

การศึกษาการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์

A Study of Knowledge Management of Writers in Online Business

ณัฐธยาน์ อรบุตร^{1*} และ อนรรักษ์ ไกรยuth²

¹สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Nattaya Orabut^{1*} and Anurak Kraiyuth²

E-mail: nattaya.o@hotmail.com¹, dranurak.k@gmail.com²

¹Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

²Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ การดำเนินการวิจัยประชากรคือ นักเขียนในธุรกิจออนไลน์ และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงใช้วิธีการทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.50 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 และมีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 4 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีด้านอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านความรู้ ส่วนด้านสารสนเทศด้านข้อมูล และด้านปัญญาอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ผลการวิจัยความสัมพันธ์ในการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์พบว่า ด้านความรู้และด้านปัญญา มีความสัมพันธ์ในการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเขียนในธุรกิจออนไลน์จะสามารถพัฒนางานเขียนได้ต้องคำนึงถึงเรื่องของการจัดการความรู้ด้านความรู้ โดยเน้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

คำสำคัญ: การจัดการความรู้; นักเขียน

Abstract

The purposes of this independent study were (1) to study the level of opinion about the knowledge management of writers in online business and (2) to study the relationship of between personal factors and the knowledge management of writers in online business. The population of this research is the writers in online business. And there were 400 samples. The data were collected by convenience sampling. The data were analyzed using descriptive statistics: percentage, mean, and standard deviation. And the reference statistics used chi-square test method. The results revealed that 366 respondents were female, which counted as 91.50%. 247 respondents aged between 21-30 years old, counted as 61.75%, while 276 respondents, counted as 69% have graduated a Bachelor's degree. Besides, 212 people, counted as 53% have working experience for less than 4 years. In addition, the result of the level of respondents' opinion about knowledge management of writers in online business was high. When considered each factor, the highest level is knowledge. Other dimensions in the high level including information, data, and wisdom, respectively. And the results of study the relationship between the knowledge management of writers in online business and respondents' personal factors found that knowledge and wisdom have correlated with age factor with the statistical significant at 0.05. Therefore, the writers in online business could develop writing skills and focused on knowledge management: knowledge, with an emphasis on knowledge sharing that can enhance the extensive experience.

Keywords: Knowledge Management; Writer

บทนำ

โลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่ไม่เคยหยุดนิ่งเลย ปัจจุบันเทคโนโลยีและโลกดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก รวมถึงทางด้านการดำเนินธุรกิจด้วย โลกดิจิทัลส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารถูกเผยแพร่ แลกเปลี่ยน และสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไป นิยมใช้โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) กล่าวว่า หลายปีที่ผ่านมตลาดหนังสือมียอดขายและความนิยมลดลง ภาพรวมมูลค่าตลาดหนังสือที่เคยทำได้มากกว่า 25,000 ล้านบาท ลดลงเหลืออยู่แค่ 18,000 ล้านบาท แต่สามารถกลับเข้าสู่ 20,000 ล้านบาท อีกครั้งในปี 2561 จากกระแสครบพวงสนทนาที่นำเอาโครงเรื่องมาจากหนังสือนิยาย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้ทำลายหนังสือ หนังสือยังคงอยู่ ทั้งสองอย่างสนับสนุนกันและกัน ทำให้นักเขียนมีทางเลือกมากขึ้น แต่ไม่ว่าจะทางเลือกไหนก็ไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะขายได้ เพราะเนื้อหาเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้คนอยากอ่านและอยากซื้อ เนื้อหาเกิดจากการนำความรู้ ประสบการณ์

ข้อมูล จินตนาการ และความคิดมาประกอบเข้าด้วยกัน เนื้อหาจะดีหรือไม่มันขึ้นอยู่กับทางเลือกสรรมาจัดวางให้เกิดโครงเรื่องที่น่าสนใจ เป็นเหตุเป็นผล

ในช่วง 10 ปีมานี้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักเขียนกลายเป็นนักเขียนบนโลกออนไลน์ สามารถสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงานได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้นโดยไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ ซึ่งมีนักเขียนหลายท่านได้กล่าวถึงการทำงานของนักเขียนไว้ ดังนี้

วีรพร นิติประภา นักเขียนรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน (ซีไรต์) ประจำปี 2558 แนะนำว่า ผู้เขียนจะต้องมีฐานข้อมูลพอประมาณ และจะต้องเชี่ยวชาญในสิ่งที่จะเขียน

ณรงค์ฤทธิ์ ยงจินดารัตน์ นักเขียนเจ้าของนามปากกา “ปะการัง” กล่าวถึงปัญหาของการเขียนในยุคนี้ว่า การเขียนวรรณกรรมยุคออนไลน์ขาดระบบบรรณาธิการมาช่วยตรวจสอบความถูกต้องของคำผิดและความหมายของคำ จึงถือว่าเป็นปัญหาของนักเขียนยุคใหม่ที่ต้องหาความรู้ในเรื่องเหล่านี้เพื่อที่จะเป็นบรรณาธิการให้ตัวเองให้ได้

ชัยรัตน์ พิพิธพัฒนาปราปต์ นักเขียนเจ้าของนามปากกา “ปราปต์” ได้กล่าวไว้ว่า การมีบรรณาธิการต้นฉบับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้งานเราดีขึ้นมาก ซึ่งมีหลายครั้งที่บรรณาธิการทักท้วงมาแล้วก็เป็นจริงตามนั้น เราจะเห็นได้เลยว่าการแก้ไขประโยคง่ายขึ้นเป็นแบบไหน มันไม่ใช่ดีต่องานนั้นงานเดียวแต่ยังส่งผลกับการเขียนในเล่มต่อ ๆ ไปด้วย แม้กระทั่งนักเขียนที่ตีพิมพ์เองก็ควรจะมีบรรณาธิการ

ประกอบกับที่ อรพินท์ คำสอน ซึ่งเป็นนักวิจัยสาขาวรรณศิลป์ โครงการวิจัย “การวิจารณ์ศิลปะ: รอยต่อระหว่างวัฒนธรรมสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออินเทอร์เน็ต” ได้กล่าวไว้ว่า จากการศึกษาพบว่านักเขียนหน้าใหม่จำนวนมากต้องการความรู้ทางการเขียนและการพัฒนาการเขียนเป็นอย่างมาก ในขณะที่เดียวกันก็มีนักเขียนจำนวนหนึ่งที่มีทั้งความรู้และประสบการณ์มากกว่าก็พร้อมจะนำเสนอและแลกเปลี่ยนประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ต่อนักเขียนรุ่นหลัง เช่น ในบอร์ดนักเขียนของเว็บไซต์เด็กดี แต่ก็เป็นที่น่าเสียดายว่าเว็บไซต์เด็กดีถูกมองว่าเป็นพื้นที่เฉพาะของวัยรุ่น จึงอาจจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญทางวรรณศิลป์ หรือแม้แต่นักวิจารณ์อาชีพไม่สนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมแห่งนี้ ด้วยเหตุนี้ความรู้ของคนส่วนใหญ่ในประชาคมแห่งนี้จึงใกล้เคียงกัน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นการเรียนรู้ในแนวนอน กล่าวคือ เป็นการส่งทอดความรู้ในคนกลุ่มเดียวกันที่มีรุ่น อายุ และประสบการณ์ใกล้เคียงกัน ความเข้มข้นในด้านความรู้จึงน้อยกว่า ประกอบกับความถูกต้องของการส่งทอดความรู้ในอินเทอร์เน็ตยังเป็นความรู้ที่ยังไม่ได้รับการยืนยันว่าถูกต้อง

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้นักเขียนสามารถเผยแพร่ผลงานได้อย่างง่ายดาย นักเขียนในยุคออนไลน์จำนวนมากต้องการความรู้ทางการเขียน แต่ขาดบรรณาธิการคอยชี้แนะการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการเขียนงานของนักเขียน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิจัยเรื่องการศึกษาการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากการบูรณาการผ่านแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ด้านข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา โดยนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ และปรับตัวสู่ความสำเร็จของนักเขียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้บูรณาการจากทฤษฎีลำดับขั้นของความรู้ของ Elias M. Awad & Hassan M. Ghaziri ประกอบไปด้วย ข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ นักเขียนในธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คนของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยใช้วิธีของคอคแรน (W.G.Cochran) ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเขียนในธุรกิจออนไลน์

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์
2. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์
3. ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้จัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ เพื่อการพัฒนาให้นักเขียนให้มีคุณภาพในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน
4. ประโยชน์สำหรับผู้วิจัยและสนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอด เพื่อให้เกิดการพัฒนาในตัวนักเขียนในด้านของการจัดการความรู้ได้อย่างเหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการความรู้ (knowledge management) หมายถึง กระบวนการสร้างและแสวงหาความรู้ ซึมซับความรู้ จัดระบบ ประมวล กลั่นกรอง เผยแพร่ และใช้ความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนางานให้มีคุณภาพ พัฒนาคนให้มีศักยภาพ และพัฒนาฐานความรู้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ในมุมมองของแอดวาดและกาซิริ (Awad & Ghaziri, 2004) การจัดการความรู้เป็นการค้นหา ปัญญา เพื่อจัดเก็บให้เกิดเป็นทรัพย์สินขององค์กร โดยการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิด คุณภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้หลักทั้งหมดขององค์กร และนำมาพัฒนาองค์กร

แอดวาดและกาซิริได้เสนอรูปแบบลำดับชั้นของความรู้ ได้แก่ ข้อมูล (data) สารสนเทศ (information) ความรู้ (knowledge) ปัญญา (wisdom) ซึ่งนำไปสู่การจัดการความรู้ สรุปได้ดังนี้

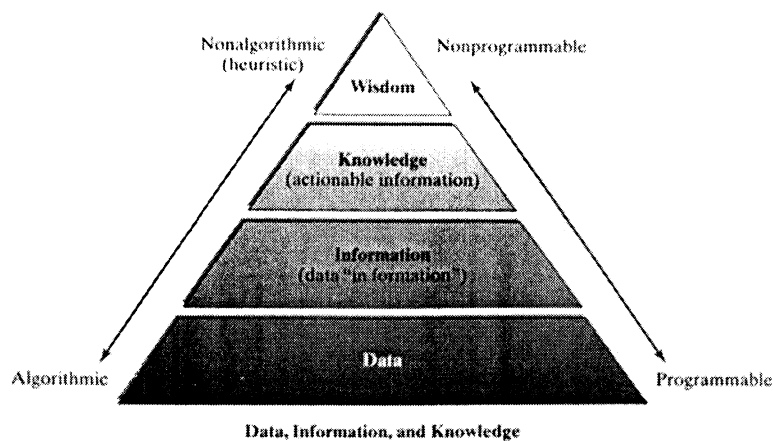
ข้อมูล หมายถึง ข้อเท็จจริงที่ไม่ได้จัดระเบียบและยังไม่ได้ประมวลผล การบันทึกข้อมูลเป็นเรื่อง พื้นฐานที่ต้องจัดทำ เพื่อรวบรวมข้อมูลนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลที่ถูกประมวลผลแล้ว ข้อมูลอาจได้รับการจัดระเบียบใหม่ ผ่าน กระบวนการวิเคราะห์ หรือมีการลบข้อมูลที่ผิดพลาดทั้งหมด เพื่อปรับปรุงคุณภาพในการตัดสินใจ สารสนเทศแตกต่างจากข้อมูลคือ การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ สารสนเทศมีความหมาย มีวัตถุประสงค์ และมีความเกี่ยวข้อง มีรูปแบบเฉพาะเพราะถูกจัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

ความรู้ หมายถึง การรับรู้ ทักษะ การฝึกฝน สามัญสำนึก และประสบการณ์ในวงกว้าง เป็นผลรวม ทั้งหมดของกระบวนการรับรู้ที่ช่วยให้ได้ข้อสรุปที่มีความหมายมากขึ้น ความรู้เป็นนามธรรมที่อยู่ในตัวผู้คน ความรู้กว้างกว่า สมบูรณ์กว่า และจับต้องได้ยากกว่าข้อมูลหรือสารสนเทศ ผู้คนแสวงหาความรู้เพราะมัน ช่วยให้พวกเขาประสบความสำเร็จในการทำงาน

ปัญญา หมายถึง ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวของบุคคล เป็นสิ่งที่เป็นนามธรรมสูง เป็นการสรุปรวม ความรู้เข้ากับประสบการณ์และเหตุผล ทำให้เข้าใจหลักการ เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องราวต่าง ๆ

การจัดการความรู้จึงเป็นกระบวนการทำให้ข้อมูลกลายเป็นสารสนเทศ เพื่อยกระดับสารสนเทศให้เป็นความรู้ และนำไปสู่ปัญญา



ภาพ 1 ลำดับชั้นของความรู้ ข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา

ที่มา. จาก *Knowledge Management* (p. 41), by Awad, Elias M. & Ghaziri, Hassan M., 2004, New Jersey: Pearson Education.

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเขียนในธุรกิจออนไลน์ ซึ่งไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน จากการคำนวณวิธีของคอแครน (W.G.Cochran) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 385 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบตามสะดวก ในพื้นที่ศึกษาหรือพื้นที่เป้าหมาย คือ ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) ประสบการณ์การทำงาน

ตัวแปรตาม: องค์ประกอบลำดับขั้นของความรู้ ได้แก่ (1) ด้านข้อมูล (2) ด้านสารสนเทศ (3) ด้านความรู้ (4) ด้านปัญญา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check-list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ ซึ่งมีองค์ประกอบครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านข้อมูล ด้านสารสนเทศ ด้านความรู้ และด้านปัญญา ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีข้อความจำนวน 40 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert อ้างอิงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 75)

ระดับคะแนน 5 หมายความว่า มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายความว่า มาก

ระดับคะแนน 3 หมายความว่า ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายความว่า น้อย

ระดับคะแนน 1 หมายความว่า น้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเพื่อทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการศึกษาการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item - Objective Congruence: IOC) จากการให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านตรวจสอบพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.92 และระดับความคิดเห็นของการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.83 นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะส่วนบุคคลคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยมีค่าความเชื่อมั่น (reliability) 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) *ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)* ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเขียนในธุรกิจออนไลน์ ซึ่งใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบตามสะดวก เนื่องจากมีความสนใจที่ต้องการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนี้ และด้วยข้อจำกัดของเวลาในการดำเนินการวิจัย

2) *ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)* ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านเอกสาร เพื่อเป็นการศึกษาทบทวนเกี่ยวกับประเด็นที่ทำการวิจัย โดยมีการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร รวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี บทความ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) *สถิติพรรณนา (description statistics)* โดยเสนอเป็นค่าสถิติ ค่าร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์

2) *สถิติอ้างอิง (inferential statistics)* ใช้การทดสอบทางสถิติ Chi-Square Tests เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับองค์ประกอบแนวคิดลำดับขั้นของความรู้ และการทดสอบทางสถิติ Spearman Correlation เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับองค์ประกอบลำดับขั้นของความรู้

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.50 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 และมีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 4 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00

ตอนที่ 2 ผลของระดับความคิดเห็นของการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ พบว่า 4 ด้าน มีด้านอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความรู้ ($\bar{X} = 4.28$) ส่วนด้านสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.18$) ด้านข้อมูล ($\bar{X} = 4.06$) และด้านปัญญา ($\bar{X} = 4.00$) อยู่ในระดับมาก โดยสรุปเป็น 4 ด้านตามลำดับ ดังนี้

1) ด้านความรู้อยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า นักเขียนไม่แสดงพฤติกรรมที่ขัดจังหวะขณะกำลังรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น นำความคิดเห็นของผู้อื่นมาปรับปรุงขั้นตอนปฏิบัติงานของตนเอง และเข้าใจหน้าที่ของตนเองในการปฏิบัติงาน

2) ด้านสารสนเทศอยู่ในระดับมาก พบว่า นักเขียนมีการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากภายนอกเพื่อประกอบการตัดสินใจ ติดตามผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ และตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบบนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่

3) ด้านข้อมูลอยู่ในระดับมาก พบว่า นักเขียนใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบันทึกข้อมูล มีการค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของตนเองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และสามารถตั้งข้อสงสัยกับข้อมูลที่ไม่ชัดเจนเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมได้อย่างเหมาะสม

4) ด้านปัญญาอยู่ในระดับมาก พบว่า นักเขียนระบุได้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองเพื่อพัฒนาความสามารถ เข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตนเอง และสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่เปลี่ยนแปลง

ตอนที่ 3 ผลของความสัมพันธ์ในการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์

1) ด้านความรู้ มีความสัมพันธ์ในการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม อายุมากจะมีการจัดการความรู้ด้านความรู้น้อย และอายุน้อยจะมีการจัดการความรู้ด้านความรู้มาก

2) ด้านปัญญา มีความสัมพันธ์ในการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน อายุมากจะมีการจัดการความรู้ด้านปัญญามาก และอายุน้อยจะมีการจัดการความรู้ด้านปัญญาน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านความรู้เป็นประเด็นที่สำคัญของการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ นักเขียนให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ นักเขียนไม่แสดงพฤติกรรมที่ขัดจังหวะขณะกำลังรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น นำความคิดเห็นของผู้อื่นมาปรับปรุงขั้นตอนปฏิบัติงานของตนเอง และเข้าใจหน้าที่ของตนเองในการปฏิบัติงาน เพราะสิ่งสำคัญกว่าการลงมือเขียนคือการยกระดับมาตรฐานงานของตนเองให้เป็นงานที่ดี มีคุณภาพ และรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากปัจจุบันนักเขียนออนไลน์ส่วนใหญ่ไม่มีบรรณาธิการคอยให้คำแนะนำ ดังนั้นแล้วการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นแนวทางการจัดการความรู้ที่นักเขียนสนใจ ในยุคสมัยที่มีการเผยแพร่ผลงานลงบนช่องทางออนไลน์ เข้าถึงได้ง่าย ทำให้นักเขียนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้สะดวกยิ่งขึ้น ทั้งโดยนักเขียนกับนักเขียน นักเขียนกับผู้อ่าน นักเขียนกับนักวิจารณ์ หรือนักเขียนกับบุคคลอื่น ๆ นักเขียนมีสิทธิคิด มีสิทธิเขียน และมีสิทธิสื่อสาร แต่ควรมาพร้อมกับความรับผิดชอบต่อผู้รู้จักบูรณาการความรู้ที่มีอยู่และแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลภัสรดา โนนยะโส (2559) กล่าวว่า ระบบการจัดการความรู้แบบร่วมมือช่วยลดเวลาและช่วยลดทรัพยากรในการจัดการความรู้ สมาชิกภายในกลุ่มสามารถแบ่งปันความรู้ภายในกลุ่ม ขณะเดียวกันสมาชิกการจัดการความรู้สามารถเข้าถึงความรู้ของกลุ่มอื่นได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐวราช ชุ่มฉิมพลี (2560) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ของสมาชิก ได้แก่ การเห็นคุณค่าของความรู้ตนเอง ความต้องการแบ่งปันข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้อื่น และความมีจิตอาสาช่วยเหลือผู้อื่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัทธนันท์ บุตรฉุย (2559) กล่าวว่า ผลการทดลองใช้รูปแบบการแบ่งปันความรู้ออนไลน์พบว่า นิสิตนักศึกษาจะมีคะแนนการเขียนแผนธุรกิจและคะแนนประเมินการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจหลังการเรียนสูงกว่าก่อนการเรียน และ

สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริพร นิยมทรัพย์ศิริ (2561) กล่าวว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ของนักเขียนวรรณวรรณ ผ่านสื่อออนไลน์นั้นจะมีการสื่อสารโต้ตอบกับกลุ่มผู้อ่านทั้งในเรื่องของแนวคิดและวิธีการทำงาน

2. ด้านความรู้ มีความสัมพันธ์ในการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ โดยนักเขียนที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี จะให้ระดับความคิดเห็นการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์มากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ยังเป็นมือใหม่ในวงการนักเขียน ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนางานเขียนของตนเอง อีกทั้งเยาวชนรุ่นใหม่ของไทยที่เป็นนักศึกษาและนักเรียนนิยมใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและค้นคว้าหาความรู้ จึงมีโอกาสเติบโตในธุรกิจออนไลน์มากกว่าผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมลลักษณ์ อินทร์เอก (2560) กล่าวว่า นักเรียนใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสนทนากับเพื่อนและบุคคลอื่น สำหรับด้านการศึกษา นักเรียนค้นหาข้อมูลทางโซเชียลมีเดียแทนการไปห้องสมุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มนต์สินี บุญมีศรีสง่าและมินตรา สดชื่น (2560) กล่าวว่า ปัญหาและอุปสรรคในการเรียนรู้การใช้โซเชียลมีเดียในผู้สูงอายุยังขาดทักษะและประสบการณ์การใช้งาน ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานได้ด้วยตัวเอง ขาดความเข้าใจในเรื่องของระบบขั้นตอนการทำงานของโซเชียลมีเดีย อีกทั้งนี้โซเชียลมีเดียยังมีข้อจำกัดในการใช้งานอยู่ค่อนข้างมาก ส่งผลให้ผู้สูงอายุเข้าถึงได้ค่อนข้างยาก

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

1. การนำเสนอวิธีส่งเสริมการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ ควรมีการส่งเสริมการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นขั้นแรกของลำดับขั้นของความรู้ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป ควรมีการจัดฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน มีผู้ที่สามารถให้คำแนะนำวิธีการบันทึกข้อมูลได้ และสามารถให้ความช่วยเหลือแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบันทึกข้อมูล หากข้อมูลที่ได้อาจมีความถูกต้องชัดเจนและเป็นประโยชน์ต่องานเขียน ความรู้ที่เกิดขึ้นของนักเขียน รวมไปถึงงานเขียนก็จะมีคุณภาพ

2. การวางกลยุทธ์การส่งเสริมการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ ควรส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ควรคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการความรู้ มีนักเขียนที่พร้อมทั้งประสบการณ์และความสามารถเป็นที่เลี้ยงดูดูแล ถ่ายทอดความรู้และเทคนิคการเขียนให้กับนักเขียนรุ่นใหม่ การจัดฝึกอบรมควรแยกประเภทงานเขียนเพื่อประโยชน์สูงสุดได้แก่ สารคดี และบันเทิงคดี ซึ่งงานเขียนแต่ละประเภทแยกย่อยได้อีกหลายรูปแบบ

2.1 สารคดี เช่น ข่าว บทความ ความเรียง สารคดี บันทึก จดหมาย เอกสารวิชาการ ตำรา เป็นต้น

2.2 บันเทิงคดี เช่น นิทาน เรื่องสั้น นวนิยาย บทกวี บทเพลง บทละคร เป็นต้น

หากสามารถจัดการฝึกอบรมเป็นรูปแบบเฉพาะของแต่ละประเภทงานเขียนได้ก็ยิ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการความรู้ของนักเขียน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้อาจศึกษาการจัดการความรู้ของนักเขียนในธุรกิจออนไลน์ หากผู้วิจัยท่านอื่นสามารถศึกษาด้านการเข้าร่วมการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการเขียน ก็จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการความรู้ของนักเขียนได้
2. การวิจัยในครั้งนี้อาจครอบคลุมเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในธุรกิจออนไลน์บางกลุ่ม หากมีการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการวิจัยให้เพิ่มมากขึ้น เช่น ทั้งประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มฐานข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
3. การวิจัยในครั้งนี้อาจพบว่าตัวแปรไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นผู้วิจัยท่านอื่นควรจะศึกษาตัวแปรตัวอื่น

เอกสารอ้างอิง

- กมลลักษณ์ อินทร์เอก. (2560). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียน โรงเรียนลาดทิพรสพิทยาคม อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรัตนนคร.
- ณัฐวรรษ ชุ่มฉิมพลี. (2560). *การศึกษาปัจจัยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนออนไลน์ด้านการเงิน*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 18)*. กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พัทธนันท์ บุตรฉุย. (2559). *การพัฒนาแบบการแบ่งปันความรู้ออนไลน์โดยใช้แนวคิดเชิงออกแบบร่วมกับเทคนิคการวิเคราะห์อนาคตเพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิตสาขาการจัดการ*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พันวสา พิรัชพันธุ์. (2561). *การเขียนบทความออนไลน์*. *วารสารของสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย*: ปากไก่, 5 พฤษภาคม 2561, 22-23.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น. (2560). *รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในสังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร*. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 7-9 สิงหาคม 2560, 1470-1477.
- ลภัสสรดา โนนยะโส. (2559). *การพัฒนากระบวนการจัดการความรู้แบบร่วมมือ กรณีศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*. การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วันปีลีฟ. (2560). *ธุรกิจออนไลน์ ตลาดขนาดใหญ่มหาศาล แคมป์อินเทอร์เน็ตก็เริ่มต้นทำธุรกิจได้แล้ว*. ค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.1belief.com/article/online-business>

- ศิริพร นิยมทรัพย์ศิริ. (2561). *การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อออนไลน์ของนักเขียนนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ รุ่นใหม่ที่ประสบความสำเร็จ: กรณีศึกษา วรณวรรณน์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT). (2562). *รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปี 2562*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- อรพินท์ คำสอน. (2557). *วรรณกรรมออนไลน์ของไทย: โลกวรรณกรรมที่โหยหาการวิจารณ์*. *วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์*, 32(2), 107-124.
- Awad, Elias M. & Ghaziri, Hassan M. (2004). *Knowledge Management*. New Jersey: Pearson Education.