

การจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัดนนทบุรี

The learning organization management for modern retail Business in Nonthaburi

กันยาวิร์ เมชีวราพันธุ์*

Kanyavee Mekeewaraphan*

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 2) เพื่อศึกษาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 3) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 4) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 5) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ กับประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ 6) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ โดยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีการจัดการความรู้ เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ คือ พนักงานที่ทำงานในห้างสรรพสินค้า เฉพาะจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสรุปผลวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้าน พบว่า ด้านภาวะผู้นำมีระดับความคิดเห็นมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเอื้ออำนาจมีระดับความคิดเห็นมาก

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพึงพอใจมีระดับความคิดเห็นมาก

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกในภาพรวม พบว่า มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ กับประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในภาพรวม พบว่า มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

วัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในภาพรวม พบว่า มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

คำสำคัญ : การจัดองค์กร, การเรียนรู้, ธุรกิจค้าปลีก, นนทบุรี

Abstract

The purpose of this research was to study 1) to studies the elements of organizing the learning organization of modern retail businesses, 2) to studies the learning organization of modern retail businesses, 3) to studies the effectiveness of organizing organizations Learning of modern retail businesses 4) to studies the relationship between organizing learning organizations of modern retail businesses and Being a learning organization of modern retail business 5) to studies the relationship between being a learning organization of modern retail business. And the effectiveness of organizing the learning organization of modern retail businesses 6) to studies the relationship as a learning organization of modern retail businesses and the effectiveness of organizing the learning organization of modern retail businesses by using the conceptual framework and theory of knowledge management Tools used to store data include Quantitative research is employees working in department stores. Only 400 people in Nonthaburi province analyzed data using computer software. Summary of research results.

The research Objective 1: To studies the elements of the organization of learning organization of modern retail business as a whole with a high level of opinion. When

considering each aspect, it was found that the leadership aspect had a high level of opinion.

The research Objective 2: To studies the learning organization of modern retail business as a whole with a high level of opinion. When considering each aspect, it was found that the level of power was very high.

The research Objective 3: To studies the effectiveness of the learning organization of modern retail businesses. In general, there are many opinions. When considering each aspect, it was found that the satisfaction level had a high level of opinion.

The research Objective 4: To studies the relationship between the organization of the learning organization of the retail business as a whole. With statistical significance at 0.01

The research Objective 5: To studies the relationship between being a learning organization of modern retail business. And the effectiveness of organizing the learning organization of the modern retail business as a whole. With statistical significance at 0.01

The research Objective 6: To studies the relationship of being a learning organization of modern retail business and the effectiveness of organizing learning organization of modern retail business in the whole. With statistical significance at 0.01

Keywords: Organization, Learning, Retail Business, Nonthaburi.

บทนำ

การก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ของโลกธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ มากมาย ตามสภาพการแข่งขันที่มากขึ้นในทุกธุรกิจกับภาวะวิกฤติทางการเศรษฐกิจซึ่งมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐและเอกชนต่างต้องทบทวนบทบาทต่าง ๆ ในองค์กรที่สามารถเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสภาพแวดล้อม (Ichijo and Nonaka, 1991) ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดเสรีทางการค้าและการบริการ การลงทุนอย่างสูงมากในตลาดโลก การเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรการค้าโลกของจีน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีองค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ส่งผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันที่มีอยู่ในปัจจุบันอาจจะไม่สามารถคงอยู่ ได้ในอนาคต (Teece, 2007) ในขณะเดียวกันปัจจัย การผลิตแบบดั้งเดิมยังไม่เพียงพอต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Beesley and Cooper, 2008) ซึ่งยุคเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีฐานความรู้มากมายถือว่าความรู้เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างยั่งยืน ซึ่งองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์กรให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์และทักษะร่วมกัน มีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่อการแข่งขันที่เกิดขึ้นตลอดเวลา (Hoy and Miskel, 2008) สมาชิกในองค์กรต้องให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้และสามารถเรียนรู้ได้อย่างอิสระ (Lumenburg & Ornstein, 2004) รวมถึงการมีวัฒนธรรมขององค์กรแห่งการเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกขององค์กร (Ubben, Hughes & Norris, 2001) การจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างเป็นระบบของพนักงานของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระบวนการ

ทำงานและโครงสร้างองค์กร เพื่อสนับสนุนพัฒนาและสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ที่สะสมอยู่ทั่วองค์กร ซึ่งการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นการทำงานแบบผสมผสานกันของกิจกรรมหลัก 3 กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างความรู้ (Knowledge Creation) กระบวนการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) และกระบวนการประยุกต์ใช้ความรู้ (Knowledge Application) (Dalkir, 2005) องค์กรที่สามารถนำการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรมีความคาดหวังว่าการจัดการความรู้จะช่วยให้องค์กรพัฒนาขึ้นในหลายๆ ด้าน เช่น การเติบโตและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพในการลดต้นทุน ความสัมพันธ์กับลูกค้า การตัดสินใจ ความคล่องตัวขององค์กร ความรวดเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การเรียนรู้ของพนักงาน การรักษาและความพึงพอใจของลูกค้า และการจัดการทางด้านการตัดสินใจต่างๆ ในการทำงานเป็นต้น องค์กรจึงมีความจำเป็นต้องจัดการการไหลเวียน การแบ่งปัน และการผสมผสานกันของความรู้ในระหว่างหมู่พนักงานทั่วทั้งองค์กร (Keyes, 2008) การพัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้นั้น องค์กรจะต้องจัดให้สมาชิกมีการฝึกการเรียนรู้ตลอดเวลา และสร้างวัฒนธรรมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ให้โอกาสแก่สมาชิกในองค์กรที่จะนำสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้มาใช้สร้างสรรค์พัฒนาและปรับปรุงแลกเปลี่ยนความรู้ให้มีการกระจายข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน เสริมสร้างบรรยากาศให้เป็นที่กันเองและมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ คือสิ่งที่ผสมผสานกันระหว่างประสบการณ์ ค่านิยม สาระสำคัญของสารสนเทศและความเชี่ยวชาญที่ฝังอยู่ภายในของมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มิได้เป็นกรอบสำหรับการประเมินคุณค่าและบูรณาการประสบการณ์และสารสนเทศใหม่ๆ ความรู้เหล่านี้ก่อกำเนิดและประยุกต์ใช้ขึ้นจากภายในจิตใจของพนักงาน โดยความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในเอกสารผู้เชี่ยวชาญ

งานประจำกระบวนการทำงานและธรรมเนียมปฏิบัติ ซึ่งความรู้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง (Explicit Knowledge หรือ Codified Knowledge) และความรู้ฝังลึกในวัฒนธรรม (Hendricks, 1999) การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการที่สำคัญมากเพราะเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคลและองค์กร โดยการแบ่งปันความรู้ช่วยให้มีความสำคัญกับการปฏิบัติตนในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ผลของการแบ่งปันความรู้จึงช่วยลดเวลาในการลองผิดลองถูกของเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงาน (Beesley & Cooper, 2008; Jasimuddin, 2008) หรือการแบ่งปันความรู้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นองค์กรที่บุคลากรสามารถขยายขีดความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานตามที่ปรารถนาได้อย่างต่อเนื่อง เป็นองค์กรที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ เป็นองค์กรที่เต็มไปด้วยแรงบันดาลใจและเป็นองค์กรที่บุคลากรสามารถเรียนรู้ร่วมกันอย่างไม่มีวันสิ้นสุด (Senge Peter, 1990) องค์กรธุรกิจปัจจุบันใช้กลยุทธ์ ภาวะผู้นำ ความรู้และเทคโนโลยีของวันวานไม่สามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในวันข้างหน้าได้ องค์กรต้องเพิ่มสมรรถนะในการเรียนรู้แบบใหม่จะสามารถนำเอาความชาญฉลาดที่สะสมไว้ของบุคลากรมาใช้ได้อย่างได้ผล และความสามารถนี้เมื่อรวมกับการเอื้ออำนาจ การจัดการความรู้เทคโนโลยีจะทำให้องค์กรสามารถทั้งคู่แข่งได้อย่างชัดเจน ซึ่งการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรจะต้องเทียบเท่า หรือมากกว่า สิ่งที่เปลี่ยนแปลงภายนอกจะไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ (Revans, 1998) บุคลากรในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งมีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูงมาก และความต้องการด้านแรงงานสูง (อดิสร ไซยคุปต์, 2554) การมุ่งเน้นที่การบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทักษะและทัศนคติที่

สนับสนุนความเจริญมั่นคงขององค์กร ตลอดจนช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงรอบด้าน อีกทั้งแนวคิดที่สังคมโลกเป็นระบบเศรษฐกิจที่อาศัยความรู้เป็นฐานข้อมูล การจัดการองค์การแห่งการเรียนรู้จึงไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการให้เกิดการเรียนรู้และช่วยให้สามารถนำความรู้ที่มีอยู่มาช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร (Hsy and Want, 2008) ในองค์กรที่มีภาคผลิตและภาคบริการแม้ว่าจะมีลักษณะการดำเนินงานที่มีความแตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) เป็นสิ่งจำเป็นต่อการเรียนรู้ และแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรเป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารก็ไม่ใช่เครื่องมือเพียงอย่างเดียว หรือไม่ว่าจะเป็นการรับประกันได้ว่าการเรียนรู้และแบ่งปันความรู้เกิดขึ้นจริง (Chennamaneni, 2006) กิจกรรมที่เกี่ยวกับคนเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งยอนกว่ากัน (Rhodes, 2008) โดยลักษณะการเรียนรู้ขององค์กรแห่งการเรียนรู้คือการสร้างสรรค์ในสิ่งที่ทำให้องค์กรของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ นั้น องค์กรต้องสร้างการมีส่วนร่วมให้กับบุคลากรทุกคนให้มีการเสนอ หรือแสดงความคิดเห็น ที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ และความได้เปรียบทางการแข่งขันจะมาจากความคิดของคนในองค์กร การค้นหาแนวความคิดใหม่ๆ ใช้ประสบการณ์ตรง องค์กรใดมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถอยู่มากก็ถือเป็นความได้เปรียบมากกว่าองค์กรอื่นๆ อีกทั้งยังมีความจำเป็นต้องพัฒนาองค์กรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในยุคของฐานสังคมแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่อยู่รอดและสามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่เน้นความรู้และความเร็วเป็น

มาตรฐานสากล

ในปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจจำนวนมากที่จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรแต่พบว่ายังไม่สามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย (Lai & Lee, 2007) เนื่องจากผู้นำจำนวนมากไม่ทราบว่า จะต้องจัดการต่อสิ่งใดบ้าง เพื่อให้การจัดการความรู้ขององค์กร (Meron O-Cerdan, 2007) สามารถบริหารการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรในองค์กรสามารถใช้ความรู้ที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งผลจากการศึกษานี้จะช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ใหม่ๆ ของการจัดการความรู้ (Leiponen, 2006) สามารถกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างพัฒนา อารงไว้เพื่อเป็นองค์ความรู้ สามารถนำไปเรียนรู้ แบ่งปันความรู้ ซึ่งจะส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจมีการปรับตัวได้ดีขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
4. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
5. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ กับประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
6. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับประสิทธิผลของการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ หรือเป็นแนวทางการแก้ปัญหาและปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องตามลักษณะของการเรียนรู้ในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด
2. ข้อค้นพบที่ได้ทำให้ทราบระดับการเรียนรู้ขององค์กรในแต่ละตัวแปรสามารถนำไปสู่การกำหนดเป็นนโยบาย เป้าหมาย การพัฒนามิติการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ให้การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ทำงานในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 20 เท่าของตัวแปรหรือมากกว่า (สุภมาส อังศุโชติและคณะ, 2551) โดยมีจำนวน 11 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างต้องอย่างน้อย 220 ตัวอย่าง แต่ในการวิจัยครั้งนี้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้และใช้จริงจำนวน 400 ตัวอย่าง วิจัยช่วงเดือนเมษายน - ตุลาคม 2561 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าร้อยละ (Percentages) เพื่อนำเสนอข้อมูลลักษณะทั่วไป ในหมวดหมู่ของตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรก ตัวแปรผล ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อเปรียบเทียบการกระจายของข้อมูล ส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Quantitative Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรก ตัวแปรผล โดยการวิเคราะห์ Path analysis สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 265 คน เพศชายจำนวน 135 คน มีสถานภาพสมรสจำนวน 192 คน รองลงมาคือโสดจำนวน 183 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีจำนวน 213 คน รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปีจำนวน 70 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 190 คน รองลงมาระดับการศึกษามัธยมศึกษา/อนุปริญญาจำนวน 120 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 15,000-25,000 บาท จำนวน 233 คน รองลงมามีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 126 คน มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 167 คน รองลงมามีระยะเวลาทำงาน 3-5 ปี จำนวน 162 คน

2. วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการองค์การแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านภาวะผู้นำมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาด้านองค์กรมีระดับความคิดเห็นมาก ด้านการเรียนรู้มีระดับความคิดเห็นมาก ด้านการจัดการความรู้มีระดับความคิดเห็นมาก ด้านเทคโนโลยีมีระดับความคิดเห็นมากตามลำดับ

3. วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการเอื้ออำนาจมีระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาด้านพลวัตการเรียนรู้มีระดับความคิดเห็นมาก ด้านการปรับเปลี่ยนองค์กรมีระดับความคิดเห็นปานกลางตามลำดับ

4. วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดการองค์การแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความพึงพอใจมีระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาด้านการมีส่วนร่วมมีระดับ

ความคิดเห็นมาก ด้านทัศนคติมีระดับความคิดเห็นมาก

5. วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐานในภาพรวมพบว่า ผลคำนวณสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน ณ ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปยอมรับสมมติฐาน

6. วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า ผลคำนวณสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน ณ ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปยอมรับสมมติฐาน

7. วัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับประสิทธิผลของการจัดการองค์การแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า ผลคำนวณสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน ณ ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการองค์การแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก ด้านภาวะผู้นำ คือ ผู้นำเป็นกระบวนการในการใช้ศิลปะหรือความสามารถของบุคคลหนึ่ง หรืออิทธิพลตามอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้นำที่สามารถโน้มน้าวจิตใจให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ (Popper and Lipchitz, 2000, Senge, 1990) องค์กรแห่งการเรียนรู้ จะต้องสร้างการเชื่อมโยงแห่งการไว้วางใจซึ่งจะเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำที่เป็นแบบที่เหมาะสมที่สุดคือผู้นำจะต้องตระหนักและรับรู้เกี่ยวกับเป้าหมาย พันธกิจและสนับสนุนที่จูงใจสมาชิก ผู้นำองค์กรแห่งการเรียนรู้ต้องสร้างวิสัยทัศน์และบทบาทของกระบวนการเรียนรู้ โดย

การเก็บรวบรวมเครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ผู้นำต้องเป็นผู้สนับสนุนและมีความเป็นเลิศต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผู้นำต้องทำความเข้าใจกับสมาชิก ให้เห็นความสำคัญในการปฏิบัติงานว่าพวกเขาเป็นผู้นำที่ทำให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร (Marquardt, 2002) ผู้บริหารและผู้นำไว้ในระบบย่อยด้านบุคคลการเพิ่มอำนาจของบุคคลโดยมองว่าผู้บริหารจะเปลี่ยนจากการควบคุมบุคคลอื่นไปสู่การเพิ่มอำนาจแก่บุคคล มีกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ สร้างโครงสร้างแบบเครือข่ายมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีได้และมีบทบาทใหม่ในองค์กรแห่งการเรียนรู้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก ด้านการเอื้ออำนาจ คือ องค์กรส่วนใหญ่จะหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเพื่อการพัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้จากความเข้าใจและการพัฒนาระบบย่อยที่สัมพันธ์กัน สอดคล้องกับ (Marquardt, 2002) โดยระบบเหล่านี้ประกอบด้วย การเรียนรู้ (Learning) องค์กร (Organization) คน (People) ความรู้ (Knowledge) และเทคโนโลยี (Technology) องค์กรต้องเรียนรู้ให้ดียิ่งขึ้นและรวดเร็วกว่าเดิม โดยแสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน กระบวนการแสวงหาความรู้การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายโอนความรู้และการเผยแพร่ความรู้ การวิเคราะห์และการทำเหมืองความรู้และการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำให้ข้อมูลถูกต้องที่สุด การเรียนรู้เกิดขึ้นในระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มบุคคลและระดับองค์กรโดยมีทักษะที่สำคัญได้แก่การคิดเชิงระบบรูปแบบความคิด ความรอบรู้แห่งตนการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองและเสวนาโดยทักษะเหล่านี้จะเป็นแกนหลักสนับสนุนการเรียนรู้ขององค์กรให้เกิดขึ้นได้อย่าง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก ด้านความพึง

พอใจ เป็นทัศนคติหลังการประเมินจากปฏิสัมพันธ์จากการรับรู้ด้านต่างๆ การประเมินความพึงพอใจจากคุณค่าจากคุณภาพที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจทางบวกที่ยั่งยืน และทำให้เกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับ (Mill, 2001) ความพึงพอใจ (Satisfactory) การวัดความพึงพอใจอาจจะกระทำได้หลายวิธี ได้แก่ การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต (Lovelock and Wright, 2007) ถ้าพนักงานมีความสุขในการทำงานจะทำให้พวกเขามีกำลังใจในการทำงานของพนักงานอย่างเต็มความสามารถ และเกิดความภักดีในระยะยาวต่อองค์กร ไม่เปลี่ยนงานง่ายๆ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการสรรหาและอบรมพนักงานใหม่ ลูกจ้างที่มีความสามารถและมีความภักดีมีแนวโน้มที่จะทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่าการจ้างพนักงานใหม่ๆ ทำให้กลายเป็นความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ส่งผลให้สามารถรักษาและสร้างรายได้และผลกำไรที่เพิ่มขึ้นในระยะยาว พนักงานก็จะได้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้น ยิ่งส่งผลให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการทำงานยิ่งขึ้น เป็นวงจรแห่งความพึงพอใจต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ .807 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (บุรุษย์ ศิริมหาสาร, 2550) การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจายอยู่ในตัวบุคคล หรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ใฝ่รู้รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด

วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์

ระหว่างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ กับประสิทธิผลของการจัดการแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกได้ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ .912 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Schwartzwalder, 1999) การจัดการความรู้เกิดจากความเห็นพื้นฐานที่ว่าองค์กรมีข้อมูลไหลเวียนภายในองค์กรเป็นจำนวนมาก ข้อมูลเหล่านี้ประกอบด้วยข้อมูลที่จับต้องได้ เช่น รายได้ การนำเสนอข้อมูล งบการเงิน ข้อเท็จจริง ขณะเดียวกันก็ประกอบด้วยข้อมูลที่จับต้องไม่ได้ เช่น วิธีการจัดการวัสดุสำนักงาน วิธีที่จะทำให้งานดำเนินไปได้อย่างดี ในการที่จะนำไปสู่การจัดการกระทำกับข้อมูลที่เป็นระบบ องค์กรจะต้องดำเนินการในการที่จะจัดการให้เป็นข่าวสารข้อมูลสารสนเทศ หรือความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่กับประสิทธิผลของการจัดการแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกได้ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ .900 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยอมรับสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Marquardt, 2002) องค์กรส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้จากความเข้าใจและการพัฒนาระบบย่อยที่สัมพันธ์กันทั้ง 5 ระบบ ประกอบด้วย การเรียนรู้ (Learning) องค์กร (Organization) คน (People) ความรู้ (Knowledge) และเทคโนโลยี (Technology) องค์กรต้องเรียนรู้ให้ดียิ่งขึ้นและรวดเร็วกว่าเดิม (Robbins, 1994) เกณฑ์การวัดที่แตกต่างกัน และได้แนวทางในการศึกษา เพื่อวัดประสิทธิผลขององค์กรไว้เป็น 4 แนวทาง คือ (1) แนวทางที่มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมาย (the goal-attainment approach) (2) แนวทางเชิงระบบ (the

systems approach) (3) แนวทางเชิงกลยุทธ์เฉพาะส่วน (the strategic-constituencies approach) (4) แนวทางการแข่งขัน-คุณค่า (the competing-values approach) เพื่อให้ประสิทธิผลเกี่ยวข้องกับขอบเขตของเป้าหมายและระดับของผลลัพธ์ที่ผลิตออกมาและสามารถปฏิบัติงานบรรลุผลตามเป้าหมายที่ถูกกำหนดไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

กลุ่มผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้มาเป็นพื้นฐาน และนำมาสังเคราะห์กับหลักวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เพื่อพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่า การจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัดนนทบุรี ควรนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ปลุกฝังทัศนคติให้แก่พนักงานในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
2. มีการทบทวนบทการเรียนรู้ เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับพนักงานทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ตลอด
3. กำหนดให้มีการจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กร
4. ให้มีการอบรมแบ่งปันความรู้แก่พนักงานใหม่จากพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ได้องค์ความรู้และข้อยืนยันที่กว้างขวางชัดเจนและแน่นอนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอให้มีการวิจัยซ้ำโดยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีการจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในด้านอื่นๆ อีก ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจค้า

ปลีกสมัยใหม่เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ

2. ควรนำองค์ความรู้ที่ได้ในครั้งนี้นำไปทดลองใช้กับองค์กรอื่นๆ ที่ทำธุรกิจใกล้เคียงกัน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านต่างๆ ดังกล่าว หากนำไปใช้จริงจะเป็นอย่างไร

3. ควรทำการศึกษาในประเด็นการแบ่งปัน

ความรู้ของพนักงานในองค์กร ซึ่งนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของพนักงาน รวมทั้งการนำความรู้ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงองค์กร ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงที่องค์กรจะได้รับ

บรรณานุกรม

- บุรชัย ศิริมหาสาคร. (2550). **การจัดการความรู้สู่ความเป็นเลิศ**. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.
- สุภมาส อังสุโชติ และคณะ. (2551). **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL**. เจริญดีมั่งคั่งการพิมพ์. กรุงเทพมหานคร.
- อดิสร ไชยคุปต์. (2554). **ได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้หลายด้านและในยุทธศาสตร์ด้านที่ 4**. เข้าถึง www.oja.go.th/humun/education/data/gynabadnubk.doc. เดือนเมษายน.
- Beesley, L.G.A., & Cooper, C. (2008). **Defining knowledge management (KM) activities: Towards consensus**. Journal of Knowledge Management.
- Cronbach, Lee Joseph. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper and Row.
- Chennamaneni, A. (2006). **Determinants of knowledge sharing behaviors: Developing and testing an integrated theoretical model**. (Doctoral dissertation). Arlington: The University of Texas.
- Chaplin, J.P. (1968). **Dictionary of Psychology**. New York: Peaguin book.
- Dalkir, K. (2005). **Knowledge management in theory and practice**. USA: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Hsy, I.C., and Want, Y.S. (2008). **A model of intraorganizationl knowledge sharing: Development and initiak test**. Journal of Globak Information Management.
- Hoy W.K. and Miskek, C.G. (2008). **Educational Administration: Theory, Research and Practice**. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Hendriks, P. (1999). **Why share knoeledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing**. Knowledge and Process Management.
- Ichijo, K., and Nonaka, I. (2007). **Knowledge creation and management: New challenges for managers**. New York:Oxferd university Press.
- Jasimuddin, S.M. (2008). **A holistic view of knowledge management strategy**.Journal of Knowledge management.
- Keyes, J. (2008). **Identifying the barriers to knowledge sharing in knowledge intensive organizations** (Doctoral dissertation). Prescott Valley, Arizona: North central University.

- Lovelock C. and Wrigth L. (2007). **Principles of service marketing and management**. 2th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lawrence, D.J. (1998). **Organizational Behavior**. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Leiponen, A. (2006). **Dynamic competences and firm performance (Interim report)** **Laxenburg**, Austria, International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA): 1-22.
- Lai, M.F. and Lee, G.G. (2007). **Risk avoiding cultures toward achievement of knowledge sharing**. Business Process Management journal.
- Lunenburg, Fred C. and Ornstein, Allan C. (2004). **Educational Administration: Concepts and Practices**. 4th ed. Belmont, CA. Thomson Wadsworth.
- Mill, John. Stuart. (2001). **On liberty**. Kitchener: Batoche Books. Availabie: socserv2.socsci.mcmaster.ca%7Eecon/ugcm/3113/mill/liberty.pdf.
- Marquardt, M. J. (2002). **Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning**. 2th ed. New York : Palo Alto. Ca: Davies-Black Publishing.
- Meron o-Cerdan, A.L., Lopez-Nicolas, C., and Sabater-Sa nchez, R. (2007). **Knowledge management strategy diagnosin fron KM instrumens use**. Journal of knoeledge Management.
- Popper, M. and Lipshitz, R. (2000). **Organizational Learning: Mechanisms, culture and Feasibility**. Management Learning. Vol.31 (No.2): pp.191-196.
- Rhodes, J., Hung, R., Lok, P., Lien, B.Y.H., and Wu, C.M. (2008). **Factors influencing organizational knowledge transfer: implication for corporate performance**. Journal of Knowledge Management.
- Revans, R. W. (1998). **ABC of action learning**. London: Lemos & Crane.
- Robbins, Stephen P. (1994). **Essentials of Organizational Behavior**. 4th ed. New Jersey: Prentice – Hall
- Senge, Peter M. (1990). **The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization (Rcv.ed.)**. New York: Doubleday.
- Schwarzwalder, Robert. (1999). **Librarians as knowledge management**. 22, 4 (Aug-Sep)
- Teece, D.J.(2007). **Explicating dynamic capabilities:The nature and microfoundations of (suatainable) enterprise performance**. Strategic Management Journal, 28(13) 1319-1350.
- Ubben, C.G., Hughes, L.w. and Norris, C.J. (2001). **The Principle: Creative Leadership for Effect Schools**. 4th ed. Boston: Allyn & Bacon.