

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้
ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้
ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2564



นางสาวพิชชาภรณ์ เรืองสุทธา
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัฒน์ชนะ บุญชู,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุเทพ นิมสาย,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์อภิสรา ชรินทร์สาร,

D.B.A

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัฒน์ธนะ บุญชู อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย รวมถึงอาจารย์คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ความรู้ ข้อคิด ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างบุคลากรรัฐวิสาหกิจ สังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัยทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี นอกจากนี้ ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนร่วมรุ่น ที่คอยผลักดัน ส่งเสริม และให้กำลังใจกันตลอดมา จนทำให้การวิจัยสำเร็จออกมาได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรรัฐวิสาหกิจ รวมถึงผู้ที่สนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของบุคลากรรัฐวิสาหกิจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ เพื่อนำไปใช้ในการศึกษา รวมถึงนำไปประยุกต์ใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อไป ทั้งนี้ หากหากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

พิชชาภรณ์ เรืองสุทธา

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจ
แห่งหนึ่ง

A STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVATION AND KNOWLEDGE SHARING
BEHAVIOR OF EMPLOYEES IN A STATE ENTERPRISE.

พิชชาภรณ์ เรืองสุทธา 6250045

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนัธนะ บุญชู, Ph.D., สุเทพ นิ่มสาย,
Ph.D., รองศาสตราจารย์อติสรา ชรินทร์สาร, D.B.A.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของ
บุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
แบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากร
รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นบุคลากรสังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัยของ
หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง จำนวนทั้งสิ้น 195 คน กำหนดสถิติที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ค่า
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
(Pearson correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ระดับ
การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ และส่วนใหญ่มีอายุงานระหว่าง 16-20 ปี โดยผล
การทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจภายใน ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความไว้วางใจ และการทำ
ทายความสามารถ ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนแรงจูงใจภายใน ได้แก่
ความคาดหวังในผลลัพธ์ ความพึงพอใจในการช่วยเหลือผู้อื่นและแรงจูงใจภายนอก ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปัน
ความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: แรงจูงใจ/การแบ่งปันความรู้/รัฐวิสาหกิจ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามงานวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	4
1.4.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้และการจัดการความรู้	7
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้	7
2.1.2 ประเภทของความรู้	8
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมกรแบ่งปันความรู้	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	14
2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจ	14
2.3.2 ประเภทของแรงจูงใจ	15
2.3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	18
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการแบ่งปันความรู้	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4.1 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory)	25
2.4.2 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory)	26
2.4.3 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)	27
2.4.4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม (Social Capital)	28
2.4.5 แนวคิดและทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory)	30
2.5 การกำหนดตัวแปร สมมติฐาน และกรอบแนวคิดของงานวิจัย	35
2.5.1 การกำหนดตัวแปรและสมมติฐาน	35
2.5.2 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย	38
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)	39
3.1 วิธีการวิจัย	39
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	39
3.3.1 กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	39
3.3.2 ทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Assessment)	42
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	46
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้	47
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	55
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	59
5.1 การสรุปผลและสรุปประเด็นสำคัญที่พบจากงานวิจัย	59
5.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในกับพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	59
5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายนอกกับพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2 การประยุกต์นำผลการวิจัยมาใช้	64
5.2.1 การนำผลการวิจัยมาใช้ในระยะสั้น	64
5.2.2 การนำผลการวิจัยมาใช้ในระยะยาว	64
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย	65
5.4 ข้อเสนอแนะของงานวิจัยในอนาคต	65
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	74
ประวัติผู้วิจัย	81



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	ตารางแสดงปัจจัยตามหลักแนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	32
4.1	การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแต่ละตัวแปรในแบบสอบถาม	42
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	43
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	44
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน	45
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุงาน	45
4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	46
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ภาพรวมและรายด้าน	47
4.9	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการรับรู้ความสามารถของตน	48
4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านความไว้วางใจ	49
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์	49
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการท้าทายความสามารถ	50
4.13	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้	51
4.14	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ภาพรวมและรายด้าน	51
4.15	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงงูใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้าน ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง	53
4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงงูใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้าน รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	53
4.18 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	55
4.19 ตารางแสดงประสิทธิภาพของสมการถดถอยระหว่างแรงงูใจภายในและแรงงูใจภายนอก กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	56
4.20 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยระหว่างแรงงูใจภายในและแรงงูใจภายนอก กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	57
4.21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	58

สารบัญรูปรภาพ

รูปรภาพ	หน้า
2.1 แสดงแผนภาพวงจร SECI Model	10
2.2 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย	38



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

หากกล่าวถึงความสามารถในการดำรงอยู่ของมนุษย์ ที่แตกต่างจากสิ่งมีชีวิตชนิดอื่น ที่ทำให้มนุษย์นั้นสามารถอยู่รอดและดำรงเผ่าพันธุ์เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน นั่นก็คือ ความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้มนุษย์เกิดการพัฒนาความสามารถของตนเอง และพัฒนาความสามารถที่มีอยู่ผ่านการถ่ายทอดข้อมูล ผ่านภาษา รวมถึงการจดบันทึกในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อช่วยรักษาองค์ความรู้ต่าง ๆ เอาไว้ให้คนรุ่นหลังได้ทำการศึกษาและพัฒนาให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น (ยูทรินา แซ่เดีย,2548)

ในโลกยุคปัจจุบัน การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ความสะดวกรวดเร็วของข้อมูลนวัตกรรม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมากในโลกออนไลน์ รวมถึงพฤติกรรม การคิดนอกกรอบ ทำให้โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง (พัชรภรณ์ ดวงชน,2561) โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนำไปสู่“สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้”(Knowledge based Economy and Society) ซึ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้สู่นวัตกรรม โดยอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง จึงถือได้ว่าความรู้เป็นสินทรัพย์ที่มีค่าขององค์กรในระบบเศรษฐกิจ (จิรัชณา วิเชียรปัญญา,2557) ซึ่งมักเรียกกันว่า “ทุนทางปัญญา” หากหน่วยงานใดที่มีการจัดการความรู้ และระบบสารสนเทศที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะสามารถใช้ประโยชน์จากทุนทางปัญญาของตนที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ (ศิริรัตน์ จำปีเรือง และอมรรัตน์ วัฒนาร, 2553) กล่าวได้ว่า ความรู้เป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ องค์กรสามารถอยู่รอดได้ สร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์กรในระยะยาว รวมถึงสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์,2554)

รูปแบบการพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรที่หลากหลายองค์กรมักนิยมใช้คือการฝึกอบรม ทั้งในรูปแบบของการฝึกอบรมภายในโดยวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และการส่งบุคลากร เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมภายนอก ถึงแม้ว่าการพัฒนาความรู้โดยวิธีการฝึกอบรมนั้นมีข้อดีในแง่ของการประหยัดเวลาเพราะสามารถพัฒนาบุคลากรได้ครั้งละมาก ๆ แต่หากมองในแง่ของผลลัพธ์ของการพัฒนาที่องค์กรจะได้รับ การพัฒนาความรู้โดยการฝึกอบรมอย่างเดียวไม่เพียงพอเนื่องจากทักษะหรือความรู้ต่าง ๆ จะหายมากกว่า 87 % ภายใน 2 สัปดาห์ หากไม่ได้มีการนำกลับมาใช้อีก (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้,2558) รวมถึงความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับบุคลากรที่ลาออกหรือเกษียณอายุออกจากองค์กร ได้แก่ องค์ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล (Tacit Knowledge)

ซึ่งถือเป็นความรู้ส่วนใหญ่ขององค์กร ที่มีมากกว่าความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (Explicit) ถึง 4 เท่า (สำนักงาน ก.พ.ร., 2548 : อ้างถึงโดย นรินทร์ สังข์รักษา , 2556)

ดังนั้น การพัฒนาความรู้ในองค์กร โดยการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคล จึงเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งซึ่งมีบทบาทในการขับเคลื่อนสังคมสู่สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ หรือสังคมอุดมปัญญา จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2562) ซึ่งได้นำเสนอข้อมูลผลการสำรวจสถานะการจัดการความรู้ (Knowledge Management - KM) ขององค์กรไทย ซึ่งดำเนินการโดยโดยบริษัททริส คอร์ปอเรชั่น และสถาบันที่ปรึกษาด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผ่านการประเมินสถานภาพของ KM ขององค์กรในประเทศไทย และวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อน KM ในองค์กรต่าง ๆ ประกอบด้วยหน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งสิ้น 160 แห่ง จากการสำรวจพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสมรรถนะด้านการจัดการความรู้ในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากพิจารณาถึงระดับคะแนนสมรรถนะรายด้านพบว่า ด้าน “บุคลากร” อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยเมื่อพิจารณาถึงอุปสรรคของการพัฒนา KM ในองค์กร ตามประเภทขององค์กร ผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมองค์กรทุกแห่งมีความคิดเห็นตรงกันในด้านของบุคลากรภายในองค์กรซึ่งยังขาดความตระหนักหรือไม่เกิดความสนใจใน KM เท่าที่ควร ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า บุคลากรถือปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความสำเร็จ KM อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งองค์กรควรให้ความสำคัญ เช่น การสร้างบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจในการนำ KM มาประยุกต์ใช้ในองค์กร ส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดกิจกรรมที่หลากหลาย เสริมสร้างบรรยากาศของการรับฟัง เปิดเผยและเชื่อใจกัน มีการสนับสนุนการจัดตั้งและบริหารทีมข้ามสายงานที่มีประสิทธิผล และมีการกำหนดและติดตามพฤติกรรม ที่พึงประสงค์ที่สนับสนุน KM

จากผลสำรวจดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บุคลากรถือเป็นรากฐานที่สำคัญของความสำเร็จในการจัดการความรู้ แต่หากมองถึงรูปแบบการทำงานขององค์กรที่พบส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ที่มักจะปฏิบัติงานในรูปแบบการทำงานแบบองค์กรไซโล (Silo Organization) ซึ่งอนิรุทธิ คุลย์สุข (2563) ได้ให้คำจำกัดความถึงองค์กรที่มีลักษณะดังกล่าวว่า เป็นรูปแบบการทำงาน ที่แต่ละหน่วยงานภายในองค์กร มุ่งเน้นการทำงานเฉพาะในส่วนของตนเอง ทำให้ไม่เกิดการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกับส่วนงานอื่น ๆ อันเป็นสาเหตุให้ประสิทธิภาพการทำงานต่ำกว่าที่ควรจะเป็น เปรียบเสมือนกับไซโล ที่มีลักษณะเป็นท่อจากบนลงล่างอย่างเดียว ไม่เชื่อมต่อกับไซโลอีกอันที่อยู่ข้างๆกัน ซึ่งทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและสับสนต่อการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ที่ไม่เป็นไปในทางเดียวกัน

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินนโยบายการบริหารและพัฒนาธุรกิจให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล ได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจในการขับเคลื่อนเพื่อให้ระบบการบริหารจัดการของรัฐวิสาหกิจเป็นไปในแนวทางเดียวกันสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยรัฐวิสาหกิจจะต้องมีบทบาทและเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับบทบาทและยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการผลิต/ให้บริการและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ รวมถึงยังได้มีกำหนดเกณฑ์การประเมินผลด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนให้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ นำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กร เพื่อให้การพัฒนาเกิดการพัฒนาความรู้อย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น อันจะก่อให้เกิดนวัตกรรมในรูปแบบของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ , 2559)

การกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาระบบการจัดการความรู้ภายในองค์กร มีองค์ประกอบที่สำคัญ แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) กระบวนการความรู้ เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้ใช้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม 2) เทคโนโลยี ในการเป็นเครื่องมือเพื่อให้บุคลากรสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่าย และรวดเร็วขึ้น และ 3) คน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ (ณพิศมัย จักรพิทักษ์, 2552) ดังนั้น การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันของบุคลากร จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญซึ่งจะช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร เพื่อให้เกิดการถ่ายเทของความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ที่ซ่อนเร้นภายในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และ ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เพื่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนทั้งในส่วนของการพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการความรู้ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

จากความสำคัญของการแบ่งปันความรู้ในการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ดังกล่าว มาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจในการศึกษาในประเด็นของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรภายในองค์กร โดยได้ทำการศึกษามูลนิธิของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจ ได้แก่ บุคลากรสังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัย เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญในองค์กรที่ต้องติดต่อกับลูกค้าผู้ใช้บริการมากที่สุด รวมถึงนโยบายขององค์กรที่สนับสนุนให้มีการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมด้านวิชาชีพด้านงานรักษาความปลอดภัยและกู้ภัย เพื่อให้องค์กรมีความสามารถในการจัดเก็บรายได้ด้วยตนเอง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาบุคลากรที่มีเหล่านี้ให้เกิดความเชี่ยวชาญทั้งเนื้อหาในภาคทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติ รวมถึงทักษะด้านการเป็นวิทยากรในการสื่อสารถ่ายทอดให้ผู้เรียน ได้เกิดความรู้

ความเข้าใจ แต่ในปัจจุบัน บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และผ่านการรับรองคุณสมบัติในการเป็นวิทยากรตามที่กระทรวงกำหนด ยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อย สาเหตุหนึ่งมาจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญหวงความรู้ ยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการแบ่งปันความรู้ให้กับเพื่อนร่วมงานมากเท่าที่ควร จึงเป็นที่มาของผู้วิจัยในการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อสำรวจในประเด็นในส่วนของปัจจัยด้านแรงจูงใจของบุคลากรกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจภายในที่เกิดจากแรงขับเคลื่อนภายในตัวของบุคคลเองหรือแรงจูงใจภายนอกที่มาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เข้ามากระทบกับบุคคลว่า ปัจจัย ใดบ้างที่มีความเกี่ยวข้องในการที่จะช่วยกระตุ้นให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้ เพื่อให้องค์กรมีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ที่สามารถนำความรู้ของตนเองไปใช้ประโยชน์ในการเป็นวิทยากรให้กับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน นำไปสู่การจัดเก็บรายได้เข้าสู่องค์กร รวมถึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ในการเสริมสร้างแรงจูงใจของบุคลากรและสภาพแวดล้อมภายในองค์กรให้เอื้อต่อการขับเคลื่อน เกิดการพัฒนาวงจรของการจัดการความรู้ขององค์กรอย่างไม่มีที่สิ้นสุด นำไปสู่การพัฒนาองค์กรก่อให้เกิดการพัฒนาสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง
- 1.3.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitatives Research) โดยมุ่งเน้น การศึกษาถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก และปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมขององค์กร ว่ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรอย่างไร

1.4.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงานหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งจำนวนทั้งสิ้น 1,183 คน (ข้อมูล ณ สิ้น เดือนตุลาคม 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มพนักงานสังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัยของ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง จำนวนทั้งสิ้น 195 คน (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2563)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 ได้ทราบถึงแรงจูงใจภายในและภายนอกของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง
- 1.5.2 ได้ทราบถึงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง
- 1.5.3 ได้ทราบถึงแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากร รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง
- 1.5.4 เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้รับไปสู่การจัดทำแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ สอดคล้องกับความต้องการหน่วยงานต่อไป

1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) หมายถึง ความรู้ที่มีลักษณะเป็น นามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ ถูกจัดเก็บอยู่ภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้ที่มาจากประสบการณ์ ในการทำงาน การลองผิดลองถูก การศึกษาค้นคว้า เป็นต้น

1.6.2 ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) หมายถึง ความรู้ที่มีความเป็นรูปธรรม ทุก คนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ถูกจัดเก็บในรูปแบบของเอกสารหนังสือ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ หรือรูปแบบของ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

1.6.3 การจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง การกระทำให้การจัดการ หรือเอื้ออำนวยเพื่อให้เกิดการไหลเวียนของความรู้ภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ ทั้งในรูปแบบการ ไหลเวียนระหว่างความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ระหว่างความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) หรือระหว่างความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge)

1.6.4 การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) หมายถึง การกระทำในการแลกเปลี่ยนหรือส่งต่อความรู้ในรูปแบบความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) ระหว่างบุคลากรในองค์กร ผ่านการแสดงออกในรูปแบบของการเผชิญหน้า

1.6.5 แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าจากภายในหรือภายนอกไม่ว่าจะเป็นแง่บวกหรือแง่ลบที่ทำให้บุคลากรเกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่องค์กรต้องการ



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสารแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้และการจัดการความรู้
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการแบ่งปันความรู้
- 2.5 การกำหนดตัวแปร สมมติฐาน และกรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้และการจัดการความรู้

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2552) ได้ให้ความหมายของความรู้ ซึ่งหมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้าหรือประสบการณ์รวมทั้ง ความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ ความเข้าใจหรือสารสนเทศ ที่ได้รับมาจากประสบการณ์สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติต้องคว้าวินิจฉัยในแต่ละสาขารวมทั้งสารสนเทศ ที่ผ่านกระบวนการคิดเปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้ อื่นจนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ ในการสรุปและตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยไม่จำกัดช่วงเวลา

ชุตติกานต์ โชติมาโนช (2558) ได้ให้ความหมายของความรู้ ซึ่งหมายถึง สิ่งที่ได้จาก ความเข้าใจ การรวบรวมความชำนาญและประสบการณ์ รวมถึงสิ่งที่ได้จากการรวบรวม จัดเก็บ และบันทึกข้อมูลและสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ และนำไปประยุกต์ใช้และแก้ไขปัญหาในการทำงาน

Yamazaki (1999 อ้างถึงโดยสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ , 2558) ได้กำหนด นิยามของความรู้ ผ่านการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ โดย นิยามคำว่า ความรู้ว่าหมายถึง สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้อื่น จนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุปและตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยไม่

จำกัดช่วงเวลา ซึ่งแตกต่างจากสารสนเทศที่อยู่ในรูปของข้อมูลที่วัดได้หรือจับต้องได้ และแตกต่างจาก ข้อมูลที่อยู่ในรูปของข้อเท็จจริง ข้อมูลดิบ หรือตัวเลขต่าง ๆ ที่ยังไม่ได้ผ่านการแปลความ

2.1.2 ประเภทของความรู้

Polanyi and Nonaka (1995 อ้างถึง โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ,2557) ได้นำเสนอแนวคิดในการจำแนกความรู้โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ Tacit Knowledge และ Explicit Knowledge ซึ่งได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลาย โดยได้ให้คำจำกัดความของความรู้ทั้ง 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. Tacit Knowledge เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวของแต่ละบุคคล เกิดจาก ประสบการณ์ การเรียนรู้ หรือพรสวรรค์ต่าง ๆ ซึ่งสื่อสารหรือถ่ายทอดในรูปแบบของตัวเลข สูตร หรือลายลักษณ์อักษร ได้ยาก ความรู้ชนิดนี้พัฒนาและแบ่งปันกันได้ และเป็นความรู้ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. Explicit Knowledge ความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผล สามารถรวบรวมและถ่ายทอดออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น หนังสือ คู่มือ เอกสาร และรายงานต่าง ๆ ซึ่งทำให้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

Evans (2554) ได้ทำการแบ่งประเภทของความรู้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. รู้ว่าอะไรหรือรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ (Know of / Know About) ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในชีวิตประจำวัน เป็นความรู้ที่ไม่ซับซ้อน สามารถจัดหมวดหมู่ได้ง่าย สามารถเข้าถึงเพื่อนำมาใช้ได้ง่าย ผ่านระบบช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น อีเมล บันทึกรายงานระบบอินเทอร์เน็ตขององค์กร เป็นต้น

2. รู้ว่าทำอะไร (Know How) องค์ความรู้ประเภทนี้มักอยู่ในรูปของ องค์ความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) มักมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมจนสามารถเข้าใจได้เองว่า ต้องทำเรื่องนั้น ๆ ได้อย่างไร องค์ความรู้นี้มักถูกนำมาใช้เพื่อการแก้ปัญหา หรือตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยสาเหตุดังกล่าว ทำให้ความรู้ประเภทนี้มีความยากที่จะนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน

3. รู้ว่าทำไม (Know Why) ความรู้เกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กร เป็นความรู้ที่จำเป็นที่จะต้องให้พนักงานได้ทราบถึงบทบาทของตนเอง เข้าใจถึงวิธีการที่ตนเองจะสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย รวมถึงสามารถตัดสินใจในภารกิจที่ตนเองรับผิดชอบให้สอดคล้องกับทิศทางภาพรวมที่องค์กรมุ่งหวัง

4. รู้ว่าใคร (Know Who) คือรู้ว่าจะสามารถหาความรู้ที่ต้องการได้จากบุคคลใด ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งความรู้ส่วนบุคคลจำเป็นจะต้องอาศัยความสามารถและ

รักษา เครือข่ายความร่วมมือทางสังคมจากการนิยาม และการให้ความหมายของความรู้ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความรู้เป็นการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ ข้อมูลที่ได้รับ การศึกษาค้นคว้าที่มาจากตนเองหรือผู้อื่น จนเกิดเป็นความเข้าใจในรูปแบบของตนเอง ซึ่งความรู้อาจอยู่ในรูปของสิ่งที่ยึดต้องได้ หรืออธิบายได้ หรืออยู่ในรูปแบบที่ไม่สามารถยึดต้องได้

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้

มีผู้ศึกษาและให้คำนิยามเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้มากมายหลายท่าน ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอทำการยกตัวอย่างแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญของการจัดการความรู้ดังต่อไปนี้

Davenport (1994) ได้นิยามความหมายของการจัดการความรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการในการรวบรวม การกระจาย และใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงาน ก.พ.ร., (2548) ได้กล่าวถึงความหมายของการจัดการความรู้ในองค์กรได้แก่ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ ผ่านกระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วยบุคคล เทคโนโลยี กระบวนการ และโครงสร้างองค์กร ในการสร้าง แบ่งปัน และใช้ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

วิจารณ์ พานิช (2559) ได้ทำการเปรียบเทียบรูปแบบของการจัดการความรู้ในอดีตและปัจจุบัน ที่มีความแตกต่างกัน ในอดีตเน้นการตีความความรู้ในมุมมองการใช้งานของปัจเจก โดยมองว่าความรู้เป็นทรัพยากร ที่สามารถรวบรวม วัด และใช้ได้ตามเทคนิควิธีการด้านการจัดการ เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือหลัก ในการเข้าถึงคุณค่าของทรัพยากรนี้ ยังมีเทคโนโลยีที่ดีเพียงใดก็ยิ่งเกิดผลดีเพียงนั้น ซึ่งแตกต่างกับแนวคิดในปัจจุบันที่ตีความความรู้ในลักษณะของสิ่งที่เคลื่อนไหว (flow) ไม่เป็นเส้นตรง ซึ่งยากที่จะวัดหรือจัดการ ดังนั้น การดำเนินการด้านการจัดการความรู้ จึงเป็นกิจกรรมที่จะต้องอาศัยความเข้าใจและจัดระเบียบมนุษย์ (human organization) ซึ่งได้ผลดีมากกว่า หากดำเนินการเป็นกลุ่มเครือข่าย ชุมชน และผ่านการปฏิบัติ

Nonaka and Takeuchi (1995 อ้างถึงใน กมลภพ จันทวิโรจน์และศศิฉาย ศรีเทพ, 2560) ได้นำเสนอทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ได้แก่ โมเดลเซกิ (SECI Model) ผ่านแผนภาพที่แสดงถึงความสัมพันธ์การหลอมรวมความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ใน 4 กระบวนการ เพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นวัฏจักรเริ่มจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน

(Externalization) การรวบรวมความรู้ (Combination) และการฝึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ให้เป็นงานประจำที่ยั่งยืน



ภาพที่ 2.1 แสดงแผนภาพวงจร SECI Model

ที่มา : กมลภพ จันทวิโรจน์และศศิฉาย ศรีเทพ, 2560

SECI Model มีเป้าหมายในการมุ่งเน้นการสร้างความรู้ขององค์กรให้เติบโตขึ้น โดยการเชื่อมโยงการสร้างองค์ความรู้ทั้งในรูปแบบความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) ให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มคนในองค์กรให้มีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ มีวิธีการ 4 ลักษณะ ได้แก่

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) S : Tacit to Tacit กระบวนการที่อธิบายความสัมพันธ์ทางสังคมในการส่งต่อระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) ด้วยกัน เป็นการแบ่งปันประสบการณ์แบบเผชิญหน้าระหว่างผู้รู้ เช่น การประชุม การระดมสมอง ที่มาจากความรู้ การเรียนรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เฉพาะเรื่อง เฉพาะพื้นที่ แล้วนำมาแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมเดียวกันที่มีใช้เป็นเพียงการอ่านหนังสือ คู่มือ หรือตำรา

2. การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) E : Tacit to Explicit กระบวนการที่อธิบายความสัมพันธ์กับภายนอกในการส่งต่อระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) กับความรู้ชัดเจน (Explicit knowledge) อาจเป็นการนำเสนอในเวทีวิชาการ หรือบทความตีพิมพ์ เป็นการพัฒนาองค์ความรู้ที่ถูกฝังอยู่ในความรู้ฝังลึกให้สื่อสารออกไปภายนอก อาจเป็นแนวคิด แผนภาพ แผนภูมิ เอกสารที่สนับสนุนให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้เรียนรู้ด้วยกันที่เข้าใจได้ง่าย ซึ่งความรู้ฝังลึกจะถูกพัฒนาให้แตกผลึกและถูกกลั่นกรอง แล้วนำไปสู่การแบ่งปัน เปลี่ยนเป็นฐานความรู้ใหม่ที่ถูกนำไปใช้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในกระบวนการใหม่

3. การรวบรวมความรู้ (Combination) C : Explicit to Explicit กระบวนการที่ 3 อธิบายความสัมพันธ์การรวมกันของความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ที่ผ่านการจัดระบบ และบูรณาการความรู้ที่ต่างรูปแบบเข้าด้วยกัน เช่น นำความรู้ไปสร้างต้นแบบใหม่ ไปสร้างสรรค์งานใหม่ ได้ความรู้ใหม่ โดยความรู้ชัดแจ้งได้จากการรวบรวมความรู้ภายในหรือภายนอกองค์กร แล้วนำมารวมกัน ปรับปรุง หรือผ่านกระบวนการที่ทำให้เกิดความรู้ใหม่ แล้วความรู้ใหม่จะถูกเผยแพร่แก่สมาชิกในองค์กร

4. การผนึกฝังความรู้ (Internalization) I : Explicit to Tacit กระบวนการที่ 4 อธิบายความสัมพันธ์ภายในที่มีการส่งต่อความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) สู่อำนาจความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) แล้วมีการนำไปใช้ในระดับบุคคล ครอบคลุมการเรียนรู้และลงมือทำ ซึ่งความรู้ชัดแจ้งถูกเปลี่ยนเป็นความรู้ฝังลึกในระดับบุคคลแล้วกลายเป็นทรัพย์สินขององค์กร

ศุภวิทย์ ภาษิตนรินทร์และญาติ โชคสมงาม (2564) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ที่มีต่อองค์กร กล่าวคือ การจัดการความรู้เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการปฏิบัติงานอันเนื่องมาจากการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนแบ่งปันประสบการณ์ในการทำงานระหว่างพนักงาน ช่วยลดความผิดพลาดในการตัดสินใจ เนื่องจากองค์กรมีการสั่งสมประสบการณ์และการเรียนรู้ในหลายช่วงเวลา ทำให้องค์กรสามารถออกแบบกลยุทธ์จากความรู้ที่มีอยู่ในการตอบสนองต่อสถานการณ์วิกฤตที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และป้องกันความเสี่ยง และสามารถรับมือกับภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น สรุปได้ว่า ความรู้ทุกประเภท ทั้งความรู้ที่ซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคลและความรู้ที่มาจากหนังสือและเอกสาร ต่างมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาองค์กร ซึ่งจะต้องอาศัยกระบวนการจัดการความรู้เพื่อให้ความรู้เกิดการไหลเวียน โดยจุดเริ่มต้นของการจัดการความรู้ นั้น จะเป็นกระบวนการซึ่งเริ่มต้นมาจากการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคคลหรือ Socialization ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างให้เกิดพฤติกรรมการแลกเปลี่ยน โดยการแบ่งปันความรู้ในรูปแบบ Tacit to Tacit ของบุคลากรให้เกิดขึ้นเสียก่อน เพื่อให้เกิดความรู้ที่รอบด้านจากหลากหลายมุมมอง อันนำไปสู่การตกผลึกความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนในรูปแบบของ Explicit Knowledge ที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปพัฒนาเป็น Explicit Knowledge ใหม่ ๆ และยังสามารถช่วยให้อุคลากรในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้เกิดการเรียนรู้เพื่อเป็น Tacit Knowledge ติดตัวของบุคลากรคนอื่น ๆ ในองค์กรต่อไปเรื่อย ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

สันติ ทองแก้วเกิด (2559) ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรม โดยหมายถึง กริยาอาการที่ แสดงออกหรือปฏิบัติได้ตอบเมื่อเผชิญกับ สิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ต่าง ๆ

หัสติน แก้ววิจิต (2559) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม โดยพฤติกรรม หมายถึง การ กระทำของบุคคลหรือปฏิบัติภายในร่างกายที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้ผ่านประสาทสัมผัส หรือใช้ เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ และประสบการณ์ส่วนบุคคลที่เป็นกระบวนการภายในจิตใจที่สามารถ สังเกตได้ทางอ้อมผ่านการกระทำหรือการแสดงออก

สุวรรณา วิริยะประยูร (2548) ได้ให้ความหมายของการแบ่งปันความรู้ ซึ่งหมายถึง การ ถ่ายทอด แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงานคนหนึ่งกับเพื่อนพนักงานคนอื่น หรือ เพื่อนร่วมวิชาชีพภายในองค์กร ซึ่งอาจทำได้โดยผ่านการเป็นวิทยากร Book Briefing การตอบ คำถาม การเผยแพร่เอกสารและอื่น ๆ หากองค์กรมีระบบการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง พนักงานอย่างเป็นระบบ จะช่วยลดความซ้ำซ้อน ลดเวลาในการแสวงหาความรู้ใหม่ และหากมีการ เผยแพร่แนวปฏิบัติในการทำงานที่ดี (Best Practice) ข้อมูลเชื่อถือได้ มีระบบจัดเก็บองค์ความรู้ที่ดี สามารถเข้าถึงและค้นหาได้ง่าย ก็จะยิ่งทำให้พนักงานสามารถนำความรู้ไปใช้ในการแก้ปัญหาการ ทำงานได้ดียิ่งขึ้น

สมจิตร จินากักดิ์ (2556) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ หมายถึง พฤติกรรมการกระจายและเผยแพร่ความรู้ที่มีอยู่ในบุคคลหนึ่ง ไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งผู้ที่แบ่งปัน ความรู้ต่างแสดงบทบาทเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ โดยการแบ่งปันรู้นั้นจะแสดงออกในรูปแบบ ของพฤติกรรมการถ่ายทอดและแบ่งปันระหว่างบุคคล ผ่านรูปแบบของกิจกรรมที่สังเกตเห็นได้ เช่น การเป็นวิทยากรการตอบคำถาม การเผยแพร่เอกสาร นอกจากนี้ ยังได้กำหนดรูปแบบพฤติกรรมของการ แบ่งปันความรู้ โดยแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. การมีความพร้อมในการแบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน หมายถึง สภาพของบุคคลที่มี วุฒิภาวะ แรงจูงใจ และประสบการณ์เดิมสูงพอที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ หรือการแบ่งปันความรู้ให้กับ ผู้อื่นได้โดยสะดวก
2. การแสดงความกระตือรือร้นที่จะแบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน หมายถึง ความ พยายามที่จะแบ่งปันความรู้ให้กับผู้อื่นด้วยความกระตือรือร้น ว่องไว มีความตั้งใจในการแบ่งปัน ความรู้ทุกครั้ง
3. ความเต็มใจที่จะถ่ายทอดความรู้หรือร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ของตนกับเพื่อนร่วมงาน หมายถึงการมีน้ำใจ มีใจสมัครด้วยยินดี ไม่มีข้ออึดเอื้อนหรือขัดแย้ง ในการถ่ายทอดความรู้หรือร่วม แลกเปลี่ยนความรู้ของตนให้ผู้อื่น

4. ความถี่ของการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ ที่บริษัทจัดขึ้น หมายถึงปริมาณที่บ่งบอกจำนวนครั้งที่เหตุการณ์เกิดขึ้นในเวลาหนึ่ง การวัดความถี่สามารถทำได้โดยกำหนดช่วงเวลาคงที่ค่าหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ที่บริษัทจัดขึ้น

สุประภาดา โชติมณี (2552) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ของบุคลากร ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

1) คน (People) ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งศูนย์รวมของความรู้ในการนำมาแบ่งปันและแลกเปลี่ยนกัน โดยก็ควรจะเป็นคนที่มีความรู้จากการปฏิบัติจริงและอยากจะมาแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ นั้น ด้วยความเต็มใจ

2) สถานที่ และบรรยากาศ (Place) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีชีวิตชีวาและน่าสนใจ เพราะสถานที่และบรรยากาศที่ดี มีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มคน จะทำให้คนเหล่านั้นมาเจอกันพูดคุย ปรีกษา วิเคราะห์ปัญหา แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างสบายใจ

3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Infrastructure) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยให้การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดได้ง่ายและสะดวกขึ้น เช่น กระดานสำหรับเขียนคอมพิวเตอร์สำหรับการสรุปและจัดเก็บความรู้รวมถึงการแบ่งปัน (Share) หรือการส่งต่อข้อมูล

ชญาดา ดีมาลัย (2559) กล่าวถึงประโยชน์ของการแบ่งปันความรู้ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระจายความรู้และถ่ายโอนความรู้ ปรับปรุงการทำงานจากวิธีการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ และการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต เพื่อพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เกิดเป็นความรู้ที่มีคุณค่า หรือทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ส่งผลให้องค์กรเกิดการพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ในการนำกลยุทธ์การแบ่งปันความรู้ จะต้องเหมาะสมกับวัฒนธรรม ความพร้อมของเทคโนโลยี บรรยากาศที่ส่งเสริมความไว้วางใจ และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงรางวัลจูงใจ เพื่อให้การนำกลยุทธ์การแบ่งปันความรู้ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างบรรลุเป้าหมาย

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2554) ได้ยกตัวอย่างกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ในองค์กร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่องค์กรทำอยู่เป็นประจำ แต่มักจะขาดการนำความรู้มาใช้ประโยชน์ องค์กรควรนำแหล่งความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลทั้งจากผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงความรู้จากภายนอกเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ต่อองค์กรให้มากที่สุดผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การระดมสมอง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เช่น การนำเสนอโครงการของพนักงาน (Project Assignment) การนำเสนอความรู้ของพนักงานเพื่อถ่ายทอดสิ่งที่พนักงานแต่ละคนทำได้ดีให้คนอื่นได้ลองปฏิบัติตามหรือนำไปใช้ รวมถึงการแบ่งปันความรู้จากกิจกรรม เพื่อให้พนักงานคน

อื่น ได้ศึกษา และนำเรื่องที่ดีมากำหนดเป็นมาตรฐานในการทำงานของบริษัท นอกจากนี้ องค์กรยังสามารถส่งเสริมการแบ่งปันความรู้โดยการจัดให้มีเวที Show&Share เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานเสนอเรื่องที่เป็น Best Practice ที่เป็นความรู้หรือโครงการใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อตอบสนองต้องการในการถ่ายทอดหรือถ่ายโอนความรู้ของตนเองไปยังผู้อื่น อาจเกิดจากเหตุการณ์ที่ประสบพบเจอด้วยตนเองหรือการรับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยมีส่วนประกอบของการแสดงพฤติกรรม ได้แก่ คน ที่จะต้องมีความพร้อม ความกระตือรือร้น และความเต็มใจที่จะแบ่งปันความรู้ รวมถึงสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้ออำนวยผ่านการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้ในหลายรูปแบบ อาทิ การให้ความรู้ การเผยแพร่ข้อมูล การอธิบาย การบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เป็นต้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

Lovell (1980 อ้างถึงโดย ภาคิน ศรีสังข์งาม, 2556) ได้นิยามความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

Domjan (1996 อ้างถึงโดย นารีรัตน์ แก้วมณี, 2557) อธิบายว่า “การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำ พฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ”

อิสริยา ปิ่นตบแต่ง (2554) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึง พลังขับเคลื่อนที่ทำให้มนุษย์เกิดพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ศิริวรรณ ศิริเดชาพันธ์ (2557) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมในตัวบุคคลซึ่งถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า หรือสิ่งจูงใจ ให้แสดงออกซึ่งความต้องการในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่จะเป็พลังผลักดันให้บุคคลกระทำการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้และเมื่อประสบความสำเร็จก็จะรู้สึกภาคภูมิใจ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้องค์กรประสบความสำเร็จต่อไป

จากการนิยามความหมายของแรงจูงใจดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า แรงจูงใจเกิดจากอิทธิพลของความต้องการภายในของบุคคลหรือมาจากการรับรู้และตอบสนองของบุคคลอัน

เนื่องมาจากสิ่งเร้าภายนอก อันเป็นสาเหตุให้บุคคลเกิดการแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่ออิทธิพลที่เกิดขึ้นเหล่านั้น

2.3.2 ประเภทของแรงจูงใจ

มีผู้ทำการศึกษาและจัดกลุ่มประเภทของแรงจูงใจในหลายรูปแบบ อาทิเช่น จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์ (2532 อ้างถึง โดย ภาคภูมิ ทะนุดี , 2558) ที่ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) แรงจูงใจปฐมภูมิ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ จากวุฒิภาวะ หรือสภาพร่างกาย แรงจูงใจปฐมภูมิบางครั้งเรียกเป็นแรงจูงใจทางกายภาพหรือแรงจูงใจด้วยสรีระ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของร่างกาย เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่นแรงจูงใจแห่งความหิว แรงจูงใจแห่งความกระหาย แรงจูงใจแห่งการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด เป็นต้น

2) แรงจูงใจทุติยภูมิ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ แรงจูงใจชนิดนี้มีความสำคัญน้อยกว่าแรงจูงใจทางด้านสรีระ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากนัก แต่ก็มี ความสำคัญต่อความทุกข์สุขทางจิตใจ และความสามารถในการปรับตัว แรงจูงใจประเภทนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

2.1) แรงจูงใจทางจิต ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น ความรักใคร่และความเอาใจใส่จากบุคคลอื่น

2.2) แรงจูงใจทางสังคม แรงจูงใจประเภทนี้มีจุดเริ่มต้นส่วนใหญ่จากประสบการณ์ทางสังคมในอดีตของบุคคล และเป้าหมายของแรงจูงใจประเภทนี้มีความสัมพันธ์กับการแสดงปฏิกิริยาของบุคคลอื่นที่มีต่อเรา ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ และแรงจูงใจใฝ่อ่าน

นอกจากนี้ มีนักวิจัยที่ได้ทำการอธิบายถึงลักษณะของแรงจูงใจทางสังคม ได้แก่ จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2549 อ้างถึงโดย ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต ,2552) โดยสามารถจำแนกย่อยออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย

1) แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affiliation Motive)

หมายถึง ความต้องการที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับจากบุคคลอื่น หรือหมายถึง ความต้องการที่ทำให้บุคคลมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับนับถือของบุคคลในสังคม ทั้งนี้ เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความต้องการเป็นที่ยอมรับของคนอื่น หรือต้องการได้รับความนิยมนิยมชมชอบจากคนอื่น อันส่งผล

ให้บุคคลทำใจของตนเองให้ชอบและแสดงพฤติกรรมที่เอาใจใส่ผู้อื่น รู้จักเห็นอกเห็นใจคนอื่น หรือกระทำทุกอย่างเพื่อให้คนอื่นเห็นว่าเรามีความสามารถที่จะช่วยเหลือสังคมได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่นนั่นเอง โดยบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธน์สูง จะมีลักษณะที่ชอบทำงานกับบุคคลอื่น และมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นเสมอ ผ่านการแสดงพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของทุกฝ่าย ซึ่งนับว่าเป็นลักษณะเด่นของบุคคลประเภทนี้ ทั้งนี้ การที่บุคคลมีแรงจูงใจซึ่งทำให้ทุกฝ่ายพึงพอใจก็มีได้หมายความว่า จะเป็นสิ่งที่ทำให้สังคมเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า เนื่องจากหากทุกคนมีความเห็นพ้องต้องกันหมด ความเห็นต่าง หรือความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ก็อาจจะไม่เกิดขึ้น

2) แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive)

หมายถึง ความต้องการที่จะได้มาซึ่งอิทธิพลเหนือกว่าบุคคลอื่น ๆ ในสังคม อันส่งผลให้บุคคลเกิดความพยายามในการควบคุมสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองบรรลุผลตามที่ต้องการเหนือกว่าบุคคลอื่น มักเกิดจากการที่บุคคลได้เรียนรู้พฤติกรรมของบุคคลที่ผ่านมาว่าการมีอำนาจสามารถที่จะบันดาลทุกอย่างได้ตามที่ตนเองต้องการ คนที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น อาจพัฒนามาจากความรู้สึกด้อยค่าของตนเองว่าไม่ทัดเทียมกับบุคคลอื่น ไม่ว่าจะในด้านสังคม เศรษฐกิจ หรือการศึกษา เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งผลักดันให้บุคคลเกิดความจำเป็นที่จะต้องชดเชยปมด้อยของตนเอง โดยพยายามที่จะแสวงหาอำนาจเพื่อที่ตนเองจะได้มีอิทธิพลหรือมีอภิสิทธิ์เหนือกว่าบุคคลอื่นนั่นเอง

3) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive)

หมายถึง แรงจูงใจหรือความต้องการที่เกิดจากความคาดหวังของบุคคล ซึ่งอาจจะได้พบหรือมีประสบการณ์จากสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนเป็นรอยประทับใจมาตั้งแต่ยังเยาว์วัย และทำให้เกิดความพยายามที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จนั้น โดยการกำหนดมาตรฐานการกระทำของตัวเองไว้ ซึ่งหากงานใดที่บุคคลคาดหวังว่าหากทำแล้วจะเกิดผลสำเร็จ จะทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจเพื่อจะ ทำให้เกิดขึ้น และคาดหวังถึงความสำเร็จในครั้งต่อ ๆ ไปมากขึ้นกว่าเดิม ในทางตรงกันข้าม หากสิ่งที่คาดหวังไว้ ไม่เกิดผลสำเร็จตามที่คาดหมายไว้ จะทำให้ความคาดหวังของบุคคลลดต่ำลงจนกระทั่ง อาจเกิดการท้อถอย และไม่กล้าที่จะหวังทำสิ่งต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาที่ได้ทำการแบ่งประเภทของแรงจูงใจ ได้แก่ สมุทรา ชำนาญ (2554 อ้างถึงโดย ภูมิภัทร สุวรรณศรี , 2560) โดยแบ่งตามแหล่งกำเนิดของแรงจูงใจ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) คือสิ่งผลักดันที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล เนื่องจากเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวกับงาน ซึ่งปกติมีบุคคลอื่นเป็นผู้กำหนดมากกว่าการจูงใจที่กำหนดโดยบุคคลนั่นเอง การจูงใจภายนอกมักใช้สิ่งจูงใจเป็น

2 ลักษณะคือ สิ่งจูงใจที่เป็นเงินและสิ่งจูงใจที่ไม่ใช่เงิน เช่น การกำหนดเงินค่าตอบแทน โบนัส เงินรางวัลจากการทำงาน การให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ นโยบายของหน่วยงาน การใช้วิธีการนิเทศ ติดตามตรวจสอบประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม การให้ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย การจัดให้มีสวัสดิการของหน่วยงาน การให้การยอมรับบุคคลให้มีฐานะทางสังคม เป็นต้น

2) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างงานกับผู้ปฏิบัติงาน โดยบุคคลผู้นั้นเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเอง เช่น เกิดแรงจูงใจเพราะเห็นคุณค่า และความสำคัญของงาน การต้องการความสำเร็จในงาน ทำงานนั้นเพราะเป็นงานที่ตนเองชอบ การอยากทำงานเพราะอยากท้าทายความสามารถของตนเอง หรือกิจกรรมนอกเหนือจากงาน เช่น การร่วมกิจกรรมด้านกีฬา หรือทำงานอดิเรกของแต่ละคนล้วนเกิดขึ้นจากการจูงใจภายใน

ทั้งนี้ มีผู้ที่ได้ทำการศึกษาโดยแบ่งประเภทของแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ พชรศ กรุงกาญจนาและประพนธ์ สหพัฒนา (2561) ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ได้ทำการแบ่งประเภทของแรงจูงใจผ่านการวิเคราะห์ผลประโยชน์ที่ได้รับในองค์กร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น ผลประโยชน์ภายนอก (extrinsic benefits) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรหรือบุคคลอื่นมอบให้เป็นผลตอบแทนจากการปฏิบัติงาน เช่น การแบ่งปันความรู้จะได้รับภาพลักษณ์ (image) ที่ดีในองค์กร เป็นต้น และผลประโยชน์ภายใน (intrinsic benefits) ซึ่งเกิดขึ้นโดยตรงจากภายในใจขณะที่ปฏิบัติงานอยู่ โดยตัวเราเองเป็นผู้กำหนด เช่น การรับรู้ความสามารถของตนเอง (knowledge self-efficacy) ความสนุกในการช่วยเหลือคนอื่น (enjoyment in helping) เป็นต้น การแบ่งปันความรู้จะได้รับอิทธิพลเชิงบวกเมื่อมีบุคคลมีความเชื่อว่าพฤติกรรมแบ่งปันความรู้จะได้รับผลประโยชน์บางอย่างในอนาคต รวมถึงอิสริยา ปิ่นตบแต่ง (2554) ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยจูงใจในการแลกเปลี่ยนความรู้ปัจจัยจูงใจในการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานสายสนับสนุน ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ซึ่งแบ่งออกเป็น ปัจจัยจูงใจภายใน ได้แก่ ความเป็นมืออาชีพ ความเชื่อมั่นในความรู้ส่วนบุคคล สถานภาพทางสังคมและความไว้วางใจ ความเต็มใจในการช่วยเหลือผู้อื่น และความท้าทายในการทำงาน และปัจจัยจูงใจภายนอก ได้แก่ การได้รับรางวัล การได้รับการยอมรับนับถือ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความมั่นคงในหน้าที่การงาน และ Orpipath (2018) ซึ่งได้ทำการศึกษาพฤติกรรมแบ่งปันความรู้ของพนักงานรักษาความปลอดภัยในโรงพยาบาลแห่งหนึ่ง โดยทำการแบ่งแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรักษาความปลอดภัยออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความคาดหวังรางวัลจากองค์กร การได้รับการชื่นชมยกย่อง และความสนุกเพลิดเพลินในการช่วยเหลือผู้อื่น

ทั้งนี้ ยังมีผู้ซึ่งได้ทำการศึกษารูปแบบของแรงจูงใจภายใน ได้แก่ Andreoni (1990 อ้างถึงโดย พัชรติลา รัฐ โชติพิริยกร , 2558) ซึ่งได้ทำการนิยามถึงแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลช่วยเหลือผู้อื่น โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจในการช่วยเหลือแบบ Pure Altruism คือ แรงจูงใจของการช่วยเหลืออันเป็นผลจากบุคคลนึกถึงผู้อื่นเพียงอย่างเดียวทั้งสิ้น

2) แรงจูงใจในการช่วยเหลือแบบ Impure Altruism คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทำให้ผู้อื่นเกิดความสุขมากขึ้นผ่านการให้ความช่วยเหลือจากตนเอง แต่ในขณะเดียวกันบุคคลก็ต้องการให้ตนเองได้รับความสุขจากการช่วยเหลือนี้เช่นเดียวกัน ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ช่วยเหลือในรูปแบบของความภูมิใจ ความสุขใจ ความรู้สึกยินดีที่ได้ให้ หรือก็คือ “แม้ว่าความช่วยเหลือจะมีเพียงพอกับความต้องการอยู่แล้ว เราจะรู้สึกเป็นสุขมากขึ้น ถ้าเราได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้อื่น”

โดยมีงานศึกษาวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Andreoni (1990) ได้แก่ การศึกษาวิจัยของ Lin (2007) ซึ่งได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการช่วยเหลือแบบ Impure Altruism ผ่านการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยหลักของแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในหลายๆ ด้าน รวมทั้งด้านการแบ่งปันความรู้ พบว่า แรงจูงใจในการช่วยเหลือแบบ Impure Altruism ของบุคคลในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของตนเองหรือเพื่อความสุข โดยปราศจากผลประโยชน์ หรือเพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่ของตนเองที่ได้รับจากประสบการณ์ เช่น การแบ่งปันความรู้ จะทำให้พนักงานได้รับความพึงพอใจจากการรับรู้และเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตนเองในการแบ่งปันสิ่งที่ตนมีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้ ยิ่งไปกว่านั้นพนักงานที่ได้มีการแบ่งปันความรู้ จะได้รับความสุขและโอกาสจากการช่วยเหลือผู้อื่น สอดคล้องงานศึกษาของ พุฒิสรณ์ ย่อมเจริญ (2559) ซึ่งพบว่า บุคลากรรู้สึกมีความสุขเมื่อได้แบ่งปันข้อมูลในสังคมออนไลน์ รวมถึงผลการศึกษาของ อิศริยา ปิ่นตบแต่ง (2554) Orpipath (2018) พชรธิ กรุงกาญจนาและประพนธ์ สหพัฒนา (2561) พบว่า บุคลากรรู้สึกมีความสุขในการแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้เพื่อช่วยเหลือหรือช่วยแก้ปัญหาให้กับบุคลากรในหน่วยงานของตน

2.3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

มีนักวิชาการมากมายที่กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ได้แก่ งานศึกษาของ จักรี ศรีจารุเมธีญาณและสุรศักดิ์ อุดเมืองเพ็ช (2563) ซึ่งได้ทำการแบ่งกลุ่มแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มทฤษฎีเนื้อหา (Content Theories) และกลุ่มทฤษฎีกระบวนการ (Process Theories)

1) กลุ่มทฤษฎีเนื้อหา เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระของแรงจูงใจ กล่าวคือ ความต้องการเฉพาะอย่างหรือความต้องการภายในเป็นสิ่งจูงใจและกำกับแนวทางการแสดงออก พฤติกรรมของบุคคล ทฤษฎีนี้พยายามหาคำตอบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัจจัยภายในบุคคลหรือ สิ่งจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีสององค์ประกอบ และทฤษฎีแรงจูงใจไฟสั่มฤทธิ์

1.1) ทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮอรัชเบอร์เกอร์ (Motivator-Hygiene (Two-Factor Theory) (1959 อ้างถึงโดยรัชดาภรณ์ เค้นพงศ์ ,2539; ธนัญพร สุวรรณคาม,2559) กล่าวถึงสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1.1.1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยที่สร้างทัศนคติทางบวกให้เกิดขึ้นกับพนักงานปัจจัยเหล่านี้ส่วนใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกับความพอใจโดยตรง ซึ่งประกอบด้วย

- ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้สำเร็จตามกำหนดและประสบผลสำเร็จอย่างดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และรู้จักการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานประสบผลสำเร็จจะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจในผลงานนั้น

- การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือจากบุคคลอื่น ๆ ภายในหน่วยงาน การยอมรับนับถือจากการยกย่อง ชมเชยหรือการแสดงความคิดเห็น การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ

ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าผลงานของตนเองอีกด้วย

- ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง งานที่มีความน่าสนใจ งานที่มีความท้าทายให้ลงมือทำ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นงานที่มีลักษณะที่ท้าทายตั้งแต่ต้นจนจบได้โดยลำพัง โดยองค์การจะต้องทำให้พนักงานรู้สึกว่าการที่ทำงานนั้นมีความสำคัญพนักงานมีความหมายต่อกระบวนการการทำงานเพื่อให้พนักงานได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่

- ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจในการที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานของตนและมีอำนาจต่องานได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการควบคุมใกล้ชิดมากเกินไป จนขาดอิสระในการทำงาน

- ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง การได้รับเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมถึงการได้รับโอกาสที่จะได้เพิ่มพูนความรู้ หรือการได้รับการอบรม เพิ่มความสามารถและพัฒนาศักยภาพของตนเอง

1.1.2) ปัจจัยค่าจูน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำอยู่เท่านั้น แต่ไม่ได้เป็นสิ่งที่จูงใจแต่อย่างใด การให้ความสนใจหรือระมัดระวังต่อบริการ ค่าจูนเป็นสิ่งจำเป็น แต่ก็ยังมีเงื่อนไขไม่เพียงพอจะใช้ในการจูงใจให้คนมีผลผลิตมากขึ้นได้ ปัจจัยค่าจูนประกอบด้วย

- นโยบายการบริหารขององค์กร (Company Policy and Administration) หมายถึง นโยบายหรือจัดการบริหารขององค์กร กฎ ระเบียบข้อบังคับ การจัดระบบงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนโยบายต้องอยู่ในลักษณะที่มีการกำหนดอย่างชัดเจน และมีความเป็นธรรม

- การบังคับบัญชา (Supervision) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการบริหารจัดการภายในหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความยุติธรรมในการบริหาร มีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหา รับฟังความคิดเห็นและให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

- ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา (Relationship with Supervisors, Peers and Subordinates) หมายถึง การติดต่อสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา ไม่ว่าจะเป็นกิริยา วาจา ท่าทางต่าง ๆ ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างเป็นปกติ

- สภาพการทำงาน (Working Condition) หมายถึง สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการทำงาน และสภาพทางกายภาพของงาน เช่น บรรยากาศในการทำงาน สถานที่ทำงานอากาศ เสียง แสงสว่าง เป็นต้น และรวมถึงลักษณะแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความเหมาะสมเพียงพอ เพื่อเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงาน

- เงินเดือน (Salary) หมายถึง ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ในการปฏิบัติงาน ที่พนักงานพึงได้รับอย่างเหมาะสมกับงานที่ทำ เช่น เงินเดือน เงินพิเศษ รวมถึงในรูปแบบสวัสดิการต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับเพียงพอ และเป็นที่พอใจของพนักงาน

- ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal life) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งเป็นผลที่ได้จากงานในหน้าที่ของตน อาจเป็นผลกระทบโดยตรงหรือโดย

อ้อมต่อชีวิตส่วนตัว เช่น การถูกย้ายไปทำงานในที่ใหม่ ซึ่งอาจไกลจากครอบครัว ทำให้พนักงานไม่มีความสุขจึงทำให้พนักงานเกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ

- ความมั่นคงในงาน (Job security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นคงในงานที่ทำ ความมั่นคง ต่อองค์กร หรือความยั่งยืนในอาชีพ

จากการศึกษาทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮอริชเบอร์กร์สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม อาจเกิดจากปัจจัยเชิงใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมโดยตรง หรือเกิดมาจากปัจจัยเชิงใจประกอบกับปัจจัยค้ำจุน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการแสดงพฤติกรรม

1.2) ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ McClelland

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ของ McClelland (1961 อ้างถึงใน มารุต พัฒนา, 2561) กล่าวถึงสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลเกิดความพยายามในการทำงานต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จอย่างดีที่สุดตามที่ได้กำหนดจุดมุ่งหมายไว้ นั้นประกอบด้วย 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) ความต้องการความผูกพัน และ 3) ความต้องการพลังอำนาจ ซึ่งเมื่อบุคคลประสบความสำเร็จในสิ่งใดแล้วก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้พัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น โดยความต้องการทั้ง 3 ด้านดังกล่าว ประกอบด้วย

1.2.1) ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) บุคคลที่มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์จะมีคุณลักษณะชอบทำงานที่ท้าทายความสามารถ มีความรับผิดชอบสูง วางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ ตลอดจนต้องการข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาจากบุคคลรอบข้าง เนื่องจากต้องการกระทำสิ่งต่าง ๆ อย่างเต็มความสามารถของตนเองเพื่อการประสบความสำเร็จ

1.2.2) ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation) บุคคลที่มีความต้องการความผูกพันจะมีคุณลักษณะของความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน มีการสร้างและรักษาสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นได้ดี เนื่องจากต้องการการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น เป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือกลุ่ม มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ในองค์กรถ้าบุคคลมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน การพูดคุย ร่วมมือ ช่วยเหลือ แบ่งปันสิ่งต่างๆ รวมถึงความรู้ก็ดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็ว (ชญาดา ดิมาลัย ,2559)

1.2.3) ความต้องการอำนาจ (Need for Power) บุคคลที่มีความต้องการพลังอำนาจสูงจะมีคุณลักษณะความเป็นผู้นำกล้าตัดสินใจ ต้องการได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากบุคคลอื่น ชอบการแข่งขันและเอาชนะ เนื่องจากต้องการมีพลังอำนาจหรืออิทธิพลเหนือบุคคลอื่น

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ McClelland สรุปได้ว่า สิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดจากการที่บุคคลมีความต้องการในเรื่องของความสำเร็จ ความสัมพันธ์กับผู้อื่น หรืออำนาจที่เหนือกว่าผู้อื่น อย่งใดอย่างหนึ่งเป็นอย่างน้อย หรืออาจมีมากกว่า 1 อย่าง โดยความต้องการที่เกิดขึ้นจะเป็นสิ่งเร้าให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว

มีงานศึกษาที่สอดคล้องกับทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮร์ซเบอร์ก และทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ McClelland ได้แก่ อิศริยา (2554) ซึ่งได้ทำการศึกษาปัจจัยจูงใจในการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี พบว่า ปัจจัยด้านความท้าทายและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงาน รวมถึงงานศึกษาของ Nakano et al. (2013) Amayah (2013) ประศาสน์ นิยม (2555) กฤษณา คุณะกุลและสุชัญญา โปษยะนันท์ (2559) และชญาดา ติมาลัย (2559) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮร์ซเบอร์ก ในส่วนของปัจจัยด้านความท้าทาย ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจเกี่ยวกับลักษณะของงาน และปัจจัยค้ำจุน ด้านความสัมพันธ์และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ของ McClelland (1961) ในส่วนของปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ และด้านความต้องการความผูกพัน

2) กลุ่มทฤษฎีกระบวนการ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรู้คิด ในการตัดสินใจและเลือกกระทำพฤติกรรม โดยพยายามอธิบายว่าแรงจูงใจเกิดขึ้นได้อย่างไร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ในรูปแบบใด มากกว่าจะบอกว่าปัจจัยอะไรกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ ซึ่งความต้องการอาจเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจูงใจ โดยในที่นี้จะกล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมายและทฤษฎีความคาดหวัง

2.1) ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal-Setting Theory) เป็นทฤษฎีแรงจูงใจที่มีการพัฒนามาจาก Locke (1968 อ้างถึงโดย จักรี ศรีจารุเมธิญาณและสุรศักดิ์ อุดเมืองเพีย , 2563) ซึ่งได้อธิบายว่า แรงจูงใจที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะบรรลุเป้าหมาย เป้าหมายเป็นสิ่งที่บุคคลตั้งใจให้บรรลุในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ในอนาคต เป้าหมายช่วยส่งเสริมการกระทำโดยมุ่งความใส่ใจของบุคคลไปยังเป้าหมายที่ต้องการ มีความเพียรพยายามและหาวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย โดยการกำหนดเป้าหมาย ผลการกระทำที่เฉพาะเจาะจงและท้าทายสามารถจูงใจและเป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรมในทางที่มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น การกำหนด

เป้าหมายเพื่อจูงใจบุคคลให้มีพฤติกรรมที่พึงประสงค์นั้น จะต้องไม่ยากหรือง่ายเกินไป ควรเป็นเป้าหมายที่เหมาะสมกับความสามารถของบุคคล

จากการศึกษาทฤษฎีการกำหนดเป้าหมายของ Locke สรุปได้ว่าเป้าหมายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.2) ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964 อ้างถึงโดย ธัญพร สุวรรณคม, 2559) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ เรียกว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) โดยอธิบายว่าในการจูงใจให้บุคคลทำงานเพิ่มมากขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจถึงกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อน เมื่อบุคคลมีความต้องการที่จะทำงานเพิ่มมากขึ้นจากระดับปกติที่เคยได้ทำ บุคคลมักเกิดความคาดหวังว่าเขาจะต้องได้รับสิ่งใดมากขึ้นหรือสิ่งที่ได้รับเพิ่มเติม จากการกระทำและการแสดงพฤติกรรมนั้น โดยปกติบุคคลมักจะทำงานโดยมีความคาดหวังว่า ในการทำงานนั้นเขาจะได้ผลลัพธ์และผลตอบแทนตามที่เขาต้องการ เขาก็จะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการกระทำนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขามีความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

2.2.1) การคาดหวังว่าถ้าพยายามทำแล้วจะทำได้ (Expectancy: E) คือ ความคาดหวังของคนที่ทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างเต็มที่ที่สุดความสามารถแล้ว จะมีโอกาสหรือความน่าจะเป็นถึงความสำเร็จของการทำงานในระดับที่พึงปรารถนา ซึ่งในบางครั้งเรียกว่าการคาดหวังผลงานจากความพยายาม บุคคลจะขังใจว่าพฤติกรรมที่จะต้องนั้นมันยากเกินความสามารถของตนเองหรือก่อนที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมนั้นออกไป การทำให้ความคาดหวังสูงสุดคือการทำให้บุคคลนั้นรู้สึกว่ามีความสามารถในการทำงานจนถึงในระดับที่ต้องการได้

2.2.2) การคาดหวังว่ากระทำแล้วจะได้ผลลัพธ์ (Instrumentality: I) คือ การคาดหวังของบุคคลไว้ล่วงหน้าว่าเมื่อประสบความสำเร็จในการทำงานแล้วผลที่ตามมาคือรางวัลและสิ่งอื่น ๆ ที่ได้จากการบรรลุผลสำเร็จ เป็นการรับรู้ในความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ที่ได้ซึ่งเรียกว่าการคาดหวังจากผลที่ได้จากการทำงาน การตั้งผลรางวัลหรือผลตอบแทนที่สูงทำให้บุคคลเกิดความมั่นใจว่าจะมีผลรางวัลตามมาเมื่องานนั้นประสบผลสำเร็จ

2.2.3) ค่าของผลลัพธ์ (Valence: V) คือ ระดับคุณค่าหรือความต้องการของผลลัพธ์ที่มีให้แก่บุคคลแต่ละบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันต่อผลลัพธ์เดียวกัน ค่าของผลลัพธ์เป็นตัวจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้นออกมาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้น

จากการศึกษาทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom และงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า แรงจูงใจของบุคคลเกิดมาจากการคาดคะเนต่อเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นของความ

น่าจะเป็นของเหตุการณ์ 3 รูปแบบ ได้แก่ ความคาดหวังจากความพยายามเพื่อบรรลุผลสำเร็จ ความคาดหวังจากผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำ ค่าของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำ

มีงานศึกษาที่สอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal-Setting Theory) และ ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ได้แก่ งานศึกษาของ โชคชัย ปั้นเทศ (2550) ที่ได้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ในการ พยากรณ์พฤติกรรมกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ พบว่า พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้มีความสัมพันธ์ กับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและเจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ โดยหากพนักงานมีเจต คติที่ดีต่อการแลกเปลี่ยนความรู้แล้ว พนักงานย่อมเกิดความเชื่อและความรู้สึกที่ดีต่อการแลกเปลี่ยน ความรู้ว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์และสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานของตนและ ทีมงานได้ ซึ่งเจตคติดังกล่าวย่อมส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ที่สูงตามมา ซึ่งการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับทฤษฎีในส่วนของพฤติกรรมหรือผลการปฏิบัติงานเป็นผลลัพธ์ จากการตัดสินใจเลือกของบุคคล และบุคคลเลือกที่จะทำในสิ่งที่ตนเชื่อว่าจะทำให้ได้รับ ผลตอบแทนสูงสุด รวมถึงงานศึกษาของ พุทธิสรณ์ ย่อมเจริญ (2559) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการ แบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ความคาดหวังในผลของการ กระทำ ซึ่งเป็นความคาดหวังเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น การได้รับการยอมรับและความเคารพที่มากขึ้น การมีเพื่อนมากขึ้น หรือการได้รับความร่วมมือที่ดีขึ้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการ แบ่งปันข้อมูลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อมูลยังพบว่า มีการศึกษาและจัดกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ตาม ลักษณะของแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการจูงใจในการทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ทั้งในรูปของ แรงผลักดันจากภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยแนวคิดในแต่ละกลุ่ม มีข้อสรุปที่แตกต่างกัน ออกไป ดังนี้ (เมธา หริมเทพาธิป ,2561)

1) แนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behavioral Approaches to Motivation)

นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้อธิบายการเกิดการจูงใจในตัวบุคคล โดยเน้นไปที่ รางวัล (Reward) หรือสิ่งล่อใจ (Incentive) ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ควบคุมการเกิดพฤติกรรมของบุคคลใน การทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง การที่บุคคลจะทำพฤติกรรมหรือไม่ หรือทำพฤติกรรมได้ดีมากน้อย เพียงใดมิได้ขึ้นอยู่กับความต้องการภายในตัวบุคคลเอง แต่ขึ้นอยู่กับความต้องการในผลตอบแทนที่ จะได้รับ

2) แนวคิดของกลุ่มมนุษยนิยม (Humanistic Approaches to Motivation)

กลุ่มมนุษยนิยมมีแนวความคิดตรงกันข้ามกับกลุ่มพฤติกรรมนิยม โดยเชื่อว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจในการทำพฤติกรรมของบุคคล คือแรงผลักดันจากภายในตัวบุคคล (Intrinsic sources)

3) แนวคิดของกลุ่มปัญญานิยม (Cognitive Approaches to Motivation)

กลุ่มปัญญานิยมมีแนวความคิดตรงกันข้ามกับกลุ่มพฤติกรรมนิยมเช่นกัน โดยกลุ่มนี้เชื่อว่า การจูงใจในการทำพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการที่บุคคลใช้ความคิดพิจารณา เช่น วางแผน กำหนดเป้าหมายทิศทาง และความคาดหวัง เป็นต้น

4) แนวคิดของกลุ่มการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Approaches to Motivation)

กลุ่มการเรียนรู้ทางสังคมอธิบายการจูงใจว่า เป็นผลมาจากปัจจัย 2 ประการที่เกิดจากความคิดหรือการพิจารณาของบุคคลคือ 1) ความคาดหวังว่าตนเองจะสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้ และ 2) คุณค่าของผลตอบแทนที่จะได้รับ

จากการจัดกลุ่มแนวคิดข้างต้นจะเห็นว่า ทุกแนวคิดล้วนแล้วแต่มีมุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเกิดการจูงใจในตัวบุคคล ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ศึกษาที่จะนำไปปรับใช้ในการสร้างการจูงใจให้เกิดขึ้นกับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ผลตอบแทน การกระตุ้นความต้องการภายใน การให้ข้อเสนอแก่บุคคลต่าง ๆ สำหรับนำไปคิดพิจารณาและทบทวนก่อนตัดสินใจในการกระทำกิจกรรมใด ๆ เป็นต้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการแบ่งปันความรู้

จากการศึกษาวิจัย พบว่า มีแนวคิดและทฤษฎีรวมถึงการศึกษาวิจัยที่สามารถใช้ในการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการแบ่งปันความรู้ของบุคลากร ดังนี้

2.4.1 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดย Homans (1958 อ้างถึงใน Rizer, George, 1992 ; ยุทธศักดิ์ ยารังสี , 2558) ทฤษฎีดังกล่าวได้นำเสนอถึงการแสดงพฤติกรรมของบุคคลผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างกัน ดังนั้น โดยหากบุคคลคนหนึ่งจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งย่อมมีเหตุผลมาจากรางวัล (Reward) ซึ่งเป็นการเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) หรือการลงโทษ (Punish) ซึ่งเป็นการเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) ซึ่งสิ่งที่ใช้เป็นตัวชี้วัดเพื่อสนับสนุนแนวคิดดังกล่าว ได้แก่ ปริมาณของการกระทำ (Quantity of Activity) และระดับของคุณค่าของ

การกระทำ (Value of Activity) การที่บุคคลจะเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในเชิงปริมาณ บุคคลจะเลือกหนทางที่ให้ผลกำไร (Benefit) สูงสุด โดยใช้หลักอุปสงค์-อุปทาน (Principle of Demand and Supply) ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่า โดยสรุปแล้วหลักการในการแลกเปลี่ยนของทฤษฎีนี้จึงเป็นหลักการตอบแทนซึ่งกันและกัน (Mutual reciprocity) ในการที่บุคคลเมื่อทำสิ่งใดไปแล้วย่อมหวังว่าอีกฝ่ายจะกระทำสิ่งที่ตอบแทนกลับคืนมาซึ่งตนเองเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ มีงานศึกษาที่สนับสนุนทฤษฎีการแลกเปลี่ยน ได้แก่ ชูติกันต์ โชติมาโนช (2558) ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยบรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อวิธีการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชน พบว่า ปัจจัยด้านรางวัลและผลตอบแทน ได้แก่ การยกย่องชมเชย การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง รวมถึงรางวัลที่เป็นตัวเงิน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่นเดียวกับงานศึกษาของชญญาทิพ พิเชิตการคำ และคณะ (2558) ซึ่งได้ทำการศึกษารูปแบบการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ รวมถึง Orpipath (2018) ซึ่งได้ทำการศึกษารูปแบบการแบ่งปันความรู้ของพนักงานรักษาความปลอดภัยในโรงพยาบาลแห่งหนึ่ง พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้บุคลากรเกิดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้เช่นเดียวกัน

2.4.2 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) โดย Blau (1964 อ้างถึงใน นำชัย สุภฤกษ์ชัยสกุล, 2550) เป็นทฤษฎีที่ได้ทำการนิยามถึงการแลกเปลี่ยนในขอบเขตที่กว้างขึ้นจากทฤษฎีการแลกเปลี่ยนของ Homans ซึ่งทำการวิเคราะห์ถึงการแลกเปลี่ยนในระดับปัจเจกเท่านั้น ซึ่ง Blau ได้ทำการศึกษาการแลกเปลี่ยนทางสังคม ในระดับมหภาค ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวได้กล่าวถึงการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ที่คาดหวังว่าจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากผู้อื่น แต่มีความแตกต่างจากการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ เนื่องจากไม่ได้มีการกำหนดรูปแบบของสิ่งตอบแทนไว้อย่างชัดเจน แต่เป็นการที่บุคคลอาศัยเครือข่ายของพันธะผูกพัน (Obligation) และความรู้สึกรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากการได้รับผลประโยชน์จากอีกฝ่ายเป็นตัวขับเคลื่อนการแลกเปลี่ยนทางสังคม รวมถึงความไว้วางใจ (Trust) ที่มีให้ต่อกัน ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนทางสังคมนั้นต้องใช้เวลาในการสร้างและตั้งสมความไว้วางใจ ทั้งนี้ มีงานศึกษาที่สนับสนุนทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ได้แก่ งานศึกษาของ Lin (2007) ซึ่งได้ทำการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจภายในและภายนอกที่มีต่อความเต็มใจในการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน พบว่า ความต้องการในการเสริมสร้างและขยายขอบเขตของความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในองค์กร รวมถึงความคาดหวังที่จะได้รับการตอบแทนจากการแบ่งปันความรู้ เป็นอิทธิพลที่สำคัญต่อทัศนคติและความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน

2.4.3 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept) โดย Emerson (1972 อ้างถึงโดย ธนพฤษ ชามะรัตน์ , 2012) เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการแลกเปลี่ยนเชิงจุลภาคของ Homans ซึ่งวิเคราะห์การแสดงออกถึงพฤติกรรมของบุคคลโดยใช้หลักอุปสงค์และอุปทาน และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนเชิงมหภาคของ Blau ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับร่วมกันของบุคคลในสังคม เกิดเป็นแนวคิดที่เกิดการบูรณาการระหว่าง 2 ทฤษฎีข้างต้น กล่าวคือ เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มคนที่อยู่ภายในเครือข่ายเดียวกัน โดยมีรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Pattern of Social Relationship) ของปัจเจกบุคคล (Individual) กลุ่ม (Group) และองค์กร (Organization) ผ่านรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนมีเป้าหมายร่วมกัน ผ่านองค์ประกอบ ได้แก่ (1) สมาชิกของเครือข่าย (2) มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน (3) การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย (4) การสื่อสารภายในเครือข่าย (5) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลที่อยู่ในเครือข่ายสังคม เพื่ออธิบายพฤติกรรมของบุคคล ทั้งนี้ Boissevain (1979 อ้างถึงโดย ธนพฤษ ชามะรัตน์, 2012) ได้นำเสนอถึงลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์อันหลากหลาย ด้วยบทบาทที่มีในสังคม : ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage : Multiplexity) ซึ่งมีความแตกต่างกันตามบทบาทหรือหน้าที่ ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ เช่น บทบาทครู บทบาทพ่อแม่ ซึ่งบทบาทแต่ละบทบาทจะมีปทัสถาน (Norms) และความคาดหวัง (Expectation) เป็นตัวชี้แนะแนวทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกันและกัน

2. ความสัมพันธ์ทางสังคมบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact) อยู่บนพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เช่น เงินทอง สิ่งของ หรือความช่วยเหลือที่ก่อให้เกิดบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทนกันในภายภาคหน้า โดยที่ตัวบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจเองในการที่จะเลือก หรือมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแลกเปลี่ยนอะไรกับอีกบุคคลหนึ่ง

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow) ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้นสามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกัน (Cooperative) หรือแข่งขันกัน (Competitive) ซึ่งอาจก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุล (Balance Reciprocity) และไม่สมดุลกัน (Negative Reciprocity) ขึ้น

ในที่นี้หมายถึงการได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน ทั้งในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน โดยฝ่ายหนึ่งอาจได้รับมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์ (Frequency and Duration of Relationship) ความผูกพันและควมมีอิทธิพลต่อกันและกันในด้านพฤติกรรมนั้น จึงขึ้นอยู่กับความถี่และความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์กัน และช่วงระยะเวลาของความสัมพันธ์ด้วย ยิ่งบุคคลมีความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งบ่อยครั้งและมีระยะเวลาของการรู้จักกันนานเพียงใด ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคน จะมีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมของกันและกันมากขึ้นเท่านั้น เนื่องจากว่ามีความผูกพันมาก

กุลทัต หงส์ขยางกูรและปรัชญานันท์ เทียงจรรยา (2560) ได้อธิบายถึงการสร้างความร่วมมือผ่าน 2 แนวคิดที่สำคัญ ของแนวคิดหลักเครือข่ายทางสังคม ได้แก่ แนวคิดความคล้ายคลึง (Homophily) และแนวคิดความใกล้ชิด (Propinquity) ในแนวคิดความคล้ายคลึง ถูกอธิบายไว้ว่าภายใต้เงื่อนไขอื่นที่เหมือนกัน บุคคลชอบจะมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่มีคุณลักษณะที่คล้ายกัน โดยอาจเป็นความคล้ายกันในระดับการณ้เดิม ปรัชญาวิชาชีพ พื้นฐานสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ถิ่นฐานเดิม เพศ ระดับการศึกษา ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม เช่น คนหรือสมาชิกในสังคมที่มีพื้นฐานเหมือนกันหรือคล้าย ๆ กันมักจะคบหาสมาคม สูงถึงจับกลุ่มอยู่ด้วยกัน และแนวคิดความใกล้ชิด อธิบายว่าภายใต้เงื่อนไขที่คงที่ บุคคลชอบที่จะมีความสัมพันธ์กับคนที่มิระยะทางใกล้ชิดกัน (รักแท้แพ้ใกล้ชิด)

จากการศึกษาทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมนวมถึงแนวคิดเครือข่ายทางสังคม สรุปได้ว่า การที่บุคคลเลือกที่จะแสดงพฤติกรรมหรือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นมาจากความคาดหวังว่าเขาจะได้รับสิ่งตอบแทนกลับคืนมาเช่นเดียวกัน ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวจะมีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยน แตกต่างกันที่ลักษณะของสิ่งตอบแทนที่ได้รับจะเป็นผลประโยชน์ที่ไม่สามารถจับต้องได้หรือมองเห็น ได้อย่างชัดเจน อาทิเช่น ความร่วมมือ เครือข่ายที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นต้น

2.4.4 แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม โดย Robert D. Putnam (1993 อ้างถึงโดยสุวรรณ คำนัน และคณะ ,2551) เป็นแนวคิดที่ได้ทำการอธิบายถึงสังคมในรูปแบบเครือข่ายได้แก่ ซึ่งได้มีการนิยามทุนทางสังคมว่า เป็นลักษณะเด่นขององค์กรทางสังคมประกอบด้วย ความไว้วางใจ (Trust) บรรทัดฐาน (Norms) และเครือข่าย (Networks) ซึ่งสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพทางสังคม ผ่านการส่งเสริม เกื้อหนุน การร่วมมือในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน ซึ่งกระบวนการเกิดของทุนทางสังคมนั้น เริ่มจากประชาชนในสังคมมีระบบคิด และค่านิยมที่ตีร่วมกัน รวมทั้งได้กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับจากทุนทางสังคมในรูปแบบ

เครือข่าย ซึ่งได้แก่ 1) เพิ่มศักยภาพในการทำงานและช่วยลดต้นทุนในการทำงานได้มากกว่าการทำงานแบบปัจเจกชน 2) เกิดจิตประเพณีที่เกี่ยวกับการพึ่งพาอาศัยกันหรือต่างตอบแทน ทำให้องค์กรชุมชนแข็งแกร่งและมีพลังมากขึ้น 3) เกิดความไว้วางใจระหว่างกันของคนในเครือข่ายทำให้การติดต่อและระบบข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกรวดเร็ว และ 4) มีการนำความสำเร็จร่วมกันในอดีตมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความร่วมมือในอนาคต

สินาด ศิริวรรณชัย (2561) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของกิจกรรมเสริมสร้างความร่วมมือทางสังคม ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การรับรู้ และการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ทำให้เกิดคุณค่าบางอย่างที่สามารถยึดโยงและยอมรับร่วมกัน นำไปสู่ความร่วมมือในการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากคุณค่าดังกล่าวได้ โดยได้ทำการแบ่งกลุ่มประเภทของทุนทางสังคม ซึ่งได้แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ทุนทางสังคมภายใน (Cognitive social capital) และ ทุนทางสังคมภายนอก (Structural social capital)

1) ทุนทางสังคมภายใน ทุนทางสังคมประเภทนี้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องของความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความเชื่อ ทศนคติ เช่น ความเชื่อถือไว้วางใจกัน (Trust) คุณค่าร่วมกัน (Share values) ความเกื้อกูลกัน (Reciprocity) ซึ่งมีลักษณะที่มองเห็นและประเมินได้ยาก

2) ทุนทางสังคมภายนอก ทุนทางสังคมประเภทนี้เกี่ยวข้องกับบทบาทพฤติกรรม การกระทำหรือความสัมพันธ์ที่เราสร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเครือข่ายสายสัมพันธ์อุปถัมภ์ หรือจะเป็น เครือข่าย องค์กร ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ องค์กรปกครองท้องถิ่น ชมรม เป็นต้น รวมถึงสถาบันในรูปของกฎของการเล่นเกม (Rule of the game) เช่น กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย รัฐธรรมนูญ ซึ่งลักษณะที่มองเห็นและประเมินได้ง่ายกว่าทุนทางสังคมภายใน

มีงานศึกษาที่สนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม ได้แก่ กมลวรรณวรรณชนง (2557) ซึ่งได้ทำการสำรวจทุนทางสังคมที่มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ ทุนทางสังคมด้านการรับรู้ ซึ่งเป็นการที่บุคคลหรือกลุ่มภายในองค์กรได้รับข้อมูลและแปลความหมายข้อมูลผ่านการติดต่อสื่อสาร และทุนทางสังคมด้านความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นความผูกพันหรือการเกี่ยวข้องกันของบุคคล และกลุ่มภายในองค์กร ถือเป็นทรัพยากรทางสังคมที่ถูกสร้างขึ้นและมีอิทธิพลผ่านสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน ประกอบด้วย ความไว้วางใจและการพึ่งพาอาศัย รวมถึงงานศึกษาของ Amayah (2013) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ในองค์กรภาครัฐ พบว่า ทุนทางสังคม ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงานในองค์กร เช่น ยิงพนักงานในองค์กรที่มีค่านิยมและเป้าหมายที่สอดคล้องกันกับเพื่อนร่วมงานมีปฏิสัมพันธ์ต่อ

กันมากเท่าใด ก็จะยิ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันความรู้ระหว่างพนักงานมากขึ้นเท่านั้น การแข่งขันความรู้เกิดจากความเต็มใจที่จะแข่งขันแลกเปลี่ยน ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างเพื่อนร่วมงาน พุดคุย เกรงจากกันง่าย ก็จะสนับสนุนให้เกิดความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แบ่งปันสิ่งต่าง ๆ รวมถึงความรู้ได้อย่างราบรื่นและได้ประโยชน์อย่างแท้จริง (ชญาดา ดิมาลัย ,2559)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม สรุปได้ว่า การที่บุคคลเลือกที่จะแสดงพฤติกรรมหรือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นมาแรงจูงใจหรือความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งกับกลุ่มทางสังคมที่ตนอาศัยอยู่

2.4.5 แนวคิดและทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory)

แนวคิดและทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory) โดย Bandura (1986 อ้างถึงโดย วชิรพันธ์ ชัยนนธ์ ,2554) มีที่มาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ซึ่งอธิบายถึงพฤติกรรมการเรียนรู้ทางสังคมของมนุษย์ ว่าเกิดจากประสบการณ์ตรงของตนเอง หรือเกิดจากการเรียนรู้โดยการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่น รวมถึงเกิดจากการฟังคำบอกเล่าและการอ่านสารบันทึกของผู้อื่น ซึ่งการเรียนรู้ดังกล่าวจะทำให้มนุษย์มีความรู้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทั้งนี้ กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์ (2555) ได้กล่าวว่า รูปแบบการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura มาจากการเรียนรู้และรับประสบการณ์ของผู้อื่นมากกว่าทำด้วยตนเอง เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการสร้างให้เกิดเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ การสร้างเครือข่ายที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ง่าย เช่น การเผยแพร่ความรู้ ความคิด พฤติกรรม หรือแม้แต่วัตถุ สิ่งของ เทคนิควิธีการ เครื่องมือ และเทคโนโลยีต่าง ๆ เกิดการเรียนรู้ทางสังคมที่เชื่อมโยงมาสู่พฤติกรรม การแสดงออก ทั้งการพูดและการกระทำ ของการได้รับรู้ หรือเรียนรู้มา ซึ่งนำไปสู่การสร้างแบบแผนพฤติกรรมใหม่ที่มีแบบแผนเฉพาะแห่งตนขึ้นมา และการสร้างแรงจูงใจเป็นแบบอย่าง เผยแพร่แบบอย่างของคนสู่ผู้อื่นให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งภายหลัง Bandura ได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวเกิดเป็นทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory) ที่ได้มีการนำเสนอแนวคิดในเรื่องของการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ซึ่ง Bandura ได้ให้คำจำกัดความของแนวคิดดังกล่าว โดยอธิบายว่า การแสดงพฤติกรรมของบุคคล ขึ้นอยู่กับการรับรู้ความสามารถตนเอง ซึ่งเป็นการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานได้ในระดับใด และความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นความคาดหวังเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้นนั้นเป็นการตัดสินใจว่าผลลัพธ์รูปแบบใดจะเกิดขึ้นจากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว ผลของการกระทำที่เกิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเหมาะสมเพียงพอของพฤติกรรมที่ได้กระทำไป กล่าวคือ หากบุคคลเกิดความเชื่อมั่นในทักษะหรือความรู้ของตนเอง มากเพียงใด จะมีแนวโน้มที่จะคาดหวังผลของการกระทำมากขึ้นเช่นกัน (พุฒิสรณ์ ย่อมเจริญ ,2559) ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น จัดได้ว่าเป็นผลประโยชน์ภายใน ที่เกิดขึ้น

โดยตรงจากภายในใจของผู้ปฏิบัติงาน มีงานศึกษาพบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน ได้แก่ Lim (2007) และ พทธิศกรกาญจนาและประพนธ์ สหพัฒนา (2561) รวมถึงมีงานศึกษาซึ่งพบว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ อิศรียา ปิ่นตบแต่ง (2554) ,สมจิตร จินากักดิ์ (2556), และธัญญาทิพ พิชิตการค้า และคณะ (2558)

สรุปได้ว่า ทฤษฎีปัญญาทางสังคมเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงรูปแบบการเรียนรู้ของบุคคลซึ่งเป็นต้นกำเนิดของทฤษฎีปัญญาทางสังคมที่ได้อธิบายถึงการรับรู้ขีดความสามารถของตนเองเพื่อพิจารณาในการกระทำสิ่งต่าง ๆ หากบุคคลคิดว่าตนเองมีความสามารถเพียงพอมาก่อนให้เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะทำให้เกิดการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากการศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจสรุปได้ว่า มีแนวคิดทฤษฎีที่สามารถเชื่อมโยงและอธิบายมูลเหตุจูงใจ ที่ก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ทั้งในส่วนของความต้องการผลตอบแทนในรูปแบบสิ่งของหรือความต้องการมีบทบาทในสังคม ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของรูปแบบการรวมกลุ่มเครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ การพึ่งพาอาศัยหรือแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กับผู้อื่น รวมถึงความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการบรรลุเป้าหมายอันเนื่องมาจากการรับรู้ขีดความสามารถของตนเอง เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์และจัดกลุ่ม แรงจูงใจของบุคลากร ผ่านการนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร โดยแบ่งประเภทของแรงจูงใจออกเป็น ปัจจัยแรงจูงใจภายใน ประกอบด้วย การรับรู้ขีดความสามารถของตนเอง ความคาดหวังในผลลัพธ์ ความไว้วางใจ ทำทาสความสามารถ และความพึงพอใจในการแบ่งปันความรู้ และปัจจัยแรงจูงใจภายนอก ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมขององค์กร ประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง และรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง ดังตารางที่ปรากฏ

2.5 การกำหนดตัวแปร สมมติฐาน และกรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการศึกษาวรรณกรรม ทั้งด้านแนวความคิด และทฤษฎี รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรและสมมติฐานรวมถึงสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้

2.5.1 การกำหนดตัวแปรและสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 1 : แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

1.1 การรับรู้ความสามารถของตนเอง

บุคคลที่รับรู้ในความสามารถที่ตนเองมีอยู่จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความเชื่อมั่นที่จะแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของตนเองให้กับผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องของการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ของ Bandura (1986) และงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

1.2 ความคาดหวังในผลลัพธ์

หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองย่อมมีความคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง Bandura (1986) ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ McClelland (1961) ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย Locke (1968) และทฤษฎีความคาดหวัง Vroom (1964) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังในผลลัพธ์และการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 1.2 ความคาดหวังในผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

1.3 ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจต่อกันของบุคคลก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ไว้นับถือเชื่อใจในการแสดงออกถึงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับทฤษฎีสององค์ประกอบ Herzberg (1959) แนวคิดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ McClelland (1961) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม Blau (1964) แนวคิดเครือข่ายทางสังคม Emerson (1972) และแนวคิดทุนทางสังคม Pudnam (1993) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างความไว้วางใจและการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 1.3 ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

1.4 การท้าทายความสามารถ

บุคคลที่ชอบงานที่ทำท้าทายความสามารถของตนเอง จะก่อให้เกิดความเพียรพยายามจากแรงจูงใจภายใน ที่สามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมในทางที่มีประสิทธิผลรวมถึงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับทฤษฎีสององค์ประกอบ Herzberg (1959) ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ McClelland (1961) และทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย Locke (1968) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างความท้าทายความสามารถและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 1.4 การท้าทายความสามารถมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

1.5 ความพึงพอใจในการแบ่งปันความรู้

บุคคลที่ได้รับความสุขจากการที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่นย่อมเกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมการช่วยเหลือผู้อื่นในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวถึงแรงจูงใจในการช่วยเหลือผู้อื่น Andreoni (1990) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างความพึงพอใจในการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 1.5 ความพึงพอใจในการแบ่งปันความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 2 : แรงจูงใจภายนอกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

2.1 สภาพแวดล้อมขององค์กร

สภาพแวดล้อมขององค์กรที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้บุคคลเกิดพฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับทฤษฎีสององค์ประกอบ Herzberg (1959) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างสภาพแวดล้อมขององค์กรและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 2.1 สภาพแวดล้อมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

2.2 ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง

เมื่อบุคคลมีความคาดหวังว่าพฤติกรรมการช่วยเหลือของเขาจะได้รับการตอบแทนกลับคืนในอนาคตเช่นเดียวกัน บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเหล่านั้นออกมา รวมถึงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง Vroom (1964) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม Blau (1964) แนวคิดเครือข่ายทางสังคม Emerson (1972) และแนวคิดทุนทางสังคม Pudnam (1993) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวังและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

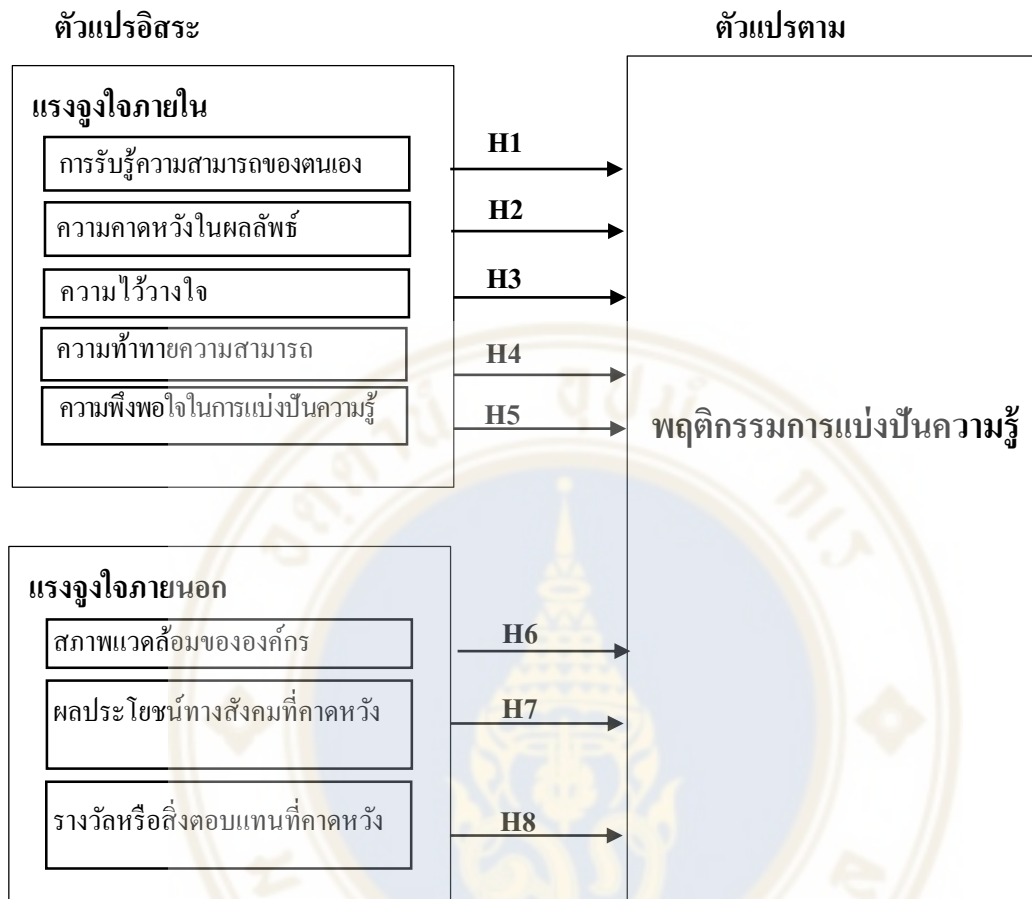
ข้อสมมติฐานที่ 2.2 ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

2.3 รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง

เมื่อบุคคลมีความคาดหวังว่าพฤติกรรมที่แสดงออกของเขาจะได้รับการตอบแทนในรูปแบบของรางวัลตอบแทน ทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเหล่านั้นออกมา รวมถึงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยน Homans (1958) ทฤษฎีสององค์ประกอบ Herzberg (1959) และทฤษฎีความคาดหวัง Vroom (1964) รวมถึงงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวังและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ข้อสมมติฐานที่ 2.3 รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

2.5.2 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.2 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

3.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaires survey) จำนวนทั้งสิ้น 195 ชุด และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ และข้อมูลออนไลน์จากอินเทอร์เน็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรองค์กรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง จำนวน 1,183 คน (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรสังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัยของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง จำนวน 195 คน (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2563)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.1 กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนในการทำแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2) สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ในหัวข้อวิจัย
- 3) นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุง

แก้ไข

4) ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

และสร้างแบบสอบถามออกมาในรูปแบบคำถามปลายปิด จำนวน 1 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบจากคำตอบที่กำหนดไว้ โดยที่คำตอบจะเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก โดยที่คำตอบจะเป็นการให้วัดน้ำหนัก จากน้อยที่สุดไปมากที่สุด 5 ลำดับ (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ โดยที่คำตอบจะเป็นการให้วัดน้ำหนักจากน้อยที่สุดไปมากที่สุด 5 ลำดับ (Likert Scale)

3.3.2 ทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล (Content Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามให้มีความครอบคลุม เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

2) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยผู้วิจัยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่มากกว่า 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการตัดสินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Cronbach, 1990)

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Forms โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 195 คนช่วงเวลาในการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนมกราคม 2564

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาลงรหัสโดยใช้เครื่องมือเป็นโปรแกรม IBM SPSS Analysis และโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ได้แก่ แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอกกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และการพยากรณ์โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ตามความเหมาะสมข้อแต่ละหัวข้อคำถามในแบบสอบถาม



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 195 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Assessment)
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Assessment)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแต่ละตัวแปรและใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่มีค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยผลของการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแต่ละตัวแปรในแบบสอบถาม สามารถแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแต่ละตัวแปรในแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อ	Cronbach's Alpha	Mean	Std. Deviation
พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	14	0.906	3.97	0.551
แรงจูงใจในภายในในการแบ่งปันความรู้				

ตัวแปร	จำนวนข้อ	Cronbach's Alpha	Mean	Std. Deviation
ด้านการรับรู้ความสามารถของตน	3	0.811	3.54	0.668
ด้านความไว้วางใจ	3	0.759	3.77	0.593
ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์	3	0.825	4.02	0.599
ด้านการท้าทายความสามารถ	3	0.823	3.91	0.666
ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้	2	0.887	4.15	0.594
แรงจูงใจในภายนอกในการแบ่งปันความรู้				
ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร	6	0.912	3.71	0.734
ด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง	3	0.802	3.61	0.749
ด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	10	0.929	3.12	0.862

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	175	89.74
หญิง	20	10.26
รวม	195	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 89.74 ส่วนเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.26

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	1	0.51
25 ปี – 35 ปี	62	31.79
36 ปี – 45 ปี	73	37.44
46 ปี – 55 ปี	57	29.23
สูงกว่า 55 ปี	2	1.03
รวม	195	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 ปี – 45 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 37.44 รองลงมา ได้แก่ อายุ 25 ปี – 35 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31.79 อายุ 46 ปี – 55 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 29.23 อายุสูงกว่า 55 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.03 และอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	5.64
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	130	66.67
สูงกว่าปริญญาตรี	54	27.69
รวม	195	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.69 และระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับปฏิบัติการ	157	80.51
ระดับบริหาร	38	19.49
รวม	195	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 80.51 ส่วนตำแหน่งงานระดับบริหาร มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.49

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	0	0
1 ปี - 5 ปี	39	20.00
6 ปี - 10 ปี	48	24.62
11 ปี - 15 ปี	32	16.41
16 ปี - 20 ปี	69	35.38
มากกว่า 20 ปี	7	3.59
รวม	195	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงาน 16 ปี - 20 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 35.38 รองลงมา ได้แก่ อายุงาน 6 ปี - 10 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.62 อายุงาน 1 ปี - 5 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุงาน 11 ปี - 15 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.41 และอายุงาน มากกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.59 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้

พฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	Mean	Std. Deviation	แปลความหมาย
1. ฉันมีความพร้อมที่จะเป็นผู้สอนงานให้กับเพื่อนร่วมงานหรือพนักงานใหม่	4.22	0.796	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ฉันพร้อมที่จะให้ข้อเสนอแนะต่อผู้อื่นหากจะช่วยปรับปรุงให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.32	0.713	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ฉันมักจะหาข้อมูล เพื่อเตรียมความพร้อมในการแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น	4.11	0.687	เห็นด้วยมาก
4. ฉันสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ	4.37	0.616	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ฉันกระตือรือร้นที่จะแบ่งปันความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	4.17	0.765	เห็นด้วยมาก
6. ฉันกระตือรือร้นที่จะแสดงความคิดเห็นต่อที่ประชุมอยู่เสมอ	3.67	0.870	เห็นด้วยมาก
7. ฉันกระตือรือร้นในการแสวงหาข้อมูลเพื่อช่วยปรับปรุงการทำงาน	4.16	0.706	เห็นด้วยมาก
8. หากมีเพื่อนร่วมงานขอความช่วยเหลือ ขอคำแนะนำในการทำงาน ฉันจะทำโดยทันที	4.37	0.616	เห็นด้วยมากที่สุด
9. ฉันไม่เคยเสียเวลากับการแบ่งปันความรู้ที่มีอยู่ให้กับเพื่อนร่วมงาน	3.66	1.300	เห็นด้วยมาก
10. ฉันชอบแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นที่ทำงานให้กับผู้อื่น แม้ไม่ได้รับการร้องขอ	3.86	0.843	เห็นด้วยมาก
11. ฉันมักจะได้นำเสนอผลงานของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ผ่านกิจกรรมแบ่งปันความรู้ทั้งภายในทีมงาน หรือระหว่างทีมงาน	3.60	0.876	เห็นด้วยมาก
12. ฉันมักเข้าร่วมกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ เพื่อใช้เวลาให้เป็นประโยชน์และประหยัดเวลาในการเพิ่มพูนความรู้	3.82	0.762	เห็นด้วยมาก

พฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	Mean	Std. Deviation	แปลความหมาย
13. ฉันมักเป็นผู้ที่แสดงความคิดเห็นและร่วมแบ่งปันความรู้กับผู้อื่นในระหว่างการทำงาน	3.83	0.739	เห็นด้วยมาก
14. ฉันมักได้รับมอบหมายให้เป็นผู้สอนงานให้กับเพื่อนร่วมงาน หรือพนักงานใหม่อยู่เสมอ	3.40	0.981	เห็นด้วยปานกลาง
ภาพรวม	3.97	0.551	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน คือ ฉันสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ และหากมีเพื่อนร่วมงานขอความช่วยเหลือ ขอคำแนะนำในการทำงาน ฉันจะทำโดยทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เท่ากัน รองลงมา คือ ฉันพร้อมที่จะให้ข้อเสนอแนะต่อผู้อื่นหากจะช่วยปรับปรุงให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ฉันมักได้รับมอบหมายให้เป็นผู้สอนงานให้กับเพื่อนร่วมงาน หรือพนักงานใหม่อยู่เสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ภาพรวม และรายด้าน

แรงจูงใจภายใน	Mean	Std. Deviation	แปลความหมาย
ด้านการรับรู้ความสามารถของตน	3.54	0.668	เห็นด้วยมาก
ด้านความไว้วางใจ	3.77	0.593	เห็นด้วยมาก
ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์	4.02	0.599	เห็นด้วยมาก
ด้านการทำทาสความสามารถ	3.91	0.666	เห็นด้วยมาก
ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้	4.15	0.594	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.86	0.521	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงงูใจภายในในการแบ่งปันความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา ได้แก่ ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ด้านการทำทหายความสามารถ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านความไว้วางใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และด้านการรับรู้ความสามารถของตน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงงูใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการรับรู้ความสามารถของตน

แรงงูใจภายใน ด้านการรับรู้ความสามารถของตน	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. ฉันเป็นคนที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องงานที่ฉันทำที่สุดในองค์กร	3.51	0.839	เห็นด้วยมาก
2. ฉันเป็นคนที่มีความรู้ในเรื่องพิเศษที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร นอกเหนือจากความรู้สำหรับการปฏิบัติงานในปัจจุบัน	3.52	0.808	เห็นด้วยมาก
3. ฉันมีทักษะในการสื่อสาร (ฟัง พูด อ่าน เขียน และนำเสนอ) ที่ดี	3.60	0.699	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.54	0.668	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงงูใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการรับรู้ความสามารถของตน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันมีทักษะในการสื่อสาร (ฟัง พูด อ่าน เขียน และนำเสนอ) ที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ฉันเป็นคนที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องงานที่ฉันทำที่สุดในองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านความไว้วางใจ

แรงจูงใจภายใน ด้านความไว้วางใจ	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. ฉันสามารถแบ่งปันประสบการณ์ ความคิด ความรู้สึก หรือความหวังกับเพื่อนร่วมงานได้อย่างเป็นอิสระ	3.77	0.762	เห็นด้วยมาก
2. ฉันสามารถเชื่อใจได้ว่าเพื่อนร่วมงานจะไม่ทำให้การปฏิบัติงานของฉันล่าช้าขึ้นด้วยความไม่ระมัดระวัง	3.74	0.750	เห็นด้วยมาก
3. ฉันสามารถเชื่อใจได้อย่างเต็มที่ในคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจากเพื่อนร่วมงานคนอื่น	3.81	0.650	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.77	0.593	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาจากข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันสามารถเชื่อใจได้อย่างเต็มที่ในคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจากเพื่อนร่วมงานคนอื่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ฉันสามารถเชื่อใจได้ว่าเพื่อนร่วมงานจะไม่ทำให้การปฏิบัติงานของฉันล่าช้าขึ้นด้วยความไม่ระมัดระวัง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์

แรงจูงใจภายใน ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. ฉันสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ไปต่อยอดและประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน	4.07	0.630	เห็นด้วยมาก
2. การแบ่งปันความรู้ของฉัน ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.05	0.679	เห็นด้วยมาก
3. การแบ่งปันความรู้ของฉัน ทำให้ช่วยเพิ่มพูนและรักษาองค์ความรู้ให้อยู่กับองค์กร	3.93	0.770	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	4.02	0.599	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านความคาดหวังในผลลัพธ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ไปต่อยอดและประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ การแบ่งปันความรู้ของฉัน ทำให้ช่วยเพิ่มพูนและรักษาองค์ความรู้ให้อยู่กับองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการทำนายความสามารถ

แรงจูงใจภายใน ด้านการทำนายความสามารถ	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. งานที่ฉันปฏิบัติอยู่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานทุกครั้ง	3.72	0.817	เห็นด้วยมาก
2. ฉันชอบทำงานที่ทำทายต่อความรู้และความสามารถ	4.01	0.773	เห็นด้วยมาก
3. งานที่ยากเพียงใด ฉันก็อยากทำให้สำเร็จ	4.00	0.732	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.91	0.666	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการทำนายความสามารถ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันชอบทำงานที่ทำทายต่อความรู้และความสามารถ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ งานที่ฉันปฏิบัติอยู่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานทุกครั้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้

แรงจูงใจภายใน ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. ฉันรู้สึกพึงพอใจภายหลังจากได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน	4.12	0.627	เห็นด้วยมาก
2. ฉันรู้สึกพึงพอใจภายหลังจากได้ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานโดยการแบ่งปันความรู้	4.19	0.626	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	4.15	0.594	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในในการแบ่งปันความรู้ ด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันรู้สึกพึงพอใจภายหลังจากได้ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานโดยการแบ่งปันความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ฉันรู้สึกพึงพอใจภายหลังจากได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ภาพรวมและรายด้าน

แรงจูงใจภายนอก	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร	3.71	0.734	เห็นด้วยมาก
ด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง	3.61	0.749	เห็นด้วยมาก
ด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	3.12	0.862	เห็นด้วย ปานกลาง
ภาพรวม	3.38	0.659	เห็นด้วย ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมา

ได้แก่ ด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร

แรงจูงใจภายนอก ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. องค์กรของฉันมีการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการแบ่งปันความรู้	3.91	0.872	เห็นด้วยมาก
2. องค์กรของฉันมีการกำหนดวัฒนธรรม หรือค่านิยมที่สนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันความรู้	3.95	0.872	เห็นด้วยมาก
3. องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันความรู้ เช่น สถานที่ อินเทอร์เน็ต ระบบฐานข้อมูลความรู้	3.77	0.875	เห็นด้วยมาก
4. องค์กรของฉันมีการจัดสรรช่วงเวลา ชั่วโมงสำหรับการแบ่งปันความรู้	3.34	0.946	เห็นด้วยปานกลาง
5. องค์กรของฉันมีการจัดกิจกรรมในการกระตุ้น สร้างแรงจูงใจ ให้เกิดการแบ่งปันความรู้	3.60	0.905	เห็นด้วยมาก
6. ฉันได้รับอิทธิพลในการแบ่งปันความรู้จากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน	3.69	0.812	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.71	0.734	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของฉันมีการกำหนดวัฒนธรรม หรือค่านิยมที่สนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ องค์กรของฉันมีการจัดสรรช่วงเวลา ชั่วโมงสำหรับการแบ่งปันความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง

แรงจูงใจภายนอก ด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. ฉันคาดหวังว่าหากฉันแบ่งปันความรู้ฉันจะได้รับการตอบแทนเมื่อจำเป็น	3.30	1.052	เห็นด้วยปานกลาง
2. ฉันต้องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนในองค์กรโดยวิธีการแบ่งปันความรู้	3.74	0.810	เห็นด้วยมาก
3. ฉันต้องการสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในองค์กร	3.79	0.766	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.61	0.749	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันต้องการสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ฉันคาดหวังว่าหากฉันแบ่งปันความรู้ฉันจะได้รับการตอบแทนเมื่อจำเป็น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง

แรงจูงใจภายนอก ด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
1. ฉันคาดหวังถึงการแสดงความชื่นชม ยินดี หรือขอบคุณในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.36	0.966	เห็นด้วยปานกลาง
2. ฉันคาดหวังถึงการยกย่องชมเชยในที่สาธารณะในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.10	0.974	เห็นด้วยปานกลาง
3. ฉันคาดหวังถึงตำแหน่งเชี่ยวชาญหรือชำนาญการในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.18	1.058	เห็นด้วยปานกลาง
4. ฉันคาดหวังถึงโล่รางวัล เกียรติบัตร จากผู้บริหารขององค์กรในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	2.79	1.181	เห็นด้วยปานกลาง

แรงจูงใจภายนอก ด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	Mean	Std. Deviation	แปล ความหมาย
5. ฉันคาดหวังถึงผลลัพธ์จากการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.30	1.012	เห็นด้วยปานกลาง
6. ฉันคาดหวังถึงเงินเดือนหรือค่าตอบแทนพิเศษในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.19	1.086	เห็นด้วยปานกลาง
7. ฉันคาดหวังถึงสิ่งตอบแทนอื่น ๆ ที่เป็นตัวเงิน เช่น การศึกษาสูงๆ ของรางวัลต่าง ๆ ในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.25	1.146	เห็นด้วยปานกลาง
8. ฉันคาดหวังถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น วันหยุด เวลาทำงานที่ยืดหยุ่นได้ ในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.12	1.219	เห็นด้วยปานกลาง
9. ฉันคาดหวังถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ เช่น การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ในการแบ่งปันความรู้ของฉัน	3.44	1.140	เห็นด้วยมาก
10. ฉันไม่คาดหวังสิ่งใดตอบแทนจากการแบ่งปันความรู้	2.47	1.215	เห็นด้วยน้อย
ภาพรวม	3.12	0.862	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกในการแบ่งปันความรู้ ด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ฉันคาดหวังถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ เช่น การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ในการแบ่งปันความรู้ของฉัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ฉันไม่คาดหวังสิ่งใดตอบแทนจากการแบ่งปันความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient)

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(1) การรับรู้ความสามารถของตน	1								
(2) ความไว้วางใจ	.481**	1							
(3) ความคาดหวังในผลลัพธ์	.585**	.667**	1						
(4) การทำทนายความสามารถ	.630**	.607**	.721**	1					
(5) การได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้	.416**	.689**	.698**	.648**	1				
(6) สภาพแวดล้อมขององค์กร	.357**	.588**	.543**	.416**	.515**	1			
(7) ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง	.553**	.448**	.535**	.529**	.429**	.614**	1		
(8) รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	.372**	.206**	.174*	.246**	.175*	.358**	.489**	1	

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(9) พฤติกรรม การแบ่งปัน ความรู้	.626**	.595**	.610**	.635**	.543**	.488**	.527**	.309**	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีค่าระหว่าง 0.309 – 0.635 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ แสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงประสิทธิภาพของสมการถดถอยระหว่างแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0.747	0.559	0.540	5.235	1.998

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.540 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 54 และจากค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.998 ซึ่งเข้าใกล้ 2 ทำให้ทราบว่าแบบจำลองไม่ประสบปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation)

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยระหว่างแรงงูใจภายในและแรงงูใจภายนอก กับพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.581	2.993		4.538	0.000
การรับรู้ความสามารถของตน	1.089	0.271	0.283	4.019	0.000**
ความไว้วางใจ	0.740	0.335	0.171	2.210	0.028*
ความคาดหวังในผลลัพธ์	0.274	0.372	0.064	0.739	0.461
การทำทหายความสามารถ	0.727	0.313	0.188	2.320	0.021*
การได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้	0.405	0.507	0.062	0.799	0.425
สภาพแวดล้อมขององค์กร	0.162	0.126	0.093	1.288	0.200
ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง	0.196	0.255	0.057	0.768	0.443
รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง	0.035	0.052	0.039	0.677	0.499

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยแรงงูใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถของตน ด้านความไว้วางใจ การทำทหายความสามารถ ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้มากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความสามารถของตน (Beta = 0.283) ด้านการทำทหายความสามารถ (Beta = 0.188) และด้านความไว้วางใจ (Beta = 0.171) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	
การรับรู้ความสามารถของตนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	สนับสนุน
ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	สนับสนุน
ความคาดหวังในผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	ไม่สนับสนุน
การทำทายความสามารถมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	สนับสนุน
การได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	ไม่สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจภายนอกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	
สภาพแวดล้อมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	ไม่สนับสนุน
ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	ไม่สนับสนุน
รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	ไม่สนับสนุน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในส่วนของงานวิจัยบทที่ 5 จะเป็นการสรุปผลและสรุปประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญที่พบจากการวิจัย รวมถึงการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ข้อจำกัดที่พบจากงานวิจัย ตลอดจนข้อเสนอแนะของการวิจัยในอนาคต ประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 5.1 การสรุปผลและสรุปประเด็นสำคัญที่พบจากงานวิจัย
- 5.2 การประยุกต์นำผลการวิจัยมาใช้
- 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะของงานวิจัยในอนาคต

5.1 การสรุปผลและสรุปประเด็นสำคัญที่พบจากงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง

โดยระเบียบวิธีวิจัยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง สังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัย จำนวน 195 คน โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จำนวน 195 ชุด และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบโดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ได้แก่ การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) สถิติเชิง ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อ ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดได้ ดังนี้

5.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ความสามารถของตนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม แบ่งปันความรู้

จากผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถของตนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตน Bandura (1986) เมื่อบุคคลากรเกิดความมั่นใจในระดับความรู้ความสามารถของตนเอง จึงต้องการที่จะทำการแบ่งปันความรู้ของตนให้กับเพื่อนร่วมงานคนอื่น และสอดคล้องกับผลวิจัยของ Lin (2007) อิศรียา ปิ่นตบแต่ง (2554) สมจิตร จินากักดี (2556) ธัญญาทิพ พิษิตการคำและคณะ (2558) พุติสรณ์ ย่อมเจริญ (2559) และพรชิต กรุงกาญจนาและประพนธ์ สหพัฒนา (2561) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถในตนเองของบุคคลากร เช่น การมีความเชี่ยวชาญในงานของตนเอง และมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานที่หลากหลาย รวมถึงการมีทักษะความสามารถด้านการสื่อสารที่ดี เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงาน

สมมติฐานที่ 2 : ความคาดหวังในผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมแบ่งปัน ความรู้

จากผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายในด้านความคาดหวังในผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ แต่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Bandura (1986) McClelland (1961) Locke (1968) และ vroom (1964) รวมถึงผลการศึกษาของ โชคชัย ปิ่นเทศ (2550) ที่พบว่า หากพนักงานรู้สึกว่าการแบ่งปันความรู้เป็นสิ่งที่ มีประโยชน์และสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานของตนและทีมงานได้ ย่อมเกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ที่สูงตามมาและงานศึกษาของ พุติสรณ์ ย่อมเจริญ (2559) ที่พบว่า หากพนักงานเกิดความคาดหวังในผลของการแบ่งปันความรู้ เช่น ต้องการมีชื่อเสียง ต้องการเป็นที่จดจำ เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลเช่นเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยคาดว่า บุคคลากรมีความคาดหวังผลลัพธ์ที่ได้จากการแบ่งปันความรู้ แต่บางครั้งอาจไม่ได้แสดงออกซึ่งพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ด้วยตนเอง อาจมีการแสดงพฤติกรรมในรูปแบบของการสนับสนุน หรือส่งเสริมเพื่อนร่วมงาน ผู้ได้บังคับบัญชา ให้เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ในการนำความรู้ใหม่ที่ได้รับไปต่อยอดและประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เกิดผลลัพธ์ที่ตนเองต้องการ

สมมติฐานที่ 3 : ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

จากผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจทางด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ อย่างมีนัยสำคัญซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของทฤษฎี การแลกเปลี่ยนทางสังคม และทฤษฎีทุนทางสังคม รวมถึงทฤษฎีสององค์ประกอบของ Herzberg (1959) Blau (1964) Emerson(1972) Pudnam (1993) และ McClelland (1961) รวมถึงผลการศึกษา ของ Jorge et al. (2013) Angela (2013) กมลวรรณ วรรณชนง (2557) พุทธิสรณ์ ย่อมเจริญ (2559) กฤษฎา คุณะกุล และสุชัญญา โปษะนันท์ (2559) และชญาดา ตีมาลัย (2559) ที่พบว่า เมื่อบุคลากรภายในองค์กร เดียวกัน เกิดการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ผ่านการติดต่อสื่อสาร และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความไว้วางใจต่อกัน จึงได้มีการแสดงออกถึงความไว้วางใจ ผ่านการแสดงพฤติกรรม การแบ่งปันความรู้ รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของประศาสน์ นิยม (2555) ที่พบว่า เมื่อบุคคลเกิดความไว้วางใจต่อกันจะมีการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความไว้นื้อเชื่อใจ เช่น การแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ของตนเอง การเชื่อมั่นในคำแนะนำและแนวทางการปฏิบัติงาน ของเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

สมมติฐานที่ 4 : การทำทหายความสามารถมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

จากผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า แรงจูงใจภายในด้านการทำทหายความสามารถ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และส่งผลต่อพฤติกรรม การแบ่งปันความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของทฤษฎี สององค์ประกอบของเฮอริชเบอร์ก herzberg (1959) ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย McClelland (1961) และทฤษฎีแรงจูงใจไฟ้สามฤดู Lock (1968) เมื่อบุคลากรเกิดความแรงจูงใจที่มีต่อเนื่องานและการ กำหนดเป้าหมายของงานที่ทำทหายต่อความสามารถ ย่อมก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การประสบความสำเร็จในเป้าหมายที่ตั้งไว้ พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้จึงเป็นหนึ่งใน พฤติกรรมที่บุคลากรแสดงออกโดยมีจุดประสงค์ให้ เพื่อนร่วมงานเกิดความรู้อความเข้าใจเป้าหมาย ของการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน และร่วมมือกันปฏิบัติงานที่มีความทำทหายให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อิศริยา ปิ่นตบแต่ง (2554) ที่พบว่า เมื่อบุคลากรรู้สึกว่า งานที่ตนปฏิบัติมีความทำทหายและต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการลงมือปฏิบัติงานให้สำเร็จ ส่งผลให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานและอยากแบ่งปันความรู้ที่ตนมีให้กับเพื่อนร่วมงานด้วย

สมมติฐานที่ 5 : การได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจภายในด้านการได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ แต่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Andreoni (1990) และผลการศึกษาของ Lin (2007) Nutthapol (2018) อิศรียา ปิ่นตบแต่ง (2554) พุทธิสรณ์ ย่อมเจริญ (2559) และพรวิศ กรุงกาญจนาและประพนธ์ สหพัฒนา (2561) ที่พบว่าแรงจูงใจภายในด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการแบ่งปันความรู้ รวมถึงความเต็มใจพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ซึ่งผู้วิจัยคาดว่า การที่บุคลากรได้รับความพึงพอใจที่ได้รับจากการแบ่งปันความรู้ อาจเกิดมาจากบุคลากรมีความรักใคร่สนิทสนม ความผูกพัน ความปรารถนาดีที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ด้วยเช่นกัน

5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายนอกกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

สมมติฐานที่ 6 : สภาพแวดล้อมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจภายนอกด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ แต่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ herzberg (1959) รวมถึงผลการศึกษาของ Jorge et al. (2013) ซึ่งพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการแบ่งปันความรู้ เช่น การสื่อสารถึงเป้าหมายขององค์กรให้กับพนักงาน รวมถึงการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมด้านการพัฒนาบุคลากร เช่น การฝึกอบรมในห้องเรียน การฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ฐานข้อมูลความรู้ขององค์กร ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน รวมถึงงานศึกษาของ Angela (2013) อิศรียา ปิ่นตบแต่ง (2554) ประศาสน์ นิยม (2555) สมจิตร จินากักดิ์(2556) ชุติกานต์ โชติมาโนช (2558) ภพกร สุมาลกันต์และคณะ (2558) ธัญญาทิพ พิชิตการค้ำและคณะ (2558) กฤษฎา คุณะกุล และสุชัยญา โปษะนันทน์ (2559) ชญาดา ดีมาลัย (2559) และพรวิศ กรุงกาญจนาและประพนธ์ สหพัฒนา (2561) ที่พบว่า บรรยากาศและการสนับสนุนขององค์กรส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน ซึ่งผู้วิจัยคาดว่า ปัจจัยของบรรยากาศขององค์กรในการส่งเสริมการเรียนรู้ อาจส่งผลให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมหลายรูปแบบ นอกเหนือจากพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ เช่น การศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง เป็นต้น

สมมติฐานที่ 7 : ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจภายนอกด้านผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวังมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ แต่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Blau (1964) Emerson(1972) Pudnam (1993) และ vroom (1964) รวมถึงและผลการศึกษาของ .Lin (2007) ที่พบว่า การแบ่งปันข้อมูลและความรู้จะไม่เกิดขึ้นอย่างอิสระโดยปราศจากความคาดหวังว่าจะการได้รับผลประโยชน์ตอบแทนกลับมาเช่นเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยคาดว่า บุคลากรอาจมีความคาดหวังผลประโยชน์ทางสังคมและมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมในการสร้างความสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายทางสังคมร่วมกับบุคลากรอื่นในองค์กรในหลายๆรูปแบบ ไม่เพียงแต่พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงพฤติกรรมด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากการแบ่งปันความรู้ เช่น การแสดงน้ำใจโดยการช่วยเหลืองาน การพูดคุยหยอกล้อกัน การแบ่งปันสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

สมมติฐานที่ 8 : รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจภายนอกด้านรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวังมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ แต่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ Homans (1958) herzberg (1959) และ vroom (1964) รวมถึงผลการศึกษาของ .Angela (2013).Nutthapol (2018) อิศรียา ปิ่นตบแต่ง (2554) ชุตติกานต์ โชติมาโนช (2558) และชญญาทิพ พิษิตการคำ และคณะ (2558) ที่พบว่า รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวังจากการแบ่งปันความรู้ เช่น การได้รับโบนัสหรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน ซึ่งผู้วิจัยคาดว่า การที่บุคลากรมีความคาดหวังต่อรางวัลหรือสิ่งตอบแทน อาจส่งผลให้เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมในหลายรูปแบบ ทั้งพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และพฤติกรรมด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากการแบ่งปันความรู้ เช่น ความกระตือรือร้นในการทำงาน ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน การให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรจัดขึ้น เป็นต้น

5.2 การประยุกต์นำผลการวิจัยมาใช้

ในส่วนของการประยุกต์นำผลการวิจัยมาใช้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งออกเป็น การนำผลการวิจัยมาใช้ในระยะสั้นและระยะยาว ดังนี้

5.2.1 การนำผลการวิจัยมาใช้ในระยะสั้น

5.2.1.1 องค์กรควรส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักและรับรู้ถึงความสามารถของตนเอง เช่น การจัดเวทีเสวนาเพื่อให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้ความสามารถของตนเอง การจัดประกวดไอเดียความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้ได้อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมด้านการแบ่งปันความรู้ในระดับองค์กรต่อไป

5.2.1.2 องค์กรควรจัดให้มีกิจกรรมเพื่อพัฒนาความเป็น Teamwork เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจกันระหว่างบุคลากร เช่น กิจกรรมการแข่งขันกีฬา กิจกรรมจิตอาสา พัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ เป็นต้น อันจะส่งผลให้บุคลากรเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมีความไว้วางใจที่จะแบ่งปันความรู้ของตนเองให้กับผู้อื่น

5.2.1.3 ผู้บังคับบัญชาควรเปิดโอกาสให้อำนาจบุคลากรในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเอง ตามความเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรได้เกิดการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ของตนเอง รวมถึงสนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันความรู้ที่ได้รับ ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ด้านความสำเร็จหรือความล้มเหลว ในการเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีหรือเป็นบทเรียนให้กับบุคลากรอื่นในการปฏิบัติงานครั้งต่อไป

5.2.2 การนำผลการวิจัยมาใช้ในระยะยาว

5.2.2.1 องค์กรควรจัดทำแผนในการพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญและเสริมสร้างทักษะที่สำคัญของบุคลากรกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ ทักษะด้านการเป็นวิทยากรให้เกิดความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ ให้เกิดความชำนาญในงานที่ปฏิบัติ และควรมีการสลับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน เพื่อให้เกิดความชำนาญในหลากหลายด้าน และมีคุณสมบัติเพียงพอในการเป็นวิทยากรตามที่กระทรวงกำหนด ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจในความรู้ความสามารถของตนเอง เกิดความเชื่อมั่นในการแบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงานมากขึ้น

5.2.2.2 องค์กรควรจัดรูปแบบงานในลักษณะของงาน Project ที่ต้องทำร่วมกันเป็นทีม รวมถึงเสริมสร้างวัฒนธรรมในองค์กรในเรื่องของการแบ่งปันความรู้ร่วมกัน

5.2.2.3 องค์กรควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้วางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกับผู้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิด KPI ที่สามารถช่วยกระตุ้นศักยภาพของบุคลากรในระดับที่เหมาะสม

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

5.3.1 การศึกษานี้ เป็นการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของบุคลากรจำนวน 1 สังกัด ได้แก่ ฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัย ของรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ ไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนของบุคลากรรัฐวิสาหกิจทั้งองค์กร หรือตัวแทนขององค์กรรัฐวิสาหกิจทุกหน่วยงานได้

5.3.2 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID – 19) ทำให้การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมีความล่าช้ากว่าระยะเวลาที่กำหนดไว้

5.4 ข้อเสนอแนะของงานวิจัยในอนาคต

5.4.1 ควรมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

5.4.2 ควรมีการขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง เช่น ทำการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างบุคลากรสังกัดฝ่ายรักษาความปลอดภัยและกู้ภัยของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในหลายหน่วยงาน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กมลภพ จันทวิโรจน์, และ ศศิฉาย ศรีเทพ. (2560). โมเดลและทฤษฎีที่สำคัญเกี่ยวกับการจัดการความรู้. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/SasichaySritep/km-1-83724505>
- กมลวรรณ วรรณชนง.(2557). ทูทางสังคมที่มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. วารสารการจัดการสมัยใหม่ ,12(2) ,79-90. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/22061>
- กฤษฎา คุณะกุล, และสุชัญญา โปษะนันท์.(2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ กรณีศึกษา สำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2555). กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Processes). สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/270870>
- กุลทัต หงส์ขยางกูรและปรัชญานันท์ เทียงจรยา.(ม.ป.ป.).การสร้างและการบริหารเครือข่าย.สืบค้นจาก http://hsmi2.psu.ac.th/upload/forum/paper_1598_5f69ce9304e915f69ce.pdf
- คริสติน่า อีวานส์.(2552). บทบาท HR ในโลก KM [Managing for Knowledge HR's Strategic Role] (นิพนธ์ ภัทรชิตี, แปล). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 2003).
- จักรี ศรีจารุเมธีญาณ, และสุรศักดิ์ อุดเมืองเพ็ญ. (2563). แรงจูงใจในการทำงาน : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้.วารสารมจรอุบลปริทรรศน์ ,5(1), 424-436 .<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/240213/164267>
- จิรัชมา วิเชียรปัญญา. (2557). การจัดการเนื้อหาสินทรัพย์ดิจิทัล : ความท้าทายขององค์กร ในยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้. วารสารรังสิตสารสนเทศ, 20(2), 96-110. <https://rilj.rsu.ac.th/journal/3/article/7>
- ชญาดา ดีมาลัย. (2559). การแบ่งปันความรู้ในองค์กรมหาชน.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต. (2552). ภาคทฤษฎีของแรงจูงใจในการทำงาน (ตอนที่ 2). สืบค้นจาก https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1338&read=true&count=true

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชุติกานต์ โชติมาโนช. (2558). ปัจจัยบรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อวิธีการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน : ศึกษาเปรียบเทียบองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โชคชัย ปั่นเทศ. (2550). เจตคติต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ในการพยากรณ์พฤติกรรมกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ จากกรณีศึกษาของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณชพงศ จันจุฬา.(2562). การพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพชุมชน : จากงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ .วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น),14(1) ,1-12.<https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/uruj/article/view/197839>
- ณพิศิษฐ์ จักรพิทักษ์. (2552). ความหมายของการจัดการความรู้. สืบค้นจาก <http://www.thaiail.com/km/indexo.html#km1>
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2554). องค์การแห่งความรู้ จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แชนท์ โฟร์ พรินติ้ง จำกัด.
- ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์ .(2551).สถานภาพองค์ความรู้ของแนวคิดเครือข่ายทางสังคม (State of Knowledge of Social Network Concept).สืบค้นจาก<https://www.kroobannok.com/4252>
- ธัญพร สุวรรณคาม. (2559). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญญาทิพ พิซิตการคำ, สุภัททา ปิณฑะแพทย์ , และอรรถกร เก่งพล.(2558). การพัฒนารูปแบบการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ,วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ,25(3) ,475-583. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/kmutnb-journal/article/view/36227>
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2556). การจัดการความรู้ : ฐานความรู้สู่สังคมธรรมานุภาพ. สืบค้นจาก http://www.educ.su.ac.th/2013/images/stories/220654_07.pdf
- นารีรัตน์ แก้วมณี.(2557).แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี.มหาวิทยาลัยบูรพา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2550). การศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเส้นพหุระดับปัจจัยภาวะผู้นำ กลุ่มสาระการเรียนรู้ และปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อเครือข่ายการแลกเปลี่ยนทางสังคมในที่ทำงาน และตัวแปรผลทางด้านจิตพิสัยของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้และครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประศาสน์ นิยม. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ขององค์การธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พชรศ กรุงกาญจนา, และประพนธ์ สหพัฒนา. (2561). การแบ่งปันความรู้ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค: การวิเคราะห์พหุระดับ. วารสารสุทธิปริทัศน์, 32(104), 1-13.
<https://opacdb02.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=195277>
- พัชรลีตา รัฐโชติพิริยกร. (2558). ทักษะคิดและพฤติกรรมการบริหารการเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2561). เปลี่ยนมุมมองการบริหารองค์กรการศึกษาในโลก Disruptive. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(2), 248-256. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EdAd/article/view/153451>
- พุดิสสรณ์ ย่อมเจริญ. (2559). การแบ่งปันข้อมูลการดูแลสุขภาพบนเครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB), 2(4), 6-20.
https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14456/jisb.2016.26
- ภพกร สุมาลกันต์ , สันติ ศรีสวนแดง, และสุมิตร สุวรรณ .(2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal: ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ , 8(3) , 267-280.
https://kukr2.lib.ku.ac.th/kukr_es/index.php/KPS_EDU/search_detail/result/403158
- ภาคภูมิ ทะนุดี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดทำผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ภาทิน ศรีสังข์งาม.(2556). แรงจูงใจที่มีผลต่อผลลัพธ์ในการดำเนินงานขององค์การ :กรณีศึกษา กองบังคับการตำรวจจราจรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยเกริก.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภูมิภัทร สุวรรณศรี. (2560). ภาวะผู้นำเชิงวิถีเป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนคาทอลิก สังกัดสังฆมณฑลจันทบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- มารุต พัฒนาผล. (2561). เอกสารประกอบการเรียนรู้ รายวิชา สัมมนานวัตกรรม การโค้ชเพื่อการรู้คิด บทที่9 การสร้างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้. สืบค้นจาก.
[http://www.curriculumandlearning.com/upload/Coaching/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%B6%E0%B8%94%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B8%81%E0%](http://www.curriculumandlearning.com/upload/Coaching/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%B6%E0%B8%94%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B8%81%E0%81)
- เมธา หริมเทพาธิป. (2561). แนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจ. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/646463>
- ยุทธศักดิ์ ยารังสี. (2558). เครื่องมือการค้าปลีกสุดวิไลไทย-ลาว. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วิชรพันธ์ ชัยนนดี. (2554). การพัฒนาจริยธรรมนักเรียนและการเรียนรู้ทางสังคม. วารสารวิชาการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 12(22), 21-25. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/1537
- วิจารณ์ พานิช. (2552). ขอบฟ้าใหม่ในการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2552). ความรู้. สืบค้นจาก http://www.curriculumandlearning.com/upload/Academicpapers/9_1435646603.%20%20%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89.pdf
- วิจิต ชาวหา. (2549). ความรู้กับมนุษย์. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/39576>
- ศิริรัตน์ จำปีเรือง และ อมรรัตน์ วัฒนาร. (2553). ความรู้ที่จำเป็นของคนยุคเศรษฐกิจฐานความรู้. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 12(1), 1-7. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/9221
- ศิริวรรณ ศิริเดชนนท์. (2557). การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา : ศูนย์ปฏิบัติการสินเชื่ อธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศุภวิทย์ ภายตินรินทร์ และญาณี โชคสมงาม.(2564)."KM Knowledge Management" ตัวช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการตัดสินใจและวางแผนงานให้ทรงประสิทธิภาพและเปี่ยมประสิทธิผล .กรุงเทพฯ:วิช กรุ๊ป (ไทยแลนด์)
- สมจิตร จินากักดี. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงานเครือโรงพยาบาลรามคำแหง จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สันติ ทองแก้วเกิด .(2559).การศึกษาพฤติกรรมกรรมการไม่ส่งงานและการบ้านรายวิชาหน้าที่พลเมืองและศีลธรรม (รหัสวิชา 2000-1501) ของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคตรัง.วิทยาลัยเทคนิคตรัง.
- สินาด ตริวรรณ ไชย. (2548). ทูตทางสังคม: ความหมายและความสำคัญ. สืบค้นจาก <https://prachatai.com/journal/2005/01/2262>
- สุประภาดา โชติมณี. (2552). การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) คืออะไร. สืบค้นจาก <https://kminbusiness.wordpress.com/2009/12/26/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89-knowledge/>
- สุวรรณา วิริยะประยูร. (2548). พฤติกรรมการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. สืบค้นจาก https://www.mea.or.th/download/download_file/206
- สุวรรณณี คำมั่น และคณะ. (2551). การสัมมนาวิชาการประจำปี 2551 เรื่อง ผู้การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน กลุ่มที่ 3 ทูตมนุษย. สืบค้นจาก http://tdri.or.th/wp-content/uploads/2012/11/g3_6_suwanee_final.pdf
- สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). คู่มือการจัดทำแผนการจัดการความรู้. สืบค้นจาก <https://clib.psu.ac.th/km/wp-content/uploads/2019/11/%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) . (2559). แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ .สืบค้นจาก <http://www.sepo.go.th/content/330>
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2558). การจัดการความรู้ (KM): ตัวช่วยของผู้ปฏิบัติงาน-ผู้บริหารในทุกองค์กร. สืบค้นจาก http://www.okmd.or.th/upload/pdf/chapter1_kc.pdf
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.).การจัดการความรู้ (KM) คืออะไร ?.สืบค้นจาก<https://www.okmd.or.th/knowledge-box-set/km-documents/>
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2557).แนวคิด KM ของ Michael Polanyi และ Ikujiro Nonaka.สืบค้นจาก https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/km-michael-polanyi-ikujiro-nonaka/
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2562). สรุปรายงานสถานะการจัดการความรู้ขององค์กรไทย. สืบค้นจาก <https://nstda.or.th/th/nstda-knowledge/knowledge-management/12510-thailand-km-current-status-summary>
- หัตถิน แก้ววิชิต. (2559). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาพฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาตน. สืบค้นจาก <http://portal5.udru.ac.th/ebook/pdf/upload/17644475x617828RRXAp.pdf>
- อนิรุทธิ์ ตูลสุข. (2563). องค์กรไซโล (Silo Organization) ไม่ใช่สถานที่ แต่เกิดจากผู้คน. สืบค้นจาก <http://www.coachforgoal.com/blog/topic/องค์กรไซโล-silo-organization-ไม่ใช่สถานที่-แต่เกิดจากผู้คน>
- อิสริยา ปิ่นตบแต่ง. (2554). ปัจจัยจูงใจในการแลกเปลี่ยนความรู้ของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- Amayah,A.(2013).Determinants of knowledge sharing in a public sector organization. JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT,17(3),454-471. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2012-0369>
- Boissevain,J.(1979). Network Analysis: A Reappraisal. Current Anthropology,20(2),392-394. <https://www.jstor.org/stable/2741937>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hsiu Fen Lin. (2007). Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions. *Journal of Information Science*, 33(2),135-149. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0165551506068174>
- Killingsworth,B ., Xue,Y., and Liu,Y .(2016).Factors influencing knowledge sharing among global virtual teams.*Team Performance Management*,22(5-6),284-300.DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/TPM-10-2015-0042>
- Koenig,M.(2018). What is KM? Knowledge Management Explained .Retrieved from https://www.kmworld.com/About/What_is_Knowledge_Management
- Nakano,D ., Muniz,J .,and Batista,E.(2013). Engaging environments: tacit knowledge sharing on the shop floor. *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*,17(2),290-306.DOI : <http://dx.doi.org/10.1108/13673271311315222>
- Orpipath,N.(2018). Analyzing Knowledge Sharing Behavior for Security Guards in Hospitals. *International Journal of Management Science and Business Administration*,5(1), 39-49. DOI: <http://dx.doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.51.1005>



ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ สาขาวิชาทุนมนุษย์และการจัดการองค์กร มหาวิทยาลัยมหิดล

2. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการวิจัยเท่านั้น ข้อมูลที่ท่านกรอกในแบบสอบถามนี้จะถูกปิดเป็นความลับและจะไม่มีผลกระทบใดๆต่อท่านทั้งในด้านข้อมูลส่วนตัวและการปฏิบัติงาน ขอความกรุณาอ่านข้อคำถามและเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

3. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ตอน จำนวน 4 หน้า ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก จำนวน 34 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือและสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี 25 ปี – 35 ปี 36 ปี – 45 ปี

46 ปี – 55 ปี สูงกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งงาน

ระดับปฏิบัติการ ระดับบริหาร

5. อายุงาน

น้อยกว่า 1 ปี 1 ปี - 5 ปี 6 ปี - 10 ปี

11 ปี - 15 ปี 16 ปี - 20 ปี มากกว่า 20 ปี

คำชี้แจงสำหรับตอนที่ 2 และ 3 : กรุณาอ่านข้อความและทำเครื่องหมาย ลงในช่อง “ระดับความคิดเห็น” ที่ท่าน มีความคิดเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น โดยคำตอบมี 5 ตัวเลือก ดังนี้

- | | |
|----------------------|--|
| 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด |
| 4 เห็นด้วย | หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงของท่านมาก |
| 3 ปานกลาง | หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงของท่านปานกลาง |
| 2 เห็นด้วยน้อย | หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงของท่านน้อย |
| 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด | หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงของท่านน้อยที่สุด |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
พฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้						
1	ฉันมีความพร้อมที่จะเป็นผู้สอนงานให้กับเพื่อนร่วมงานหรือพนักงานใหม่					
2	ฉันพร้อมที่จะให้ข้อเสนอแนะต่อผู้อื่นหากจะช่วยปรับปรุงให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
3	ฉันมักจะหาข้อมูล เพื่อเตรียมความพร้อมในการแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น					
4	ฉันสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
5	ฉันกระตือรือร้นที่จะแบ่งปันความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
6	ฉันกระตือรือร้นที่จะแสดงความคิดเห็นต่อที่ประชุมอยู่เสมอ					
7	ฉันกระตือรือร้นในการแสวงหาข้อมูลเพื่อช่วยปรับปรุงการทำงาน					
8	หากมีเพื่อนร่วมงานขอความช่วยเหลือ ขอคำแนะนำในการทำงาน ฉันจะทำโดยทันที					
9	ฉันไม่เคยเสียเวลากับการแบ่งปันความรู้ที่มีอยู่ให้กับเพื่อนร่วมงาน					
10	ฉันชอบแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดในที่ทำงานให้กับผู้อื่น แม้ไม่ได้รับการร้องขอ					
11	ฉันมักจะได้นำเสนอผลงานของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ ผ่านกิจกรรมแบ่งปันความรู้ทั้งภายในทีมงาน หรือระหว่างทีมงาน					
12	ฉันมักเข้าร่วมกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ เพื่อใช้เวลาให้เป็นประโยชน์และประหยัดเวลาในการเพิ่มพูนความรู้					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
พฤติกรรมในการแบ่งปันความรู้						
13	ฉันมักเป็นผู้ที่แสดงความคิดเห็นและร่วมแบ่งปันความรู้กับผู้อื่นในระหว่างการทำงาน					
14	ฉันมักได้รับมอบหมายให้เป็นผู้สอนงานให้กับเพื่อนร่วมงาน หรือพนักงานใหม่อยู่เสมอ					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
แรงจูงใจภายใน						
การรับรู้ความสามารถของตน						
1	ฉันเป็นคนที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องงานที่ฉันทำที่สุดในองค์กร					
2	ฉันเป็นคนที่มีความรู้ในเรื่องพิเศษที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร นอกเหนือจากความรู้สำหรับการปฏิบัติงานในปัจจุบัน					
3	ฉันมีทักษะในการสื่อสาร (ฟัง พูด อ่าน เขียน และนำเสนอ) ที่ดี					
ความไว้วางใจ						
4	ฉันสามารถแบ่งปันประสบการณ์ ความคิด ความรู้ลึก หรือความหวังกับเพื่อนร่วมงานได้อย่างเป็นอิสระ					
5	ฉันสามารถเชื่อใจได้ว่าเพื่อนร่วมงานจะไม่ทำให้การปฏิบัติงานของฉันลำบากขึ้นด้วยความไม่ระมัดระวัง					
6	ฉันสามารถเชื่อใจได้อย่างเต็มที่ในคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจากเพื่อนร่วมงานคนอื่น					
ความคาดหวังในผลลัพธ์						
7	ฉันสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยนความรู้ไปต่อยอดและประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ความคาดหวังในผลลัพธ์						
8	การแลกเปลี่ยนความรู้ของฉัน ช่วยในการทำงานมีประสิทธิผลมากขึ้น					
9	การแลกเปลี่ยนความรู้ของฉัน ทำให้ช่วยเพิ่มพูนและรักษาองค์ความรู้ให้อยู่กับองค์กร					
การทำทหายความสามารถ						
10	งานที่ฉันปฏิบัติอยู่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานทุกครั้ง					
11	ฉันชอบที่จะทำงานที่ท้าทายต่อความรู้และความสามารถ					
12	งานยิ่งยากเพียงใด ฉันก็อยากทำให้สำเร็จ					
การได้รับความพึงพอใจจากการแบ่งปันความรู้						
13	ฉันรู้สึกพึงพอใจภายหลังจากได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน					
14	ฉันรู้สึกพึงพอใจภายหลังจากได้ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน โดยการแบ่งปันความรู้					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
แรงจูงใจภายนอก						
สภาพแวดล้อมขององค์กร						
15	องค์กรของฉันมีการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการแบ่งปันความรู้					
16	องค์กรของฉันมีการกำหนดวัฒนธรรม หรือค่านิยมที่สนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันความรู้					
17	องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันความรู้ เช่น สถานที่ อินเทอร์เน็ต ระบบฐานข้อมูลความรู้					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
สภาพแวดล้อมขององค์กร						
18	องค์กรของฉันมีการจัดสรรช่วงเวลา ชั่วโมงสำหรับการแบ่งปันความรู้					
19	องค์กรของฉันมีการจัดกิจกรรมในการกระตุ้น สร้างแรงจูงใจ ให้เกิดการแบ่งปันความรู้					
20	ฉันได้รับอิทธิพลในการแบ่งปันความรู้จากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน					
ผลประโยชน์ทางสังคมที่คาดหวัง						
21	ฉันคาดหวังว่าหากฉันแบ่งปันความรู้ฉันจะได้รับการตอบแทนเมื่อจำเป็น					
22	ฉันต้องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนในองค์กรโดยวิธีการแบ่งปันความรู้					
23	ฉันต้องการสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในองค์กร					
รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง						
24	ฉันคาดหวังถึงการแสดงความชื่นชม ยินดี หรือขอบคุณในการแบ่งปันความรู้ของฉัน					
25	ฉันคาดหวังถึงการยกย่องชมเชยในที่สาธารณะในการแบ่งปันความรู้ของฉัน					
26	ฉันคาดหวังถึงตำแหน่งเชี่ยวชาญหรือชำนาญการในการแบ่งปันความรู้ของฉัน					
27	ฉันคาดหวังถึงโล่รางวัล เกียรติบัตร จากผู้บริหารขององค์กรในการแบ่งปันความรู้ของฉัน					
28	ฉันคาดหวังถึงผลลัพธ์จากการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ในการแบ่งปันความรู้ของฉัน					
29	ฉันคาดหวังถึงเงินเดือนหรือค่าตอบแทนพิเศษในการแบ่งปันความรู้ของฉัน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
รางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่คาดหวัง						
30	ฉันคาดหวังถึงสิ่งตอบแทนอื่นๆที่เป็นตัวเงิน เช่น การศึกษาสูงๆ ของรางวัลต่างๆ ในการแข่งขันความรู้ของฉัน					
31	ฉันคาดหวังถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพิ่มเติม เช่น วันหยุดเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นได้ ในการแข่งขันความรู้ของฉัน					
32	ฉันคาดหวังถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ เช่น การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ในการแข่งขันความรู้ของฉัน					
33	สิ่งอื่นๆ ที่ฉันคาดหวังในการแข่งขันความรู้ของฉัน (หากมีโปรดระบุ).....					
34	ฉันไม่คาดหวังสิ่งใดตอบแทนจากการแข่งขันความรู้					