



การศึกษาความพร้อมการจัดการความรู้ มาใช้ในการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่ม บริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด

The Study of Organizational Readiness for Implementing Knowledge Management in a Car Dealer Business of Thairung Partners Group

มณฑนา ศิริเอก

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

E-mail: muntanas@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อทราบสถานะความพร้อมการจัดการความรู้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด (2) เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมด้านปัจจัยส่วนบุคคลต่อการจัดการความรู้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัทไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด บุคลากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ บุคลากรของกลุ่มธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัทไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด จำนวน 212 คน จากจำนวนบุคลากรทั้งหมด 470 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด มีความพร้อมการจัดการความรู้โดยรวม อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ผลการเปรียบเทียบความพร้อมการจัดการความรู้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัทไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด พบว่า (1) บริษัทที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้ในองค์การในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน แตกต่างกัน (2) ฝ่ายงานที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้ในองค์การในภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน (3) ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อมการจัดการความรู้ในองค์การด้านทัศนคติที่แตกต่างกัน (4) อายุงานที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้ในองค์การ ด้านภาวะผู้นำที่แตกต่างกัน (5) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้ในองค์การด้านการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความพร้อม การจัดการความรู้ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์
กลุ่มบริษัทไทยรุ่ง พาร์ทเนอร์ส จำกัด

Abstract

The purposes of this research were to (1) examine the level of readiness in implementing knowledge management in a car dealer business of Thairung Partners Group, (2) compare the level of readiness in implementing knowledge management in a car dealer business of Thairung Partners Group classified by personal factors. The sample size of 212 was drawn from 470 employees of the car dealer business of Thairung Partners Group. The statistical tools employed to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way analysis of variance (ANOVA). Overall, the employees in a car dealer business of Thairung Partners Group had readiness in implementing knowledge management at average to high level. The result of hypothesis testing compared the readiness level in implementing knowledge management in the car dealer business of Thairung Partners Group were as follow: (1) different companies had significantly different level of readiness in implementing knowledge management in all aspect, (2) different departments had not significantly different level of readiness in implementing knowledge management in all aspect, (3) different positions had significantly different level of readiness in implementing knowledge management in attitude aspect, (4) different experience had significantly different level of readiness in implementing knowledge management in leadership aspect, and (5) different education degrees had significantly different level of readiness in implementing knowledge management in using technology and information aspect.

Keywords: Readiness, Knowledge Management, Car Dealer Business, Thairung Partners Group

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันถือได้ว่าเป็นยุคแห่งโลกาภิวัตน์ ซึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกของการดำเนินการทางธุรกิจ องค์กรต่างๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายของความต้องการของลูกค้า การแข่งขันที่รุนแรง นำมาซึ่งทางเลือกที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคยุคใหม่ และด้วยความแพร่หลายของสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถที่จะศึกษาและเปรียบเทียบสินค้า บริการ และข้อเสนอของผู้ให้บริการแต่ละราย และยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลในระหว่างผู้บริโภคด้วยกันได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคมักมีความต้องการและความคาดหวังที่สูงขึ้นต่อองค์กรธุรกิจ ในการที่จะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

ปัจจุบันธุรกิจให้ความสำคัญกับแนวความคิดที่ว่าลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจ โดยมองว่าลูกค้าเป็นสินทรัพย์ในเชิงกลยุทธ์อย่างหนึ่งขององค์กร ซึ่งมีจำนวนจำกัดและอาจจืดจางไปได้ องค์กรจึงต้องปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสนใจและเอาใจใส่ ซึ่งถูกมองสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย คือ ความสามารถขององค์กรที่เหนือกว่าคู่แข่งในการสร้าง ส่งมอบ และสื่อสาร คุณค่าอันสูงสุดแก่ลูกค้าเป้าหมาย (Customer Value) มุ่งเน้นการสร้างกำไรจากความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ซึ่งจะนำไปสู่ความจงรักภักดี (Loyalty) และส่วนแบ่งในใจของลูกค้า (Mind Share) อันก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาว และทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดได้ยั่งยืน ซึ่งในการบรรลุเป้าหมายที่กล่าวมา ความรู้ นับเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง ความรู้มีส่วนช่วยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพ มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง พัฒนาสังคม และประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า ในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงด้านข้อมูล ข่าวสาร ความรู้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีความรู้ที่เกิดขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก สังคมปัจจุบันอาจจะเรียกได้ว่าเป็น “สังคมฐานความรู้” (Knowledge-based society) ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนองค์กร และพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้องค์กรอยู่รอดและเติบโต

การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาองค์กร เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อลูกค้า นอกจากนั้นการจัดการความรู้จะช่วยนำเอาความรู้จากคนในองค์กรออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้องค์กรนั้นสามารถบรรลุเป้าหมายได้ 4 ประการพร้อมๆ กัน ซึ่งได้แก่ การบรรลุเป้าหมายของงาน การบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาคน การบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาทีมงาน และการบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาองค์กร และการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานะความพร้อมการนำการจัดการความรู้มาใช้ในการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอर्स จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อความพร้อมการนำการจัดการความรู้มาใช้ในการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอर्स จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การจัดการความรู้จะต้องมีการเตรียมความพร้อมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อระบบการจัดการความรู้ โดยบุคลากรจะต้องมีการประเมินตนเองและนำเสนอแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ระบบการจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ

มนต์ชัย พินิจจิตสมุทร (2548: 43-47) กล่าวว่า ทักษะของบุคคลแห่งการเรียนรู้เพื่อการจัดการความรู้จะต้องมีทักษะของรูปแบบความคิดจิตใจ ซึ่งเป็นการเท่าทันความคิดและจิตใจตนเอง มีทักษะในการไตร่ตรองความคิดเห็น และมีทักษะในการซักถาม นำเสนอความคิดเห็นเพื่อสร้างขีดความสามารถและทักษะใหม่ให้เกิดขึ้น

Igel and Numprasertchai (2004) ได้ศึกษาพบว่า การนำระบบการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรใดๆ ต้องมีเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบ บุคลากรขององค์กรจำเป็นต้องมีทักษะทางด้านเทคโนโลยีและต้องรู้จักการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและรู้แหล่งเก็บข้อมูล

ประพนธ์ ผาสุขยัต (2546) ได้กล่าวว่าสิ่งสำคัญที่จะต้องมีในการจัดการความรู้ คือ การทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ และแบ่งปันความรู้ร่วมกัน ซึ่งภาวะผู้นำจึงมีผลต่อความสามารถในการจัดการความรู้ เนื่องจากผู้นำนั้นจะมีความสามารถในการทำงานเป็นทีมได้รับความไว้วางใจ และความเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังเป็นผู้โน้มน้าวให้คนสามารถแลกเปลี่ยน

ความรู้ร่วมกันอันอยู่บนพื้นฐานของความรู้สึกผูกพัน

กรูเบอร์ (Gruber, 2000) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การว่า มีผลกระทบต่อการใช้ความรู้ร่วมกันหรือไม่ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 52 คำถามกับเจ้าหน้าที่ผู้บริหารระดับกลางและผู้บริหารระดับสูง จำนวน 29 คน ของหน่วยงานการวิจัยและพัฒนาของบริษัทเทคโนโลยีระดับสูง (high-technology company) ผลของการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลช่วยสนับสนุนการใช้ความรู้ร่วมกันขององค์การ คือ วัฒนธรรมที่มีการเปิดเผยและไว้วางใจกัน ช่องทางการสื่อสาร การให้การสนับสนุนจากผู้บริหารสูงสุดและการมีระบบการให้รางวัล

วิธีการดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ให้ความสำคัญกับความพร้อมการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กร 5 ด้านคือ ความพร้อมด้านทัศนคติ ความพร้อมด้านความรู้และทักษะ ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความพร้อมด้านภาวะผู้นำ และความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์การ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรของกลุ่มธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอर्स จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 470 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรของกลุ่มธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอर्स จำกัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970: 608) ซึ่งคำนวณจากจำนวนบุคลากรจำนวนทั้งสิ้น 470 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 212 คน

การสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแบบสอบถาม
2. จัดสร้างแบบสอบถามตามกรอบที่กำหนด พร้อมแบบสอบถามไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบ
3. นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแล้วไปทดลองกับกลุ่ม Pretest จำนวน 30 ชุด เพื่อนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับได้ค่าแอลฟา (Alpha) เท่ากับ 0.9287 ซึ่งถือว่าเป็นค่าความเชื่อมั่นที่เชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งเป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้สถิติความถี่ และร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมการจัดการความรู้ การหาค่าคะแนนเฉลี่ยหรือและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานสำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบ t-test สำหรับกรณี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-Way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบกรณีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference -LSD

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. บริษัท		
บริษัท อีซูซุ ซัยเจริญกิจ มอเตอร์ จำกัด	37	17.50
บริษัท อีซูซุ วี มอเตอร์ จำกัด	31	14.60
บริษัท วี.พี.อโต้เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	38	17.90
บริษัท วีพีเค ออโต้ จำกัด	30	14.20
บริษัท ไทยอัลติเมท คาร์ จำกัด	38	17.90
บริษัท เลกซ์ส ออโต้ ซิตี จำกัด	38	17.90
รวม	212	100.00
2. ฝ่ายงาน		
ฝ่ายบริการ	67	31.60
ฝ่ายขาย	55	25.90
ฝ่ายบัญชีและการเงิน	37	17.50
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	28	13.20
ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	25	11.80
รวม	212	100.00
3. ตำแหน่งงาน		
ผู้บริหารระดับกลาง	23	10.80
ผู้บริหารระดับต้น	28	13.20
ระดับปฏิบัติการ	158	74.50
รวม	209	98.50
4. อายุงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	45	21.20
1-2 ปี	41	19.30
3-5 ปี	66	31.10
6-10 ปี	55	25.90
มากกว่า 10 ปี	5	2.50
รวม	212	100.00
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	89	42.00
ปริญญาตรีขึ้นไป	123	58.00
รวม	212	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดบริษัท วิ.พี.อโต้เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด บริษัท ไทยอัลติเมท คาร์ จำกัด และบริษัท เลกซ์ส ออโต้ ซิตี จำกัด มีจำนวนบริษัทละ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ปฏิบัติงานในฝ่ายบริการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ

31.6 มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 มีอายุการทำงาน 3-5 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.1 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอर्स จำกัด

ตารางที่ 2: วิเคราะห์ความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอर्स จำกัด

ความพร้อมการจัดการความรู้		$\bar{X}$	SD	แปลผล
ความพร้อมโดยรวม จำแนกตามบริษัท	บริษัท อีซูซุ ซัยเจริญกิจ มอเตอร์ จำกัด	3.32	0.58	ปานกลาง
	บริษัท อีซูซุ วี มอเตอร์ จำกัด	3.00	0.65	ปานกลาง
	บริษัท วิ.พี.อโต้ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	3.06	0.49	ปานกลาง
	บริษัท วีพีเค ออโต้ จำกัด	3.11	0.43	ปานกลาง
	บริษัท ไทยอัลติเมท คาร์ จำกัด	3.65	0.40	มาก
	บริษัท เลกซ์ส ออโต้ซิตี จำกัด	3.48	0.43	มาก
ความพร้อมโดยรวม จำแนกตามฝ่ายงาน	ฝ่ายบริการ	3.30	0.66	ปานกลาง
	ฝ่ายขาย	3.37	0.52	ปานกลาง
	ฝ่ายบัญชีการเงิน	3.20	0.57	ปานกลาง
	ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	3.27	0.59	ปานกลาง
	ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	3.42	0.48	มาก
ความพร้อมโดยรวม จำแนกตามตำแหน่งงาน	ผู้บริหารระดับกลาง	3.60	0.66	มาก
	ผู้บริหารระดับต้น	3.31	0.49	ปานกลาง
	ระดับปฏิบัติการ	3.29	0.58	ปานกลาง
ความพร้อมโดยรวม จำแนกตามอายุงาน	น้อยกว่า 1 ปี	3.29	0.50	ปานกลาง
	1 - 2 ปี	3.38	0.61	ปานกลาง
	3 - 5 ปี	3.24	0.60	ปานกลาง
	6 - 10 ปี	3.32	0.59	ปานกลาง
	มากกว่า 10 ปี	3.74	0.20	มาก
ความพร้อมโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.26	0.58	ปานกลาง
	ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	3.37	0.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าในภาพรวมพบว่า บริษัทที่มีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมมากที่สุด คือ บริษัท ไทยอัสติเมท คาร์ จำกัด โดยมีความพร้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ฝ่ายงานที่มีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมมากที่สุด คือ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ โดยมีความพร้อมในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ตำแหน่งงานที่มีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมมากที่สุด คือ ผู้บริหารระดับสูง

โดยมีความพร้อมในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

อายุงานที่มีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมมากที่สุด คือ อายุงานมากกว่า 10 ปี โดยมีความพร้อมในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี โดยกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความพร้อมในภาพรวมในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.37

3. การทดสอบสมมติฐานความพร้อมในการจัดการความรู้มาใช้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งพาร์ทเนอส์ จำกัด

ตารางที่ 3: แสดงผลการเปรียบเทียบความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กร

	ความพร้อมในการจัดการความรู้	F	Sig.
จำแนกตามบริษัท	ความพร้อมโดยรวม	9.77	0.00*
	ความพร้อมด้านทัศนคติ	10.38	0.00*
	ความพร้อมด้านความรู้และทักษะ	5.54	0.00*
	ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	5.36	0.00*
	ความพร้อมด้านภาวะผู้นำ	8.05	0.00*
	ความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร	8.65	0.00*
จำแนกตามฝ่ายงาน	ความพร้อมโดยรวม	0.53	0.72
	ความพร้อมด้านทัศนคติ	1.28	0.28
	ความพร้อมด้านความรู้และทักษะ	0.61	0.66
	ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	0.37	0.83
	ความพร้อมด้านภาวะผู้นำ	0.74	0.57
	ความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร	1.14	0.34
จำแนกตามตำแหน่งงาน	ความพร้อมโดยรวม	2.87	0.06
	ความพร้อมด้านทัศนคติ	5.68	0.00*
	ความพร้อมด้านความรู้และทักษะ	1.24	0.29
	ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	0.48	0.62
	ความพร้อมด้านภาวะผู้นำ	1.74	0.18
	ความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.79	0.46

ตารางที่ 3: (ต่อ)

	ความพร้อมการจัดการความรู้	F	Sig.
จำแนกตามอายุงาน	ความพร้อมโดยรวม	1.58	0.18
	ความพร้อมด้านทัศนคติ	2.11	0.08
	ความพร้อมด้านความรู้และทักษะ	1.61	0.17
	ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1.24	0.29
	ความพร้อมด้านภาวะผู้นำ	2.60	0.04*
	ความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.98	0.42
จำแนกตามระดับการศึกษา	ความพร้อมโดยรวม	-1.3	0.19
	ความพร้อมด้านทัศนคติ	-0.57	0.57
	ความพร้อมด้านความรู้และทักษะ	-0.94	0.35
	ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	-2.78	0.01*
	ความพร้อมด้านภาวะผู้นำ	0.06	0.96
	ความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร	-0.69	0.49

จากตารางที่ 3 พบว่าบริษัทที่แตกต่างกัน มีความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมและรายด้านทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากจำแนกตามฝ่ายงาน พบว่าฝ่ายงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อม การจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมและความพร้อมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อมด้านทัศนคติที่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากจำแนกตามอายุงาน พบว่า อายุงานที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อมด้านภาวะผู้นำที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการ ความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมไม่แตกต่างกันแต่หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็นสำคัญซึ่งจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ภาพรวมของความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งพาร์ทเนอส์ จำกัด

จากการวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์ทเนอส์ จำกัด มีความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในด้านทัศนคติ ด้านความรู้และทักษะ ด้านการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศ ด้านภาวะผู้นำ และด้านวัฒนธรรมองค์กร อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บุคลากรมีความรู้สึ

มีพฤติกรรมและมีแนวคิดที่ดีต่อการจัดการความรู้ บุคลากรมีการยอมรับการนำเสนอใหม่ๆ เข้ามาเพื่อพัฒนาการทำงานและพัฒนาองค์การ และพร้อมที่จะทำงานร่วมกันอันก่อให้เกิดการประสานงาน การแลกเปลี่ยน และถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ ของกลุ่มบริษัท ไทยรุ่ง พาร์เทนเนอร์ส จำกัด

2.1 บริษัทที่แตกต่างกันมีความพร้อมการจัดการความรู้ใช้ในองค์กรในภาพรวมและรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยพบว่า บริษัทวิพีเค โอโต้ จำกัด บริษัท ไทยอัลติเมค คาร์ จำกัด และบริษัท เลกซ์ส โอโต้ ซิตี จำกัด มีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในระดับที่มากกว่า เนื่องจากบริษัทไทยอัลติเมค คาร์ จำกัด บริษัทเลกซ์ส โอโต้ ซิตี จำกัด และบริษัท วิพีเค โอโต้ จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายของรถยนต์ยี่ห้อ Land Rover ยี่ห้อ Lexus และยี่ห้อ Ford ตามลำดับ ซึ่งต่างเป็นรถยนต์ที่มีคุณภาพ จึงทำให้ผู้บริหารของแต่ละบริษัทนั้นให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้ตามมาตรฐานตามที่บริษัทผู้ผลิตได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สงวน ลัมเล็งเลิศ (2548: 123) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายรถยนต์โตโยต้าของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการให้ระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านมารยาท การแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการหรือปัญหาจากลูกค้า และความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ

2.2 ฝ่ายงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมและรายด้าน

ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนและทุกฝ่ายงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงานอยู่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริษัทนั้นสามารถแข่งขันในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพอันก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อีวินท์ เจริญแพทย์ (2552: 80) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของพนักงาน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีความเห็นการจัดการความรู้ที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานทุกหน่วยงาน ได้รับการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ของธนาคาร และมีระเบียบในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

2.3 ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อมการจัดการความรู้ใช้ในองค์กรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่หากจำแนกตามความพร้อมรายด้านพบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรด้านทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยผู้บริหารระดับกลางมีความพร้อมทางด้านทัศนคติมากกว่าระดับปฏิบัติการ เนื่องจากผู้บริหารได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ซึ่งนำไปให้องค์การได้เปลี่ยนเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อีกทั้งกลุ่มผู้บริหารมีการยอมรับและนำแนวคิดใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชรียา จันทรอินทร์ (2550: 100-101) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพร้อมในการนำระบบการจัดการมาใช้ในมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริหารมีระดับความพร้อมทางด้านทัศนคติมากที่สุด

2.4 อายุงานที่แตกต่างกัน มีความพร้อมการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่หากจำแนกตามความพร้อมรายด้านพบว่า อายุงานที่แตกต่างกันมีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรด้านภาวะผู้นำที่แตกต่างกันอย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งจากการวิจัย พบว่า กลุ่มที่มีอายุนานมากกว่า 10 ปี มีความพร้อมด้านภาวะผู้นำมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรที่มีอายุนานที่มาก ย่อมมีการสั่งสมประสบการณ์การทำงานทั้งด้านความรู้ทักษะความเชี่ยวชาญในการทำงาน วิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเสมอ ย่อมทำให้บุคลากรนั้นมีความมั่นใจในตนเองกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นในที่สาธารณะอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพียงใจ มุสิกะพงษ์ (2550: 166) ที่ได้วิจัยเรื่อง สภาพการจัดการความรู้และความต้องการเพิ่มพูนความรู้สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรสำนักงานพัฒนาระบบบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งผลการวิจัยพบว่า บุคลากรที่มีอายุราชการ 26 ปีขึ้นไป มีคุณภาพของการจัดการความรู้ การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้มากกว่ากลุ่มอื่น

2.5 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพร้อมในการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน หากจำแนกความพร้อมเป็นรายด้านพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรด้านการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งจากการวิจัยพบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความพร้อมในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรด้านการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนมากทำงานอยู่ในแผนกบริการในส่วนของงานซ่อมบำรุง จึงทำให้ไม่ค่อยมีโอกาใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เมื่อเทียบกับบุคลากรที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนมากทำงานอยู่ในสำนักงาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชูลีพร เอี่ยมอานวย (2548: 94) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อศักยภาพการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสูงกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- ชรียา จันทรอินทร์. (2550). *การศึกษาความพร้อมในการนำระบบการจัดการความรู้มาใช้ในมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชูลีพร เอี่ยมอานวย. (2548). *การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อศักยภาพการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ธีรวิทย์ เจริญแพทย์. (2552). *การจัดการความรู้ของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดภูเก็ต*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- บดินทร์ วิจารณ์. (2548). *การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: ธรรมมกลการพิมพ์.
- ประพนธ์ ผายืดสุข. (2546). *การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง การจัดการความรู้และการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้*.
- พาขวัญ ลออสอาด. (2548). *การศึกษาความสามารถในการจัดการความรู้ของสมาชิกองค์กรชุมชนจังหวัดนครนายก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนชุมชนมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพียงใจ มุสิกะพงษ์. (2550) . *สภาพการจัดการความรู้และความต้องการเพิ่มพูนความรู้สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรสำนักงานพัฒนาระบบบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข*. วิทยานิพนธ์ครุกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- มนต์ชัย พินิจจิตสมุทร. (2548). *องค์กรแห่งการเรียนรู้ และการจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: พอร์ควอลิตี้.
- สวณ ลิ้มเล็งเลิศ. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายรถยนต์โตโยต้าของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *หลักสูตร การฝึกอบรมเรื่องการจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่ การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- Epstein, Lisa Dickstein. (2000). *Sharing knowledge in organization: How people use media to communication*. Doctoral Dissertation, University of California, Berkely.
- Gruber, Hans-Georg. (2000). *Does organization culture affect the sharing of knowledge? The case of a department in high-technology company*. Master's Thesis, Ontario Carleton University, Ottawa.

- Igel, B., & Numprasertchai, S. (2004). Knowledge management in university R&D in Thailand. *Proceedings of 2004 IEEE International Engineering Management Conference*, 21 October 2004, Singapore.
- Marquardt, M.J. (1996). *Building the learning organization: System approach to quantum improvement and global success*. New York: McGraw-Hill.
- Nanoka, Ikujiro & Takeuchi, Hirotaka. (1995). *The knowledge creating company*. New York: Oxford University Press.
- Senge, Peter M. (1990). *The fifth discipline: The art & practice of the learning organization*. New York: Currency Doubleday.



Muntana Sirieak is currently pursuing Master of Business Administration at Thonburi University. She received the Bachelor Degree of Business Administration (First-class honor) in 2005 from Thonburi University, Thailand. At present, Muntana is Senior Organization Development officer at Worldlease Co.,Ltd.