์ พงศกรรังศิลป์	กรรมการ
อาจารย์ ดร. สมจินتنا คุ้มภัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมใจ หนูผึ้ง	กรรมการ
อาจารย์ จรายา ชาญชัยจิต	กรรมการ
นายปรุงภัณฑ์ พันธุรักษ์	กรรมการ
นางสาวลักษวรรณ ประทุมศรี	กรรมการและเลขานุการ
นางสาวปวีณา กายพันธ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

3. คณะกรรมการด้านพิธีการ การจัดสัมมนา และประเมินผลโครงการ ดังนี้

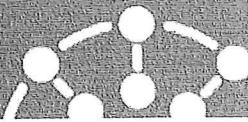
อาจารย์สุวัจน์ เพ็งจันทร์	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์รัชฎาพิพิธ อุปถัมภ์ประชา	รองประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ประภาดา ตลึงจิตร	กรรมการ
นางสาววราณุกานุจัน วัฒนสิทธิ์	กรรมการและเลขานุการ

4. คณะกรรมการด้านเว็บไซต์และระบบลงทะเบียน ประกอบด้วย

อาจารย์สุชาติ ฉันสำราญ	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์อุ๊ชเข็ม นิยมเดชา	รองประธานคณะกรรมการ
อาจารย์นลินี ทินนาม	กรรมการ
นางวิจิตรา ทองเทพ	กรรมการ
นางเบญจวรรณ ขอนแก้ว เลขาทิพย์	กรรมการและเลขานุการ

5. คณะกรรมการด้านการเงิน บัญชี และสวัสดิการ ประกอบด้วย

อาจารย์ศิริพร สว่างอรีย์รักษ์	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์วิลาวัณย์ ดึงไตรยภาพ	รองประธานคณะกรรมการ
อาจารย์สายพิชญ์ สัจจวิเศษ	กรรมการ
อาจารย์อุลิศรา สรย์โม斐	กรรมการ
อาจารย์รัชดา สุวรรณเกิด	กรรมการ
นางสาววนิดา เพชรholm	กรรมการและเลขานุการ



6. คณะกรรมการด้านสถานที่ อาหาร อุปกรณ์สื่อโสตฯ ปฏิคุม ที่พัก กิจกรรมนำเที่ยว ประกอบด้วย

อาจารย์สุนทร บุญแก้ว	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ศักดิ์ชัย ปันเพ็ชร	รองประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ ดร. สุขุมala กล้าแสงใส	กรรมการ
นายณัฐกิตติ์ นรินรัตน์	กรรมการ
นางนุศรา ปานจันทร์	กรรมการ
นางสาวเกศวารีณ์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต	กรรมการ
นางสาวมະลิตา เอี่ยมชำนาญ	กรรมการ
นางสาวลักษิกา เรืองสังข์	กรรมการ
นางสาวธัญกมล คงแก้ว	กรรมการและเลขานุการ

7. คณะกรรมการด้านประชาสัมพันธ์และของที่ระลึก ประกอบด้วย

อาจารย์ไฟโรจน์ นวลนั่ม	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์วิลาวัณย์ แก้ววันเพ็ญ	รองประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ปริพนธ์ ไทยสุชาติ	กรรมการ
นางสาวตติยาพร ชูช่วย	กรรมการ
นางสาวกนิษฐา ทองใบ	กรรมการและเลขานุการ

8. คณะกรรมการการด้าน Proceeding การประชุมทางวิชาการ ประกอบด้วย

อาจารย์ ดร. จินตนา จินตนาณนต์	ประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ ดร. นีรนาท แก้วประเสริฐ ระหว่างทอง	รองประธานคณะกรรมการ
อาจารย์ชลกานต์ เป็ญจศักดิ์	กรรมการ
อาจารย์อรอนงค์ เนียมแผลม	กรรมการ
อาจารย์พรเพ็ญ ทิพยนา	กรรมการ
อาจารย์บุณฑรี จันทร์กลับ	กรรมการ
นางสาวสาวิตรี โชคยาสีหนาท	กรรมการและเลขานุการ
นางสาวกัสราราภรณ์ พมดดวง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

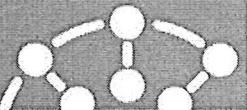
ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 22 ตุลาคม 2557 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2557

True b/w

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)

คณบดีสำนักวิชาการจัดการ



การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ในองค์กร การศึกษาเชิงประจักษ์ พนักงานขององค์กร ในบริเวณถนนสีลมกรุงเทพมหานคร

**Using on Internet supported Knowledge management in Organization,
Empirical Research of Employees in Organization, Silom Road, Bangkok**

สิรชัย ดีเลิศ กานต์พิชา แสงมาลี ณัฐรินทร์ เจริญยิ่ง
Sirichai Deelers, Kanpicha Sangmalee, Nattarin Charoenying
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Management Science, Silpakorn University
E-mail: charoenying_n@silpakorn.edu

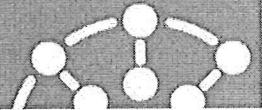
บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ เพื่อประยุกต์ใช้ในองค์กร การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างประชากร คือ พนักงานในบริเวณถนนสีลม จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว สมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ด้านบัญชี/การเงิน ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ พบว่า โซเชียลมีเดีย (Social Network) ส่งผลต่อกระบวนการจัดการความรู้มากที่สุด โดยปัจจัยด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และสายงานส่วนใหญ่มีผลต่อการจัดการความรู้ทุกด้าน สื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการจัดการความรู้มากที่สุดคือ Facebook YouTube โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) คอมพิวเตอร์ ปัจจัยการจัดการความรู้ด้านกระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อ Social Network และ เว็บบอร์ด (Web Board) ส่งผลต่อด้านการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานมากที่สุด

คำสำคัญ: อินเทอร์เน็ต กับการจัดการความรู้

Abstract

The purpose of this research was study the factors that affect of using internet in knowledge management for applying in organization. The sample of this study was employees in area of Silom Road, Bangkok 400. Using statistics was per cent, mean, standard deviation, one-way anova and Multiple Regression Analysis. The result showed that the most of sample were female, from age 45 years old, Bachelor degree. Most of them were employed in private company and working in accounting and financing division. Most were using the Internet to work. The analysis of the behavior of who use the Internet in knowledge management found that Social Network most affect to knowledge management processes, by gender, age, education, career and job field affect to knowledge management Internet media that mostly used in knowledge management are Facebook and Youtube. The purpose of using Internet is to find the information. Devices that used to access the Internet are the computer and smart



phone. Factors of knowledge management process through Social Network and Web Board are affect to applying knowledge in work the most.

Keyword: Knowledge Management and Internet

1. บทนำ

ปัจุบันแนวคิดเรื่องการจัดการความรู้เป็นที่นิยมแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นวงการธุรกิจ การเกษตร สาธารณสุข การจัดการภาครัฐ รวมถึงภาคชุมชนและสังคม ได้ให้ความจำเป็นและความสำคัญที่องค์กรจะต้องมีความรู้และความสามารถในการจัดการความรู้ทั้งนี้มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจนิยามและความหมายของการจัดการความรู้ก่อน ซึ่งการจัดการความรู้นั้นมีนิยามที่ลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป (บรรณี สวนเพลง, 2552) การจัดการความรู้ เป็นการรวมรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจายอยู่ในด้วยบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการประมวลผลสารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูล ที่สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ในการปฏิบัติงาน ก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ ทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุลเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร(บุญดีบุญญาภิ คณะ, 2548) รวมถึงความสามารถในการจัดการความรู้ทั้ง เทคโนโลยี โครงสร้าง วัฒนธรรม ความเชี่ยวชาญ การเรียนรู้และสารสนเทศ และบูรณาการฝ่ายกระบวนการจัดการเรียนรู้จัดการความรู้ คือ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การเก็บความรู้ และการใช้ความรู้จะนำไปสู่ความสามารถทางนวัตกรรม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ, 2554)

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ช่วยให้การแลกเปลี่ยนความรู้สามารถทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากในอดีตการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงการสื่อสารทางเดียว (Web 1.0) ผู้เข้าชมเว็บไซต์ไม่สามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ดังกล่าวได้ มีลักษณะเดียวกับหนังสือที่ไปที่ผู้อ่านมีส่วนร่วมมากในการเดิมข้อมูล แต่ในยุคของ Web 2.0 ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถมีส่วนร่วมในการอ่านและเขียนได้ (Read-Write) ซึ่งพัฒนามากจาก Web 1.0 เช่น เว็บบอร์ด เว็บบล็อก โซเชียลมีเดีย (Social Media) ฯลฯ เป็นยุคของการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันอย่างแท้จริง โดยมีการสร้างเสริมให้ข้อมูลสารสนเทศมีคุณค่าและมีข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด ทำให้รูปแบบการเข้าถึงข้อมูลและการค้นหาข้อมูลเปลี่ยนแปลง เกิดความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร และเปลี่ยนความรู้ระหว่างด้วยบุคคลกับบุคคลอื่นทั่วโลกในและภายนอกองค์กร เพื่อหาข้อมูลพั่ง สร้างความได้เปรียบทางการแบ่งขัน และค้นหาข้อมูลความรู้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ก่อให้เกิดการ ปรับเปลี่ยนโครงสร้างความสัมพันธ์จากโครงสร้างแนวตั้ง และโครงสร้างปัจจุบันนิยม เป็นโครงสร้างแบบเครือข่าย (ประเวศ วงศ์, 2550)

จากการสัมพันธ์ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในกระบวนการจัดการความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพขององค์กร พร้อมขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ และสร้างความยั่งยืนขององค์กรต่อไป



2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

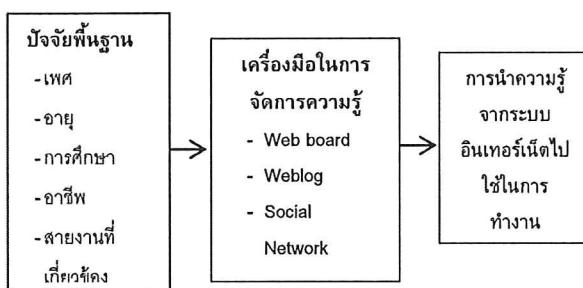
เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ในการทำงานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทต่างๆ และกระบวนการที่ส่งผลต่อการนำความรู้ไปใช้ในองค์กร

3. สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ สายงานที่เกี่ยวข้อง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการความรู้ในการทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2. กระบวนการจัดการความรู้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการนำความรู้ไปใช้ในการทำงาน

4. กรอบแนวคิด



5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1. เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการความรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในองค์กร

5.2. เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการการแก้ปัญหาการปรับใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการความรู้และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรต่อไป

6. วิธีการดำเนินงานวิจัย

6.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานในองค์กรบริเวณแอนซิล 例外บางรัก เนื่องจากบริเวณสีลมเป็นพื้นที่

เศรษฐกิจที่มีบริษัทต่างๆ เป็นจำนวนมาก จากจำนวนประชากร 117,950 คน (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการคลัง และการลงทุนของกรุงเทพมหานคร, 2555) กำหนดกลุ่มตัวอย่างตาม尺度โดยใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกิน 5 % ได้ขึ้นมาด้วยตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

6.2. เครื่องมือที่ใช้และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ สายงานที่เกี่ยวข้อง รายได้ กิจกรรมการจัดการความรู้ในหน่วยงาน และ การใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ที่ไม่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ในการทำงาน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ในการทำงาน วัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละประเภทที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ ประกอบด้วย สื่อ 3 ประเภท ได้แก่ Web board (Mthai, Pantip, Wikipedia, Slide Share) Weblog (goto know, blogger) Social Network (Facebook, Search Engine, YouTube) (Alexander and Muller, 2011) จำนวนครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ วัตถุประสงค์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล

โดยส่วนที่ 3 มีลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกคำตอบดังนี้

5 หมายถึง ระดับการใช้งาน มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับการใช้งาน มาก



- 3 หมายถึง ระดับการใช้งาน ปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับการใช้งาน น้อย
- 1 หมายถึง ระดับการใช้งาน น้อยที่สุด

6.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS ดังนี้

6.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตโดยสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ

6.3.2 วิเคราะห์ระดับการใช้งาน โดยสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและหน้าจายังที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ โดยทดสอบค่าการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างมาดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และแปลงหาค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ คะแนนระดับความบ่อຍในการใช้งาน (ระพีพรรณ ศรีศรัณยกุล, 2555)

- 4.51 – 5.00 ระดับมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 ระดับมาก
- 2.51 – 3.50 ระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 ระดับน้อย
- 1.00 – 1.50 ระดับน้อยที่สุด

วิเคราะห์การนวนการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อการนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงานของสื่อแต่ละประเภทด้วยความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบ

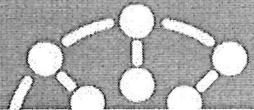
7. ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และผลการศึกษาดังนี้

ก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.3) อายุอยู่ในช่วง 45 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 28.8) สถานภาพโสด (ร้อยละ 64) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 56.5) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 75.3) อาชีพในสายงานที่เกี่ยวข้องด้านบัญชี/การเงิน (ร้อยละ 18.3) รายได้ในปัจจุบันอยู่ในช่วง 35,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 32) ในหน่วยงานมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ได้แก่ มีเว็บไซต์ขององค์กรในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ร้อยละ 27.7) มีกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ร้อยละ 25) รองลงมาคือ มีฐานข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ (ร้อยละ 22.9) ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน (ร้อยละ 87.8)

การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการจัดการความรู้มากที่สุดคือ Facebook (ร้อยละ 19.3) Youtube (ร้อยละ 16.8) รองลงมาคือ Pantip (ร้อยละ 16.3) มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการทำงานทุกวัน (ร้อยละ 57.5) วัตถุประสงค์ที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการทำงานคือ ค้นหาข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 41.1) ติดต่อประสานงาน (ร้อยละ 33.6) รองลงมาคือ แลกเปลี่ยนข้อมูล (ร้อยละ 24.7) อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 33.4) คอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 32.2) รองลงมาคือ โน๊ตบุ๊ค (Notebook) (ร้อยละ 23)

การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานพบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดการความรู้ในการทำงานคือ ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี และ ความล่าช้าของอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 21.2) รองลงมาคือขาดการฝึกอบรม (ร้อยละ 15.3) วัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต คือ เพื่อสื่อสารกับเพื่อน (ร้อยละ 51.8) เพื่อความบันเทิง (23.5) รองลงมาคือ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 21.2)



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้าน
กระบวนการเรียนรู้ผ่าน Web board

ด้านกระบวนการการเรียนรู้ ผ่าน Web board	(\bar{x})	(SD)	แปลผล ระดับ
มีการศึกษาเรียนรู้เทคนิคการทำงาน ต่างๆอยู่เสมอ	3.67	0.94	มาก
มีการอภิปรายข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง กับงาน	3.22	0.92	ปานกลาง
มีการค้นหาแนวทางแก้ปัญหาที่เกิด ¹ จากการทำงาน	3.69	1.06	มาก
มีการศึกษาความรู้อื่นๆ เพื่อ ² ประยุกต์ใช้ในการทำงาน	3.85	0.89	มาก
รวม	3.61	0.81	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้
ความสำคัญด้าน มีการศึกษาความรู้อื่นๆเพื่อ²
ประยุกต์ใช้ในการทำงานในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, SD
= 0.89) รองลงมาคือ มีการค้นหาแนวทางแก้ปัญหาที่
เกิดจากการทำงาน ($\bar{x} = 3.69$, SD = 1.06)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการ
แบ่งปันความรู้ผ่าน Web board

ด้านการแบ่งปันความรู้ผ่าน Web board	(\bar{x})	(SD)	แปลผล ระดับ
มีการเก็บข้อมูล ลิงค์ เอกสารจาก อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาเพิ่มเติม	3.69	0.85	มาก
มีการเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการ ทำงาน	3.45	1.02	ปานกลาง
มีการสั่งกระถุกสอบถามตามถึงปัญหาใน การทำงาน	2.95	1.20	ปานกลาง
รวม	3.37	0.89	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้
ความสำคัญด้าน มีการเก็บข้อมูล ลิงค์ เอกสารจาก
อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาเพิ่มเติมในระดับมาก ($\bar{x} =$
3.69, SD = 0.85) รองลงมาคือ มีการเสนอความรู้ที่
เกี่ยวข้องกับการทำงาน ($\bar{x} = 3.45$, SD = 1.02)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการ
สร้างความรู้ใหม่ผ่าน Web board

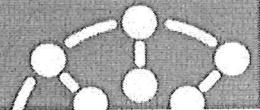
ด้านการสร้างความรู้ใหม่ผ่าน Web board	(\bar{x})	(SD)	แปลผล ระดับ
มีการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อ ต่างๆ	3.38	1.13	มาก
มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่ม งานที่คล้ายคลึงกัน	3.25	1.12	ปานกลาง
มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม งานอื่น	3.16	0.95	ปานกลาง
รวม	3.26	0.98	ปานกลาง

จากการพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้
ความสำคัญด้าน มีการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อ
ต่างๆในระดับมาก ($\bar{x} = 3.38$, SD = 1.13) รองลงมา
คือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มงานที่
คล้ายคลึงกัน ($\bar{x} = 3.25$, SD = 1.12)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการ
นำความรู้ไปใช้ในการทำงานผ่าน Web board

ด้านการนำความรู้ไปใช้ในการ ทำงานผ่าน Web board	(\bar{x})	(SD)	แปลผล ระดับ
ทำให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้ เชิงปฏิบัติ	3.91	0.88	มาก
ได้รับการเรียนรู้จากข้อเสนอแนะและ ข้อคิดเห็นของผู้อื่น	3.76	1.03	มาก
มีการถ่ายทอดหรือใช้ความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับการทำงาน	3.45	1.04	ปานกลาง
มีการเก็บรวบรวมความรู้เป็น ระบบ	3.66	1.03	มาก
รวม	3.68	0.81	มาก

จากการที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้
ความสำคัญด้าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้
เชิงปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, SD = 0.88)
รองลงมาคือ ได้รับการเรียนรู้จากข้อเสนอแนะและ
ข้อคิดเห็นของผู้อื่น ($\bar{x} = 3.76$, SD = 1.03)



ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านกระบวนการการเรียนรู้ผ่าน Weblog

ด้านกระบวนการการเรียนรู้ผ่าน Weblog	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
มีการศึกษาเรียนรู้เทคนิคการทำงานต่างๆอยู่เสมอ	3.50	1.10	ปานกลาง
มีการอภิปรายข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับงาน	3.25	0.88	ปานกลาง
มีการค้นหาแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำงาน	3.60	0.97	มาก
มีการศึกษาความรู้อื่นๆเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงาน	3.71	1.04	มาก
รวม	3.51	0.86	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน มีการศึกษาความรู้อื่นๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, SD = 1.04) รองลงมาคือ มีการค้นหาแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำงาน ($\bar{x} = 3.60$, SD = 0.97)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการแบ่งปันความรู้ผ่าน Weblog

ด้านการแบ่งปันความรู้ผ่าน Weblog	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
มีการเก็บข้อมูล ลิงค์ เอกสารจากอินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาเพิ่มเติม	3.50	1.09	ปานกลาง
มีการเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	3.42	0.96	ปานกลาง
มีการตั้งกระทู้สอบถามความคิดเห็นกับผู้อื่นในการทำงาน	3.25	1.16	ปานกลาง
รวม	3.39	0.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน มีการเก็บข้อมูล ลิงค์ เอกสารจากอินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาเพิ่มเติมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.50$, SD = 1.09) รองลงมาคือ มีการเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ($\bar{x} = 3.42$, SD = 0.96)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการสร้างความรู้ใหม่ผ่าน Weblog

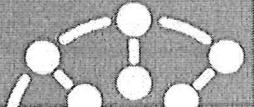
ด้านการสร้างความรู้ใหม่ผ่าน Weblog	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
มีการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่างๆ	3.02	0.93	ปานกลาง
มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มงานที่คล้ายคลึงกัน	3.20	0.86	ปานกลาง
มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มงานอื่น	3.10	0.88	ปานกลาง
รวม	3.11	0.78	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มงานที่คล้ายคลึงกันในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$, SD = 0.86) รองลงมาคือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มงานอื่น ($\bar{x} = 3.10$, SD = 0.88)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานผ่าน Weblog

ด้านการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานผ่าน Weblog	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
ทำให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติ	3.76	1.12	มาก
ได้รับการเรียนรู้จากข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้อื่น	3.63	1.02	มาก
มีการถ่ายทอดหรือขยายความรู้ที่เกี่ยวกับการทำงาน	3.41	1.00	ปานกลาง
มีการเก็บรวบรวมความรู้อย่างเป็นระบบ	3.41	1.01	ปานกลาง
รวม	3.56	0.89	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน ทำให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, SD = 1.12) รองลงมาคือ ได้รับการเรียนรู้จากข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้อื่น ($\bar{x} = 3.63$, SD = 1.02)



ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านกระบวนการการเรียนรู้ผ่าน Social Media

ด้านกระบวนการการเรียนรู้ผ่าน Social Media	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
มีการศึกษาเรียนรู้เทคโนโลยีในการทำงานต่างๆอยู่เสมอ	4.03	0.97	มาก
มีการอภิปรายข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับงาน	3.54	0.91	มาก
มีการศึกษาแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำงาน	3.87	0.87	มาก
มีการศึกษาความรู้อื่นๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงาน	3.90	0.10	มาก
รวม	3.84	0.79	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน มีการศึกษาเรียนรู้เทคโนโลยีในการทำงานต่างๆอยู่เสมอในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, SD = 0.97) รองลงมาคือ มีการศึกษาความรู้อื่นๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงาน ($\bar{x} = 3.90$, SD = 0.10)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการแบ่งปันความรู้ผ่าน Social Media

ด้านการแบ่งปันความรู้ผ่าน Social Media	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
มีการเก็บข้อมูล ลิงค์ เอกสารจากอินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาเพิ่มเติม	3.85	0.97	มาก
มีการเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	3.52	1.00	มาก
มีการตั้งกระทู้สอบถามความคิดเห็นของผู้คนในวงการทำงาน	3.39	1.12	ปานกลาง
รวม	3.59	0.89	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน มีการเก็บข้อมูล ลิงค์ เอกสารจากอินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาเพิ่มเติมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, SD = 0.97) รองลงมาคือ มีการเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ($\bar{x} = 3.52$, SD = 1.00)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการสร้างความรู้ใหม่ผ่าน Social Media

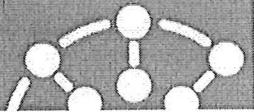
ด้านการสร้างความรู้ใหม่ผ่าน Social Media	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
มีการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่างๆ	3.73	1.08	มาก
มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มงานที่คล้ายคลึงกัน	3.52	0.99	มาก
มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มงานอื่น	3.59	1.02	มาก
รวม	3.62	0.92	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน มีการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่างๆในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, SD = 1.08) รองลงมาคือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มงานอื่น ($\bar{x} = 3.59$, SD = 1.02)

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการการจัดการความรู้ด้านการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานผ่าน Social Media

ด้านการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานผ่าน Social Media	(\bar{x})	(SD)	แปลผลระดับ
ที่ให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติ	3.94	0.95	มาก
ได้นักการเรียนรู้จากข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้อื่น	3.82	0.92	มาก
มีการถ่ายทอดหรือเขียนความรู้ที่เกี่ยวกับการทำงาน	3.72	0.75	มาก
มีการเก็บรวบรวมความรู้อย่างเป็นระบบ	3.82	0.87	มาก
รวม	3.82	0.66	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทำให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, SD = 0.95) รองลงมาคือได้รับการเรียนรู้จากข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้อื่น ($\bar{x} = 3.82$, SD = 0.92)



ตารางที่ 13 สรุปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานของกระบวนการจัดการความรู้ผ่าน Web Board Weblog และ Social Network

กระบวนการ จัดการความรู้	Web Board		Weblog		Social Network	
	(\bar{x})	(SD)	(\bar{x})	(SD)	(\bar{x})	(SD)
1. ด้านการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.61	0.81	3.51	0.86	3.84	0.79
2. ด้านการเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.37	0.89	3.39	0.97	3.59	0.89
3. ด้านการสร้างความรู้ใหม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.26	0.98	3.11	0.77	3.62	0.92
4. ด้านการนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงาน	3.68	0.81	3.56	0.89	3.82	0.66
รวม	3.51	0.73	3.41	0.77	3.73	0.67

จากตารางที่ 13 พบร่วมกับริโกดีสันในที่นี้ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการความรู้ผ่าน web board มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, SD = 0.73)

กระบวนการจัดการความรู้ผ่าน weblog มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.41$, SD = 0.77)

กระบวนการจัดการความรู้ผ่าน social network มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, SD = 0.67)

ตารางที่ 14 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้

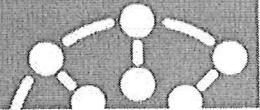
การจัดการความรู้		เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	สาม ภูมิ
ค่านmgrnunการ การเรียนรู้	Board	0.001*	0.005*	0.000*	0.033*	0.000*
	Blog	0.142	0.016*	0.000*	0.008*	0.000*
	Social	0.000*	0.000*	0.037*	0.000*	0.000*
ค่านmgrnun ความรู้	Board	0.043*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
	Blog	0.083	0.001*	0.005*	0.001*	0.000*
	Social	0.006*	0.000*	0.000*	0.004*	0.001*
ค่านmgrnun ความรู้ใหม่	Board	0.593	0.416	0.026*	0.000*	0.014*
	Blog	0.797	0.754	0.021*	0.002*	0.000*
	Social	0.414	0.000*	0.001*	0.101	0.000*
ค่านmgrnun ความรู้ใหม่ การทำงาน	Board	0.864	0.000*	0.000*	0.018*	0.000*
	Blog	0.004*	0.000*	0.327	0.000*	0.000*
	Social	0.001*	0.018*	0.003*	0.000*	0.001*

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านเพศ พบร่วมว่า Web board และ Social Network มีผลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Weblog และ Social Network มีผลต่อการนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงาน

ปัจจัยด้านอายุ พบร่วมว่า Web board Weblog และ Social Network มีผลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงาน Social Network มีผลต่อการสร้างความรู้ใหม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการศึกษา พบร่วมว่า Web board Weblog และ Social Network มีผลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การสร้างความรู้ใหม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Web board และ Social Network มีผลต่อการนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงาน



ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่า Web board Weblog และ Social Network มีผลต่อกระบวนการการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต การแบ่งบันความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Web board และ Weblog มีผลต่อการสร้างความรู้ใหม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Web board Weblog และ Social Network มีผลต่อการนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงาน

ปัจจัยด้านอาชีพในสายงานที่เกี่ยวข้อง พบว่า Web board Weblog และ Social มีผลต่อกระบวนการการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต การแบ่งบันความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การสร้างความรู้ใหม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การนำความรู้จากระบบอินเทอร์เน็ตไปใช้ในการทำงาน ที่ระดับนับสำคัญ 0.05

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำความรู้ไปใช้ในการทำงาน กับกระบวนการจัดการความรู้แต่ละระดับด้วยสมการดังดอยเชิงพหุของสื่อแต่ละประเภท พบว่า

สื่อด้าน Web board จากสมการ $y_{\text{การนำความรู้ไป}} = 0.888 + 0.401x_{\text{กระบวนการการเรียนรู้}} + 0.184x_{\text{การแบ่งบันความรู้}} + 0.222x_{\text{การสร้างความรู้ใหม่}}$ พบว่าในด้านกระบวนการการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการนำความรู้ไปใช้มากที่สุด โดยมีค่าความ naïve เชื่อถือของการพยากรณ์ 57.1% (R^2)

สื่อด้าน Weblog จากสมการ $y_{\text{การนำความรู้ไป}} = 0.500x_{\text{การแบ่งบันความรู้}} + 0.496x_{\text{การสร้างความรู้ใหม่}}$ พบว่าในด้านกระบวนการการแบ่งบันความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการนำความรู้ไปใช้มากที่สุดโดยมีค่าความ naïve เชื่อถือของการพยากรณ์ 73.7%

สื่อด้าน Social Network จากสมการ $y_{\text{การนำความรู้ไป}} = 1.302 + 0.452x_{\text{กระบวนการการเรียนรู้}} + 0.203x_{\text{การสร้างความรู้ใหม่}}$ พบว่าในด้านกระบวนการการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการนำความรู้ไปใช้มากที่สุด โดยมีค่าความ naïve เชื่อถือของการพยากรณ์ 56.5%

8. สรุป และอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานมากที่สุด โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลักได้แก่ผู้จัดการ และพนักงานทั่วไป ซึ่งมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ในด้านบัญชี/การเงิน นักวิชาการ การบริหารจัดการ ที่ในหน่วยงานมีเว็บไซต์ขององค์กรในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ และมีฐานข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ เพื่อใช้ในการจัดการความรู้ เพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ติดต่อประสานงาน และใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และโน๊ตบุ๊ค สื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการจัดการความรู้ที่ใช้ได้แก่ Facebook, Youtube, Pantip ผ่านกระบวนการจัดการจัดการความรู้ และมีผลต่อการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานของพนักงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Marianna and Chalkiti (2013) ที่ศึกษาถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพนักงานในการจัดการความรู้ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน และพัฒนาองค์กร พบว่า พนักงานมีการใช้กระบวนการจัดการความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และความคิดใหม่ๆในการทำงาน

ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานเนื่องจากความล่าช้าของอินเทอร์เน็ต การไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี ขาดการฝึกอบรม และไม่องค์กรห้ามใช้อินเทอร์เน็ตในเวลาทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Henri and Pawlowski (2013) ที่ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต พบว่า อุปสรรคเกิดจากบัญญาของสารสนเทศและระบบอินเทอร์เน็ต การไม่ได้รับการฝึกอบรมจากองค์กร หากมีการใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้เพื่อสื่อสารกับเพื่อน เพื่อความบันเทิง และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

กระบวนการจัดการความรู้ที่มีผลต่อการนำความรู้ไปใช้มากที่สุดของ Web board และ Social



Network คือ ด้านกระบวนการ การเรียนรู้ เนื่องจากเป็น สื่อที่ใช้ในการศึกษา ค้นหา อภิปรายข้อคิดเห็นที่ได้รับ ความนิยมมาตั้งแต่ในยุคแรกของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จนถึงยุคที่มีการพัฒนาการติดต่อสื่อสารแบบทันทีโดย ใช้ Social Network ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้ทั่วไป และนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการความรู้ ในส่วนของ Weblog เป็นสื่อที่ใช้กระบวนการ การแบ่งปันความรู้ มากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ เลพาะบุคคลและแบ่งปันความรู้ให้กับผู้สนใจทั่วไป

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการวิจัยพบว่าองค์กรควรมีการพัฒนา แหล่งการจัดการความรู้ภายในองค์กร ให้สามารถ เข้าถึงข้อมูลต่างๆ รวมถึงการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการ ความรู้จากแหล่งความรู้ในอินเทอร์เน็ตได้ มีการ ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีให้แก่ บุคลากรและสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรภายในองค์กรมี ความกระตือรือร้นที่จะหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์เพื่อที่จะนำมาพัฒนาองค์กร

9.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ด้านกลุ่มดัวอย่างในงานวิจัยควรศึกษา เพิ่มเติมในกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่อื่น ควรเพิ่มการศึกษา ในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์และการ สนทนากลุ่มย่อยเพื่อเพิ่มการลุ่มลึกของข้อมูล

11. เอกสารอ้างอิง

- บุญฤทธิ์ บุญญาภิจ, และคณะ. (2548). การ จัดการความรู้จากทฤษฎีการปฏิบัติ.
กรุงเทพฯ. จิรวัฒน์ อีกษ์เพลส
จำกัด
ประเวศ วงศ์. (2550). การจัดการความรู้กระบวนการ การปลดปล่อยมนุษย์สู่ศักยภาพ เสรีภาพและ ความสุข. กรุงเทพฯ. กရीน-บัญญาภูมิ

พรรณี สวนเพลง. (2552). เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้.
กรุงเทพฯ. ชีเอ็ดดี้เคชั่น.

ระพีพรรณ ศรีศรัณย์กุล. (2555). พฤติกรรมการ เลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต (พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
สมนึก เกื้อจิรพงษ์พันธ์ และคณะ. (2554). ความสามารถในการจัดการความรู้กับ ความสามารถทางนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย.
NIDA Developmnet Journal. Vol.51(1)

Henri Pirkkalainen and Pawlowski. (2013).

Global social knowledge management – Understanding barriers for global workers utilizing social software. Finland.

Marianna Sigala and Chalkiti. (2013). **Knowledge management, social media and employee creativity.** Greece: University of the Aegean.

Alexander Stocker and Muller. (2013). **Exploring Factual and perceive Use and Benefits of a Web 2.0-based Knowledge Management Application: The Siemens Case References,** Austria.