

ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร  
Success Factors in Knowledge Management Influencing the Effectiveness of  
Marketing Organization for Farmers

สุทธิตา สุนทรทิพย์<sup>1</sup>

วสันต์ สุกฤกษ์กาญจน์<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้และประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จำนวน 151 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ  
ผลวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านภาวะผู้นำ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้มีผลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 36.3

2. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้มีผลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 29.3

3. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้มีผลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ปัญหา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 26.6

4. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านภาวะผู้นำ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้มีผลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 24

**คำสำคัญ:** การจัดการความรู้ ปัจจัยความสำเร็จ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

**Abstract**

The objective of this research is to study Success factors in knowledge management and the effectiveness of Marketing Organization for Farmers. Sample sizes are 151 employees in workers in Marketing Organization for Farmers. Questionnaire is the tool for data collection. Statistics for data analysis are percentage, mean and standard deviation. Statistic for hypotheses testing is multiple regression analysis. The research results were as follows:

Success factors in knowledge management followed leadership and infrastructure and were able to affecting effectiveness of marketing organization for farmers and the ability to produce workers with a

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup> อาจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

proficiency of 0.01 and 0.05 statistically significant levels; in which Adjusted R Square was equal to 36.3 percent.

Success factors in knowledge management were as follows: organizational culture and infrastructure were to able to influence the effectiveness of a marketing organization for farmers the ability to enhance the positive attitudes of workers at statistically significant level of 0.01 with an Adjusted R Square was equal to 29.3 percent.

Success factors in knowledge management were as follows: leadership, organizational culture and infrastructure were to able to influence the effectiveness of marketing organization for farmers and the ability to solve problems at statistically significant level of 0.01, 0.05, 0.01 with an Adjusted R Square was equal to 26.6 percent.

Success factors in knowledge management were as follows : leadership, information technology and infrastructure were able to influence the effectiveness of marketing organization for farmers to develop organization at statistically significant levels of 0.01 with an Adjusted R Square was equal to 24 percent.

**Keywords:** Knowledge management, Success factors, Marketing Organization for Farmers

## บทนำ

ปัจจุบันสังคมได้เข้าสู่กระแสการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่าสังคมแห่งการเรียนรู้ ดังนั้นทุกองค์การจึงควรสร้างให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนากำลังคนให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าต่อองค์การซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในทุกๆด้าน ดังนั้นองค์การจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตโดยที่มีการพัฒนาคนที่ใช้องค์ประกอบการจัดการความรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการนำไปสู่ความสำเร็จและการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป (จำเริญจิตรหลัง, 2550) การจัดการความรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาองค์การซึ่งจำเป็นจะต้องพิจารณาวิธีการหรือหาแนวทางที่จะช่วยให้องค์การสามารถพัฒนาให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการนำความรู้ของแต่ละคนที่มีอยู่รอบๆตัวและอยู่ในตัวมารวบรวมเป็นวิธีการในการปฏิบัติงานที่ดีที่สุดเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานและการนำความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาและประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือสร้างความรู้ใหม่ๆ โดยที่นำมาบันทึกในรูปแบบสื่อเพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการทำงานภายในองค์การ การบริหารจัดการความรู้ในองค์การจึงเป็นสิ่งสำคัญเมื่อในอดีตความรู้ในองค์การมีอยู่ทุกหนทุกแห่ง แต่ไม่ได้มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบโดยความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคลากรเป็นทักษะที่เกิดจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ดังนั้นเมื่อบุคลากรต้องออกจากหน่วยงานไปไม่ว่าจะด้วยเหตุใดความรู้เหล่านั้นก็จะสูญหายไปด้วยทำให้บุคลากรรุ่นหลังไม่สามารถนำความรู้มาใช้ประโยชน์ได้นอกจากนี้ยังมีความรู้ที่บันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น เอกสารทางวิชาการสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นความรู้ที่สามารถเผยแพร่และแบ่งปันให้กับบุคลากรที่ร่วมงานผู้คนอื่นๆได้นำไปใช้ประโยชน์ดังนั้นองค์การทุกองค์การ ควรมีการนำความรู้ที่มีอยู่แล้วมาบริหารจัดการให้เป็นระบบเพื่อความสะดวกต่อการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และให้องค์การสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรเป็นองค์การของภาครัฐที่มีพันธกิจเพื่อส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานปลอดภัยต่อผู้บริโภค ภายใต้เครื่องหมายการค้า อ.ต.ก. สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรคุณภาพ จัดหาปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรมเพื่อลดต้นทุนการผลิต และดำเนินงานสนองนโยบายรัฐบาลดังนั้นการจะดำเนินงานให้เป็นไปตามพันธกิจที่ตั้งไว้ ย่อมมาจากการความรู้ ความสามารถของพนักงาน ซึ่งหากองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรมีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบย่อมนำมาซึ่งประโยชน์ต่อองค์การในการดึงเอาความรู้มาใช้งานได้อย่างสะดวก และส่งผลให้องค์การดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร เพื่อให้รู้รูปแบบการจัดการความรู้ที่เหมาะสมกับบริบทขององค์การซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการนำการจัดการความรู้ไปใช้พัฒนาองค์การได้อย่างดียิ่งขึ้น และช่วยให้มีการพัฒนาการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามนโยบายที่องค์การต้องการ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์

2. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก

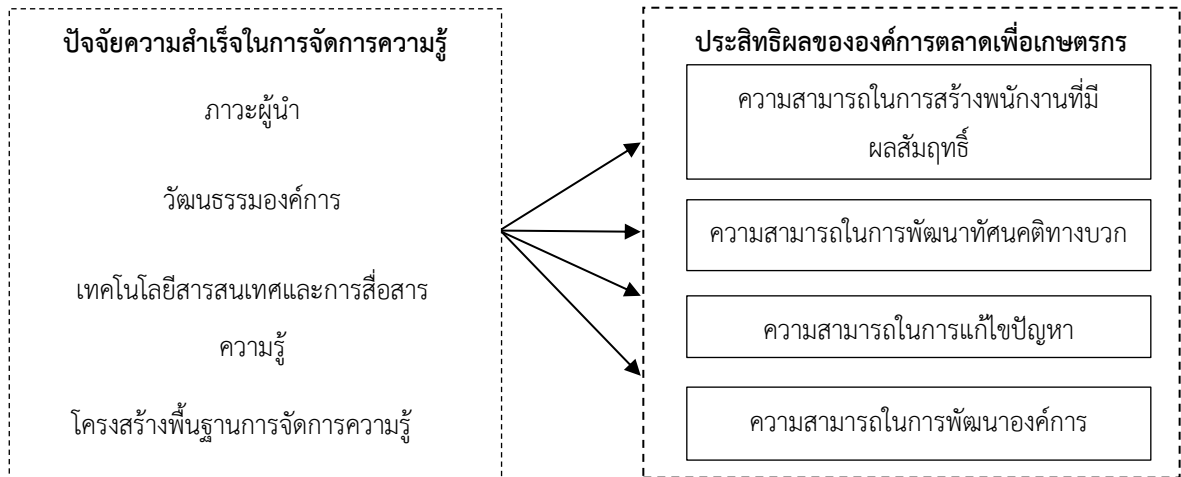
3. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา

4. ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสำรวจจากแบบสอบถามที่ทำการสร้างขึ้น
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จำนวน 151 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสามารถคิดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (1973) และทำการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) แล้วทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ตามแผนกต่าง ๆ

กรอบความคิดที่ใช้วิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากร คือ พนักงานขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จำนวน 241 และมีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (1973) โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) แล้วทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ตามแผนกต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น 6 แผนก ดังนี้ ฝ่ายบริหาร 23 คน ฝ่ายการเงินและบัญชี 25 คน ฝ่ายกิจการตลาด 21 คน ฝ่ายธุรกิจเกษตร 26 คน ฝ่ายกิจการภูมิภาค 1 25 คน และฝ่ายกิจการภูมิภาค 2 31 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จำนวน 151 คน ในการเก็บแบบสอบถาม

2. การสร้างเครื่องมือและแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประสิทธิภาพขององค์การจากเอกสาร ตำรา และข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดและแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ผู้ควบคุมปริญญาโทตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำมาแก้ไขแบบสอบถามแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบเบื้องต้น (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient of Alpha) ของครอนบัท (Cronbach) โดยจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วยด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ และประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก ด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา และด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ มีค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 ดังนั้นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจึงอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

3. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์หือทธิพลระหว่างปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้กับประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Regression Analysis เพื่อวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1.ระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ พบว่า พนักงานองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า พนักงานองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรให้ความสำคัญในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์การ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) ด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98) ด้านภาวะผู้นำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) ตามลำดับ

2. ระดับความสำคัญของปัจจัยประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร พบว่า พนักงานองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93) ด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91) ด้านความสามารถในการแก้ปัญหา(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) และความสามารถในการพัฒนาองค์การ(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) ตามลำดับ

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตารางที่ 1 :** ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์

ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้	b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.101	-	0.270	.788
ภาวะผู้นำ (X <sub>1</sub> )	0.145	0.138	2.213*	.028
วัฒนธรรมองค์การ (X <sub>2</sub> )	0.163	0.134	1.919	.056
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ (X <sub>3</sub> )	-0.092	-0.090	-1.340	.182
โครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้(X <sub>4</sub> )	0.724	0.497	6.737**	.000
r = 0.602      R <sup>2</sup> = 0.363      F = 28.632**				

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านภาวะผู้นำ(X<sub>1</sub>) และโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้(X<sub>4</sub>) มีความความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง เชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.145 และ 0.724 ตามลำดับ หมายความว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านภาวะผู้นำ(X<sub>1</sub>) และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้(X<sub>4</sub>) มีค่าสูงขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ จะเพิ่มขึ้น 0.145 และ 0.724 หน่วย ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Adjusted R Square) มีค่าเท่ากับ 0.363 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถทำนายประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ ได้ร้อยละ 36.3

**ตารางที่ 2 :** ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก

ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้	b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.046		0.104	.917
ภาวะผู้นำ (X <sub>1</sub> )	0.131	0.111	1.687	.093
วัฒนธรรมองค์การ (X <sub>2</sub> )	0.281	0.204	2.772**	.006
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ (X <sub>3</sub> )	-0.113	-0.098	-1.380	.169
โครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้(X <sub>4</sub> )	0.649	0.395	5.078**	.000
r = 0.542      F = 20.848**      R <sup>2</sup> = 0.293				

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์การ (X<sub>2</sub>) และโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X<sub>4</sub>) มีความความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง เชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.281 และ 0.649 ตามลำดับ หมายความว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรมองค์การ (X<sub>2</sub>) และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้(X<sub>4</sub>) มีค่า

สูงขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวกจะเพิ่มขึ้น 0.281 และ 0.649 หน่วย ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Adjusted R Square) มีค่าเท่ากับ 0.293 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถทำนายประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวกได้ร้อยละ 29.3

**ตารางที่ 3:** ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ต่อประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา

ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้	b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.355		.832	.406
ภาวะผู้นำ (X <sub>1</sub> )	0.233	0.211	3.145**	.002
วัฒนธรรมองค์การ (X <sub>2</sub> )	0.253	0.197	2.619**	.010
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ (X <sub>3</sub> )	-0.098	-0.091	-1.255	.211
โครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X <sub>4</sub> )	0.464	0.302	3.806**	.000
r = 0.516      F = 18.206**      R <sup>2</sup> = 0.266				

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านภาวะผู้นำ (X<sub>1</sub>) ด้านวัฒนธรรมองค์การ (X<sub>2</sub>) และโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X<sub>4</sub>) มีความความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง เชิงบวกต่อประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.233 0.253 และ 0.464 ตามลำดับ หมายความว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านภาวะผู้นำ (X<sub>1</sub>) ด้านวัฒนธรรมองค์การ (X<sub>2</sub>) และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X<sub>4</sub>) มีค่าสูงขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาจะเพิ่มขึ้น 0.233 0.253 และ 0.464 หน่วย ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Adjusted R Square) มีค่าเท่ากับ 0.266 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถทำนายประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานได้ร้อยละ 26.6

**ตารางที่ 4 :** ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ต่อประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ

ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้	b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.181		.355	.723
ภาวะผู้นำ ( X <sub>1</sub> )	0.271	0.209	3.067**	.002
วัฒนธรรมองค์การ (X <sub>2</sub> )	0.161	0.106	1.392	.165
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ (X <sub>3</sub> )	-0.248	-0.195	-2.662**	.008
โครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X <sub>4</sub> )	0.703	0.389	4.829**	.000
r = 0.490      F = 15.868**      R <sup>2</sup> = 0.240				

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านภาวะผู้นำ (X<sub>1</sub>) และโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X<sub>4</sub>) มีความความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง เชิงบวกต่อประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.271 และ 0.703 ตามลำดับ หมายความว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านภาวะผู้นำ (X<sub>1</sub>) และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ (X<sub>4</sub>) มีค่าสูงขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิภาพขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ จะเพิ่มขึ้น 0.271 และ 0.703 หน่วย ตามลำดับ และปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ (X<sub>3</sub>) มีความความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

เชิงลบต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ  $-0.248$  หมายความว่า ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้มีค่าสูงขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การจะลดลง  $0.248$  หน่วย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Adjusted R Square) มีค่าเท่ากับ  $0.240$  หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถทำนายประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การได้ร้อยละ 24

### สรุปและอภิปรายผล

จากสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  $0.01$  และ  $0.05$  เนื่องจากผู้อำนวยการสามารถกระตุ้นแรงบันดาลใจให้พนักงานทำงานอย่างทุ่มเท และมุ่งมั่น ทำงานร่วมกันเป็นทีม มีความกระตือรือร้น อุทิศตัวเพื่อการสร้างเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน จึงช่วยให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าและสามารถที่จะร่วมกันพัฒนาเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานทั้งในด้านแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้องค์กรมีความก้าวหน้าทันสมัยและมีการวางแผนหรือจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของพนักงาน อีกทั้งองค์กรมีการจัดสรรอุปกรณ์ และสถานที่สำหรับดำเนินงานกิจกรรมการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบซึ่งส่งผลให้พนักงานทุกคนในองค์กรสามารถดึงข้อมูล ความรู้ที่ถูกจัดเก็บไว้มาใช้งานได้สะดวกทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับประเสริฐ สมพงษ์ธรรม (2537) พบว่า ภาวะผู้นำขององค์กรสามารถช่วยเสริมประสิทธิผลขององค์กร และพบว่าภาวะผู้นำเป็นตัวทำนายประสิทธิผลขององค์การด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ โดยรวมได้ดี และสอดคล้องกับสุขฤกษ์ ดีโนโพธิ์ (2554) กล่าวว่า โครงสร้างในการจัดการรู้นั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์ โดยโครงสร้างในการจัดการความรู้ที่ใช้ในการจัดการความรู้ นั้น จะสร้างพนักงานที่มีความสำเร็จที่ชัดเจนยิ่งขึ้นและเพิ่มคุณสัมฤทธิ์ของพนักงานให้สูงมากขึ้นตามไปด้วย

ส่วนปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการสร้างพนักงานที่มีผลสัมฤทธิ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  $0.05$  เนื่องจากองค์การอาจมีการสื่อสารวัฒนธรรมองค์การไปสู่พนักงานไม่ทั่วถึง ทำให้พนักงานบางคนก็ไม่ทราบหรือไม่เข้าใจมาตรฐานหรือ วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้อย่างแท้จริง เพราะมีการประชาสัมพันธ์อย่างไม่ต่อเนื่องหรือไม่มีเทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่ดีและทันสมัย จึงเป็นเหตุให้พนักงานบางกลุ่มไม่ปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ แต่จะปฏิบัติเฉพาะตามหน้าที่ของตนเท่านั้น และการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่พอเพียงและไม่ทั่วถึง บางแผนกมีการคัดเลือกพนักงานที่ส่งอบรมโดยไม่คำนึงว่าพนักงานที่คัดเลือกนั้นปฏิบัติงานตรงกับหัวข้อที่อบรมหรือไม่ บางแผนกคัดเลือกพนักงานโดยดูจากอายุงาน ส่งผลให้พนักงานที่มีอายุน้อยไม่ได้รับการอบรมจึงทำให้พนักงานบางส่วนยังขาดความรู้ในการจัดการความรู้ซึ่งสอดคล้องกับสมุทร ชำนาญ (2546) ที่พบว่า ภายในองค์การมีการใช้เทคโนโลยีได้ไม่เต็มตามประสิทธิภาพของเทคโนโลยีนั้น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ยังมีผู้ปฏิบัติงานบางท่านใช้เพื่อพิมพ์งานแต่เพียงอย่างเดียวไม่มีการศึกษาค้นคว้าหาความรู้จากอินเทอร์เน็ตหรือการใช้บริการฐานข้อมูลภายในองค์การก็มีบุคลากรเข้าไปใช้ค้นคว้าหาความรู้้น้อยมาก มีเพียงบางคนหรือบางกลุ่มเท่านั้น ทำให้บุคลากรยังขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาหาความรู้ และนำไปพัฒนาองค์การ

จากสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  $0.01$  เนื่องจากการที่องค์กรมีบรรยากาศที่กระตุ้นส่งเสริมให้พนักงานเกิดการใฝ่รู้ เกิดความกระตือรือร้นที่จะศึกษาค้นคว้า และถ่ายทอดความรู้ต่อกันอย่างกว้างขวาง โดยองค์การมีการสนับสนุนทั้งด้านการเงิน ขวัญกำลังใจ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ และเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสในการสนทนาสอบถามแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีการเรียนรู้ร่วมกัน ก่อให้เกิดความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม เกิดความรู้สึกร่วมกัน

ซึ่งกันและกัน นำมาสู่ความช่วยเหลือเกื้อกูล ความสามัคคีในองค์การส่งผลให้พนักงานมีทัศนคติทางบวกทั้งต่อเพื่อนร่วมงาน และองค์การ จึงทำให้การปฏิบัติงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายขององค์การและในขณะเดียวกันการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารจากภายนอกหน่วยงาน การเข้าถึงแหล่งความรู้ต่าง ๆ อย่างสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับจิราภรณ์ พงษ์ศรีทัศน์ (2553) ศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ปีการศึกษา 2553 พบว่าอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยด้านวัฒนธรรม และการจัดการความรู้เป็นปัจจัย ที่มีต่อประสิทธิผลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และสอดคล้องกับสุธิชา ชิตกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้เป็นการ ส่งเสริมที่พนักงานเกิดการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ และให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดเก็บความรู้ซึ่งสร้างคุณค่า ในตัวพนักงาน และสร้างทัศนคติทางบวกให้กับพนักงาน

ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านภาวะผู้นำ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ ไม่มี อิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาทัศนคติทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 เนื่องจากพนักงานในองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรรู้จักการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล และมีการนำความรู้ ความสามารถ และทักษะอันจำเป็นไปใช้ในการดำรงชีวิตในสังคมได้ ซึ่งเป็นทักษะที่อยู่ภายในตัวพนักงาน และเทคโนโลยี สารสนเทศภายในองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรมีไม่เพียงพอกับการใช้ทั้งด้านเทคโนโลยีที่เป็นเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อ การศึกษาความรู้ที่เป็นฮาร์ดแวร์ เช่น คอมพิวเตอร์และเครื่องมือการสื่อสารที่เป็นซอฟต์แวร์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต จึงทำให้ พนักงานไม่สามารถเข้าถึงค้น ค้นคว้าเพื่อหาความรู้ได้ จึงไม่มีผลต่อความรู้สึก พฤติกรรมหรือทัศนคติทางบวก ซึ่งสอดคล้อง กับศิริน้อย นิภาพันธ์ (2544) ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำกับประสิทธิผลขององค์การ: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย ผลวิจัยพบว่าภาวะผู้นำไม่มีผลต่อประสิทธิผลขององค์การ เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำขององค์การในบริบทของ สังคมไทยอาจจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขบางประการอันเป็นผลจากปัจจัยคุณลักษณะขององค์การ ปัจจัยภูมิหลังของผู้นำในองค์การ หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับประสิทธิผลขององค์การซึ่งมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไปซึ่งสอดคล้องกับวิรัตน์ มะโน วัฒนา (2552) ที่กล่าวว่า อุปสรรคในเรื่อง อุปกรณ์ ระบบเครือข่าย ข้อมูลสารสนเทศ การอบรม และการให้บริการ จึงส่งผล ให้การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสารสนเทศได้ไม่เต็มที่

จากสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้าน โครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากผู้อำนวยการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ ความคิดอย่างอิสระ มีส่วนร่วมในการทำงาน เมื่อบรรยากาศในองค์การดี โอกาสที่ผู้อำนวยการจะได้รับความร่วมมือร่วมใจ จากพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องก็เป็นไปได้โดยง่ายและพนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานได้ อย่างกว้างขวาง มีการใช้โครงสร้างไม่เป็นทางการควบคุมการปฏิบัติงานมากกว่าใช้โครงสร้างที่เป็นทางการ เน้นการมีส่วนร่วม ของพนักงานเป็นแบบแผนหลักในการขับเคลื่อนงาน และมีการพัฒนาสมรรถภาพของพนักงานในองค์การอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง นำไปสู่ประสิทธิผลองค์การด้านการแก้ไขปัญหาและทำให้พนักงานสามารถรับมือได้กับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่พนักงานต้องเผชิญ ได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์(2549) พบว่า การจัดการความรู้จะช่วยให้ บุคลากรเติบโตทางด้าน ความคิด ค่านิยม ความรู้ ประสบการณ์ซึ่งต้องใช้เวลายาวนานในการสร้างวัฒนธรรม ความไว้วางใจ การยอมรับนับถือผู้อื่น การไม่ หวงความรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน เสรีภาพ และการทำงานร่วมกันส่งผลให้เกิดการร่วมมือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิด และสามารถ รับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ และสอดคล้องกับ วิจารย์ พานิช (2550) กล่าวว่า การจัดโครงสร้างภายในองค์การเป็นกลุ่ม ทีมงานสายงานในองค์การและเชื่อมโยงออกไปภายนอกองค์การ โครงสร้างที่มีความยืดหยุ่นเกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเฉพาะ กิจได้ง่ายมีการสื่อสารร่วมมือข้ามสายในแนวราบ และเป็นเงื่อนไขสำคัญของการจัดการความรู้ซึ่งมีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร



ส่วนปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากพนักงานในองค์การยังขาดความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูล สร้างข้อมูล และแลกเปลี่ยนความรู้โดยเฉพาะพนักงานในระดับอาวุโสจะมีการหลีกเลี่ยงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ไม่มีผลต่อประสิทธิผลองค์การในด้านการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับธารณิษฐ์ ทวีทรัพย์ (2551) ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ ต่อประสิทธิผลด้านด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาซึ่งพบว่า การที่บุคลากรมีข้อจำกัดด้านอายุ กล่าวคือ บุคลากรที่มีอายุมากแล้วนั้นย่อมมีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

จากสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารความรู้ และด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากจากการที่ผู้อำนวยการมีความมุ่งมั่นอุทิศตนเพื่อให้พนักงานในองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรปฏิบัติงานสำเร็จตามวิสัยทัศน์โดยสนับสนุนปัจจัยเกื้อหนุนการทำงาน เช่น งบประมาณ ทรัพยากร สถานที่ จัดสรรกลุ่มพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการความรู้ สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรู้ต่าง ๆ ได้ และเทคโนโลยีให้ความช่วยเหลือ ชี้แนะที่ให้พนักงานเกิดการพัฒนาตนเอง และพัฒนางาน ทำให้พนักงานเล็งเห็นว่าตนเองมีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนพัฒนาองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับกานต์สุตา มาชะศิริานนท์ (2546) ซึ่งได้ศึกษา พบว่าโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้พนักงานตระหนักถึงคุณค่าและความจำเป็นของการจัดการความรู้ และให้ความร่วมมือกันทำกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์การอย่างต่อเนื่อง

ส่วนด้านวัฒนธรรมองค์การ ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกรด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากพนักงานภายในองค์การมีทั้งผู้ที่เต็มใจจะแบ่งปันความรู้ที่ตนมีให้กับผู้อื่น และผู้ที่ไม่เต็มใจ ทำให้การแสวงหาความรู้ไม่เป็นไปอย่างเสรี และมีสิ่งกีดขวางความรู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมองค์การ คือ พนักงานกลัวว่าการแลกเปลี่ยนความรู้จะทำให้ตนเองหมดความสำคัญหรือตกงานได้จึงทำให้ไม่เกิดความคล่องตัวต่อการปฏิบัติงานนั่นเองซึ่งสอดคล้องกับพงษ์เทพ จันทสุวรรณ (2553) ได้กล่าวว่าตัวแปรด้านวัฒนธรรมนี้จึงไม่สามารถทำนายประสิทธิผลด้านความสามารถในการพัฒนาองค์การได้ เพราะหากไม่มีการช่วยส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการและการประสานงาน การร่วมมือกันภายในองค์การ ย่อมทำให้ยากที่จะรับมือกับสถานการณ์ที่คลุมเครือ และยากต่อการตัดสินใจ

### ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษา ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งบางส่วนได้จากแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

1. จากการวิจัย พบว่า การใช้ภาวะผู้นำในการบริหารความขัดแย้งมีความเห็นต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้นผู้อำนวยการควรมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่ม และพัฒนาความสามารถในทัศนคติทางบวก
2. องค์การควรมีการจัดอบรมความรู้ควบคู่กับการมอบหมายภาระงานให้พนักงานต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการหาข้อมูลเพื่อดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการควบคู่ไปอย่างต่อเนื่องจนกว่างานนั้นจะสำเร็จ ซึ่งจะเป็ประโยชน์มากกว่าการอบรมระยะสั้น รวมถึงให้ความสำคัญกับอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศให้เพียงพอ กับความต้องการของพนักงาน และพนักงานที่คอยดูแลในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลาเพื่อให้การติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ทั้งภายใน ภายนอก และระหว่างแผนกให้เป็นไปอย่างสะดวก รวมถึงควรมีแผนพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับ พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ และก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

3. องค์การควรให้ความสำคัญกับพนักงานต่อการส่งเสริมให้พนักงานเห็นถึงคุณค่าความสำเร็จและมุ่งมั่นสู่การบรรลุเป้าหมาย โดยสร้างแบบแผนในการแบ่งปันความรู้ให้เป็นวัฒนธรรมขององค์การ โดยไม่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการแบ่งปันความรู้ของไปแล้วตนเองจะหมดความสำคัญในองค์การ

#### เอกสารอ้างอิง

- กานต์สุดา มาชะศิริรานนท์. (2546). การนำเสนอระบบการจัดการความรู้สำหรับองค์กรภาคเอกชน. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (โสตทัศนศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำเริญ จิตรหลัง. (2550). การจัดการความรู้กับองค์การแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์. 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2549). 200-219
- จิราภรณ์ พงษ์ศรีทัศน์. (2553). ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรและการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2549). องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ: แชนพอร์พรินต์ติ้ง.
- ประเสริฐ สมพงษ์ธรรม. (2537). การวิเคราะห์ภาวะผู้นำของศึกษาธิการจังหวัดที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลองค์กรสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด. วิทยานิพนธ์ ศษ.ด. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์เทพ จันทสุวรรณ. (2553). ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิผลองค์กรของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร: ตัวแบบสมการโครงสร้าง เล่ม 1. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด. (พัฒนาสังคมและการจัดการสิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พงษ์ศักดิ์ เปลี่ยนขำ. (2548). การจัดการความรู้ขององค์กรในประเทศไทย: ศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างองค์กรราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน. วิทยานิพนธ์ รอ.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธารณิศร์ ทวีทรัพย์. (2551). ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรต่อประสิทธิผลด้านทักษะการจัดการ. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครนายก. ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ. วารสารธารณสุข. 3 (มกราคม-กันยายน): 134-182
- วิจารณ์ พานิช. (2550). วิถีแห่งองค์กรอัจฉริยะ. กรุงเทพฯ: จุลสารอุตสาหกรรมสัมพันธ์.
- วิรัตน์ มะโนวัฒนา. (2552). ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับประสิทธิผลด้านคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- ศิริน้อย นิภานันท์. (2544). ภาวะผู้นำกับประสิทธิผลขององค์การ: กรณีศึกษาศูนย์การเกษตรในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ สม.ม. (สังคมวิทยา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมุทร ชำนาญ. (2546). การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนที่บริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน. วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (บริหารการศึกษา). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุขฤกษ์ ดีโนนโพธิ์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (วิจัยและประเมินผลการศึกษา). ชัยภูมิ : มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. ถ่ายเอกสาร.
- สุธิชา ชิตกุล. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics An Introduction Analysis*. New York: Harper and Row Publishers.