

ผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของสำนักงาน
ไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
**Affecting Knowledge Management to Customer Response Capability of
Northeastern District Post Office, Thailand Post Co., Ltd.**

ชุลีกร สุขล,

พลาญ จันทรจตุรภัทร และ สุมิตรา จิระวุฒินันท์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

**Chuleekorn Suchol,
Palan Jantarajaturapath and Sumittra Jirawuttinunt**
Mahasarakham University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: suchol@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับการจัดการความรู้และศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ของสำนักงานไปรษณีย์เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความรู้ ต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของสำนักงานไปรษณีย์ เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.67-1.00 และค่าความเชื่อมั่นได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.96 ประชากรตัวอย่าง คือ หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ 190 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความรู้ต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้า พบว่า การจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ และด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ดังนั้น ควรให้ความสำคัญและกระตุ้น ให้หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ สนับสนุนให้มีการแสวงหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ และมีการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการค้นคว้าและจัดเก็บความรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการปฏิบัติงานและการตอบสนองลูกค้า ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการความรู้; ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า; บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

Abstracts

The purposes of this research aimed 1) to examine the level of knowledge management (KM) and customer response capability (CRC), and 2) to study the relationship and impact of KM on the CRC of the post office, Northeast Regional Postal Bureau, Thailand Post Company Limited. To gather the data, the questionnaire that was IOC equal 0.67-1.00 and the Cronbach's Alpha test of 0.96 used in this research. The sample group was 190 post office chiefs of Thailand Post Company Limited in Northeastern, Thailand. In statistics, percentage, mean, standard deviation (SD), and regression analysis were analyze.

According to the research findings that; the post office chiefs had an opinion on the according to the research findings that; the post office chiefs had an opinion on KM, and CRC which was display at a high level. The KM of knowledge acquisition, knowledge storage and retrieval aspect had a positive relationship and impact on CRC. So, should focus and encourage the post office chiefs were support to seek knowledge from various sources. They had an information technology system to used in researching and storing knowledge. The results are likely to develop operational and customer responsiveness to be more efficient.

Keywords: Knowledge Management; Customer Response Capability; Thailand Post Company Limited

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น นำไปสู่แรงกระตุ้นให้เกิดการปรับตัว และเปลี่ยนแปลง เพื่อให้หน่วยงานและองค์กรสามารถอยู่รอดและมีการเติบโต ที่เข้มแข็งและยั่งยืน องค์กรที่จะอยู่รอดในปัจจุบันต้องมีศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ด้วยความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว และยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือและช่วยแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างในการบริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2563 : 173) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ให้บริการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจการขนส่งและบริการโลจิสติกส์ ที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น มีบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจการขนส่งและบริการโลจิสติกส์ จำนวนเพิ่มมากขึ้นหลายรูปแบบ โดยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้มีการบริการที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว มีสินค้าและบริการที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีและมีศักยภาพ ทั้งในด้านความปลอดภัย ด้านอสังหาริมทรัพย์ ด้านความสะดวก และด้านความเร็ว ทั้งนี้ จากการแข่งขันที่รุนแรงนี้องค์กรต้องปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการที่ก่อให้เกิดศักยภาพการตอบสนองลูกค้า โดยนำ การจัดการความรู้ การพัฒนาความสามารถความเชี่ยวชาญขององค์กรมาใช้ประโยชน์ในการสร้างนวัตกรรมสินค้า และบริการแก่ลูกค้า ซึ่งการจัดการความรู้จะช่วยให้สามารถตอบสนองในการบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กร และเป็นเครื่องมือตัวหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถบริหารความรู้เพื่อพัฒนาองค์กร พัฒนาศักยภาพของคนและพัฒนาประสิทธิภาพงาน ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมบริการที่จะนำไปใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ตลอดจนเพื่อรองรับความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตาม

สภาวะการณ์ในปัจจุบัน โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ก่อให้เกิดการแบ่งปัน การถ่ายโอนความรู้และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล ซึ่งองค์ประกอบ ของการจัดการความรู้ ประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ (Marquardt, 1996 : 128) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาสินค้าและกระบวนการบริการให้รูปแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเกิดความสำเร็จของการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้

ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า (Customer Response Capability: CRC) เป็นความสามารถและความพร้อมที่ จะรับรู้ถึงความคาดหวัง ความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด และสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ผู้ให้บริการต้องเสนอบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เสมือนเข้าไปนั่งอยู่ในใจลูกค้า อันจะส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดเป็น ความพึงพอใจ และความประทับใจเมื่อใช้บริการ รวมทั้งเกิดเป็น ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้ บริการกับลูกค้าผู้มาใช้บริการ จนกระทั่งเกิดเป็นความจงรักภักดีของลูกค้า (ธรรีธร ธีรขวัญโรจน์ และสุพจน์ ฤชภูธรา, 2563 : 158) ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างหนึ่งจะเกิดขึ้นกับธุรกิจที่สามารถคาดคะเนและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ธุรกิจที่สามารถทำได้จะให้คุณค่าที่ไม่ได้คาดหวังแก่ลูกค้า คือ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ได้ต้องการแต่มีคุณค่า ยิ่งกว่านั้นการคาดคะเนความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดโอกาสแก่ธุรกิจและสามารถสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ซึ่งศักยภาพการตอบสนองลูกค้า มีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว ด้านอัธยาศัยไมตรี และด้านความปลอดภัย (สมิต สัชนุกร, 2550 : 53-54) ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยองค์กรสามารถนำการจัดการความรู้ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กรที่มาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาองค์กรทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาประสิทธิภาพของงาน และศักยภาพด้านการตอบสนองลูกค้าได้

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดเป็นรัฐวิสาหกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับการขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งต้องแข่งขัน กับผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ที่เป็นของเอกชนซึ่งมีจำนวนมากราย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้พัฒนารูปแบบบริการใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคตมากขึ้น (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2563: ออนไลน์) จากการดำเนินธุรกิจสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ และคู่แข่งทางธุรกิจจำนวนมากราย เช่น บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัท ทีเอ็นที เอ็กซ์เพรส เวิลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส บริษัท ไทย แพลซ เอ็กซ์เพรส เป็นต้น อยู่ในธุรกิจทำให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์ และอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งมีผลกำไรจากการประกอบการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ต้องมีการนำการจัดการความรู้มาใช้พัฒนาศักยภาพการตอบสนองลูกค้า

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงสนใจศึกษาผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาองค์กร และใช้เป็นข้อมูลหรือแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และเพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้รับความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดในการมาใช้บริการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการความรู้และศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ของสำนักงานไปรษณีย์เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความรู้ต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ของสำนักงานไปรษณีย์ เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ รายละเอียดของระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ของสำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 322 คน (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2563 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง คือ หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ของสำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ส่งแบบสอบถามกลับ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 ของประชากร

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

แบบสอบถาม มีลักษณะปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในตำแหน่งหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานไปรษณีย์เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อประกอบไปด้วย ที่ตั้งของสำนักงานไปรษณีย์เขต จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และรายได้สำนักงานเฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ จำนวน 16 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการจัดการความรู้ 4 ด้าน ประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ จำนวน 4 ข้อ การสร้างความรู้ จำนวน 4 ข้อ การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ จำนวน 4 ข้อ การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า จำนวน 17 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาศักยภาพการตอบสนองลูกค้า 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสะดวกจำนวน 4 ข้อ ด้านความรวดเร็วจำนวน 5 ข้อ ด้านอัตรากำลังคนจำนวน 4 ข้อ และด้านความปลอดภัย จำนวน 4 ข้อ คำถามในตอนที่ 3 และ 4 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557 : 75)

การหาคุณภาพของแบบสอบถามพิจารณาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งยอมรับได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557 : 95-96) หลังจากนั้นนำไปทดลองแจก (Tryout) จำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค รวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.90 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7 นั่นคือ แบบสอบถามชุดนี้ผ่านเกณฑ์ยอมรับได้ โดยมีคุณภาพดีสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 123)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามกับประชากรกลุ่มตัวอย่างดังนี้ 1) ขอนหนังสือราชการจากคณะกรรมการบัญชาและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2) ส่งเอกสารขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมแบบแบบสอบถามส่งไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ จำนวน 322 ชุด ตามที่อยู่ของสำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับในช่วง วันที่ 26 ตุลาคม ถึง 29 พฤศจิกายน 2563 ผู้วิจัยทำการตรวจความถูกต้อง และครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งมีแบบสอบถามตอบกลับมีจำนวน 190 ชุด คิดเป็นร้อยละ 59.00 เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้ 1) ร้อยละ (Percentage) อธิบายแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหัวหน้าที่ทำกรไปรษณีย์ และตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานไปรษณีย์เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) อธิบายข้อมูล ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพ การตอบสนองลูกค้า สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$CR = \beta_0 + \beta_1 KA + \beta_2 KC + \beta_3 KS + \beta_4 KT$$

เมื่อ β = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

CR = ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า

KA = การแสวงหาความรู้

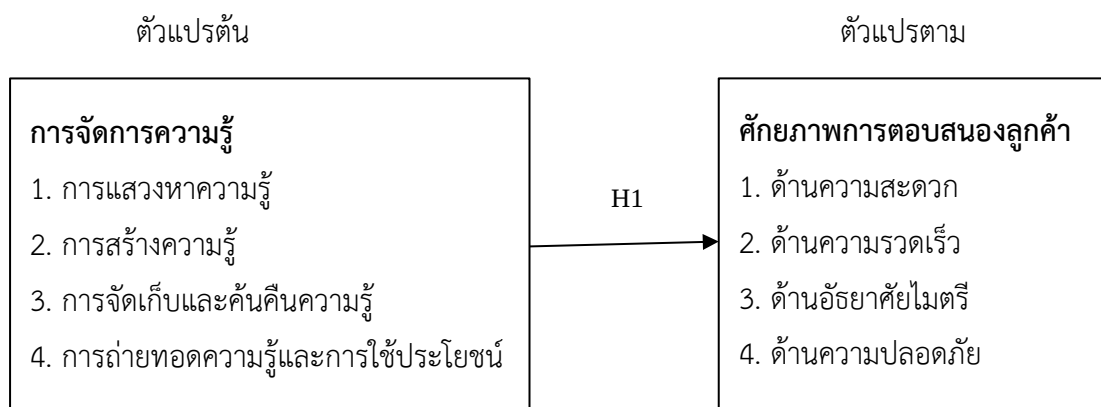
KC = การสร้างความรู้

KS = การจัดเก็บและค้นคืนความรู้

KT = การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของสำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้มาจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเห็นว่า การจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ผู้วิจัยสามารถกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดการความรู้ โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Marquardt (1996 : 128-129) ประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ได้แก่ ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า โดยประยุกต์จากแนวคิดของ สมิต สัมภูกร (2550 : 53-54) ประกอบด้วย ความสะดวก ความรวดเร็ว อธิยาศัยไมตรี และความปลอดภัย ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลศึกษาระดับการจัดการความรู้และศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ของสำนักงานไปรษณีย์เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

1.1 หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 95.79) อายุ 45 - 54 ปี (ร้อยละ 54.74) รองลงมา อายุ 54 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 31.05) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 87.37) รองลงมา โสด (ร้อยละ 6.32) ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 90.00) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 70,000 บาท (ร้อยละ 42.62) รองลงมา รายได้ ต่อเดือน 30,000 - 50,000 บาท (ร้อยละ 36.32) ประสบการณ์ในตำแหน่งหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ต่ำกว่า 15 ปี (ร้อยละ 40.53) รองลงมา มากกว่า 25 ปี (ร้อยละ 37.89)

1.2 สำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นสำนักงานไปรษณีย์เขต 4 (ร้อยละ 36.32) รองลงมา สำนักงานไปรษณีย์เขต 3 (ร้อยละ 32.10) จำนวนพนักงานน้อยกว่า 15 คน (ร้อยละ 48.96) รองลงมา มากกว่า 25 คน (ร้อยละ 27.89) ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 39.47) รองลงมา 20 - 30 ปี (ร้อยละ 26.84) รายได้สำนักงานเฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 5,000,000 บาท (ร้อยละ 43.16) รองลงมา 15,000,000 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 25.79)

1.3 หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการแสวงหาความรู้ ($\bar{X}=4.08$) ด้านการสร้างความรู้ ($\bar{X}=4.08$) และด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ ($\bar{X}=3.93$) และด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ ($\bar{X}=3.79$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้โดยรวมและรายด้านของหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

การจัดการความรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการแสวงหาความรู้	4.08	0.57	มาก
2. ด้านการสร้างความรู้	4.08	0.59	มาก
3. ด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้	3.93	0.65	มาก
4. ด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์	3.79	0.71	มาก
โดยรวม	3.97	0.57	มาก

1.4 หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X}=4.26$) ด้านอัตราค่าไม่ตรี ($\bar{X}=4.22$) ด้านความสะดวก ($\bar{X}=4.11$) และด้านความรวดเร็ว ($\bar{X}=4.07$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้าโดยรวมและเป็นรายด้าน ของหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความสะดวก	4.11	0.55	มาก
2. ด้านความรวดเร็ว	4.07	0.59	มาก
3. ด้านอัตราค่าไม่ตรี	4.22	0.57	มาก
4. ด้านความปลอดภัย	4.26	0.56	มาก
โดยรวม	4.17	0.51	มาก

2. ผลศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความรู้ต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของสำนักงานไปรษณีย์ เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า การจัดการความรู้ด้านการแสวงหาความรู้ และด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการจัดการความรู้ กับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ของสำนักงานไปรษณีย์เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ตัวแปร	CR	KA	KC	KS	KT	VIFs
$\bar{X}$	4.17	4.08	4.08	3.93	3.79	
S.D.	0.51	0.57	0.59	0.65	0.71	
CR	1	.555**	.538**	.607**	.557**	
KA		1	.786**	.729**	.721**	3.008
KC			1	.764**	.769**	3.619
KS				1	.784**	3.259
KT					1	3.265

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการทดสอบ Multicollinearity มีค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการจัดการความรู้ มีค่าตั้งแต่ 3.008-3.619 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Muticollinearity (Black, 2006 : 585) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการ

จัดการความรู้ ในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ($p < 0.05$) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.538 - 0.607

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการจัดการความรู้กับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า

การจัดการความรู้	ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า		t	p
	B	SE		
ค่าคงที่	1.975	0.219	9.035*	0.000
ด้านการแสวงหาความรู้	0.169	0.088	2.125*	0.046
ด้านการสร้างความรู้	0.017	0.093	0.188	0.851
ด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้	0.277	0.080	3.446*	0.001
ด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์	0.091	0.074	1.237	0.218

$F = 31.086, p = < 0.001, \text{Adj } R^2 = 0.389$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ได้ดังนี้

$$CR = 1.975 + 0.169KA + 0.017KC + 0.277KS + 0.091KT$$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ และด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับการจัดการความรู้และศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ของสำนักงานปราชญ์เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า หัวหน้าที่ทำการปราชญ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ ด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ และด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ อาจเนื่องมาจากการสนับสนุนให้พนักงานมีการเพิ่มพูนความรู้ มีการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา รวมทั้งการจัดทำคู่มือมาตรฐานการให้บริการ ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำงานของพนักงาน เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการความรู้ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลการดำเนินงานในการสร้างฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจให้บริการลูกค้าที่เป็นเลิศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นกุล ศรีนวล (2553 : 125) ที่พบว่า การจัดการ

ความรู้ในโรงเรียนพระยามนธราธุราชศรีพิจิตร สำนักงานเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติกา พูลสุวรรณ (2559 : 121) พบว่า การจัดการความรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา โคตะวงศ์ และ นิมิตร มั่งมีทรัพย์ (2562 : 55-72) ที่พบว่า การจัดการความรู้ในสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน ได้แก่ การสร้างและแสวงหาความรู้และการเรียนรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการจัดเก็บความรู้ อยู่ในระดับมาก

2. หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านอัธยาศัยไมตรี ด้านความสะดวก และด้านความรวดเร็ว อาจเนื่องมาจากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อยกระดับการให้บริการด้วยการสร้างกระบวนการทำงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีจิตใจแห่งการบริการ (Service mind) ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว และมีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัจฉกร (2550 : 53-54) ที่ได้กล่าวว่า ลูกค้าต้องการการตอบสนองจากผู้ให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส กล่าวทักทายลูกค้า โดยได้รับการบริการด้วยความรวดเร็ว ความสะดวก และปลอดภัยเชื่อถือได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา เพชรรัตน์ (2556 : 80) ที่พบว่า การตอบสนองต่อลูกค้าต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้การให้บริการ มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อบริการลูกค้าอย่างเหมาะสม เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจให้ความช่วยเหลือ มีความพร้อมที่จะให้บริการอย่างทันทั่วทั้งที่ และเอาใจใส่ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557 : 74) ที่พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก โดยมีการให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติยา ต้อยปาน (2559 : 85-86) ที่พบว่า ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งพนักงานมีความสุภาพ มีความสามารถในการช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า มีความรวดเร็วในการให้บริการ พร้อมทั้งมีเทคโนโลยีในการให้บริการแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมาก

3. ความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความรู้ต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของสำนักงานไปรษณีย์ เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า การจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ มีผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้าโดยรวม อาจเนื่องมาจากการจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ ทำให้พนักงานมีการค้นหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย มีเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นเพื่อพัฒนาระบบงานให้ดีขึ้น อีกทั้ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้มีการฝึกอบรมด้านมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน จึงส่งผลต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทภัทร์ จันทรวงศ์ (2559 : 114-115) ที่พบว่า การจัดการความรู้ด้านการแสวงหาความรู้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการ

ปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนั้นแสดงถึงงานที่พนักงานปฏิบัติสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ และคณะ (2563 : 214-229) ที่พบว่า การแสวงหาความรู้ และแนวความคิดดี ๆ ทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง การบริการลูกค้า และให้มีการตอบสนองลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะแนวคิดใหม่ที่เกิดจากการแสวงหาความต้องการของลูกค้ามาเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือความคาดหวัง ที่เพิ่มมากขึ้น

การจัดการความรู้ ด้านการสร้างความรู้ ไม่มีผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้าโดยรวม อาจเนื่องมาจากการที่ยุคนี้เป็ยุคดิจิทัลที่ได้มีนำแนวคิดวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงานมาใช้ในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้การตอบสนองลูกค้าเป็นไปตามความสะดวก รวดเร็ว และมีความปลอดภัยสำหรับลูกค้าทุกคน จึงส่งผลให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ด้านการสร้างความรู้ ไม่มีผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ และคณะ (2563 : 214-229) พบว่า ธุรกิจการบริการมีการพัฒนาความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การจัดการความรู้ ด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ มีผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้า อาจเนื่องมาจากการจัดเก็บความรู้ในปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการเก็บความรู้และความคิดใหม่ ๆ ที่มีความสะดวก ปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้ทราบว่ามีความรู้อะไรบ้างที่ได้เก็บไว้และสามารถสืบค้นคืนได้อย่างรวดเร็ว ทำให้พนักงานสามารถนำปรับใช้ในการทำงานเพื่อให้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรารธร วิรุฬห์ชาติพันธ์ (2558 : 58) ที่พบว่า การออกแบบฐานข้อมูลความรู้เพื่อสร้างระบบการเข้าถึงความรู้ถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาการบริการลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความ พึงพอใจของผู้ใช้และลูกค้าอยู่ในระดับที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทภัทร์ จันทรวาง (2559 : 115) ที่พบว่า การจัดการความรู้ด้านการจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนั้นแสดงถึงงานที่พนักงานปฏิบัติสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริโย กัณหา (2558 : 70) ที่พบว่า การออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อจัดเก็บความรู้ ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานเพื่อตอบสนองลูกค้าดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stanford (2015 : 127-128) ที่พบว่า การจัดการความรู้และกระบวนการความรู้ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพขององค์กร ช่วยให้เป้าหมายขององค์กรมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น และให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ มีผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้าโดยรวม ด้านความสะดวก และด้านความปลอดภัย จึงเสนอให้สำนักงานไปรษณีย์ควรมีกิจกรรมที่ทำให้พนักงานแสวงหาความรู้จากเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็น โดยมีสร้างความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกในการแสวงหาความรู้ร่วมกัน รวมทั้งมีการกระตุ้นให้พนักงานมีการค้นหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล ห้องสมุด การอบรม การประชุม หรือการสัมมนาแลกเปลี่ยน เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาระบบงานให้ดียิ่งขึ้น

1.2 จากผลการศึกษา พบว่า ด้านการจัดเก็บและค้นคืนความรู้ มีผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการตอบสนองลูกค้าโดยรวม ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว ด้านอัธยาศัยไมตรี และด้านความปลอดภัย จึงเสนอให้สำนักงานไปรษณีย์ควรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเอื้อต่อการค้นคว้าข้อมูลและความรู้จากแหล่งภายนอกองค์กร โดยมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการเก็บความรู้และความคิดใหม่ ๆ ที่มีความสะดวก ปลอดภัย โดยมีระบบในการรวบรวมแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศทั้งจากภายในและภายนอกสำนักงานในรูปแบบของเอกสารและรูปแบบดิจิทัล รวมทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้ทราบว่ามีความรู้อะไรบ้างที่ได้เก็บไว้และสามารถสืบค้นคืนได้อย่างรวดเร็ว และมีการเผยแพร่ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงานให้แก่พนักงานอย่างเป็นระบบ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการจัดการความรู้ที่มีต่อศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของสำนักงานไปรษณีย์เขตอื่น ๆ เพื่อให้มีความครอบคลุมศักยภาพการตอบสนองลูกค้าของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความรู้ต่อบัณฑิตอื่น ๆ ได้แก่ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤติกา พูลสุวรรณ. (2559). *การจัดการความรู้ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธธีร์ธร ธีร์ขวัญโรจน์ และ สุพจน์ ฤทธาธาร. (2563). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพมหานคร: พรินต์ติ้งแมสโปรดักส์.
- ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2563). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นราธร วิรุฬห์ชาตะพันธ์. (2558). *การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการบริการลูกค้า: กรณีศึกษา บริษัทเทรตติ้งเหล็กในอุตสาหกรรมยานยนต์*. การค้นคว้าอิสระวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนางานอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันท์ภัสร์ จันทร่วาง. (2559). *การจัดการความรู้และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาในเขตภาคเหนือ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นุกูล ศรีนวล. (2553). *การจัดการความรู้ในโรงเรียนพระยามนธสุริยราชศรีพิจิตร สำนักงานเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2563). ประวัติกิจการไปรษณีย์ไทย. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2564. แหล่งที่มา: https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้นฉบับปรับปรุงใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- พนิดา เพชรรัตน์. (2556). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัตติยา ต้อยปาน. (2559). *การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการระหว่างธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ: กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพและธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมิต สัจฉกร. (2550). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สายธาร.
- สุพัตรา โคตะวงศ์ และ นิมิตร มั่งมีทรัพย์. (2562). *การจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 2 (2), 55-72.

- สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, กุลจิรา รักษานคร และมังกร หริรักษ์. (2563). ศักยภาพทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม (ประเภทบริการ). *Journal of Modern Learning Development*. 5 (2), 214-229.
- สุริโย กัณหา. (2558). *การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาโรงงานผู้ผลิตเครื่องจักรอุตสาหกรรมอาหาร*. การค้นคว้าอิสระวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนางานอุตสาหกรรม. ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. 4th ed. USA: John wiley & Sons.
- Marquardt, M. (1996). *Building the Learning Organization*. New York: McGrawHill.
- Stanford, M. (2015). *The Role of Knowledge Management in Organisational Performance*. University of Pretoria.