



อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาผลของความไว้วางใจระหว่างบุคคล ความผูกใจมั่นต่อองค์การ และการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกัน ที่มีต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ โดยมีสมมติฐานการวิจัย 3 ข้อ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทที่ 3 สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย มาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดสามารถอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การในระดับปานกลาง ($R=.61, p<.01$) ความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ($\beta=.61, p<.001$) และความไว้วางใจระหว่างบุคคลสามารถอธิบายการผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การได้ร้อยละ 37 ($R^2=.37$)

การทดสอบสมมติฐานพบว่าความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ หมายถึงเมื่อพนักงานมีความไว้วางใจระหว่างบุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะปันความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของตนสู่เพื่อนร่วมงานในองค์การ

ความไว้วางใจระหว่างบุคคลในงานวิจัยนี้เป็นความไว้วางใจระหว่างบุคคลในการทำงาน (interpersonal trust at work) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบคือ ความเชื่อมั่นในเจตนาของบุคคลอื่น และความมั่นใจในความสามารถของบุคคลอื่น ซึ่งงานวิจัยของทีโกล์เคียงกับงานวิจัยนี้คือ Dooley และ Fryxell (1999) ได้อธิบายถึงความไว้วางใจในผลการดำเนินงาน (Interpersonal trust in performance) ซึ่งคล้ายกับความไว้วางใจระหว่างบุคคลในการวิจัยนี้ โดยกล่าวว่าความไว้วางใจในผลการดำเนินงานประกอบด้วยการรับรู้ความสามารถและการรับรู้เจตนาของบุคคลอื่น บุคคลที่รับรู้ความไว้วางใจในเจตนาของผู้อื่นจะให้ความร่วมมือ และจะพยายามทุ่มเทในการทำความเข้าใจสมาชิกของทีมงานเดียวกับตน บุคคลจะไว้วางใจเมื่อตนรับรู้ว่ามีได้ประสานความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมงานจะไม่เอาเปรียบผลประโยชน์ของตน ซึ่งทำให้บุคคลจะพยายามสื่อสารและปันความรู้ที่ตนมีอยู่แก่เพื่อนร่วมงาน ส่วนความไว้วางใจในความ

สามารถจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้ว่าเป็นส่วนงานมีความสามารถเข้าใจ สามารถสื่อสาร และรับความรู้ที่ตนเองแบ่งปันไปได้

ถึงแม้นักวิชาการจะเสนอว่าความไว้วางใจส่งผลต่อการปันความรู้ระหว่างกัน แต่ไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาถึงความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal trust) กับการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ (Levin, 2003) แต่พบการวิจัยที่นำความไว้วางใจระหว่างบุคคลไปศึกษากับประเด็นอื่นของการจัดการความรู้ โดยพบว่าความไว้วางใจระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) ซึ่งยังพบว่าส่งผลให้ผลการดำเนินงานของทีมงานทั้งทางด้านการเงินและผลการดำเนินงานด้านอื่น ๆ ดีขึ้น และสรุปว่าความไว้วางใจระหว่างบุคคลเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้พนักงานประสานความร่วมมือกันและปันความรู้ระหว่างกันซึ่งจะนำไปสู่การแสวงหาความรู้ในกระบวนการจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Politis, 2003a) นักวิจัยคนเดียวกันนี้ยังศึกษาเชิงประจักษ์ในองค์การที่มีระบบการจัดการความรู้ของรัฐอาหรับเอมิเรต โดยพบว่าตัวแปรความไว้วางใจระหว่างบุคคลเมื่อร่วมกับตัวแปรอำนาจในการจัดการจะสามารถร่วมกันทำนายทิศทางทางการแสวงหาความรู้ได้ (Politis, 2003 b)

นักวิชาการจำนวนมากเสนอแนวคิดว่าการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ต้องอาศัยความไว้วางใจ ซึ่งการวิจัยนี้ได้เลือกศึกษาประเภทความไว้วางใจระหว่างบุคคล และสามารถสรุปได้ว่าความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีผลทางบวกต่อการปันความรู้

สมมติฐานที่ 2 ความผูกใจมั่นต่อองค์การมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดสามารถอธิบายได้ว่า ความผูกใจมั่นต่อองค์การมีความสัมพันธ์กับการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การในระดับต่ำ ($R=.184, p<.01$) อย่างไรก็ตามความผูกใจมั่นต่อองค์การมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ($\beta=.184 p<.001$) และความผูกใจมั่นต่อองค์การสามารถอธิบายการผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การได้ร้อยละ 3 ($R^2=.03$) การทดสอบสมมติฐานพบว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 2 ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่าเมื่อพนักงานมีความผูกใจมั่นต่อองค์การจะส่งผลให้พนักงานปันความรู้ของตนเองสู่เพื่อนร่วมงาน ซึ่งแสดงว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อตัวแปรตาม

แม้จะไม่พบการศึกษาเชิงประจักษ์เรื่องผลของความผูกใจมั่นต่อองค์การต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ (Hislop, 2002) อย่างไรก็ตามการวิจัยทางด้านการจัดการความรู้เพื่อเปรียบเทียบระหว่างองค์การที่ปรึกษาทางธุรกิจกับองค์การอื่นของ Marshall และ Rossett (2002) ได้ศึกษากิจกรรมการจัดการความรู้ (knowledge mangement practice) กับปัจจัยด้านวัฒนธรรม

องค์การซึ่งมีความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นหนึ่งในปัจจัยย่อย พบว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมองค์การที่ทำให้บุคลากรสนับสนุนกิจกรรมการจัดการความรู้และสรุปว่าองค์การที่มีวัฒนธรรมองค์การที่ดีจะประสบผลมากกว่าองค์การที่เน้นทางด้านเทคโนโลยีการจัดการความรู้แต่เพียงด้านเดียว นอกจากนี้AllenและBrady(1997) ศึกษาองค์การที่นำระบบการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การมาใช้พบว่าพนักงานที่มีความผูกใจมั่นต่อองค์การจะทำให้พนักงานมีการสื่อสารทางบวกกับผู้บริหาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการปันการปฏิบัติที่ดีที่สุด (sharing best practice)แก่เพื่อนร่วมงาน งานวิจัยทั้งสองคล้ายคลึงกับผลการวิจัยที่พบว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การส่งผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การในผลการวิจัยครั้งนี้

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของความผูกใจมั่นต่อองค์การทั้ง 3 องค์ประกอบพบว่า ความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การ ความผูกใจมั่นทางความต่อเนื่องต่อองค์การ และความผูกใจมั่นทางบรรทัดฐานต่อองค์การต่างก็มีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การ อย่างไรก็ตาม ความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การในระดับสูงที่สุด($\beta=.187p<.001$) รองลงมาคือความผูกใจมั่นทางบรรทัดฐานต่อองค์การ ($\beta=.174p<.001$) และความผูกใจมั่นทางความต่อเนื่องต่อองค์การมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การในระดับต่ำที่สุด($\beta=.058p<.001$)ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การ (Affective Organizational Commitment) เป็นความรู้สึกของพนักงานที่ต้องการทำงานเพื่อองค์การและทำงานให้กับองค์การเพราะเกิดจากความต้องการส่วนบุคคล (Meyer & Allen, 1997) แตกต่างจากความผูกใจมั่นทางความต่อเนื่องต่อองค์การ(Continuance Organizational Commitment) ซึ่งพนักงานมีความรู้สึกต่อองค์การและทำงานให้กับองค์การเพราะต้องทำ หรือมีความรู้สึกต่อองค์การและทำงานให้กับองค์การเพราะพนักงานรู้สึกว่าเป็นพันธะตามความผูกใจมั่นทางบรรทัดฐานต่อองค์การ(Normative Organizational Commitment) ผลการวิจัยนี้พบว่าความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การสูงกว่าองค์ประกอบทั้งสองเพราะว่า ความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การสะท้อนถึงความภาคภูมิใจของพนักงานในความเป็นสมาชิกขององค์การ พนักงานปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ และเต็มใจที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์การไว้ พนักงานที่มีทัศนคติทางบวกต่อองค์การเช่นนี้จะมีผลในประการแรกคือ พนักงานจะมีแรงจูงใจที่จะช่วยเหลือองค์การโดยการเพิ่มผลการปฏิบัติงานของตนและผู้อื่นให้ดีขึ้น งานวิจัยเชิงประจักษ์หลายงานสรุปว่าความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การส่งอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นอยู่ที่ดีขององค์การ (Organizational Well Being)ได้มากกว่าความผูกใจมั่นทางความต่อเนื่องต่อองค์การและความผูกใจมั่นทางบรรทัดฐานต่อองค์การ เช่นรู้สึกผูกพันกับงาน และการมีผลการทำงานที่ดีของพนักงาน (Meyer & Allen, 1997) พนักงานที่มีความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การ

การจะปรารถนาให้องค์การบรรลุเป้าหมาย ซึ่งหนทางหนึ่งที่จะทำได้คือ การมีพฤติกรรมการบิน ความรู้ระหว่างกันเพื่อช่วยให้ตนเองสามารถยกระดับผลการทำงานของผู้อื่นและองค์การได้ และ ประการที่สองพนักงานที่มีความผูกใจมั่นทางความรู้สึกต่อองค์การจะรู้สึกถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ตนเองกับองค์การบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนต่างตอบแทนซึ่งกันและกัน พนักงานจะมีพฤติกรรมในการบินความรู้ของตนเองแก่เพื่อนร่วมงานและพนักงานจะเต็มใจในการใช้ความรู้ของตนเองเพื่อประโยชน์ขององค์การ โดยคาดหวังให้ตนเองได้รับสิ่งตอบแทนคือการทำงานในฐานะ สมาชิกขององค์การ

อย่างไรก็ตามแม้ผลการวิจัยจะพบว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การจะมีผลทางบวกต่อการบิน ความรู้ระหว่างกันในองค์การ แต่ความสัมพันธ์ที่พบว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การมีผลทางบวกต่อ การบินความรู้ระหว่างกันในองค์การยังอยู่ในระดับต่ำ ($\beta = .184$ $p < .01$) และ ($R^2 = .03$) และเนื่องจากไม่พบงานวิจัยที่ระบุแน่ชัดว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรประเภทใดที่ส่ง ผลต่อการบินความรู้ระหว่างกันในองค์การ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลของความผูกใจมั่นต่อองค์การ ต่อการบินความรู้ระหว่างกันในองค์การ ว่านอกจากความผูกใจมั่นต่อองค์การจะมีบทบาทเป็นตัว แปรอิสระแล้ว ความผูกใจมั่นต่อองค์การยังอาจมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับที่มีแนวโน้มจะส่งผลให้ ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับการบินความรู้ระหว่างกันในองค์การเพิ่ม มากขึ้น และทำนองเดียวกันความผูกใจมั่นต่อองค์การอาจจะมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับที่เพิ่ม ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการบินความรู้ระหว่างกันและการบินความรู้ระหว่างกันใน องค์การได้เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การใน ความสัมพันธ์ทั้ง 2 ดังกล่าวเพื่ออภิปรายผลการวิจัยเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1. ทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การในความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับการบินความรู้ระหว่างกันในองค์การ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตามแนวคิดของ Baron & Kenny (1986) โดยใช้การวิเคราะห์ ถอดถอยพหุเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นวิธีที่นักวิจัยระบุว่า เหมาะสมที่สุดในการทดสอบปฏิสัมพันธ์และการวิเคราะห์ตัวแปรที่เกิดจากการรวมตัวแปรสองตัว ขึ้นไปเข้าด้วยกัน และวิธีที่นักวิจัยนิยมใช้ในการพิสูจน์การเป็นตัวแปรกำกับ ความสัมพันธ์ต่าง ๆ ตัวแปรกำกับ หมายถึง ตัวแปรเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อทิศทางหรือระดับของ ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรทำนาย กับตัวแปรตามหรือตัวแปรเกณฑ์ โดยสมมติฐานของการเป็นตัวแปรกำกับจะเป็นจริงก็ต่อเมื่อ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรกำกับ (Predictor x Moderator) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวแปรอิสระคือการปั่นควมรู้ระหว่างกันในองค์การ ตัวแปรตามคือความไว้วางใจระหว่างบุคคล และต้องการทดสอบความเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การ

ขั้นที่ 1

การปั่นควมรู้ระหว่างกันในองค์การ = $\beta_0 + \beta_1$ ความไว้วางใจระหว่างบุคคล + β_2 ความผูกใจมั่นต่อองค์การ

ขั้นที่ 2

การปั่นควมรู้ระหว่างกันในองค์การ = $\beta_0 + \beta_1$ ความไว้วางใจระหว่างบุคคล + β_2 ความผูกใจมั่นต่อองค์การ
+ β_3 ความไว้วางใจระหว่างบุคคล X ความผูกใจมั่นต่อองค์การ

และถ้า β_3 ความไว้วางใจระหว่างบุคคล X ความผูกใจมั่นต่อองค์การ มีนัยสำคัญทางสถิติ จะสรุปได้ว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นตัวแปรกำกับ

ตารางที่ 9

การวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงซ้อนทำนายผลของความไว้วางใจระหว่างบุคคลต่อการปั่นควมรู้ระหว่างกันในองค์การ โดยมีความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นตัวแปรกำกับ

	β	t	R	R^2	ΔR^2	F
ขั้นที่ 1						
ความไว้วางใจระหว่างบุคคล	.59***	12.029	.619	.383		79.391***
ความผูกใจมั่นต่อองค์การ	.11*	2.355				
ขั้นที่ 2						
ความไว้วางใจระหว่างบุคคล	.61***	3.454	.628	.395	.012	55.494***
ความผูกใจมั่นต่อองค์การ	.16*	2.241				
ความไว้วางใจระหว่างบุคคล x ความผูกใจมั่นต่อองค์การ	.46*	2.266				

* $p < .05$, *** $p < .001$ (N = 259)

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนเพื่อทำนายผลของความไว้วางใจระหว่างบุคคลต่อการปั่นควมรู้ระหว่างกันในองค์การ พบว่าในขั้นที่ 1 ความไว้วางใจระหว่างบุคคลและความผูกใจมั่นต่อองค์การร่วมกันส่งผลต่อการอธิบายความผันแปรของการปั่นควมรู้ระหว่างกัน ในองค์การได้ร้อยละ 38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2 = .383$) และเมื่อนำปฏิสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับความผูกใจมั่นต่อองค์การเข้าไปในสมการเพื่อทดสอบความเป็น

ตัวแปรกำกับ ในขั้นที่ 2 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=.46, p < .05$) และปฏิสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับความผูกใจมั่นต่อองค์การร่วมกัน ส่งผลต่อการอธิบายความผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การได้ร้อยละ 40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2=.395$) ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้น ($\Delta R^2=.012$) แสดงว่าความสามารถในการอธิบายความผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคล กับการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การ

ผู้วิจัยนำแนวคิดของนักวิชาการที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความผูกใจมั่นต่อองค์การซึ่งสามารถนำมาอธิบายเพื่อสนับสนุนการทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การ คือแนวคิดของ Storey และ Quintas (2001, cited in Hislop, 2001) เสนอว่ากฎเกณฑ์สำคัญในการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับการจัดการความรู้ใ้องค์การเกิดขึ้นเนื่องจากพนักงานที่มีระดับความผูกใจมั่นต่อองค์การสูงจะมีแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์การต่ำและมีความเป็นไปได้ที่จะปันความรู้ใ้องค์การ โดยต้องอาศัยการพัฒนาความผูกใจมั่นต่อองค์การกับความไว้วางใจระหว่างบุคคลของพนักงานไปด้วยกัน นอกจากนี้ Hislop (2002) ปรับแบบจำลองความคิดเรื่องการรับรู้สัญญาใจมาใช้ อธิบายเรื่องการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การโดยเสนอว่าพนักงานที่ระดับสัญญาใจสูงจะมีความผูกใจมั่นต่อองค์การสูงไปด้วย เมื่อพนักงานที่มีความผูกใจมั่นต่อองค์การสูงจะมีความรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งกับองค์การ และมีแนวโน้มจะคงอยู่กับองค์การ อันเป็นผลให้พนักงานมีทัศนคติต่อการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การและพฤติกรรมการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การในทางที่จะสนับสนุนต่อองค์การ ในแบบจำลองความคิดนี้ได้เสนอว่าความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับความผูกใจมั่นต่อองค์การ ซึ่ง Hislop เสนอว่าตัวแปรต่างๆ (ซึ่งหมายถึงความไว้วางใจและความผูกใจมั่นต่อองค์การ) มีทิศทางความสัมพันธ์ที่ไม่แน่นอนและไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียว ในการส่งผลถึงทัศนคติของพนักงานต่อการปันความรู้ระหว่างกัน

จากการทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับทางสถิติร่วมกับแนวคิดของนักวิชาการทั้งสองจึงสรุปได้ว่าทิศทางความสัมพันธ์ของความผูกใจมั่นต่อองค์การสามารถเป็นตัวแปรกำกับให้ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับ การปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การเพิ่มมากขึ้น

2. ทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันกับการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การ

ผู้วิจัยทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันกับการปันความรู้ระหว่างกันใ้องค์การด้วยวิธีเดียว

กัน ตัวแปรอิสระคือการปันความรู้อะหว่างกันในองค์การ ตัวแปรตามคือการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกันและต้องการทดสอบความเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การ

ขั้นที่ 1

$$\text{การปันความรู้อะหว่างกันในองค์การ} = \beta_0 + \beta_1 \text{การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน} + \beta_2 \text{ความผูกใจมั่นต่อองค์การ}$$

ขั้นที่ 2

$$\text{การปันความรู้อะหว่างกันในองค์การ} = \beta_0 + \beta_1 \text{การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน} + \beta_2 \text{ความผูกใจมั่นต่อองค์การ} + \beta_3 \text{การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน} \times \text{ความผูกใจมั่นต่อองค์การ}$$

และถ้า β_3 การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน \times ความผูกใจมั่นต่อองค์การ มีนัยสำคัญทางสถิติ จะสรุปได้ว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นตัวแปรกำกับ

ตารางที่ 10

การวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงซ้อนทำนายผลของการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกันต่อการปันความรู้อะหว่างกันในองค์การ โดยมีความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นตัวแปรกำกับ

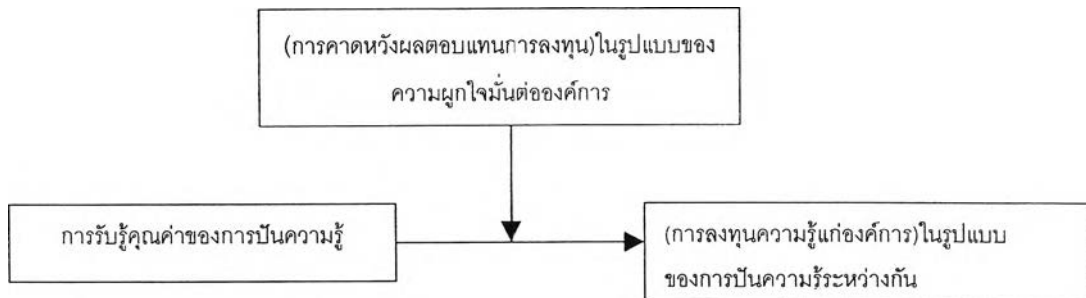
	β	t	R	R ²	ΔR^2	F
<u>ขั้นที่ 1</u>						
การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน	.539***	10.188	.559	.313		58.222***
ความผูกใจมั่นต่อองค์การ	.103*	2.435				
<u>ขั้นที่ 2</u>						
การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน	.535***	3.818	.577	.333	.020	42.381***
ความผูกใจมั่นต่อองค์การ	.109*	2.886				
การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกัน \times ความผูกใจมั่นต่อองค์การ	.448*	2.769				

* $p < .05$, *** $p < .001$ ($N = 259$)

ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนเพื่อทำนายผลของการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้อะหว่างกันต่อการปันความรู้อะหว่างกันในองค์การโดยมีความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็น

ตัวแปรกำกับ พบว่าในขั้นที่ 1 การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันและความผูกใจมั่นต่อองค์การร่วมกันส่งผลต่อการอธิบายความผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การได้ร้อยละ 31 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2=.313$) และเมื่อนำปฏิสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับความผูกใจมั่นต่อองค์การเข้าไปในสมการเพื่อทดสอบความเป็นตัวแปรกำกับ ในขั้นที่ 2 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=.44$, $p<.05$) และปฏิสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับความผูกใจมั่นต่อองค์การร่วมกันส่งผลต่อการอธิบายความผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การได้ร้อยละ 33 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2=.333$) ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้น ($\Delta R^2=.020$) แสดงว่าความสามารถในการอธิบายความผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าความผูกใจมั่นต่อองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกัน กับการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ

การเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันกับการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ สามารถอธิบายได้ด้วยการปรับแนวคิดของนักวิชาการที่เสนอว่า การปันความรู้ระหว่างกันในองค์การของพนักงานเป็นการที่พนักงานลงทุนความรู้ของตนเองในองค์การ (invest their knowledge in the organization) (Stewart, 1998) เมื่อพนักงานรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันจะส่งผลให้พนักงานปันความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานแก่เพื่อนร่วมงานตามข้อค้นพบของสมมติฐานที่ 3 การปันความรู้ระหว่างกันเป็นเสมือนการลงทุนความรู้ โดยพนักงานมีการคาดหวังผลตอบแทน (rate of return) ซึ่ง Kelloway และ Barling (2000) กล่าวว่า การคาดหวังผลตอบแทนในการลงทุนความรู้ของพนักงานจะออกมาในรูปแบบของความรู้สึกผูกใจมั่นต่อองค์การ โดยเฉพาะความผูกใจมั่นต่อองค์การทางความรู้สึก ซึ่ง ความผูกใจมั่นต่อองค์การทางความรู้สึกเป็นการที่บุคคลต้องการที่จะคงอยู่ในองค์การและทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์การ ความผูกใจมั่นต่อองค์การทางความรู้สึกจะแสดงออกมาในรูปแบบที่พนักงานรู้สึกภูมิใจในการเป็นสมาชิกภาพขององค์การ ต้องการเป็นส่วนหนึ่ง และเต็มใจที่จะธำรงรักษาความเป็นสมาชิกขององค์การไว้ พนักงานจะแสดงออกถึงทัศนคติทางบวกต่อองค์การซึ่งเป็นการคาดหวังผลตอบแทนจากลงทุนรูปแบบหนึ่งจากการที่พนักงานได้ลงทุนปันความรู้แก่เพื่อนร่วมงานในองค์การ ซึ่งแสดงให้เห็นได้ด้วยแบบจำลองความคิดโดยปรับแนวคิดของ Stewart (1998) และ Kelloway และ Barling (2000) เพื่ออธิบายการเป็นตัวแปรกำกับของความผูกใจมั่นต่อองค์การในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ



แบบจำลองความคิด

การคาดหวังผลตอบแทนการลงทุนความรู้ในองค์การในรูปแบบของความผูกใจมั่นต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกัน มีผลทางบวกต่อการปันความรู้
ระหว่างกันในองค์การ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดสามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การในระดับปานกลาง ($R=.554, p<.01$) การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ($\beta=.554, p<.001$) และการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันสามารถอธิบายการผันแปรของการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การได้ร้อยละ 31 ($R^2=.31$) การทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันมีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 3

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันทั้ง 3 องค์ประกอบ พบว่าทั้งการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านสัมพันธภาพ และการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านการเอื้อประโยชน์ ต่างก็ส่งผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ อย่างไรก็ตาม การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านสัมพันธภาพส่งผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การสูงที่สุด ($\beta=.442, p<.001$) ลำดับที่สองคือ การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านการเอื้อประโยชน์ ($\beta=.436, p<.001$) และการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคลส่งผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การน้อยที่สุด ($\beta=.394, p<.001$)

การวิจัยครั้งนี้สร้างตัวแปรการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันและสร้างเครื่องมือเป็นมาตรวัดขึ้นมาเอง โดยปรับมาจากงานวิจัยของ Bock และ Kim (2002) ซึ่งศึกษาผลของการคาดหวังรางวัล การคาดหวังสัมพันธภาพ และการคาดหวังการเอื้อประโยชน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติในการปันความรู้ (Attitude toward Knowledge Sharing) ส่วนงานวิจัยนี้ได้ปรับมาเป็นผลของการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล การรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านสัมพันธภาพ และการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ ระหว่างกันด้านการเอื้อประโยชน์ ต่อ พฤติกรรมการปันความรู้ระหว่างกัน (Knowledge Sharing Behavior)

ผลการวิจัยที่สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวคือ องค์ประกอบแรก ผลของการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านสัมพันธภาพต่อการปันความรู้ระหว่างกัน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการคาดหวังสัมพันธภาพต่อทัศนคติในการปันความรู้ โดยสามารถอธิบายได้ว่าพนักงานที่คิดว่าการปันความรู้ระหว่างกันเป็นการขยายสัมพันธภาพและความแนบแน่นระหว่างสมาชิกองค์การ จะมีแนวโน้มที่จะปันความรู้ของตนแก่เพื่อนร่วมงานโดยมีพื้นฐานมาจากการคาดหวังการแลกเปลี่ยนในรูปแบบของสัมพันธภาพที่เพื่อนร่วมงานมีให้แก่ตนเอง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบที่สองคือ ผลของการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านการเอื้อประโยชน์ต่อการปันความรู้ระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในด้านผลของการคาดหวังการเอื้อประโยชน์ต่อทัศนคติในการปันความรู้ระหว่างกัน โดยพบว่าพนักงานที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองว่าสามารถพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์การได้โดยการปันความรู้จะมีแนวโน้มที่จะปันความรู้ของตนเองแก่เพื่อนร่วมงาน

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bock และ Kim คือองค์ประกอบด้านการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้ปรับองค์ประกอบย่อยให้แตกต่างจากองค์ประกอบเดิมที่ได้ศึกษาไว้ กล่าวคือ งานวิจัยของ Bock และ Kim เสนอองค์ประกอบด้านการคาดหวังรางวัล (expected reward) ซึ่งมีองค์ประกอบย่อยคือ 1).รางวัลที่เป็นตัวเงิน(Monetary Reward) 2).การเลื่อนขั้นตำแหน่ง(Promotion) และ 3).โอกาสในการศึกษาต่อ (Educational opportunity) โดยตั้งสมมติฐานว่าการคาดหวังรางวัลมีผลทางบวกต่อทัศนคติในการปันความรู้ แต่ผลการวิจัยพบว่าการคาดหวังรางวัลมีผลในทิศทางลบต่อทัศนคติในการปันความรู้ ($\beta = -.124, p < .001$) และอภิปรายผลการวิจัยว่า การคาดหวังรางวัลที่เป็นสิ่งจูงใจภายนอก(Extrinsic Motivators) จะมีผลในทิศทางลบต่อการปันความรู้ระหว่างกัน และทิ้งท้ายไว้ว่าควรมีการศึกษาในเรื่องบทบาทของการคาดหวังรางวัลที่ส่งผลต่อทัศนคติ

และพฤติกรรมการปันความรู้ระหว่างกัน ซึ่งนักวิชาการจำนวนมากได้เน้นบทบาทของการที่องค์กรส่งเสริมพฤติกรรมการปันความรู้ระหว่างกันโดยการให้รางวัลเป็นสิ่งจูงใจ

งานวิจัยนี้ได้ปรับตัวแปรจากงานวิจัยดังกล่าวโดยได้ปรับเป็นตัวแปรการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล (Perceived valued of personal benefit) ซึ่งได้ปรับปรุงให้มีองค์ประกอบย่อยที่ครอบคลุมทั้งสิ่งจูงใจภายนอก(Extrinsic Motivators)และสิ่งจูงใจภายใน(Intrinsic Motivators) เพื่อศึกษาว่าสิ่งจูงใจทั้งสองประเภทจะมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการปันความรู้ระหว่างกันของพนักงานหรือไม่ องค์ประกอบย่อยทั้ง 4 คือ 1).ความพึงพอใจส่วนบุคคล(Personal satisfaction) 2).การได้รับการยอมรับชื่นชม(Recognition) 3).ผลประโยชน์ส่วนบุคคล(Self interest) และองค์ประกอบย่อยสุดท้าย4).รางวัลจากองค์กร(organizational reward) ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันด้านประโยชน์ส่วนบุคคล มีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ($\beta=.39, p<.001$) อธิบายได้ว่าเมื่อพนักงานรับรู้คุณค่าด้านประโยชน์ส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วยสิ่งจูงใจภายนอกและสิ่งจูงใจภายใน (ในรูปแบบของความพึงพอใจที่ได้ความรู้ การได้รับการยอมรับชื่นชม การไม่เสียผลประโยชน์ส่วนตัว และการได้รับรางวัลจากองค์กร)จะส่งผลให้ปันความรู้แก่เพื่อนร่วมงาน ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของBrockและKimเมื่อพนักงานคาดหวังรางวัลซึ่งเป็นสิ่งจูงใจภายนอกแต่เพียงด้านเดียว จะส่งผลทางลบต่อทัศนคติการปันความรู้ระหว่างกัน

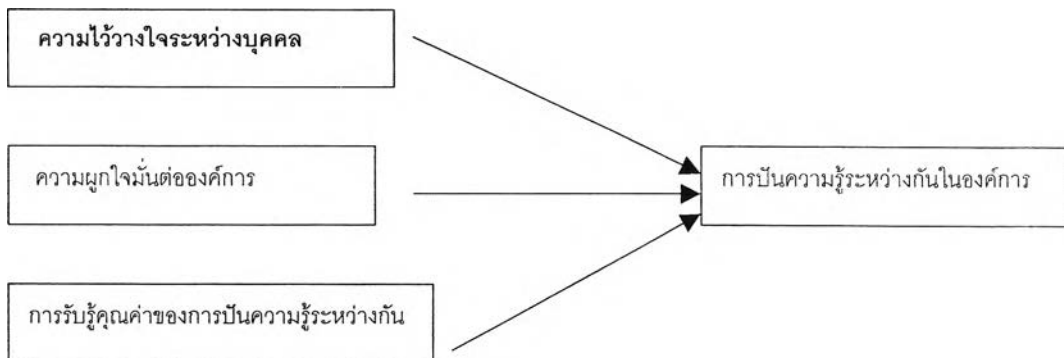
ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าสิ่งจูงใจภายในและสิ่งจูงใจภายนอกร่วมกันส่งผลให้พนักงานปันความรู้แก่เพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Deci และRyan (1985, cited in Bartol&Srivatava, 2002) ที่เสนอแนวความคิดว่ารางวัลภายนอกเช่นรางวัลที่เป็นตัวเงินจะมีผลกระทบทางลบต่อแรงจูงใจภายใน และบุคคลจะได้รับแรงจูงใจภายในให้เกิดความพึงพอใจซึ่งมีรากฐานจากความรู้สึกของบุคคลนั้น และนอกจากนี้ HustedและMichailova(2002)เสนอว่าบุคคลจะรู้สึกหวงความรู้(Knowledge hoarding) เพราะบุคคลค่านิ่งว่าตนเองอาจเสียคุณค่าหรือผลประโยชน์บางอย่างไป จึงเกิดความลังเลใจที่จะเสียเวลาปันความรู้ และเกรงว่าตนเองจะถูกประเมินคุณภาพของความรู้ที่ได้ปันไปสู่เพื่อนร่วมงาน

จากการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าสลับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อคือ ความไว้วางใจระหว่างบุคคล ความผูกใจมั่นต่อองค์กร และการรับรู้คุณค่าของการปันความรู้ระหว่างกันเป็นตัวแปรอิสระที่มีผลทางบวกต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การ และนอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์เพิ่มเติมถึงผลของความผูกใจมั่นต่อองค์กรต่อการปันความรู้ระหว่างกันในองค์การพบว่า ความผูกใจมั่นต่อองค์กรสามารถเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจระหว่าง

บุคคลกับการปั่นความรู้อะหว่างกันในองค์การ และสามารถเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้คุณค่าของการปั่นความรู้อะหว่างกันกับการปั่นความรู้อะหว่างกันในองค์การได้ ดังนั้นแบบจำลองความคิดในการวิจัยนี้จึงสามารถเป็นไปได้ 2 รูปแบบดังต่อไปนี้

แบบจำลองความคิดข้อสรุปจากงานวิจัยที่ 1

ความไว้วางใจระหว่างบุคคล ความผูกใจมั่นต่อองค์การ การรับรู้คุณค่าของการปั่นความรู้อะหว่างกันเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อการปั่นความรู้อะหว่างกัน



แบบจำลองความคิดข้อสรุปจากงานวิจัยที่ 2

ความไว้วางใจระหว่างบุคคล การรับรู้คุณค่าของการปั่นความรู้อะหว่างกันเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อการปั่นความรู้อะหว่างกันในองค์การ ส่วนความผูกใจมั่นต่อองค์การเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจระหว่างบุคคลกับการปั่นความรู้อะหว่างกันและเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าของการปั่นความรู้อะหว่างกันกับการปั่นความรู้อะหว่างกัน

