



ปัจจัยการเกิดความคิดสร้างสรรค์ในบริบทของการจัดการความรู้:  
กรณีศึกษากลุ่มบริษัทปิโตรเลียมขนาดใหญ่ของไทย

โดย

นางสาวพินดาพรรณ พุกกะเจียม

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
โครงการปริญญาโทสาขาวิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
พ.ศ. 2554

## บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์โดยศึกษาจากพนักงานที่เคยมีประสบการณ์การใช้ระบบจัดการความรู้ขององค์กร โดยงานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาในกลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมขนาดใหญ่ของไทย ซึ่งเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ ๆ และมีการลงทุนด้านการจัดการความรู้ค่อนข้างสูง เนื่องจากในยุค Information age ความรู้เป็นทรัพยากรที่มีค่าอย่างยิ่งต่อองค์กรและเป็นปัจจัยในการสนับสนุนกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในเชิงแข่งขันขององค์กรให้มีการเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนเพราะการจัดการความรู้เป็นสิ่งที่จะสนับสนุนให้องค์กรสามารถรักษาองค์ความรู้ซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าต่อองค์กรไว้ได้ ดังนั้น ระบบจัดการความรู้จึงถูกนำมาใช้เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ขององค์กรในหลาย ๆ ด้าน เช่น การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การจุดประกายการเกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้นในองค์กรเพื่อนำพาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรสร้างสรรค์ เป็นต้น

งานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ในองค์กรที่ส่งผลต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดมาจากงานวิจัยของ Teigland และ Wasako (2000) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องระดับของการมีส่วนร่วมในระบบจัดการความรู้ (Level of Participation) การได้รับความรู้ (Knowledge Acquisition) และการเกิดความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) โดยผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรความเชื่อมั่น (Trust) การให้รางวัล (Reward) เข้าไปเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับของการมีส่วนร่วม (Level of Participation) โดยที่ตัวแปรการให้รางวัลเป็นตัวปรับค่า นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำ ทฤษฎี preconditions of creativity ของ Amabile (1983) มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยฉบับนี้โดยเลือกตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับบริบทของงานวิจัย ซึ่งในที่นี้เลือกศึกษาตัวแปรทักษะในเรื่องที่เกี่ยวข้อง (Domain Relevant Skills) เข้ามาศึกษาด้วย เนื่องจากทักษะในเรื่องที่เกี่ยวข้องนั้นถือเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวพนักงาน (Tacit Knowledge) จนเกิดเป็นทักษะและความชำนาญและเป็นปัจจัยส่งผลต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ด้วย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์กับระดับของการมีส่วนร่วมโดยผลกระทบจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับอิทธิพลของการให้รางวัล ระดับของการมีส่วนร่วมในระบบจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับการได้รับความรู้ และการได้รับความรู้มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ทักษะในเรื่องที่เกี่ยวข้องนั้นยังส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้วยอีกทางหนึ่ง

ผลของงานวิจัยฉบับนี้สามารถเป็นแนวทางให้องค์กรที่มีการนำเอาระบบจัดการความรู้มาใช้เพื่อการสร้างประโยชน์ใหม่หรือเพื่อการตอบสนองนโยบายด้านความคิดสร้างสรรค์สามารถนำระบบจัดการความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามนโยบายที่ได้ตั้งไว้มากที่สุด นอกจากนี้ยังสามารถนำไปต่อยอดงานวิจัยในอนาคต โดยอาจเปลี่ยนมุมมองจากงานวิจัยนี้ที่ศึกษาการถ่ายทอดความรู้จากคนสู่ระบบไปเป็นการศึกษาในบริบทของการถ่ายทอดความรู้จากคนไปสู่คน ซึ่งเป็นที่น่าศึกษาว่าการถ่ายทอดความรู้ประเภทดังกล่าวจะส่งผลต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร หรืออาจศึกษาในเชิงเปรียบเทียบกัน

## Abstract

This research's objective is to study the relationships and determinants of organization's knowledge management that foster creativity. It draws on literature from both knowledge management and creativity. Sampling of this research is employees who have experienced in using knowledge management system (KMS) of a large Thai national petroleum company since creativity and innovation are highly emphasizing, also a large amount of investment was laid in knowledge management. In the information age era, knowledge is the most valuable resources for an organization to achieve sustainable competitive advantages; therefore, KMS is utilized to support organization's strategy in various situations such as, to enhance organization's creativity, to overcome the dynamic changes etc.

The conceptual model of this research was adapted from Tieglund and Wassko (2000) research covered the level of participation of KMS, knowledge acquisition and creativity. The investigation of this research, therefore, adding factors affecting level of participation which are trust and reward (as an interaction with trust and level of participation). Moreover, this study applied the preconditions of creativity theory of Amabile (1983) by selecting Domain Relevant Skills factor which is the most related to research context as the domain relevant skills is counted to be a Tacit knowledge of individual and it is the origin of creativity.

The result of this study reveals that level of participation relates significantly to knowledge acquisition and knowledge acquisition relates significantly to creativity while domain relevant skill is directly relate to creativity. Then, organization can utilize knowledge management most effectively and efficiency aligning with the strategy for struggling to survive and compete. However, this research focuses on knowledge management interaction between KMS and users, future research thus can extend to study the impacts of creativity on interaction among users or conduct a comparison study.